



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Faculdade de Comunicação Social
Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Thaís Costa da Silva

**Viagens como meio de comunicação política:
Mediações tecnológicas e discursos identitários em redes de hospedagem
colaborativa para mulheres**

Rio de Janeiro

2021

Thaís Costa da Silva

**Viagens como meio de comunicação política:
Mediações tecnológicas e discursos identitários em redes de hospedagem colaborativa
para mulheres**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de doutora, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Linha de Pesquisa: Tecnologias da Comunicação e Cultura

Orientador: Prof. Dr. Vinícius Andrade Pereira

Rio de Janeiro

2021

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

S586

Silva, Thaís Costa da.

Viagens como meio de comunicação política: mediações tecnológicas e discursos identitários em redes de hospedagem colaborativa para mulheres / Thaís Costa da Silva. – 2021.
198 f.

Orientador: Vinícius Andrade Pereira.

Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

1. Hospedagem colaborativa – Teses. 2. Feminismo interseccional – Teses.
3. Mobilidades turísticas – Teses. I. Pereira, Vinícius Andrade. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

bs

CDU 316.35

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Thaís Costa da Silva

**Viagens como meio de comunicação política:
Mediações tecnológicas e discursos identitários em redes de hospedagem colaborativa
para mulheres**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de doutora, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Linha de Pesquisa: Tecnologias da Comunicação e Cultura

Aprovada em: 16 de julho de 2021

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Vinícius Andrade Pereira (Orientador)
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas
Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof.^a Dr^a Carla Fernanda Pereira Barros
Universidade Federal Fluminense - UFF

Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'Andrea
Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG

Prof.^a Dr^a Maria Amália Silva Alves de Oliveira
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro - UNIRIO

Rio de Janeiro

2021

DEDICATÓRIA

À todas aquelas que lutam por mobilidades mais justas e mais humanas.

AGRADECIMENTOS

Uma tese que versa sobre colaboração não poderia ser gestada por uma única mente. Trago nessas páginas muitas pessoas, que carinhosamente desejaram participar de uma jornada de mais de quatro anos comigo. Pelo imenso privilégio de ter em minha vida seres tão especiais, agradeço sem estabelecer hierarquias ou ordens. E com a certeza de que terei o imenso prazer de retribuir tais afetos.

Um agradecimento inicial às interlocutoras da pesquisa, às *couchsurfers*. A generosidade se traduziu em entrevistas, conversas, interações nas plataformas, convites de hospedagem, indicações, compartilhamento de histórias sensíveis e delicadas. Aprendi tanto com vocês, e continuo aprendendo.

Ao meu orientador, Vinícius Pereira, que traçou comigo este caminho me apoiando e trocando experiências valiosas, de forma a valorizar meu processo criativo.

À minha amada mãe, por seu incansável e ilimitado apoio. Não tenho palavras para descrever tanto afeto. Tenho profunda admiração por essa incrível mulher, tão bondosa, paciente e forte.

Ao Rodrigo e Antônio Pita, que me ajudaram nos percursos iniciais da pesquisa, quando ela era ainda um projeto. Os bate-papos, além de agradáveis, foram fundamentais para percorrer esses caminhos.

Aos amigos de turma no PPGCOM/UERJ que formaram uma bonita rede de apoio, ao melhor estilo “ninguém solta a mão de ninguém”. Aos funcionários da secretaria do PPGCOM, em especial, à Amanda e à Eliane, sempre disponíveis para ajudar.

Aos professores do PPGCOM/UERJ, que com experiência e profissionalismo garantiram um ensino de qualidade, mesmo com os constantes ataques à educação pública no país. Em especial, aos que estiveram mais próximos durante as disciplinas que cursei ao longo do doutorado: Fátima Regis, Márcio Gonçalves, Leonardo De Marchi, Robson Braga, Sônia Virgínia, Ricardo Freitas e Erick Felinto. Também aos professores das disciplinas externas realizadas na UFRJ, Ivana Bentes e Marcos Dantas.

Aos membros da banca de qualificação, professora Carla Barros e professor Leonardo De Marchi, que deram contribuições muito pertinentes e sábias me ajudando a seguir nesta direção.

À Maria Isabel, a Bebel, pela amizade, pelas ricas reflexões e por acreditar tanto no meu trabalho. À Lilian, que além de uma colega de trabalho muito competente, é uma amiga

maravilhosa. Por sua ajuda com a tese, incluindo considerações valiosíssimas e pelo apoio nas tarefas do trabalho, principalmente nos momentos em que estava mais dedicada à tese.

À Isabela, Wanderson, Juan, Edu, Anthony, André, Alessandra, Feliciano e Edegar, pelas boas conversas que me fizeram pensar na vida e a trilhar novos rumos para a pesquisa.

À Grazielle, que é como uma irmã pra mim. Por todo seu amor, cuidado e companheirismo sempre. Sinto-me muito honrada por sua amizade.

Ao Wellington, por me apoiar e incentivar minha carreira e estudos.

À Tamara Doral, por me receber tão bem em Madri e pelas ricas trocas profissionais, acadêmicas e pessoais. À Liisa Hanninen, Sarah Perrera e Estela Garcia, pela ótima parceria nos trabalhos desenvolvidos juntas e também pela amizade. À Universidad Complutense de Madrid, que me propiciou uma estância muito produtiva, com seus recursos e linhas de pesquisa.

Aos amigos que me apresentaram a pluralidade e riqueza cultural da Espanha. Em especial ao António, que além de todo o apoio, fez a grande gentileza de enviar meu computador esquecido em Madri.

À CAPES, por tornar possível a minha estada em Madri para aprofundar os estudos e estabelecer importantes conexões profissionais.

À minha família, primas Kelly e Kátia, tia Marilda, sobrinhos Arthur, Letícia e Eloah. À memória da minha vó Lina. Por tanto apoio, orgulho e fé em mim.

Ao Christophe, por seu afeto em tantos momentos, em especial nos de quarentena.

À capoeira, que me ensinou a alegria que é gingar em todos os aspectos da vida, além de ter me dado amigos tão queridos. Ao mestre Ferradura por me ensinar muito sobre cultura brasileira, sobre coletividade e por sua querida amizade.

Ao amigo João Freitas, por seu olhar atento e carinhoso para a revisão da escrita final.

Aos meus amigos caninos Maggie e Luigi, sempre amáveis e companheiros.

À Deus, que creio livre e incondicionalmente, por me dar força e sabedoria para enfrentar tamanho desafio.

Apesar de não considerar suficientes essas páginas para expressar tudo o que sinto por seres e instituições tão especiais, agradeço profundamente a todos que fizeram mais doce essa trajetória. Encontro forças e esperanças no futuro por essa coletividade tão potente.

Longa história

Trazemos mulheres de outros tempos na fala

Uma intrépida dicção nos afaga

Há mais nós do que solturas

Em nossa conexão afiada

Pensou que estivéssemos mortas?

As nossas histórias são nítidas

Ainda que subestimadas

Vivemos na combalida

Memória de luta

Das nossas antepassadas

Nossa feitiçaria é sagrada

Mandinga boa é aquela que vinga

Nos recusamos a abolir a raiva!

Seremos as loucas

Fortemente armadas

E amadas

Pelas outras tantas

Que se sentirão chamadas...

Vamos recomeçar a estrada

Voltar ao centro da encruzilhada

Com pele de búfalo, espelhos e adagas!

Em nossos ventres

Há mais vontade do que medo

E nem poderia ser diferente

Nossa responsabilidade é arar a terra

E espalhar as sementes

Somos fêmeas matriz

Cheias de garras, gritos e dentes!

Dandara Suburbana

RESUMO

SILVA, Thaís Costa da. Viagens como meio de comunicação política: mediações tecnológicas e discursos identitários em redes de hospedagem colaborativa para mulheres. 2021. 188f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

Em face à complexidade e emergência do fenômeno colaborativo e da ascensão de uma plataforma da cultura, esta tese investiga como as viagens e a colaboração podem se constituir como agentes indutores do exercício da afirmação de identidades e posicionamentos políticos, a partir das atividades que se estabelecem nas plataformas digitais em redes de hospedagem colaborativa para mulheres. A formação de redes de apoio é uma das muitas movimentações pelas quais o feminismo vem se fortalecendo, em torno de diversas práticas, como a das viagens. Interloquções como as que ocorrem em grupos de partilha de hospedagem domiciliar. A partir das interações *online*, elas pedem e oferecem um lugar para dormir. Um sofá, um *couch*, onde se estabelecem vínculos e relações sociais. Os fluxos globais e informatizados concernentes à sociedade contemporânea possibilitam mobilidades em diversos âmbitos e dimensões. Não obstante, salientam desigualdades e conflitos que podem ter relações com a orientação sexual, o gênero e/ou a etnia das pessoas, implicando em vantagens ou desvantagens neste contexto. Lógicas dominantes de poder determinam quem, quando, onde e como pode se mover. No caso das mulheres que compartilham hospedagem, esse acolhimento inclui relações de identificação e ativismo por meio da reciprocidade. E fazem frente a algumas dificuldades encontradas na busca pelas viagens, como os gastos com hospedagem e os medos em estabelecer esse tipo de interação com homens. Formam-se, então, grupos plurais e politizados, em que condições étnico-raciais também suscitam divergências. Essas imbricações se realizam em um cenário de crescente diversidade de práticas turísticas associadas ao capitalismo informacional vigente. O ideal colaborativo, assim, preconiza o compartilhamento e as relações *peer-to-peer*, entre pares, a partir de estruturas de redes mais descentralizadas e é buscado, principalmente, por aqueles que priorizam o compartilhamento e as interações sociais. Dentre as iniciativas voltadas para a hospedagem colaborativa, o sucesso de plataformas como a *Couchsurfing* e a *Airbnb*, veio atrelado a problemáticas, causando um distanciamento do ideal inclusivo que o termo colaborativo inicialmente supõe, tendo em vista casos noticiados de discriminação étnica, de gênero ou orientação sexual. A investigação se desenvolve a partir de um levantamento bibliográfico, sobretudo acerca das relações identitárias e de gênero, da economia colaborativa, da mediação e das redes digitais. Faz-se um paralelo com a teoria da dádiva de Mauss (2015), para refletir sobre as relações de trocas contemporâneas e toma como base a ideia de Sociedade da Plataforma, desenvolvida por Van Dick, Poell e De Waal (2018) para analisar as modulações das tecnologias nas práticas turísticas. Também se vale de um trabalho empírico envolvendo a etnografia nos grupos *Couchsurfing das Pretas*, *Couchsurfing das Minas e Trans #ELENÃO* e *Couchsurfing das Minas na Europa*, todos hospedados na mídia social *Facebook*. Busca-se compreender os usos das plataformas, seus processos, interações e apropriações a partir de uma participação ativa nesses ambientes virtuais, aliada à realização de entrevistas em profundidade com treze interlocutoras e a “experiência *couchsurfing*” vivida pela autora. A pesquisa, assim, busca compreender as dinâmicas existentes nessas relações colaborativas entre mulheres, mediadas por plataformas digitais. Mas também incide reflexões mais amplas com movimentos sociais em torno da economia colaborativa, do turismo e das mídias.

Palavras-Chave: Sociedade da Plataforma. Hospedagem Colaborativa. Feminismo Inteseccional. Mobilidades turísticas

ABSTRACT

SILVA, Thaís Costa da. Travel as a political means of communication: Technological mediations and identity discourses in collaborative hosting networks for women. 2021. 188f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

In view of the complexity and emergence of the collaborative phenomenon and the rise of a platform culture, this thesis investigates how travel and collaborative practices can be constituted as inducing agents for the exercise of asserting political identities and positions, based on activities that take place on the digital platforms on collaborative hosting networks for women. The formation of support networks is one of the many movements by which feminism has been strengthening, among various practices, such as travel. Interlocutions such as those that occur in home hosting sharing groups. In online interactions, they ask for and offer a place to sleep. A sofa where bonds and social relationships are sewn together. The global and computerized flows concerning contemporary society enable mobility in different areas and dimensions. Nevertheless, they highlight inequalities and conflicts that may be related to people's sexual orientation, gender and/or ethnicity, implying advantages or disadvantages in this context. Dominant power logic determines who, when, where and how can move. In the case of women who share accommodation, this embrace includes identification relations and activism through reciprocity, that face some difficulties encountered in the search for travel, such as spending on accommodation and fears of establishing this type of interaction with men. Plural and politicized groups are formed, in which ethnic-racial conditions also give rise to divergences. These imbrications take place in a scenario of increasing diversity of tourist practices associated with the current informational capitalism. The collaborative ideal, therefore, advocates sharing and peer-to-peer relationships, based on more decentralized network structures and is sought, mainly, by those who prioritize sharing and social interactions. Among the initiatives aimed at collaborative hosting, the success of platforms such as Couchsurfing and Airbnb have been linked to problems, causing a departure from the inclusive ideal that the term collaborative initially supposes, in view of reported cases of ethnic, gender or sexual orientation discrimination. The investigation is based on a bibliographic research, especially on gender relations, collaborative economics, mediatization and digital networks. A parallel is made with Mauss' theory of gift (2015), to reflect on contemporary exchange relations and is based on the idea of Platform Society, developed by Van Dick, Poell and De Waal (2018) to analyze the modulations of technologies in tourist practices. It also uses empirical work involving an ethnography in the groups *Couchsurfing das Pretas*, *Couchsurfing das Minas e Trans #ELENÃO* and *Couchsurfing das Minas na Europa*, all hosted on the social media Facebook. It aims to understand the platforms uses, their processes, interactions and appropriations based on an active participation in these virtual environments, combined with conducting in-depth interviews with thirteen interlocutors and the “couchsurfing experience” by the author. The research, therefore, seeks to understand the dynamics existing in these collaborative relationships between women, mediated by digital platforms. But it also focuses on broader reflections with social movements around the collaborative economy, tourism and media.

Keywords: Platform Society. Collaborative Hosting. Interseccional Feminism. Touristic mobilities.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1 - <i>Couch das minas e trans #Elenão</i>	133
Figura 2 - <i>Couchsurfing das Pretas</i>	133
Figura 3 - <i>Couchsurfing das minas na Europa</i>	144
Figura 4 - Publicação de Esther Vieira, no grupo <i>Couchsurfing das minas e trans #Elenão</i>	656
Figura 5 - Emissão e recepção de turistas no Brasil por regiões	69
Figura 6 - Depoimento marcado com a <i>#airbnbwhileblack</i> no Twitter.....	723
Figura 7 - Relação viagem e consumo.....	834
Figura 8 - Consumo de experiência	834
Figura 9 - Diferenciações entre Turista e Viajante.....	857
Figura 10 - Anúncio de trabalho voluntário	922
Figura 11 - Publicação de resposta da empresa <i>Camping & Hostel do Encontro</i>	933
Figura 12 - Proposta de trabalho discutida na rede	934
Figura 13 - Alerta de assédio	1100
Figura 14 - Pedido de ajuda urgente.....	1177
Figura 15 - Captura pela moderação do grupo de mensagem de denúncia de racismo anteriormente apagada	1233
Figura 16 - Depoimento de Nathália Braga publicado no grupo - a foto não foi divulgada para preservar a imagem das participantes	1322
Figura 17 - Solicitação de <i>couch</i> no Rio de Janeiro	1355
Figura 18 - Oferecimento de couchsurfing com restrições.....	1400
Figura 19 - Pedido de couchsurfing com posicionamento político	1411
Figura 20 - Publicação de pedido de amizade na França	1444
Figura 21- Apelo ao espírito <i>couchsurfing</i>	1511
Figura 22 - Viagens Afrocentradas.....	1644
Figura 23 - Novas regras no CS das Pretas devido à pandemia	1734

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO - ENTRE PESSOAS, PALAVRAS E PLATAFORMAS	11
1	A PLATAFORMIZAÇÃO DA CULTURA E A COLABORAÇÃO	27
1.1	As ‘novas economias’ no capitalismo informacional	29
1.2	Consumindo na Sociedade da Plataforma	40
2	TRAJETÓRIAS DO TURISMO E A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS	48
2.1	Do turismo industrial ao das redes online	49
2.2	Redes de hospedagem colaborativa em perspectiva	58
2.3	(I)mobilidades e a colaboração nas viagens	67
3	MODULAÇÕES DO CONSUMO NOS SUJEITOS VIAJANTES	77
3.1	A valorização das experiências e o consumo de estilos de vida	78
3.2	Aliando viagens e trabalho	88
4	TURISMO COMO EXERCÍCIO DE AFIRMAÇÃO IDENTITÁRIA E O ELOGIO À RECIPROCIDADE	102
4.1	Construindo um capital de rede.....	103
4.2	<i>Couch das minas e trans #ELENÃO</i> : Conexões para além do binarismo.....	111
4.3	<i>Couchsurfing das Pretas</i> : Feminismo e afirmação étnica.....	124
4.4	<i>Couchsurfing das minas na Europa</i> : a construção de uma rede de apoio	137
5	PROCESSOS MEDIATIZADOS: ENTRE DISCURSOS ONLINE E PRÁTICAS TURÍSTICAS	148
5.1	A mediação do “espírito <i>couchsurfing</i> ”	149
5.2	Apropriação de territórios a partir de olhares femininos	158
5.3	Novos ordenamentos em um contexto pandêmico.....	168
	CONSIDERAÇÕES FINAIS - FLUXOS EMERGENTES E POTENTES	175
	REFERÊNCIAS	179

INTRODUÇÃO - ENTRE PESSOAS, PALAVRAS E PLATAFORMAS

Eu não estou mais aceitando as coisas que eu não posso mudar. Estou mudando as coisas que eu não posso aceitar.

Angela Davis

Quando as primeiras plataformas que envolviam a partilha de hospedagem foram criadas, na década de 90, a internet ainda era uma novidade para muitos e um ambiente pouco explorado. Em um cenário incerto, porém com muitas possibilidades de atuação, sites como *Home Exchange*, *HomeLink*, *LGHEI*, *WWOOF* e *Hospitality Club* se formavam e ganhavam aos poucos visibilidade na web.

A oportunidade de trocar de casa com um desconhecido, de trabalhar em uma fazenda em troca de hospedagem ou de simplesmente ser recebido por alguém em sua residência para trocar experiências e culturas parecia mesmo uma ideia muito atraente. Tanto que seus adeptos se multiplicaram exponencialmente em poucas décadas, em geral, aqueles que se identificavam com um estilo de vida colaborativo, fenômeno cada vez mais em ascensão.

Meu olhar ficou mais atento concomitantemente ao meu percurso como pesquisadora de redes digitais, sobretudo em relação ao rápido crescimento das plataformas e a algumas mudanças nas interações que vinha percebendo de longe. Em 2013, criei um perfil e ingressei na plataforma *Couchsurfing.org* tentando descobrir mais sobre ela. Os anos se passaram e eu nunca cheguei a me hospedar na casa de ninguém e tampouco ofereci a minha. A desconfiança e o zelo com a privacidade me distanciaram desse movimento, apesar de nunca ter excluído o perfil e de já ter querido participar de alguns encontros promovidos por membros da rede.

Ao me debruçar sobre o tema, uma das primeiras ações tomadas foi a de conversar com Miguel¹, que me ajudou a entender melhor algumas transformações ocorridas nesses ambientes online. Ele é paulista e mora em Aracaju. Participa da rede *Couchsurfing.org* anteriormente à sua transformação em uma *B-corporation*² e colaborou ativamente no desenvolvimento da plataforma, junto com outros usuários, de modo voluntário.

¹ Entrevista realizada em 04 de julho de 2016, por videoconferência. Os nomes dos entrevistados foram alterados a fim de preservar a privacidade deles.

² Benefit Corporations são empresas que buscam resolver problemas ambientais e sociais. Trata-se de uma tipologia certificada pela B-Lab, organização que intenta contribuir para a construção de uma nova legislação nos EUA que situa as B-Corps entre as organizações sem fins lucrativos e as empresas lucrativas.

Dessa conversa, pude apreender que os valores da plataforma já não eram mais os mesmos que na época de seu lançamento. Vi que o chamado “espírito *Couchsurfing*” incluía uma série de comportamentos esperados pela comunidade e que havia outras plataformas colaborativas surgindo, inspiradas nessa concepção de viagem com maior autonomia. E, principalmente, percebi um estilo de vida sendo compartilhado e estimulado por esses diferentes grupos.

A partir de então me foi despertado o interesse em identificar quais plataformas eram essas e como elas se relacionavam e se distribuíam mundialmente. Deparei-me com uma imensidão de segmentos, interesses e funcionalidades de redes muito diferentes entre si, porém com um ideal coletivo convergente, que seria uma busca de satisfação de interesses em comum de forma compartilhada. Esse mapeamento inicial me levou ao nicho de mulheres, que por sua vez, também se subsegmenta. A quantificação desses dados, contudo, não se mostra suficiente para se pensar sobre os usos possíveis dessas plataformas, sobre as formas de consumo turístico que se desdobram. Foi preciso um olhar mais humanizado, que pudesse atentar às forças que podem ser opressivas, sem deixar de se envolver empaticamente às pessoas, respeitando suas experiências como autênticas (MILLER, 2018).

Dentre tantas organizações em rede em torno da hospedagem colaborativa – previamente identificadas e mapeadas para o entendimento deste campo de pesquisa – o segmento de mulheres se sobressaiu pelo grande número de grupos do tipo criados nos últimos anos, por se subdividir em redes ainda mais específicas e pelo caráter solidário e dadivoso de grande parte deles, sem trocas monetárias prescritas. Eles estão muito ancorados em princípios ligados aos prósperos movimentos feminista e negro. E é no Facebook, mídia social muito popular no Brasil, que muitos desses grupos surgem, se mantêm e se expandem.

Para uma observação mais apurada, selecionei três deles: a) *Couch das Minas e Trans #Elenão*; b) *Couchsurfing das Pretas*; e c) *Couchsurfing das Minas na Europa*. Todos esses se inspiram e são baseados em ideais da plataforma *Couchsurfing.org*, não possuem fins lucrativos e mantêm um alto nível de atividade, como publicações frequentes, grande quantidade de membros e diferentes abordagens em torno das viagens e narrativas. Muitas das participantes, que são em sua grande maioria mulheres intelectualizadas jovens de 20 a 38 anos, se incluem em mais de um desses grupos, reforçando as conexões existentes entre eles.

O *Couch das Minas e trans #Elenão* [Figura 1] é o mais povoado, com mais de 41.700 membros e mantém atividade desde 06 de outubro de 2014. Sustenta um discurso voltado para a inclusão de pessoas cis e transgênero, além de defender valores políticos identificados com a esquerda. O *Couchsurfing das Pretas* [Figura 2] tem mais de 2.300 membros e foi criado em

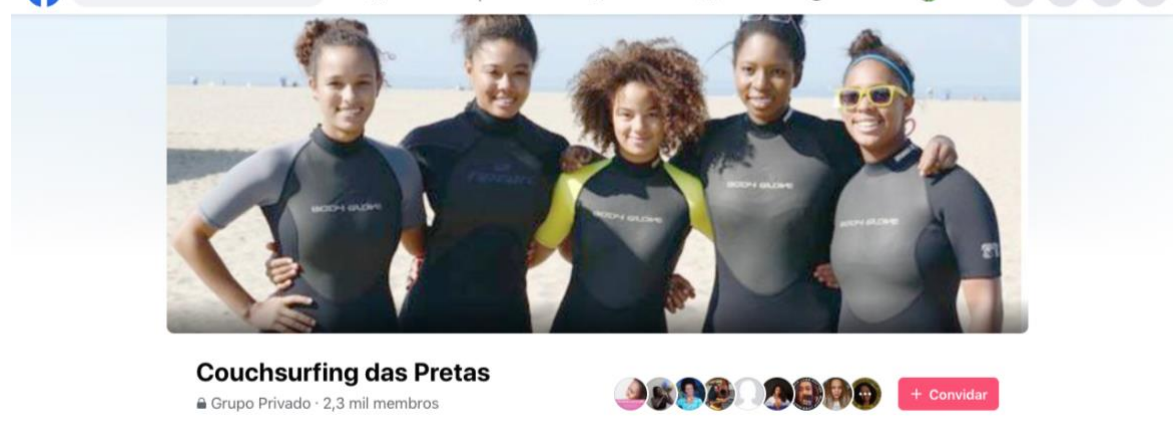
maio de 2015. É focado em mulheres pretas e defende a valorização da cultura afro-diaspórica. O *Couchsurfing das Minas da Europa* [Figura 3] surgiu em 03 de fevereiro de 2016 e abriga mais de 13.200 membros³. É dirigido para trocas no continente europeu.

Figura 1 - Couch das minas e trans #Elenão



Fonte: Captura de tela do grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, do Facebook

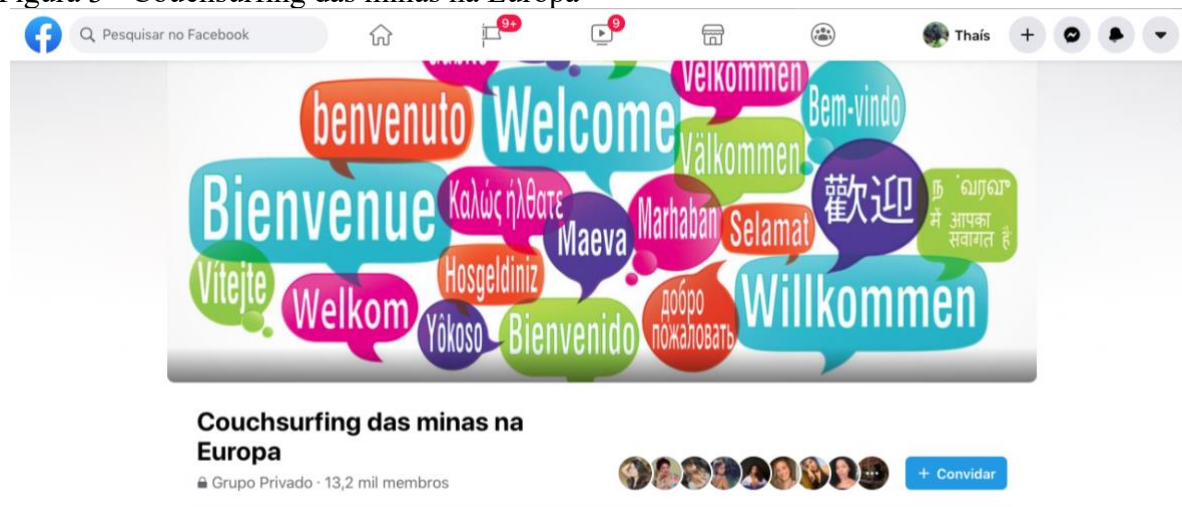
Figura 2 - *Couchsurfing das Pretas*



Fonte: Captura de tela do grupo *Couchsurfing das pretas*, do Facebook

³ Os quantitativos de membros foram aferidos em 10 de dezembro de 2020.

Figura 3 - Couchsurfing das minas na Europa



Fonte: Captura de tela do grupo Couchsurfing das minas na Europa, do Facebook

Os grupos se inter-relacionam e, apesar das semelhanças, têm particularidades que só puderam ser entendidas por meio de um olhar mais atento e de um lugar bastante próximo. A escolha dessas redes foi basilar para investigar diferentes vieses do feminismo e como eles incidem nestas práticas de partilha de hospedagem. Assim, optei por não somente circular entre elas, mas com elas. Tornei-me membro das três redes durante esse período e experimentei essa mobilidade viajando, migrando e acompanhando suas transformações narrativas e ideológicas, a fim de exercitar uma “vida móvel” também como método de pesquisa (ELLIOT, URRY, 2010).

Essa qualidade fluida concernente às mulheres que participam das redes pesquisadas é analisada a partir do que foi cunhado como o “paradigma das novas mobilidades” (cf. SELLER; URRY, 2006). O olhar abrangente dos autores sobre as mobilidades as subdivide em cinco tipos interdependentes, que são: as viagens corpóreas de pessoas; o movimento físico dos objetos; a viagem imaginativa a partir de imagens; a viagem virtual; e a viagem comunicativa. Neste cenário se desenvolve a vida em movimento, especialmente com o usufruto de dispositivos tecnológicos de comunicação e informação portáteis.

Decerto que as trocas de objetos, ideias, serviços e culturas não se iniciaram com a internet. Tampouco é o caso do setor de viagens. Práticas análogas já existiam em séculos anteriores, mas trazem como novidade nas últimas três décadas o aporte das tecnologias de comunicação e informação, que contribuíram para uma mudança de comportamentos e culturas em diversos âmbitos.

A ascensão de uma “Sociedade em Rede”, que Castells (1999) atribui à organização contemporânea do capitalismo informacional, é marcada então pelos significativos efeitos que

as tecnologias incidem em nossas práticas culturais, econômicas e ambientais. Ampliando e facilitando negociações transnacionais, horizontalização de estruturas e flexibilização de relações de trabalho, por exemplo. Sendo as tecnologias também influenciadas pelos múltiplos e constantes agenciamentos dos diferentes atores sociais.

Nesse contexto, as práticas colaborativas que já eram tão acessadas por sociedades das mais diferentes realidades, vão ganhando novos formatos e dimensões. Elas estão ancoradas em iniciativas que incluem relações de trocas, com ou sem valores monetários envolvidos. Assumem papel importante frente à cultura do hiperconsumo e se fazem necessárias à utilização mais racional dos recursos escassos (FOURNIER, 1998). São movimentos que interferem tanto nas relações sociais, que tendem a ser mais dialógicas e horizontalizadas, quanto nos modos de produção, distribuição e consumo de bens e serviços.

Dentre muitas bandeiras, como a da inovação, do compartilhamento, da circulação, da confiança e da cooperação, a economia colaborativa tem se intensificado internacionalmente também no ambiente de negócios. O termo propõe o desenvolvimento de relações coletivas, a fim de explorar melhor os recursos disponíveis. Dados do relatório da empresa de pesquisa PwC de 2016 estimam que cinco setores-chave da economia colaborativa (hospedagem, transporte, serviços domésticos sob demanda, serviços de consultoria por demanda e finanças colaborativas) geraram receitas de aproximadamente 4 bilhões de euros e facilitaram vinte e 8 bilhões de euros em transações na Europa em 2015. O estudo ainda indica que o crescimento em receitas e valores de transação acelerou desde 2013, em um ritmo que tem superado as expectativas em relação ao estudo global de 2014.

Os altos índices financeiros apresentados por empresas de viés colaborativo evidenciaram seu rápido crescimento e a forte relação com o desenvolvimento tecnológico. Em especial, a uma próspera cultura da conectividade (VAN DIJCK, 2013), que pode ser entendida como uma substancial participação das plataformas de mídias sociais em nossas vidas. São ferramentas que criam conexões a partir do compartilhamento de expressivo conteúdo comunicativo e que nos levam até mesmo a uma dependência imaginada delas em diversos âmbitos.

Seja para compartilhar momentos e experiências com os amigos, vender ou comprar produtos e serviços, encontrar um par amoroso ou planejar uma viagem, as plataformas se inserem massivamente em nosso cotidiano. De tal forma que Van Dijck, Poell e De Waal (2018) referenciam essa cultura constituinte de uma “Sociedade da Plataforma”, salientando esses suportes comunicacionais como produtores do social, em razão de suas relações intrínsecas às estruturas societais.

E neste espectro, prevalecem as dimensões tecnopolíticas das mídias sociais e plataformas que afetam diversos setores, como educação, saúde e transporte (D'ANDREA, 2020) e que incluem disputas por interesses distintos. Dinâmicas que incidem também no turismo por toda sua complexidade social, econômica e ambiental. E nesse “assimétrico jogo de poder, os usuários e as materialidades se constituem mutuamente” (D'ANDREA, 2020, p.15).

O que implica dizer que, embora os ordenamentos da lógica do capital e das estruturas tecnológicas imponham determinadas ações e comportamentos, os agenciamentos de pessoas, coletivos e instituições contribuem para transformar constantemente os modos de vida e organização social. As concentrações de poder e capital, por um lado, podem resultar em um desigual acesso a informações, bens de consumo e mobilidades. Mas, por outro, a tessitura social também manifesta brechas para que processos criativos coletivos elaborem novos e expressivos usos dessas mesmas ferramentas tecnológicas.

A ascensão da plataforma de hospedagem *Airbnb*, como exemplo, impulsionou grandes mudanças nas práticas turísticas. Reconhecida no mercado como colaborativa em razão de suas negociações *peer-to-peer* (entre pares), a empresa contribuiu para o desenvolvimento do turismo em diversos países, ao oferecer a oportunidade de locação de residências ou parte delas por temporada, com valores muitas vezes menores que os praticados por hotéis e pousadas. Com o slogan “Sinta-se como vivesse lá”, é considerado o maior fornecedor de acomodação do mundo, por seus mais de 3 milhões de anúncios, de acordo com estudo da empresa de pesquisa estadunidense *Smith Travel Research* - STR, em 2017⁴. Apesar dessa prática já existir por meio de outras plataformas mais antigas e até mesmo antes do surgimento da internet, a *Airbnb* se destaca como uma das grandes empresas do segmento de viagens, mesmo sem ter a propriedade dos apartamentos que aluga.

Todavia, há efeitos bastante negativos que se sobressaem nessas práticas. A intensificação da atividade turística em Barcelona, assim como em muitos outros lugares do mundo, tem provocado repulsa nos habitantes da cidade. E os negócios realizados pela *Airbnb* contribuem significativamente para essa querela. Sua popularidade é tão grande que, em 2016, a empresa ofereceu mais de 20.000 anúncios de hospedagem na cidade espanhola, muitos deles ilegais, segundo reportagem veiculada no jornal *El País* em 20 de julho de 2017. A prefeitura

⁴ Folha. Ocupação hoteleira segue em alta. Disponível em: <https://estudio.folha.uol.com.br/airbnb/2017/04/1876023-nos-eua-e-outros-seis-paises-plataforma-airbnb-nao-mudou-demanda-por-hoteis.shtml>. Acesso em: 11 de junho de 2021.

da cidade chegou a multar a empresa por manter negociações de acomodações sem licença turística, gerando grande repercussão na mídia e posterior retirada de tais anúncios. A grande demanda, no entanto, despertou o interesse de empresários que priorizaram esse tipo de negociação à locação para moradores, resultando em aumento no valor dos aluguéis e na consequente migração dos barceloneses para outras cidades devido à especulação imobiliária.

Há, ainda, casos de recusa de hóspedes por alguns anfitriões que foram relacionadas ao racismo. Eles foram tão emblemáticos que a empresa precisou se retratar publicamente e alterar suas políticas de uso, como anunciado no jornal O Globo, em 08 de setembro de 2016. Muito dessa hostilidade, especialmente sofrida por negros e asiáticos, impulsionou a criação de outras plataformas de hospedagem colaborativa que pregam a tolerância às diferenças e à diversidade de culturas e etnias, como a intitulada *Innclusive* e a brasileira *Diaspora.black*. E assim, diversos movimentos de criação e transformação das plataformas de hospedagem colaborativa têm ocorrido como resposta a esse tipo de situação que abrange aspectos sociais, políticos, culturais, econômicos e ambientais.

Anteriormente aos casos em que a *Airbnb* se envolveu, transformações na plataforma de hospedagem *Couchsurfing* também geraram movimentos nesse sentido, como Miguel inicialmente me atentou. Seu rápido crescimento influenciou as relações entre seus integrantes e motivou a criação de outras ferramentas para suprir demandas que não estavam sendo mais atendidas. O alto e crescente número de participantes, influenciados pelos novos procedimentos de marketing da organização, a mudança para o tipo de empresa *B-corp* e a cobrança de alguns serviços teriam capturado certa aura dessa comunidade, que muitos participantes intitulam de “espírito CS”, provocando uma abordagem mais comercial do site dedicado a trocas de hospedagem não monetárias.

O “espírito CS” é comumente mencionado em publicações de usuários mais antigos da plataforma. Ele pode ser entendido como uma proposta em que os viajantes, ao “surfarem” no sofá alheio, estejam interessados em trocar com seus anfitriões. Que sejam pessoas que não se importem em dormir no sofá, recebidas por hospedeiros que não se incomodem em ter um “estranho” na sala. Estranhamento inicial que se converteria em uma relação mais próxima a partir dessas interações. O processo de familiarização, iniciado com a comunicação pela plataforma, é concretizado no momento da hospedagem. E nesse pensamento, hóspedes e hospedeiros também podem oferecer companhia para um passeio ou um jantar, por exemplo.

Com o marketing mais intenso dos últimos anos do *Couchsurfing*, houve uma inflação no número de usuários interessados essencialmente em economizar e praticar o mesmo tipo de turismo mais tradicional. Esses foram os argumentos dados por diversos usuários que

debateram em fóruns de discussões e organizaram uma petição online em 09 de setembro de 2012 no site Avaaz.org para demandar mudanças nos termos de uso e privacidade, assim como os procedimentos que se tornaram menos participativos. Paralelamente a este caso, a criação do grupo *Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO*, no Facebook, foi motivada por uma eventual demanda por alternativas mais seguras para mulheres, preocupadas com o aumento de usuários com propósitos desviantes que utilizam o *Couchsurfing* e outras plataformas do tipo.

Esses movimentos são indicativos das modulações que ocorrem nas práticas turísticas nesse cenário colaborativo e altamente conectado. Além de se destacar em sua dimensão social, o turismo também apresenta relevantes e crescentes índices econômicos mundialmente, como apontado rotineiramente pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Posicionamento que colabora para a proliferação de práticas de consumo de acordo com as novas demandas e configurações do mercado.

O chamado turismo colaborativo vem então crescendo e é buscado por turistas que desejam não somente diminuir os custos de suas viagens, como também vivenciar experiências distintas por meio da acolhida pelos anfitriões em suas casas, dos passeios realizados em conjunto pelas cidades ou pelos deslocamentos coletivos viabilizados por caronas, por exemplo.

Em busca de experiências autênticas, os consumidores, ou melhor, os indivíduos, constroem uma *demand-driven* ou demanda impulsionada e passam a organizar-se em redes nas quais criam e recriam valor a partir das interações sociais e necessidades não atendidas. (MATOS; BARBOSA, MATOS, 2016, p.226)

A segmentação do turismo é uma das tendências que se fortalece neste cenário colaborativo e de plataformização da cultura (VAN DIJCK; POELL, DE WAAL, 2018). A divisão da oferta e demanda turística em nichos é uma resposta à diversidade de possibilidades que se delineiam. E dentre essas divisões está o turismo de experiência, galgado na superação de modelos estereotipados e convencionais de viagens, como Netto e Gaeta (2010) defendem.

Muitos dos usuários dessas plataformas colaborativas, desse modo, buscam uma nova forma de viajar, distanciando-se dos roteiros pré-estabelecidos por agências e operadoras de viagens e demonstrando motivações pela descoberta, por experiências singulares e por relações menos superficiais com a população do destino. Práticas que se inserem em um movimento que Pine II e Gilmore (2000) se referem como economia da experiência, em que empresas principalmente do setor de entretenimento se valem da mercantilização de sensações inesquecíveis e pessoais.

As experiências movem as relações colaborativas e estabelecem um diálogo entre os ideais de hospitalidade e os princípios da dádiva, explicitada por Mauss (2015) quando investigou os sistemas de trocas entre tribos polinésias. Os preceitos dessas práticas se baseiam

no ciclo de interações dar-receber-retribuir, entendido como o fundamento de qualquer sociedade, ainda que haja muitas rupturas e descontinuidades neste ciclo.

Oferecer sua residência a um desconhecido e se hospedar na moradia de um estranho, com ou sem nenhuma troca monetária é um exemplo, dentre muitos, de como essas interlocuções acontecem. Aliados a esta teoria, os processos colaborativos vêm se fortalecendo exponencialmente, balizados no desejo de intensificar uma relação dialógica entre visitantes e visitados, de produzir e consumir de modo compartilhado e sustentável. Estes casos, contudo, se distanciam dos modelos de mercado mencionados, relacionando-se mais com os grupos de trocas solidárias que se colocam como alternativa aos serviços pagos.

É neste âmbito que mais se evidencia o caráter político do movimento, no sentido de pensar a retribuição como ato de reparação social e afirmação identitária. As tantas limitações e dissonâncias expostas em plataformas colaborativas implicaram na organização de movimentos que criaram grupos de mulheres não somente para reunir perfis semelhantes de viajantes e atender demandas do mercado, mas para agir em prol de ideologias políticas em torno das viagens.

As dinâmicas de usos e organizações das redes colaborativas evidenciam uma multiplicidade de demandas de consumo baseadas em perfis variados de viajantes, assim como limitações e especificidades nas plataformas, tanto no que diz respeito aos seus aspectos técnicos quanto a seus valores. Especificamente no contexto das relações de gênero, é notável a mobilização de mulheres, a princípio, desconhecidas que, por viverem situações semelhantes, se identificam.

Várias são as indagações sobre estas dinâmicas que se interconectam com outras questões mais abrangentes, como a ascensão do feminismo, do movimento negro e a lógica do capitalismo informacional. A tese, assim, se volta para uma investigação sobre como o turismo na contemporaneidade, modulado pelas plataformas de comunicação e pelo movimento colaborativo, permite o exercício da afirmação de identidades, ideologias e posicionamentos políticos. A questão permite reinscrever o turismo como prática comunicacional na contemporaneidade por meio de outros valores e significações. Para tanto, a pesquisa se dedica a analisar três redes de hospedagem colaborativa no intuito de verificar de que forma elas evidenciam os comportamentos identitários e políticos das mulheres em suas práticas de viagem.

Como objetivos específicos, são analisadas as motivações para a criação, adesão e manutenção de grupos específicos para mulheres, a partir de suas características, do estilo de vida reproduzido e suas aspirações quanto às práticas de viagem. São investigadas também as

regras de utilização, as publicações e os comentários dos três grupos hospedados na plataforma Facebook: o *Couchsurfing das minas e trans #Elenão*, o *Couchsurfing das Pretas* e o *Couchsurfing das minas na Europa*, a fim de averiguar os modos de consumo em viagem e suas relações com seus posicionamentos políticos e identitários. Por último, são identificadas as ferramentas disponíveis para uso dessas plataformas, para entender de que modo elas podem incidir nas interlocuções que se estabelecem nos grupos.

Quando decidi me dedicar a essas redes de mulheres, esbocei uma metodologia focando nesse tipo de troca específica – a de hospedagem – visto que é a principal bandeira levantada por elas. Inclusive, estando no nome dos três grupos que escolhi pesquisar. Contudo, como caminho natural de pesquisa que resvala em uma realidade não linear e multifacetada, esses primeiros traçados precisaram se redefinir continuamente até o momento de finalização da escrita.

Considerando o caráter móvel das interlocutoras e a situação pandêmica que atravessa esta investigação, foi necessário entender como as interações se transformavam ao longo do tempo e como meu posicionamento como pesquisadora deveria acompanhar essas mudanças. Dentre os variados fenômenos não esperados, internos e especialmente externos ao grupo, pude compreender que a partilha de hospedagem é somente um estopim para sociabilidades muito complexas e que incluem motivações e percepções outras.

Buscando compreender essas indagações e atender aos objetivos traçados, a pesquisa segue uma abordagem qualitativa, a partir da descrição, interpretação e análise dos dados teóricos e empíricos obtidos ao longo dos quatro anos de investigação. A fase inicial da pesquisa contemplou uma análise bibliográfica, na qual reflexões acerca de diferentes temas correlatos aos das plataformas de hospedagem colaborativa, como o das mobilidades, redes, midiatização e compartilhamento foram confrontados e discutidos. Não obstante, dada a associação direta à temática feminista, torna-se imprescindível constituir uma base teórica que abarque também os estudos de gênero e suas interseccionalidades, assim como suas relações com as novas tecnologias de comunicação e informação.

A pesquisa se respaldará, especialmente, nos estudos de Bauwens, Kostakis, Botsman, Rogers e Gansky a respeito dos delineamentos da economia colaborativa, seus paradoxos e consequências. Miller, e Barbosa trazem apontamentos importantes acerca das práticas de consumo que tanto dialogam com estilos de vida e identidades. O estudo também reflete sobre as formas alternativas de viajar, sobre o paradigma das novas mobilidades e os métodos móveis de Elliot, Urry, Sheller, Buscher e Veloso. Sodré, Fausto Neto e Verón iluminam os pensamentos acerca das midiatizações, enquanto D’Andrea e Van Dijck explicitam o contexto

tecnopolítico em que as plataformas se inserem. Butler, Preciado e Federici trazem contribuições no que tange as relações de gênero e identidade. Ribeiro, Mbembe e Gonzalez colaboram para uma análise sobre as questões étnicas que interseccionam a pesquisa.

A reflexão teórica é seguida por um trabalho etnográfico nos grupos *Couchsurfing das Minas e Trans #Ele não, Couchsurfing das Pretas e Couchsurfing das minas na Europa*. Considerando o caráter móvel do *corpus* da pesquisa, os métodos adotados para compreender as dinâmicas desses grupos buscam acompanhar os deslocamentos constantes tanto das pessoas, como também de palavras e objetos. Os “métodos móveis” (BUSCHER; VELOSO, 2018) focam então no movimento concernente ao universo pesquisado e se valem de técnicas de acompanhamento e documentação desses processos.

A etnografia me pareceu o meio mais adequado para adentrar nesses espaços, para a análise de pormenores identificados com a imersão no campo juntamente com as reflexões teóricas. Considerando que esta

não é apenas uma metodologia, é uma experiência vivida. Uma referência teórica não apenas informa a pesquisa, mas é o par inseparável da etnografia. É o diálogo íntimo entre ambas, teoria e etnografia, que cria as condições indispensáveis para a renovação e sofisticação da disciplina - a “eterna juventude” de que falou Weber (PEIRANO, 2008, p. 3).

Assim, o suporte teórico utilizado para analisar o fenômeno dialogou diretamente com o que fui vivenciando em campo durante esses quatro anos. E a etnografia se desenhou como “uma forma de ver e ouvir, uma maneira de interpretar, uma perspectiva analítica, a própria teoria em ação” (PEIRANO, 2008, p. 3). Os tipos de interações, as ferramentas utilizadas pelo grupo, as palavras comumente utilizadas e seus múltiplos significados, os comportamentos. Variadas ações foram alvo de observação e análise.

Em termos práticos, experimentei um olhar bastante atento às interações que se desenvolvem na plataforma e os elementos disponíveis nesses suportes. Publicações, ferramentas de busca e de segurança, tipos de dados visíveis aos participantes, narrativas. Realizei entrevistas em profundidade com treze membros, recolhendo depoimentos ímpares, tanto no formato online em videoconferência, quanto presencialmente. Participei ativamente na comunicação dos grupos, publicando pedidos de *couch* e dicas, além de também comentar em outras publicações. Atendi a um pedido de *couch* e recebi uma dessas mulheres em minha casa, no Rio de Janeiro, me envolvendo com todo o ritual de acolhimento pregado na rede. Os dados das entrevistadas seguem descritos na Tabela 1, a seguir:

Tabela 1: Descrição das entrevistadas

Tabela de descrição das entrevistadas				
Codinome	Idade	Data de realização da entrevista	Plataforma que utiliza	Descrição
Carolina Pinho	36	02 de fevereiro de 2018	Couchsurfing das pretas/Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO/Couchsurfing das minas na Europa	Mora em Campinas, é Doutora em educação e ativista do movimento negro.
Viviane	32	10 de julho de 2017	Couch das minas e trans #ELENÃO	Mora no Rio de Janeiro e é Mestra em sociologia
Roberta	27	10 de março de 2020	Couchsurfing das pretas/Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO	Mora em Florianópolis e é estudante de matemática.
Leila	29	25 de abril de 2020	Couch das minas e trans #ELENÃO	Mora no Rio de Janeiro e é jornalista
Vanessa	35	25 de abril de 2020	Couchsurfing das pretas/Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO	Mora no Rio de Janeiro e é servidora pública
Marta	33	13 de julho de 2017	Couch das minas e trans #ELENÃO	Mora no Rio de Janeiro, é designer e microempresária
Silvia	21	09 de maio de 2018	Couch das pretas	Mora no Rio de Janeiro e é jornalista
Joana	22	19 de março de 2020	Couch das pretas	Mora em São Paulo e é estudante de psicologia
Isabel	25	20 de junho de 2020	Couch das minas e trans #ELENÃO/Couchsurfing das minas Europa	Mora no Uruguai e é designer
Maria	27	07 de novembro de 2020	Couch das minas na Europa	Mora na França e é estudante de artes e conservação
Noah	28	21 de novembro de 2020	Couch das minas e trans #ELENÃO	Mora em Belo Horizonte e é estudante de ecologia
Beatriz	30	04 de dezembro de 2020	Couch das minas na Europa	Mora na Alemanha e é arquiteta
Diana	26	Várias interlocuções entre janeiro e abril de 2021	Couch das minas na Europa	Mora na França e é babá no programa Au Pair

Fonte 1: Elaboração própria

Também vivi durante seis meses como expatriada na Espanha, em ocasião do estágio doutoral na Universidad Complutense de Madrid, apoiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES. Experiência que me aproximou muito das tramas de grande parte das participantes do grupo *Couchsurfing das minas na Europa*, principalmente, compartilhando muitas das vibrações e angústias que é viver em outro país. O que me levou a um lugar de observação e análise dessas relações bastaste particular.

Essa gama de recursos metodológicos me possibilitou perceber o cenário constitutivo a uma “justaposição” de fenômenos, que a primeira instância se dão por separados. Três grupos que se interconectam, convívio *online* e *offline*, realidades sociais, culturais e econômicas distintas em estados e países variados. Olhando por diversos ângulos, reconhecendo o caráter multifacetado dessas redes e analisando essas interlocuções sob perspectivas distintas. “Na prática, o trabalho de campo multisituado se realiza invariavelmente com uma aguda

consciência de estar dentro da paisagem, e já que este muda entre lugares, a identidade do etnógrafo requer renegociação”⁵. (MARCUS, 2011, p.122)

Longe de apartar o físico e o digital, como se fossem ambientes totalmente distintos e delimitados, o percurso de pesquisa se figura em utilizar os mecanismos de observação e análise digitais para pensar a realidade social em questão, no que Miller (2018) intitula antropologia digital. É encontrar um balanço entre o *online* e o *offline*, que reflita na vida dos interlocutores e nas consequências que o uso dessas tecnologias pode trazer, dentro da metodologia antropológica. Entre as interações nas plataformas e as atitudes, comportamentos e consumo em viagens. Para dessa forma, deslocar a atenção voltada comumente aos avanços tecnológicos em si para as transformações que essas tecnologias podem causar nos comportamentos humanos e nas práticas sociais.

A maleabilidade e a contingência do fenômeno colaborativo, característico de uma sociedade complexa, são características que demandam práticas de acompanhamento e movimento em diferentes cenários, buscando entender as especificidades desses grupos e a forma como eles se situam nessa estrutura social. Neste, sentido vemos que “a pesquisa etnográfica detalhada, paciente, muito contribuiu para a falência de esquemas apriorísticos de interpretação das culturas humanas como variantes de um mesmo movimento universal” (VELHO; VIVEIROS DE CASTRO, 1978, p.3).

O entendimento de que as participantes desses grupos são não somente objeto de pesquisa, como também sujeitos ativos, convoca uma abordagem de co-criação neste estudo, de maneira que o material exposto aqui é resultado de práticas conjuntas, de interlocuções. É enfatizar a dimensão do encontro, seu caráter relacional característico de um trabalho etnográfico recíproco (DE ALMEIDA, EUGÊNIO, 2013). O que remete a uma maior aproximação entre pesquisador e pesquisado, ou até mesmo certo entrelaçamento dessas posições.

Foram as próprias interações, comportamentos e usos das plataformas pesquisadas que modularam a pesquisa e contribuíram para os traçados até mesmo do problema de pesquisa, dos objetivos e da metodologia aplicada. Além disso, as interlocutoras também indicavam outras mulheres para as entrevistas juntamente com enfoques de análise que eu, sozinha, não poderia desenvolver.

⁵ Tradução própria. “En la práctica, el trabajo de campo multilocal se realiza invariablemente con una aguda consciencia de estar dentro del paisaje, y ya que éste cambia entre lugares, la identidad del etnógrafo requiere ser renegociada” (MARCUS, 2011, p.122).

A compreensão do fenômeno incide, em especial, nas práticas midiáticas e seus usos. A necessidade de refletirmos sobre nossas sociedades complexas e o lugar de destaque dos meios de comunicação possibilitaram aos pesquisadores aproximações com pesquisas de cunho etnográfico, como Travancas (2014) sugere. E para acompanhar e refletir sobre o papel desses suportes midiáticos nas relações e comportamentos das viajantes, foi preciso captar suas especificidades.

A análise inclui as transformações até mesmo dos significados atribuídos às palavras comumente utilizadas nesses grupos, em especial a que dá nome a eles, *Couchsurfing*. Para isso, recorri à plataforma que influenciou a criação deles: a *Couchsurfing.org*. E tracei o caminho percorrido por essa palavra, com seus diferentes significados.

É irônico pensar, contudo, que uma pesquisa tão associada às mobilidades tenha sido acompanhada em parte em um período de mobilização física das pessoas muito restrita, em virtude da pandemia de coronavírus (COVID-19), que se alastrou pelo mundo no início de 2020, se estendendo por 2021. Sem poder sair de casa, ou da cidade, os deslocamentos dos que tinham condições para aderir ao isolamento social passaram a ser majoritariamente ou essencialmente no ambiente da internet e das ideias.

A situação exigiu maiores esforços e adaptações metodológicas para manter a aproximação com essas redes. Entender as alternativas encontradas pelas interlocutoras para manterem-se conectadas e móveis durante esse momento também compreende o escopo deste trabalho e sinaliza sobre as sociabilidades construídas diante das transformações pelas quais o mundo vem passando.

A imersão etnográfica engloba também a análise das materialidades das plataformas, mais especificamente do *Facebook*, que funciona como suporte para a interação dos três grupos pesquisados. Suas funcionalidades, características e regulamentos incidem sobre as possibilidades de interação e do estabelecimento de vínculos de confiança, por exemplo. O que salienta a necessidade de apuração dessas informações para o entendimento do papel dessa mídia nas ações e comportamentos das integrantes. Para além de “seguir” pessoas, o acompanhamento da investigação se estendeu para as palavras e narrativas comumente utilizadas por elas nas redes, analisando seus múltiplos sentidos e transformações. E, por último, o acompanhamento do particular estilo de vida dessas mulheres que é sobressalente nas interações.

Tais movimentos são registrados aqui em cinco capítulos, que expõem o fenômeno a partir de um constante diálogo entre dados empíricos e reflexões teóricas. O capítulo inicial apresenta uma contextualização do tema, a partir das correlações do que se desenvolve nos

grupos com outros atores sociais. A seção se vale da reflexão sobre o desenvolvimento das novas economias, em especial a colaborativa, com seus paradoxos e complexidades. A influência das tecnologias de comunicação e informação nestes processos se articula à lógica capitalista informacional que possibilita diferentes arranjos nos modos de consumo, fazendo ascender uma plataformização da cultura, em que esses suportes comunicacionais assumem papel fundamental nas interações sociais.

O segundo capítulo traz uma reflexão sobre as dinâmicas do fenômeno turístico a partir das transformações sociais advindas com a intensa conectividade das redes digitais. Onde também serão apresentados os movimentos de criação, transformação e interligações entre as redes de hospedagem colaborativa, apontando assimetrias, problemáticas e oportunidades. O acompanhamento destes fluxos busca entender o contexto e os caminhos que levaram à organização da atividade turística em segmentos e suas relações com as práticas colaborativas, dentre potencialidades e desigualdades, especialmente no setor de hospedagem.

As modulações do consumo na compreensão do sujeito como ser viajante é o tema do terceiro capítulo. Seus desdobramentos incluem a emergência de um estilo de vida colaborativo associado à cultura de valorização das experiências, à autonomia e ao desejo de hipermobilidade, que é facilitado pelas tecnologias da comunicação. São discutidos, ainda, os controversos entrelaçamentos das viagens a lazer, do trabalho voluntário e do trabalho coletivo desempenhado na manutenção das redes nas plataformas digitais.

Em seguida, o quarto capítulo apresenta e analisa os aspectos identitários dos três grupos de mulheres que se reúnem em torno das viagens, sobretudo da hospedagem colaborativa. O *Couchsurfing das minas e trans #Elenão*, o *Couchsurfing das pretas* e o *Couchsurfing das minas na Europa* são redes diretamente interligadas, tanto em termos de participantes em comum, quanto nas ideologias de reciprocidade defendidas. Todavia, assim como em uma infinidade de grupos sociais, ressoam também dissonâncias de muitas dimensões. Para além das viagens, questões sociais e políticas se inserem nas discussões e tornam mais nítidas as diferenças e semelhanças entre as participantes.

O quinto e último capítulo é dedicado à reflexão sobre as questões ideológicas, de controle e vigilância que se desenham nas plataformas digitais, interferindo nas interlocuções e comportamentos das viajantes dos três grupos. Foram analisadas suas ferramentas e protocolos disponíveis no *Facebook* em comparação a outras plataformas como o *Couchsurfing.org*, que podem influenciar nos usos e no nível de participação das integrantes. Além das regras elaboradas pelos próprios grupos, incluindo as específicas de um período pandêmico, que redesenham continuamente suas ações. Esses elementos ajudam no entendimento sobre as

eventuais ingerências desses meios nas apropriações dos lugares visitados e nos modos de viajar. Distanciando-se de uma simples mediação, esses suportes tecnológicos podem indicar variadas disputas de poder.

Espero que a pesquisa possa, assim, contribuir significativamente para a compreensão das afluências das novas tecnologias da informação e comunicação e seus processos de mediatização que interferem na pluralização dos modos de se hospedar e viajar. Que sejam ressaltados seus vieses ideológicos na produção e no consumo colaborativo, aspectos que transcendem o apelo mercadológico.

Ensejo refletir sobre a importância da organização dessas redes como movimentos em torno da busca por mais acesso a diferentes formas de mobilidades e por afirmações identitárias, por mais controverso que seja esse termo. As perspectivas abordadas aqui sobre os processos comunicativos virtuais podem possibilitar o desenvolvimento de reflexões circunscritas a estes grupos e estilos de vida, como também impelir discussões sobre questões mais abrangentes, que contemplem a pluralidade de elementos relacionados ao tema.

As diversas temáticas que atravessam a análise deste sujeito/objeto nos convidam a pensá-lo interdisciplinarmente, com métodos e teorias de campos de saber como a comunicação, o turismo, a economia, a antropologia e a sociologia. Almejo, assim, com esse estudo, contribuir com o material teórico e empírico existente sobre as temáticas aqui abordadas, especialmente nas discussões em torno da economia colaborativa, do turismo e das relações de gênero, termos que ainda se delineiam e se reconfiguram por sua complexidade e abrangência.

A investigação se inicia explorando as motivações, características e elucubrações do movimento que dá a ver essas sociabilidades mais segmentadas. É a colaboração, o compartilhamento e tantos outros nomes que vêm sendo atribuídos à uma cultura em que consumir objetos, serviços e ideias coletivamente é visto como uma possibilidade de melhoria de qualidade de vida e até mesmo como uma promissora oportunidade de negócio. Assim, foi preciso atravessar essas discussões para entender de que forma os grupos analisados se vinculam à essa lógica.

1 A PLATAFORMIZAÇÃO DA CULTURA E A COLABORAÇÃO

Colaborar pressupõe ações coletivas, conjuntas. Requer interação e envolvimento entre as pessoas. Algo tão comum e natural entre os seres humanos ao longo de toda a vida. Somos dependentes de outros seres em diversos âmbitos e construímos assim nossas relações por meio de trocas e compartilhamento de ideias, objetos, emoções... As culturas dos povos, o funcionamento de sistemas econômicos, as decisões políticas, em diversos contextos são realizadas ações colaborativas, porque elas são inerentes ao convívio social.

Desde as mais remotas às mais contemporâneas, as sociedades requerem práticas coletivas e de cooperação. Contudo, é na contemporaneidade que elas tomam um apelo mais mercadológico, esfumando as fronteiras entre a colaboração monetizada e a solidária. Findlay (2018) vai além das questões capitalistas e financeiras do termo e relaciona a economia do compartilhamento às atividades cooperativas no contexto do colonialismo e do neocolonialismo, como formas também de união a favor da justiça social e contra o enclausuramento de grupos oprimidos, a mercantilização e a privatização. Tese que nos dá algumas pistas sobre as motivações de organizações de grupos mais recentes.

Embora as ações colaborativas tenham se desenvolvido ao longo de diferentes sistemas econômicos, em alguns dos casos elas vão de encontro a princípios capitalistas tradicionais, como o individualismo e a busca por lucros. Muitas dessas relações de troca se distanciam dessas características, se colocando até mesmo como resistência a esse modelo econômico, o que alguns podem considerar como um movimento contrário ao capitalismo, que intentaria substituí-lo ou possibilitar alternativas a ele.

O capitalismo tradicional se constrói por meio de princípios bastante rígidos e centrados no capital, diferentemente desse ideal colaborativo onde as pessoas constituem seu fundamento. Ao descrever o circuito do capital na sociedade moderna, Marx (1984) evidenciou um processo produtivo de bens que se balizava na exploração do tempo de trabalho dos operários para gerar o valor de troca das mercadorias produzidas e, assim, propiciar o acúmulo de capital. Tensões que contribuem para a produção de subjetividades e que se colocam também nas construções humanas a partir dos conflitos entre classes.

Processos esses que ele e, posteriormente autores como Harvey (2011), Boltanski e Chiapello (2009), indicaram como insustentáveis, resultando na degradação do capitalismo e em diversas crises. Um possível colapso então se daria em função do paradoxo da exploração máxima do trabalho dos operários, gerando mais valia, ao passo que esses mesmos

trabalhadores não teriam capacidade de consumir o que foi produzido. Dessa forma, as mercadorias se acumulariam e seus valores de troca não poderiam gerar o acúmulo de capital esperado.

Ao longo dos anos, contudo, o capitalismo vem se reinventando e dialogando com os avanços tecnológicos que possibilitaram sua flexibilização na era contemporânea e pós-fordista. Para Boltanski e Chiapello (2009) trata-se do capitalismo informacional, que se desenvolve em uma sociedade estruturada por redes e que, se distanciando de uma lógica fordista e industrial, se fundamenta na dinamização das relações de trabalho e de produção.

Essa estrutura é resultante das variadas mutações pelas quais o capitalismo precisou passar em prol de sua vigência. As crises sistêmicas demandam reformulações e adaptações no fluxo de capital e nas operações do processo produtivo buscando evitar o colapso. Boltanski e Chiapello (2009) consideram o momento econômico atual como uma terceira fase do capitalismo, ou o “novo espírito do capitalismo”, que ainda segue em formação.

Paradoxalmente, a liberdade individual estimulada pelas novas tecnologias também dá espaço à produção coletiva organizada por movimentos nem sempre vinculados às grandes corporações. Dessa forma, crescem exponencialmente iniciativas que promovem a colaboração entre os usuários, a interação por meio de plataformas digitais e a busca por diferentes modos de consumir, mais personalizados.

As ações colaborativas emergem então nesse modelo econômico informacional, onde as tecnologias assumem papel primordial no âmbito de uma plataformização da cultura (VAN DIJCK; POELL, DE WAAL, 2018). Pois, de meros suportes a agentes indutores de comportamentos e práticas, as plataformas fazem cada vez mais parte de nossas vidas. Diante de tais mudanças sociais e econômicas, termos como “economia colaborativa” ou “nova economia” se instauraram, assim como outros que se relacionam entre si, em que práticas participativas e coletivas dialogam e se integram às práticas de mercado do capitalismo informacional.

Conceitos que se constroem e se transformam constantemente a fim de tentar explicar esses fenômenos recentes baseados em ações remotas. Seriam esses modelos marcadores de rupturas no capitalismo, complementares a ele ou elementos constituintes de uma nova fisiologia sistêmica que se estabelece a fim de conter um possível colapso? As interlocutoras deste estudo mostram alguns caminhos possíveis para pensarmos essa questão, a partir de seus estilos de vida e das estratégias que traçam para acessar mobilidades comunicativas e turísticas de modo colaborativo.

1.1 As ‘novas economias’ no capitalismo informacional

A construção e manutenção de uma enciclopédia virtual por vários indivíduos, a partir da inserção de textos e imagens sobre os mais variados assuntos configuram a *Wikipedia*. A contribuição monetária para a execução de um projeto, para o financiamento coletivo de uma campanha eleitoral ou para a produção de determinada mercadoria caracterizam as diversas plataformas de *crowdfunding*, como a *Catarse*. A doação de bens diversos é o serviço prestado pela *Freecycle.org*. A troca de serviços e experiências entre pessoas autônomas e empresas representa modelos de negócios como a *Airbnb*, no segmento de hospedagem e experiências de viagens e a *Uber*, no segmento de mobilidade urbana.

As conexões estabelecidas nessas redes possibilitam benefícios coletivos, satisfazendo necessidades múltiplas. Com a *Wikipedia*, pessoas têm acesso a uma série de informações sistematizadas para realizarem suas pesquisas. A *Catarse*, por sua vez, surge como uma possibilidade de arrecadação financeira para que grupos possam realizar seus projetos. A partir da *Freecycle*, pessoas podem acessar donativos e realizar doações mais facilmente. Com a *Airbnb* é possível se hospedar em residências de pessoas físicas e a *Uber* promove deslocamentos urbanos com sua rede de motoristas autônomos. Iniciativas que têm o objetivo de suprir demandas de grupos sociais contemporâneos, que nem sempre são possíveis de serem atendidas sem o auxílio da internet.

E, embora seja comum a associação desse fenômeno ao uso essencialmente das novas tecnologias, Shirky (2011) salienta que o componente principal do que ele chama de cultura da participação é o fator humano, sugerindo uma reflexão sobre a colaboração para além do consumo. “A tecnologia possibilita esses comportamentos, mas não pode causá-los” (SHIRKY, 2011, p. 90). O comportamento cooperativo é característico do ser humano, que é facilitado pelas tecnologias, mas não depende estritamente delas. Trata-se de uma visão mais otimista sobre essas práticas, deixando de discutir sobre muitas problemáticas resultantes dessas relações e sobre as transformações nas próprias subjetividades a partir da participação das tecnologias de comunicação e informação.

Estudos anteriores também nos permitem traçar um paralelo com o fenômeno colaborativo atual e nos ajudam a entender essas relações entre a solidariedade e a lógica de mercado. Ao analisar sociedades primitivas da polinésia francesa, Mauss (2015) evidenciou em sua obra “Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas”, publicada pela primeira vez em 1925, práticas colaborativas que eram capazes de manter o sistema social

de diversas ilhas. Essas comunidades estabeleciam relações de troca de bens a partir de uma tripla obrigação instituída das ações “dar, receber e retribuir”, que balizou a teoria da dádiva construída pelo pesquisador. “Podemos dizer que toda dádiva tem como finalidade a criação, manutenção ou regeneração do vínculo social, pois se trata de um processo sem fim, onde a relação mesma é mais importante que a coisa dada”⁶ (LECHAT; SCHIOCHET, 2004, p. 145).

A troca de mercadoria era essencial para manter o funcionamento das sociedades envolvidas, em uma lógica coletiva em que todos saíam ganhando. E esse sistema inspirou relações de sociedades posteriores. Mauss (2015, p. 263) defende que “nossos direitos e nossas economias se originaram de instituições similares às precedentes”. Dessa forma, ainda que o estudo de Mauss tenha sido a partir de trabalhos etnográficos e realidades locais, seus resultados dialogam diretamente com questões sociais de dimensões bem mais amplas que englobam territórios outros, além dos polinésios.

Do mesmo modo, é possível relacionar o que chamamos de economia colaborativa e outros termos similares a esse sistema de trocas e cooperação. Economia solidária, popular, da confiança... Apesar de pertencerem a realidades bastante distintas, as sociedades primitivas e contemporâneas possuem relações que não devem ser negligenciadas. Sustentadas por ferramentas tecnológicas distintas, diversas iniciativas atuais remontam e ressignificam essas práticas mais antigas.

A cooperação se trata de uma habilidade dialógica que demanda aos indivíduos estarem receptivos para que as trocas ocorram. Suas bases estão na comunicação, com a ênfase na compreensão recíproca a partir da conversa. Característica humana que precisa ser desenvolvida, especialmente com as pessoas diferentes de nós. As adversidades podem resultar em consequências destrutivas neste processo. Muitas delas surgem com a repulsa às diferenças, que nos dá pistas também sobre a tendência em segmentar-se em comunidades. Com comportamentos análogos ao tribalismo, indivíduos tendem a buscar interagir em grupos homogêneos, a fim de diminuir as diferenças e complexidades que tanto causam incômodo (SENNETT, 2012).

A aversão tipicamente moderna às diferenças e complexidades tem provocado conflitos e crises nas relações cotidianas, não sendo mais cabível reforçá-la. Sennett (2012) associa essas características a uma forma de solidariedade do tipo nós-contra-eles, ainda adotado em democracias liberais. Em contrapartida, ele sugere que seja buscada uma solidariedade que

6 Tradução própria. “Podemos decir que toda dádiva tiene como finalidad la creación, mantenimiento o regeneración del vínculo social, pues se trata de un proceso sin fin, donde la relación misma es más importante que la cosa dada”.

venha de um movimento de baixo para cima em que se preze pela coesão nas divergências, com poder político enfraquecido, mas priorizando o envolvimento entre pessoas diferentes de forma harmônica. Entretanto, essas dificuldades ainda se estendem na contemporaneidade. É dentro desse desequilíbrio de práticas, perfis e comportamentos que os processos colaborativos vêm crescendo e se transformando, em uma dinâmica complexa e acelerada.

Assim, a coletividade e o compartilhamento são princípios que balizam as iniciativas consideradas pertencentes à economia colaborativa por pesquisadores e profissionais da área. Contudo, há diversos espectros envolvidos neste termo que resultam em variações conceituais e em múltiplos enfoques e críticas. As discussões englobam problemáticas diversas, como o uso descontrolado de recursos e a desigualdade no acesso a eles.

O consumo excessivo de bens que evoca uma escassez de recursos finitos e leva à exclusão de grande parte da população do acesso a eles é um dos assuntos levantados. Fournier (1998) ressalta que este é um movimento de resistência ao consumo que pode variar entre evitar o mercado, minimizá-lo ou boicotá-lo. As práticas colaborativas buscam, dessa forma, a minimização desse consumo, por meio do uso compartilhado. Ao invés de se pagar para se hospedar em um quarto de hotel, por que não ser acolhida na residência de um morador da localidade, com a facilitação de plataformas digitais?

Problemas ambientais, dificuldade de acesso a produtos e serviços e, mais amplamente o próprio cenário de crise do capitalismo, reverberam preocupações sociais que estimulam essas práticas. Muito em função da crise climática e do uso das novas tecnologias, há uma preocupação com o consumo em excesso. E, por essa razão, conceitos como “prosumo” (do inglês *prosumption*, junção entre as palavras produção e consumo), consumo da experiência e consumo responsável ganham força.

Assim, coexistem na sociedade organizações estruturadas em padrões tradicionalistas, suportadas por matrizes operacionais hierárquicas e rígidas com as empresas mais flexíveis e integradas por redes mais horizontalizadas de produção e distribuição. E neste cenário há a consolidação de grandes empresas como a *Airbnb* e a *Uber* que lideram no mercado em suas respectivas atividades, concentrando capital e grande parte do mercado e constituindo um tipo de organização que evoca o que Belk (2014) chama de pseudo-compartilhamento. Para o autor, o pseudo-compartilhamento se distingue pela motivação do lucro, pela ausência do sentimento de comunidade e pela expectativa de reciprocidade.

Há um paradoxo no termo economia do compartilhamento, pois compartilhar pressupõe generosidade e doação, enquanto economia se refere às trocas de mercado. (SLEE, 2017). Por

isso tantos debates e novos termos surgem com frequência. A complexidade do tema evoca diferentes interpretações e disputas que dificultam uma definição mais precisa.

As práticas colaborativas perpassam modelos econômicos e culturas, mas não se sobrepõem aos interesses dominantes. Contrariamente ao que Rifkin (2014) prevê, sobre um eventual eclipse do capitalismo abrindo espaço para uma economia colaborativa e compartilhada, em que o acesso e o capital social prevalecem perante a posse e o capital financeiro, o que se ressalta aqui é a perceptível capacidade de mutação do capitalismo, que tende a se apropriar de muitas dessas práticas para se sustentar e até mesmo se expandir. Por isso empresas como a *Uber* e a *Airbnb* preferem mesclar características de modelos colaborativos e tradicionais de negócio para crescerem.

Embora Rifkin (2014) se atente à transição de uma economia baseada na escassez para uma economia da abundância, muito suportada pela alta produtividade e pelo custo marginal de produção tendendo a zero, este processo só vem a reafirmar a nova fase complexa e dinâmica do capitalismo informacional. Não há um rompimento, mas uma mutação do modelo econômico.

E transformações sociais, econômicas, políticas, culturais ou ambientais influenciam e são influenciadas pelas ações colaborativas dos indivíduos. Bauwens e Kostakis (2014) enfatizam o potencial de transição dos novos modos de produção social e organização, que podem transformar práticas insustentáveis em criação. Eles partem da chamada “teoria das mudanças de paradigma tecno-econômico” (TEPS)⁷, que Schumpeter (1911) e, posteriormente, Perez (2009) ajudaram a desenvolver.

Este paradigma é resultado de um complexo processo de aprendizado coletivo, articulado com um modelo mental dinâmico da melhor prática econômica, tecnológica e organizacional para o período em que uma específica revolução tecnológica estiver sendo adotada e assimilada pelo sistema econômico e social (PEREZ, 2009).

Entendendo o capitalismo como um sistema de destruição criativa, considerando suas dinâmicas naturais que promovem crises e reformas, Bauwens e Kostakis (2014) retomam a TEPS para ressaltar a constelação de inovações técnicas e organizacionais existentes no desenvolvimento econômico. Trata-se de um momento de virada, em que problemáticas como os excessos e as práticas insustentáveis devem ser reconhecidos e transformados em criação.

Eles indicam então um processo de transformação para uma sociedade orientada para o *Commons*, ou Comum, que pode ser entendido como um discurso voltado para o

⁷ Tradução própria. Theory of techno-economic paradigm shifts (TEPS).

compartilhamento dos recursos e como um paradigma de uma nova visão pragmática de sociedade que vai além do sistema capitalista dominante, transcendendo a ele.

A ideia dos *Commons* na contemporaneidade se relaciona à sua concepção antiga, que tem bases nos discursos comunistas de Marx, em que se pese a propriedade coletiva dos meios de produção e dos recursos. Contudo, Bauwens (2005) explicita que, no lugar de comunidades específicas localizadas e da escassez de recursos físicos cada vez mais regulados, como a água e o ar, o novo *Commons* é universal, disponível, regulado pelos grupos ciber-coletivos e baseado na abundância. Por essa razão as tecnologias são tão importantes nesses processos.

O progresso do sistema vem então acompanhado de sucessivas revoluções tecnológicas que provocam mudanças estruturais e qualitativas na sociedade. Se por um lado, Turkle (2011) em, Sennett (2012) e Crary (2016) apontam para um distanciamento entre os indivíduos e até mesmo certa desagregação do social, provocada pelo uso excessivo das novas tecnologias da comunicação e informação; por outro, elas podem assumir também, um papel fundamental nos processos colaborativos, acompanhando e indicando mudanças no sistema econômico e social.

Elas promovem uma ampliação no acesso a bens e serviços, especialmente com a popularização da internet, que dispõe de um grande fluxo de informações compartilhadas e produzidas coletivamente. A possibilidade de os internautas consumirem e produzirem conteúdo *online* amplia a gama de operações das redes e suas potencialidades.

Da economia da escassez à economia da abundância, a distribuição, a produção e o acesso a bens e serviços substancialmente mais abrangentes reconfiguram o cenário capitalista sustentado na concentração de recursos. O potencial criativo do sistema revela novas possibilidades de geração de riquezas, a partir da utilização racional dos recursos escassos, das mudanças nas noções de propriedade ou da produção coletiva que potencializa o fluxo de informações e serviços disponíveis à sociedade. E o que eram somente assistidas como ações colaborativas ou solidárias, partindo de um processo natural das interações humanas, podem ser também oportunidades de negócios que geram renda e empregos, assumindo grande participação na economia.

A esse fenômeno, Costa (2017) prefere se referir como “economia da confiança”. O termo enfatiza uma das características que, para o autor, é uma das mais significativas das práticas colaborativas contemporâneas. Está galgada na dinâmica entre pares, impulsionada pelas tecnologias digitais de comunicação; na construção da confiança entre desconhecidos; e na percepção de que existe abundância de recursos e não escassez. Esse discernimento estimula iniciativas colaborativas, associadas a uma noção de que a produção e a recepção estão pautadas em uma estrutura comunicacional de muitos para muitos.

A construção da confiança se baliza em um sistema de reputação que é muito comum nos modelos colaborativos, ainda que haja muitas críticas a ele. Ele se constrói por meio de avaliações coletivas, interações e informações cadastradas dos membros e serviços disponíveis nas plataformas, certificações de marcas, no capital social digital, na validação externa de instituições ou entidades, características do que Sundararajan (2016) se refere como *capitalismo crowd-based*, baseado na multidão.

O autor acredita que a confiança se fortalece em uma infraestrutura digital específica, mas atenta ao fato de que esse processo se torna cada vez menos orgânico e de modo mais induzido pelo capital a partir da participação das marcas nessas relações. As empresas *Airbnb* e *Couchsurfing*, por exemplo, criaram um sistema de verificação de informações próprio para certificar usuários e indicar seu nível de confiança. Iniciativa que promove maior sensação de segurança na rede, mas que pode implicar em uma substituição ao governo nas ações reguladoras de práticas. No caso, o julgamento de bons ou maus anfitriões, que é validada pelos próprios usuários do serviço oferecido (SCHOLZ, 2017).

Esses mecanismos de avaliação do nível de reputação das pessoas no ambiente online certamente contribuem para melhorar o nível de confiança e possibilitar que as negociações se realizem. Contudo, Scholz (2017) acrescenta que o governo seria necessário para regular as questões trabalhistas e para impedir a formação de monopólios. É notável também que além do argumento apontado pelo autor, o sistema de reputação não apresenta ferramentas suficientes para evitar casos de discriminação, preconceitos ou questões outras que fogem aos fatores que possam interferir diretamente na idoneidade da pessoa. Como exemplo, o estudo de Braga e Evangelo (2017) constatou que a avaliação realizada pelos motoristas da empresa *Uber* no Rio de Janeiro aos seus passageiros pode ser impactada por fatores como o local de destino e/ou origem do usuário.

Mesmo com problemas, esse sistema se mantém, se renova e participa do processo de decisão de muitos dos usuários das redes colaborativas. Se o capitalismo não mais suporta unicamente as práticas comerciais entre corporações e consumidores, o espaço se abre para as relações entre pares, conhecidas como *peer-to-peer* (P2P). Embora os modelos colaborativos P2P e economia da dívida sejam correlacionados e complementares, somente no primeiro, elementos como a adesão, a reciprocidade e o nível de participação nas ações são livres e voluntárias. No segundo há uma obrigatoriedade embutida nas relações de troca (BAUWENS, 2005). E neste sentido, o fator confiança, ressaltado por Costa (2017) é também rearranjado, da figura institucional para a pessoal.

É confiando nos serviços e informações dispostas nas diversas plataformas, como a *Wikipedia*, a *Airbnb*, a *Freecycle*, a *Uber* e tantas outras, que se pode usufruir de suas benesses. Hospedar-se em casas de desconhecidos, por exemplo, pode gerar insegurança por não saber como será recebido pelo outro, por gerar dúvidas sobre quais comportamentos seguir, por não saber sobre as reais condições da residência, para além do que for descrito sobre ela na plataforma em questão. Também por parte do anfitrião, que não sabe como será seu hóspede. Essas relações incluem riscos diversos, mas a efetivação dos serviços se mantém por meio da adoção de estratégias, especialmente pelas redes digitais, para construir essa confiança. Ele se refere tanto à empresa que intermedeia as relações, quanto às várias outras pessoas que estão envolvidas nessa dinâmica, interferindo nas operações e oferecendo seus bens e/ou serviços.

E pensando sobre esse aspecto da coletividade, Sundararajan (2016) utiliza o termo *sharing economy* ou economia do compartilhamento. Ele salienta que a participação da multidão nos mercados prevalece frente às grandes corporações. Nessa perspectiva, a propriedade privada perde forças quando possibilidades de aluguéis e trocas de bens são cada vez mais frequentes. Como características mais importantes estão a ampliação da base de mercado; o capital de alto impacto; as redes baseadas na multidão mais que as hierarquias e instituições centralizadas; o ofuscamento entre as linhas do pessoal e do profissional e entre o trabalho formal e o casual.

Compartilhamento também foi a ênfase dada anteriormente por Botsman e Rogers (2010), inspirando o trabalho de Sundararajan. Ao contrapor às diferentes lógicas dos mercados dos séculos XX e XXI, os autores apontam para uma transição do hiperconsumo – definido pelo crédito – ao consumo colaborativo – reconhecido pela reputação. Das escolhas antes dirigidas por anúncios publicitários para aquelas embasadas nas comunidades.

Os autores defendem que o consumo colaborativo pode ser entendido como uma reinvenção de comportamentos mercantis passados, que se realizam por meio das novas tecnologias em escala e possibilitam formas de interação que não eram possíveis anteriormente. Ele pode ocorrer em três formas distintas: por sistemas de serviços de produtos, por mercados de redistribuição e por estilos de vida colaborativos.

O que Botsman e Rogers (2010) sugerem se insere na lógica tradicional de geração de valor a partir do acúmulo de capital. Contudo, são também evidentes as alterações organizacionais e de princípios em relação às operações de base. A flexibilidade dessas relações produtivas, o deslocamento do pensamento individualista para o coletivo ou os abalos no apreço à propriedade privada reverberam um novo paradigma, um ponto de virada, como Bauwens e Kostakis (2014) defendem.

Não se pode afirmar, contudo, que esses movimentos se configurem como rupturas às bases anteriores, pois essas ainda podem ser percebidas na contemporaneidade de forma ainda muito significativa. De modo que essas dinâmicas ocorrem concomitantemente ao sistema econômico vigente, podendo potencializar ao minimizar certas problemáticas.

Se a crise capitalista está relacionada a uma cultura do hiperconsumo, que explora recursos escassos de maneira irresponsável, as práticas colaborativas podem contribuir para equilibrar o sistema, sem que isso necessariamente incida na interrupção dos serviços de empresas mais tradicionais. As práticas cooperativas contribuem então para o funcionamento do modelo econômico vigente.

As divergências entre práticas capitalistas tradicionais e contemporâneas geram conflitos e discussões em diferentes setores da sociedade. Se de um lado, a propriedade privada, o *copyright* e a estrutura hierárquica de produção se direcionam para a obtenção do lucro e concentração de poder, do outro a abertura das licenças, autorias e uso coletivo de propriedades apontam para um plano da democratização do acesso a esses bens e serviços por grande parte da população.

Idiossincrasias de uma economia que se transforma e se complexifica diante do capitalismo informacional. O crescimento das práticas colaborativas e suas relações com o mercado e com as tecnologias digitais são o que justificam a denominação do fenômeno como “nova economia”, bastante utilizado especialmente em palestras no ambiente dos negócios. A indicação de novidade se refere à forma distinta que essas ações se estabelecem, suportadas tecnologicamente com novas ferramentas e inferindo práticas comerciais em relações comuns de troca e compartilhamento, podendo gerar em alguns casos grandes corporações.

A forma de articulação dessas relações em rede é, conseqüentemente, outro indicativo da mudança. As tendências colaborativas se voltam para o lazer e para os serviços, salientando a produção de bens simbólicos, imagens e informações. Neste espectro, muitas marcas são criadas e reinventadas ao suporte de discursos colaborativos, ainda que com ideais paradoxais em alguns casos.

Gansky (2011) utiliza o termo *Mesh*, ou malha, para discutir sobre a economia compartilhada, indicando o fortalecimento de uma organização rizomática e não linear como antes, em que os nós dessa rede podem incidir em conexões para múltiplas direções. Essa estrutura interfere em nossas vidas e em nossas relações com os bens e os serviços. Toda transação em rede, de acordo com Gansky (2011), é uma oportunidade para a empresa cumprir a promessa que faz aos seus clientes - para lhes dar acesso conveniente a bens e serviços personalizados. E toda vez que ela cumpre sua promessa, cria um vínculo de confiança maior

com as pessoas, comunidades, parceiros ou mercados em que está servindo. Isso, por sua vez, cria mais oportunidades para coletar informações úteis, o que o ajuda a adaptar e personalizar a sua oferta.

Nos casos em que não se busca a obtenção de lucro para uma parcela dos participantes, o processo aberto nas redes informacionais pode ser baseado no modo *commons-based peer production*, ou produção do comum entre pares, reverberando em uma redistribuição de poder e dinheiro, podendo incidir em mais liberdade e justiça social, como Benkler (2006) ressalta. Ele sugere que:

o ambiente de rede torna possível um novo modo de organização da produção: radicalmente descentralizado, colaborativo e sem propriedade; baseado no compartilhamento de recursos e saídas entre indivíduos amplamente distribuídos e frouxamente conectados que cooperam uns com os outros sem depender de sinais do mercado ou de comandos gerenciais. (BENKLER, 2006, p. 60)⁸.

Entretanto, mesmo em articulações que promovem a descentralização de recursos, se incluem latentes concentrações de poder e capital que transcendem às questões internas da rede e se aliam à característica de propriedade como fundação institucional dos mercados (BENKLER, 2006). Essa alocação de poder sobre decidir como um recurso será utilizado é sistematicamente e drasticamente assimétrica. Diante de um ideal colaboracionista em que a internet se apresenta como principal instrumento, regulamentos, protocolos e fronteiras ainda cercam o acesso dos indivíduos, causam desequilíbrio nos processos e mantêm estruturas econômicas e sociais tradicionais.

A internet, porém, ainda é um ambiente propício para o desenvolvimento de ações *peer-to-peer* (P2P), mesmo não estando totalmente sob controle de seus participantes. Para Bauwens (2005), sua governança é distribuída e seus elementos hierárquicos, como os protocolos IP ou o Sistema de Nome de Domínio descentralizado não impedem a participação coletiva. Apesar de defender que essas interações se desenvolvam especialmente a partir de iniciativas como redes comunitárias de WiFi, *Open Source*, de software livre e *Creative Commons*, por exemplo, que promovem acesso e participação mais democrática, reforçando confiança e capital social.

A coexistência entre redes distribuídas de colaboração e organizações mais verticalizadas de comunicação demanda adaptações dos indivíduos e grupos a esses distintos modelos que se interceptam e correlacionam. Algumas alternativas se apresentam como ações

⁸ Tradução livre. “(...) the networked environment makes possible a new modality of organizing production: radically decentralized, collaborative, and nonproprietary; based on sharing resources and outputs among widely distributed, loosely connected individuals who cooperate with each other without relying on either market signals or managerial commands. This is what I call “commons-based peer production.” BENKLER (2006, p. 60)

táticas, ou movimentos astuciosos, nos termos de De Certeau (2007) na tentativa de criar espaços mais igualitários e descentralizados. Esse tipo de reação que se lança às estruturas dominantes opera nos lugares racionalizados e circunscritos, aproveitando as ocasiões para conseguir estar onde ninguém espera e obter benefícios. As relações P2P seguem então essa corrente, a partir de muitas transformações ao longo dos anos, que possibilitaram a utilização das novas tecnologias também utilizadas pelas estruturas dominantes em seu favor.

Assim, as intensas assimetrias refletem uma problemática social mais abrangente, não podendo ser direcionadas às relações P2P. Estas se caracterizam pela participação de atores equipotenciais, sendo um terceiro modo de propriedade e governança, diferente da privada e da pública. Sua governança é realizada pela comunidade e não segue as relações hierárquicas corporativas ou as alocações de mercado. As hierarquias ainda existem, contudo são flexíveis, estimulam a autonomia em cooperação baseada no empenho humano e são pautadas em um tipo de liderança distribuída (BAUWENS, 2005).

Seguindo princípios que vão ao encontro dos ideais P2P de autogestão, autonomia e democracia, as cooperativas buscam criar redes de solidariedade. Iniciativas locais que promovem desenvolvimento econômico de modo mais descentralizado a fim de proporcionar condições mais justas nos processos produtivos e de consumo. Suas atividades não fogem às operações capitalistas. Elas criam alternativas mais favoráveis aos participantes, que se ajudam mutuamente e dividem os lucros de modo mais equilibrado. As iniciativas se desenvolvem nos mais diversos setores econômicos há décadas. Há cooperativas de seguros, taxis, produtos alimentícios, viagens, dentre muitos outros.

Em seus princípios básicos, de acordo com o boletim Repente, do Instituto de Estudos, Formação e Assessoria em Políticas Sociais - POLIS⁹, o cooperativismo promove a adesão voluntária e livre dos seus associados; uma gestão democrática, em que todos sejam responsáveis pela gestão e produção. O resultado das atividades é distribuído proporcionalmente ao trabalho de cada cooperado; educação, formação e informação; participação econômica dos seus membros; autonomia e independência com relação ao governo, empresas ou outras organizações; interesse pela comunidade; e a intercooperação entre empreendimentos solidários, eliminando os grupos intermediários que fazem a distribuição dos produtos e ficam com grande parte dos rendimentos.

⁹ REPENTE. Disponível em:

<http://www.bibliotecadigital.abong.org.br/bitstream/handle/11465/923/1604.pdf?sequence=>. Acesso em: 23 de março de 2019.

As cooperativas de propriedade dos trabalhadores poderiam projetar suas próprias plataformas baseadas em aplicativos, promovendo maneiras verdadeiramente *peer-to-peer* de fornecer serviços e coisas, e falar a verdade para os novos capitalistas de plataforma. (SCHOLZ, 2017, p. 47)¹⁰

Apesar de reconhecer que o capital influencie na ascensão de empresas e na configuração de monopólios, Scholz (2017) acredita que as cooperativas possam se beneficiar das diretrizes estabelecidas em função das demandas dessas grandes empresas, como a influência da *Uber* na alteração de leis e operações em diversos países para continuar operando. Isso abriu espaço para diversas outras iniciativas funcionarem. Benkler (2006) salienta a importância do provimento de novas plataformas mais efetivas para esses modelos de negócio que não priorizem o lucro, como parte de suas estratégias. Suas ferramentas devem ser mais inclusivas e sem a regulação dos mercados para se estabelecer. As cooperativas, desse modo, não consideram seus participantes como trabalhadores, mas como donos do negócio de modo coletivo.

Esta é apenas uma das formas colaborativas que se apresentam na contemporaneidade. Dentre múltiplos conceitos, definições e enfoques, tornam-se perceptíveis as muitas variações deste fenômeno que coexistem em um contexto capitalista informacional. As iniciativas mais descentralizadas se aliam a ideais cooperativos, percorrem caminhos muito distintos das organizações que promovem o colaboracionismo de modo a utilizar também parte das estruturas e práticas tradicionais. Porém, ainda assim, há de se atentar às limitações existentes em todos esses modelos.

As operações e o funcionamento dessas redes, embora sigam características próprias, estão diretamente relacionadas a fatores externos. As iniciativas cooperativas do tipo *commons-based peer production* apresentam propostas muito inclusivas e descentralizadas, mas estão sujeitas às configurações de um sistema econômico que ainda é híbrido, além de se defrontarem com querelas impulsionadas por diferenças de pensamento, opiniões e perfis de seus integrantes.

Neste âmbito, outras questões incidem, como as desigualdades, a exclusão e o controle das ações pelo mercado. O caso do *Couchsurfing* mencionado anteriormente, sobre a sua transformação em uma *B-corporation* resultando na diminuição da autonomia de seus membros, exemplifica esta questão. Mesmo quando o interesse da constituição e manutenção da rede não é o lucro, as relações entre pares podem ser complexas e desiguais.

¹⁰ Worker-owned cooperatives could design their own apps-based platforms, fostering truly peer-to-peer ways of providing services and things, and speak truth to the new platform capitalists. (SCHOLZ, 2017, p. 47)

E, apesar das constantes capturas dos ideais colaborativos que o capitalismo contemporâneo realiza, em prol de seus tradicionais pilares de acúmulo e concentração de capital, há movimentos distribuídos e descentralizados de variadas ordens que se desenvolvem. E, neste sentido, é bastante evidente o aspecto militante e politizado de muitas iniciativas que buscam justiça social e redução de desigualdades.

1.2 Consumindo na Sociedade da Plataforma

“No que você está pensando?”, me pergunta o *Facebook* logo após meu login na plataforma. Ele também me sugere conexões, que são nomeadas como “amigos” mesmo que eu não os conheça tão bem. E sinaliza de modo bastante chamativo, com círculos vermelhos e números, as atividades que as conexões e páginas que sigo realizam. Ainda que eu não tenha reagido a tais publicações. Tudo para capturar minha atenção e manter-me conectada o máximo possível na plataforma.

Na página principal, uma aparentemente infinita lista de publicações me incentivando a reagir com curtidas, compartilhamentos e comentários. Ações que deixam pistas sobre meus gostos e preferências. O nome “linha do tempo” parece não fazer mais sentido, visto que a ordem de apresentação na plataforma se dá pela programação algorítmica e não pelo momento em que o conteúdo foi publicado. Aparece antes o conteúdo que tem mais engajamento ou o que foi pago. O quê, quando e como os visualizamos são questões que se subordinam a uma complexa arquitetura da plataforma que se alimenta dos rastros deixados por nós mesmos.

As plataformas digitais são cada vez mais centradas no afeto, para Lipovetsky (2020), com suas ferramentas que estimulam os usuários a demonstrarem suas emoções a cada acesso. E o *Facebook* se apresenta, dessa maneira, como uma paisagem emocional, um símbolo de uma nova economia afetiva. Entretanto, esta realidade não se restringe ao *Facebook*. Todos os elementos que compõem a experiência nas plataformas invariavelmente geram efeitos em nossas relações interpessoais e contribuem para gerar novos sentidos a relações como a amizade, por exemplo. As modulações que esses canais exercem em diversos âmbitos de nossas vidas podem contribuir para nossa forma de ver o mundo. Dessa forma, as plataformas operam como matrizes cognitivas-comportamentais, incidindo em praticamente todas as esferas de nossas vidas.

O *LinkedIn* muda nossa forma de buscarmos emprego, ao convergir empresas, candidatos, consultorias de recursos humanos, tudo em uma única mídia social. Com alguns cliques, é possível buscar uma vaga e candidatar-se. Ou mesmo ser encontrado por uma organização que se interesse pelo seu perfil profissional. A hipervisibilidade, ainda que assimétrica, mantém e fortalece as negociações na rede. O *Tinder*, por sua vez, propicia novas formas de relacionamentos afetivo-sexuais. A abundância de perfis com fotos e descrições pessoais está disponível a qualquer pessoa que queira encontrar seu par. O flerte acontece a partir de uma série de informações prévias construídas pelo eventual pretendente.

Da internet 2.0 aos dias atuais, a concentração de ações cotidianas e estratégicas de empresas de tecnologia se intensificou em demasia, com poucas empresas controlando o mercado (D'ANDREA, 2020). E com isso, um maior domínio sobre nossos dados e preferências. Longe de serem somente suportes para as interlocuções que se desenvolvem na internet, plataformas geridas por empresas como o *Facebook* e o *Google* englobam dimensões técnicas, políticas, econômicas e materiais que geram “vínculos na web em uma lógica de sociabilidade programada das plataformas” (D'ANDREA, 2020, p.18). Os regulamentos, as ferramentas interativas disponíveis, as conexões com outras plataformas, as programações algorítmicas: todos esses elementos influenciam na forma como recebemos e pensamos este conteúdo e em nossas percepções espaço-temporais.

A noção de propriedade também é esfumaçada nesta lógica em que a abundância de recursos é baseada no uso compartilhado que as plataformas proporcionam. “É tudo uma questão de entrega imediata das coisas. Você pode pensar nisso como um serviço de streaming: você não possui o arquivo, apenas o transmite” (SCHOLZ, 2017, p. 49)¹¹. As interações se desenvolvem por meio de características definidoras como o imediatismo, a dependência dos meios digitais avançados, as promoções em plataformas de mídias digitais e sua escala global, que incidem no rápido e intenso crescimento de muitas das iniciativas colaborativas.

E neste sentido, é importante pensar as plataformas que envolvem tantas influências nas ações humanas e que se valem de uma gama de recursos interativos como mídias sociais. Em que se pese, ainda, o efeito das diversas ações orgânicas das pessoas na circulação de informações. O que requer uma análise aprofundada de um conjunto de elementos que se inter-relacionam, incluindo *affordances*, estruturas comunicacionais e redes sociais. Recuero (2019, online) ressalta a mídia social como um dos principais efeitos

¹¹ Tradução livre: It's all about the just-in-time delivery of things. You could think of it as a streaming service: you don't own the file, you merely stream it (SCHOLZ, 2017, p. 49).

[...]da apropriação das ferramentas de comunicação digital, onde a estrutura das redes sociais e as *affordances* dessas plataformas permitem que emergjam tipos de conversações nas quais há modos de circulação de informação que são diferentes daqueles *offline* (RECUERO, 2019, online).

As interferências das mídias nas atividades humanas são tantas nos últimos anos, que os processos comunicativos que não têm interferência de nenhuma delas são vistos, às vezes, com certa estranheza. Mas, o fortalecimento dessas plataformas e mídias contemporâneas só é possível devido a dinâmica econômica informacional em que elas estão inseridas, pois o desenvolvimento das tecnologias acompanha as demais transformações da sociedade. A ascensão das plataformas ocorre então em um cenário onde a cultura do compartilhamento ganha força e a estrutura capitalista possibilita a fragmentação e proliferação de discursos e práticas. Seja para se transportar, planejar uma viagem ou mesmo comer, estudar e cuidar da saúde, há um suporte digital que reúne informações e possibilidades de transação e interações múltiplas.

Outro fator preponderante para essa configuração midiática é a interferência que os dispositivos têm nos processos comunicacionais contemporâneos. Seus variados formatos permitem acessá-los muito mais facilmente que na época em que a internet estava restrita aos computadores de mesa. Os celulares, com tecnologias cada vez mais avançadas, se tornaram parte de nós, em razão de sua portabilidade e multiplicidade de recursos. Tal praticidade é fundamental para manter os sujeitos hiperconectados.

O uso massivo dos computadores móveis, que podem estar embutidos em celulares ou mesmo em relógios, traz efeitos inclusive em nossas habilidades cognitivas e de atenção. A fragmentação de textos, sons e imagens disponíveis nas mídias sociais fazem surgir um consumidor multitarefas, que transita entre diferentes formatos de conteúdo e dispositivos, salientando um conhecimento tácito em operação. Ao sujeito que se forma com essas características, Santaella (2013) se refere como leitor ubíquo. As mudanças tecnológicas repercutem, assim, em nossas próprias aptidões, reforçando esse caráter móvel que é ao mesmo tempo adaptável a diferentes ambientes e disperso.

O rápido crescimento e a proliferação desses dispositivos no cotidiano das pessoas, entretanto, não os torna disponíveis a todos. As tecnologias incidem em níveis muito variados na população de acordo com a localidade, classe social e fatores outros que dificultam seu acesso. Além da lógica desigual de circulação de informações, que diferencia o tipo de conteúdo transmitido. A “sociedade da plataforma” (VAN DIJCK; POELL, DE WAAL, 2018) revela contradições, assim como as práticas colaborativas descritas anteriormente. A centralidade de

poder e infraestrutura de algumas empresas convivem com os agenciamentos e conexões distribuídas que se estabelecem, dentre usuários e instituições. O que revela o caráter híbrido desse “ecossistema de plataformas” (VAN DIJCK 2013), que por seus paradoxos e assimetrias vão de encontro às previsões mais positivistas da internet em seus primeiros desenhos e das mais negativistas de anos posteriores.

A estrutura de programação dos sistemas é um dos fatores que acentuam essas controvérsias. Entendidos como um conjunto de regras aplicadas em uma série de dados previamente definidos para resolver determinado problema, os algoritmos têm sido muito utilizados por empresas e organismos públicos para auxiliar em decisões institucionais. Grande parte desses dados é proveniente de um ecossistema de plataformas alimentados pelos próprios usuários, porém programados por aqueles que detêm o domínio da tecnologia de acordo com seus interesses.

A arquitetura distribuída das plataformas é pautada em ideais liberais, mas também se baseia em protocolos com regras rígidas (SILVEIRA, 2008). Por essas múltiplas dissonâncias que reverberam nas organizações das plataformas, ideias como a de inteligência coletiva (LÉVY, 2007) e a de cultura da participação (SHIRKY, 2011) perdem força e dão lugar à cultura da conectividade (VAN DIJCK, 2013), que pressupõe tais divergências.

A inteligência coletiva seria aquela distribuída por toda a parte; que tem sua coordenação em tempo real e é baseada nas tecnologias digitais da informação; e que ativam uma mobilização efetiva das competências. Seu caráter utópico não abarca tais controvérsias, muito necessárias nas discussões atuais sobre tecnologias da comunicação. Não se trata de um sistema totalmente aberto e horizontal. Há diversas relações assimétricas existentes nesse cenário que precisam ser consideradas.

Apesar das muitas possibilidades e facilidades construídas para criar uma plataforma que pode servir como base para redes colaborativas, o crescimento delas muitas das vezes está associado ao alto capital envolvido, seja financeiro, social, cultural, que suporta a sua divulgação e o investimento em ferramentas que as fortalecem e facilitam suas operações. É o que justifica a concentração das negociações contemporâneas nas cinco maiores empresas de tecnologia do mundo, as *big five*: Amazon, Apple, Alphabet-Google, Facebook e Microsoft.

A participação em muitas das mídias sociais também está condicionada ao enquadramento dos membros às suas características, valores e visões. Além dos fatores cognitivos requeridos e o acesso nem sempre tão facilitado para alguns grupos sociais. É preciso que os usuários disponham de certo capital de rede (ELLIOT, URRY, 2010), ou seja, certa capacidade de se relacionar com pessoas de diferentes distâncias, buscando obter

benefícios financeiros, emocionais ou práticos. O que em muito é obtido pelo acesso e uso eficiente das tecnologias de comunicação e informação.

Empresas como o *Google*, o *Facebook* e a *Airbnb* põem em xeque ideais colaboracionistas que se disseminaram nos primeiros anos de funcionamento da internet. Se, por um lado, elas se mantêm em grande parte pelo conteúdo que é produzido e consumido pelos próprios usuários, por outro, elas se fortalecem a partir das desigualdades presentes em suas estruturas e pela própria exploração destas informações que estão sendo publicadas por seus usuários. Suas políticas de uso e a lógica de programação dos algoritmos censuram tipos específicos de publicação, restringem acesso a conteúdos variados e não pagos e detêm um grande número de informações pessoais de seus participantes, que são gerenciadas e controladas pelas próprias empresas, comercializando os dados.

Diversos são os casos em que o *Facebook* censura publicações, alegando pornografia, violência ou discriminação, por exemplo. Contudo, essas questões têm sido discutidas em razão dos critérios estabelecidos para os banimentos. Porque a nudez de seios femininos é censurada enquanto que a de masculinos não? Ou, por que certas imagens de esculturas, pinturas ou obras artísticas de modo geral são caracterizadas como pornográficas, mesmo sendo estas permitidas, segundo as políticas da própria empresa? Imagens da tela "A liberdade guiando o povo" e da "Vênus de Willendorf" são alguns dos exemplos, como podem ser verificados nas reportagens dos sites de notícias G1¹² e Nexo¹³. Casos de censura política também são rotineiramente noticiados e problematizados.

O uso de dados para controle, vigilância e manutenção de preconceitos, fortalecidos pelos algoritmos, é outro ponto que evidencia essas disparidades, como apresentado em reportagem do site de notícias *El País*, em 18 de março de 2019.

As informações vazadas por Edward Snowden demonstraram que a Agência de Segurança Nacional dos EUA usa dados de empresas como Google e Facebook para vigiar os cidadãos. E essas empresas, que desfrutam de uma posição quase monopolista no mercado, sabem quase tudo sobre nós. “Talvez não sejamos capazes de frear a coleta de dados sobre nós mesmos, mas podemos regular como eles são usados”, ressalta Pasquale. “Existem empresas que fazem um certo perfil das pessoas e com base nele estruturam oportunidades para cada indivíduo. Por exemplo, sabemos

¹² G1. *Facebook lamenta censura a nudez da tela 'A Liberdade guiando o povo'*. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/facebook-lamenta-censura-a-nudez-da-tela-a-liberdade-guiando-o-povo.ghtml>. Acesso em: 18 de março de 2019

¹³ Nexo Jornal. *Facebook censura Vênus de Willendorf por nudez. Como é a moderação da rede*. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/03/04/Facebook-censura-V%C3%AAnus-de-Willendorf-por-nudez.-Como-%C3%A9-a-moder%C3%A7%C3%A3o-da-rede>. Acesso em: 18 de março de 2019.

que há certos produtos imobiliários, financeiros ou médicos que são oferecidos às pessoas mais vulneráveis com mensagens às vezes fraudulentas”, explica¹⁴.

Essas práticas salientam algumas das tensões que se estabelecem nesse ambiente e provocam questionamentos sobre os limites da economia colaborativa, que tanto se utiliza da internet na contemporaneidade como base de atividades. Se casos como esses são frequentemente noticiados, não podemos afirmar que a rede promove uma liberdade generalizada, ou mesmo que ela se trata de um sistema aberto e de comunicação descentralizada. Se quem cria, mantém e formula essas regras e códigos é uma parcela mínima da sociedade, se torna notável que as estruturas de poder político e sociais tradicionais se transpõem para o ambiente online, preservando muitas de suas hierarquias.

Situações como essas reforçam a parcialidade e construção de valores das plataformas, que por vezes são classificadas como neutras. Suas normas se imbuem em suas próprias arquiteturas (VAN DIJCK, POELL, DE WALL, 2018, p. 3). Processos que são criados e geridos por humanos, que consequentemente transmitem seus interesses, necessidades e formas de ver e pensar o mundo. As plataformas são palco de constantes disputas de interesses.

Esse aspecto pode incidir, inclusive, em casos de discriminação, pois um problema tão grave presente na estrutura social certamente afetaria a forma como as tecnologias são desenvolvidas. O movimento *Design Justice*, ou “Justiça do design”¹⁵, que inclui diversos atores sociais reivindica uma participação mais diversa nos processos de design das novas tecnologias e a adoção de práticas que tornem as ferramentas tecnológicas mais libertárias, evitando a reprodução de desigualdades.

A moção ocorre em razão de uma série de eventos discriminatórios em que aspectos materiais das tecnologias incidem diretamente, especialmente contra negros, mulheres, homossexuais e transexuais. A defesa do uso do design como ferramenta política contra modelos opressores é proposta por Costanza-Chock (2020), ao alegar que modelos, bases de dados, algoritmos e práticas são pensados em uma lógica branca e cis-normativa, que consequentemente marginalizam quem se diferencia deste perfil.

A insurgência faz frente aos mecanismos de controle e salientam o poder da coletividade que também se faz presente online. O “cooperativismo de plataforma”, como uma propriedade democrática da Internet é uma das muitas alternativas que vão sendo pensadas e buscadas

¹⁴ El País. Quem vigia os algoritmos para que não sejam racistas ou sexistas? Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/03/18/tecnologia/1552863873_720561.html. Acesso em: 18 de março de 2019.

¹⁵ *Design Justice Network*. Disponível em: <https://designjustice.org>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

(SCHOLZ, 2016), ainda que seja uma realidade incipiente. Tanto a vilanização quanto a romantização das novas tecnologias de comunicação e informação e das práticas que nelas se estabelecem, em um viés mais determinista, enfraquece e limita o debate.

É importante se atentar à multiplicidade de novas formas de se produzir e consumir colaborativamente, especialmente *online*, que se integram a heterogênea cultura do consumo. Elas se relacionam ao circuito de mercadorias, marcas e anúncios e formatam comportamentos e interações sociais. São forças globais que se associam aos atos locais em um “reconhecimento de que o consumo é central no processo de reprodução social de qualquer sociedade, ou seja: todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural” (BARBOSA, 2004, p.13).

A construção de um campo de valorização do comum, em que não somente as noções de propriedade se abalam, como também as de autoria é facilitada pela internet. A ideia de autoria é diluída ao considerar o interesse comum e o caráter coletivo dessas produções em que não se pode definir com exatidão seus criadores. É neste ambiente que movimentos descentralizados também se organizam, por ser universalizante e multicultural, possibilitando uma esfera pública interconectada, como Silveira (2008) explica.

Uma série de práticas sócio-culturais reconfiguraram as redes informacionais como um terreno comum — commons, no sentido anglo-saxônico — e incentivaram a produção de processos, repositórios e interfaces a partir do ciberespaço ou em seu redor, tais como, a música tecno, a *Wikipedia*, as redes sociais, o *Slashdot*, a blogosfera, o jornalismo *open source*, o desenvolvimento de softwares livres, o *Seti@home*, o *Jamendo*, as redes P2P, as licenças *Creative Commons* e até o *YouTube*. (SILVEIRA, 2008, p. 86)

Mesmo os movimentos atrelados a grandes plataformas de mídias sociais podem incluir práticas colaborativas. E suas dinâmicas estão sendo constantemente (re)construídas com base nessas ações, pois as pessoas não somente não moduladas pelas plataformas, como também as modificam. O materialismo justaposto às práticas de consumo vem acompanhado da autonomia de escolhas desse consumidor (SLATER, 2002).

A formação de grupos de mulheres em torno da hospedagem colaborativa, dentre outros interesses de viagem, é fruto dessas dinâmicas tecnológicas, sociais e de mercado. E também resultado de emaranhados múltiplos, como os da plataforma *Couchsurfing*, que as influenciam. Sob um suporte tecnológico global e centralizador que é a plataforma do *Facebook* e acompanhando uma cultura cada vez mais atrelada ao uso de plataformas digitais, práticas de consumo não monetárias e descentralizadas se estabelecem, reforçando o caráter híbrido deste movimento.

Assim, modulações das plataformas digitais nas relações interpessoais demonstram expressivas mudanças nos comportamentos em viagens e na atividade turística como um todo.

A tendência à personalização, à organização em redes e à hiperconexão trazem à tona novos arranjos nas estruturas do mercado e fazem surgir uma imensa gama de redes focadas em interesses específicos.

2 TRAJETÓRIAS DO TURISMO E A INFLUÊNCIA DAS TECNOLOGIAS

Os viajantes contemporâneos, ressignificados em relação aos exploradores modernos e medievais, e em razão das transformações advindas com as práticas capitalistas informacionais, passam a usufruir dos diferentes dispositivos tecnológicos que contribuem para amplificar e facilitar suas mobilidades. Ao se lançarem em grandes aventuras, os viajantes de outrora também construía suas redes, se abrigavam em casas de locais e já se socializavam de diferentes formas com aqueles que cruzassem seus caminhos. Mas, apesar dessa aura ousada ter perdurado de certa forma dentre os viajantes atuais, muitos comportamentos e práticas mudaram e se alteram continuamente.

Uma das grandes reorientações foi o uso das redes digitais como forma de alargar a sociabilidade e promover mais deslocamentos. A fluência recente que se materializou especialmente em plataformas online de comunicação, com ferramentas cada vez mais avançadas de interação. Uma pesquisa inicial levantada para esta tese indicou uma rápida proliferação de redes sociais que se dedicam a estimular trocas e parcerias em hospedagens na última década. Focadas em um público mais abrangente ou em um segmento mais delimitado, essas plataformas facilitam negociações gratuitas ou pagas para estadias em residências e alojamentos coletivos. Um movimento que vem se solidificando e se complexificando com novos dispositivos tecnológicos de comunicação.

Neste sentido, muitos desses espaços foram se configurando também como novos veículos de mídia, atrelados a economia da cultura que acompanha a lógica de uma indústria cultural (PRATT, 2007). Esses suportes tecnológicos cumprem então um papel primordial na configuração de redes colaborativas no âmbito do turismo e, especialmente, da hospedagem. Envolvem uma organização de informações muito específica, que incide em aspectos identitários, valores e normas compartilhadas pelas determinadas comunidades.

Assim, antes de imergir no universo particular das mulheres viajantes colaborativas, é primordial investigar os percursos seguidos pelo mercado turístico que levaram a tais segmentações. Além das conexões existentes entre esses grupos e outros mais antigos, considerando suas particularidades e transformações. As reflexões partem de um posicionamento deste movimento em meio a um fenômeno que abrange inúmeras inter-relações, conexões e influências.

2.1 Do turismo industrial ao das redes online

Na “cultura da conectividade” são muitas as possibilidades de troca. A plataforma digital *Farmsquare* incentiva a troca de alimentos saudáveis entre consumidores e agricultores. Já o aplicativo de celular *Tem açúcar* reúne pessoas com interesse em emprestar seus bens umas às outras, prática que já existia entre vizinhos, bem anteriormente à mediação de uma plataforma digital. Diversos caminhos que se modificam, se reinventam e se adaptam a contextos espaciais e temporais, que mantêm ideais colaborativos em seus principais processos.

No âmbito das viagens, esse tipo de prática também se dissemina por meio de diversos serviços, além do que envolve a hospedagem em residências. Pegar carona, preparar e fazer refeições em conjunto com outros turistas e moradores, fazer atividades das mais diversas em conjunto. Processos anteriores à própria concepção do termo moderno turismo, no século XIX, que se transformam constantemente acompanhando os fluxos capitalistas e que se valem de recursos tecnológicos de distintas ordens.

Refletir sobre uma rede de mulheres que se encontra *online* para trocar hospedagem e informação sobre viagens é uma ação que engloba muitos outros elementos que excedem o campo do turismo. Há conexões múltiplas entre aspectos políticos, econômicos, sociais, culturais que engendram caminhos pelos quais o turismo opera. E os diversos atores envolvidos nesse processo, dentre sujeitos, instituições, objetos e tecnologias, contribuem para a complexificação deste sistema não linear. A indissociação dos acontecimentos que circundam este campo faz dele um sistema aberto, com influências de agentes internos e externos que o colocam em um lugar de constantes mutações. E essa complexidade de articulações e variáveis está se tornando cada vez mais evidente em uma sociedade globalizada e intensamente informatizada.

Sob a égide do processo, todos estão suscetíveis a transformações, e as tecnologias avançadas contribuem substancialmente para acelerar os padrões de mudança dos sistemas (OLIVEIRA, 2003). Dispositivos como os *smartphones*, computadores ou o telefone intensificam essa impermanência e são capazes de influenciar nossa maneira de interagir e de se comunicar. Os aparatos tecnológicos podem estimular diferentes formas dos indivíduos viajarem ao oferecerem a possibilidade de organização de suas viagens por meio de um aplicativo, por exemplo. E são múltiplas as formas de uso e de apropriação desses aparatos, de acordo com a realidade social e subjetividade de cada pessoa.

O turismo, desse modo, não se concerne somente à oferta de serviços como hospedagem ou aos atrativos turísticos de forma isolada. Ele está também difundido nas relações sociais, no comportamento dos indivíduos, nas formas de comunicação entre eles, na apropriação dos territórios e nas múltiplas transformações imbricadas nesses processos. O termo foi cunhado na Inglaterra somente no século XVII e se refere à “existência também de recursos, infraestrutura e superestrutura jurídico-administrativa” (BARRETTO, 2004, p. 44). Contudo, deslocamentos e encontros entre indivíduos já existem desde os primeiros indícios de humanidade, sendo difícil identificá-los com exatidão.

Autores divergem sobre o início da atividade turística em razão dos variados indícios e interpretações que se fazem sobre as viagens. De certo que há muitas diferenças entre os deslocamentos na Idade Média com fins religiosos para as mobilidades turísticas contemporâneas. Mas o que faz com que simples movimentos possam ser considerados como experiências de viagem e de que forma essas práticas foram mercantilizadas? Ainda que não haja uma linearidade nesse complexo fenômeno, alguns consideram seu histórico por meio da divisão em estágios, baseando-se em comportamentos comuns dos viajantes e em fatores sociais, políticos e econômicos.

A divisão em quatro fases do turismo foi pensada por Jenkins e Lickorish (2000). Sendo a primeira delas o período pré-histórico, que abrangia desde a era medieval até o início do século XVII, quando foram construídas as rodovias romanas que permitiram a prática de diversas viagens e o desenvolvimento das comunicações na Europa. A época dos transportes, que se iniciou no século XIX, foi sublinhada pela intensificação dos deslocamentos realizados em trens e navios a vapor e pela origem das viagens em massa. O período entre guerras abarca os anos de 1918 a 1939, compreendendo o decréscimo do fluxo de turistas resultante das dificuldades econômicas e políticas advindas após a Primeira Grande Guerra. Essa é entendida também como a era dos automóveis. Por fim, a "decolagem do turismo" é a etapa subsequente que se estende até a atualidade, marcada pela revolução tecnológica.

Outra classificação histórica foi pensada por Barbosa (2002), que considera o surgimento do turismo com os primeiros deslocamentos humanos. Assim, os primeiros movimentos do fenômeno se inserem na Idade antiga, com os povos romanos, gregos e fenícios, e na Idade Média, com o nomadismo e as peregrinações. O *Grand Tour* é caracterizado como um próximo estágio, com a realização de viagens culturais e educacionais por jovens livres e ricos entre os séculos XVI e XVIII. "Esses jovens deveriam percorrer o mundo, ver como ele era governado e se preparar para ser um membro da classe dominante" (BARBOSA, 2002, p. 31-32). A terceira fase é evidenciada pela criação e apreciação dos balneários marítimos, que

resulta no momento seguinte, caracterizado pela modernização dos transportes. São fatores cruciais deste período o uso de trens, aviões e navios e das férias remuneradas.

Ainda que o turismo possa ser relacionado a deslocamentos primitivos, ele ganha maior intensidade e complexidade a partir da era moderna. “O turismo moderno havia, de fato, se estabelecido com seus principais elementos até a deflagração da Primeira Guerra Mundial, em 1914” (JENKINS; LICKORISH, 2000, p. 34). Foi quando o fenômeno passou a ser conceituado, devido a sua crescente popularização e impacto no sistema econômico capitalista, que se fortalecia. Assim como o intenso desenvolvimento dos meios de transportes e de comunicação.

Todas essas transformações tecnológicas e comportamentais estimularam os grandes deslocamentos, sobretudo a construção das estradas e ferrovias. A circulação de informações sobre viagens e destinos ganhou maior intensidade com a criação de novas tecnologias de comunicação, contribuindo também para uma maior interação entre os indivíduos, mesmo fora de seu entorno habitual. Algumas das conquistas da Revolução Industrial, como os direitos trabalhistas, propiciaram a valorização e o aumento do tempo livre dos operários, podendo ser utilizado em atividades de lazer e turismo, em decorrência da redução gradativa das horas laborais e do benefício das férias remuneradas.

As transformações políticas, econômicas e culturais reverberaram nesta célere expansão do afluxo de turistas ao redor de mundo, sobretudo após a II Guerra Mundial. Com a movimentação intensa de indivíduos nas cidades, houve a necessidade de construir diversos tipos de acomodações para suprir a demanda desses viajantes. As motivações eram múltiplas, mas se destacava o desejo de experienciar o turismo como meio de lazer e descanso. Para Dumazedier (1974) essa é uma resultante de dois movimentos simultâneos:

a) o progresso científico-técnico apoiado pelos movimentos sociais libera uma parcela do tempo de trabalho profissional e doméstico; b) a regressão do controle social pelas instituições básicas da sociedade (familiares, sócio-espirituais e sócio-políticas) permite ocupar o tempo liberado principalmente com atividades de lazer (DUMAZEDIER, 1974, p. 55).

O entendimento do lazer como um direito social em muitos países, inclusive no Brasil, é consequência destes movimentos, em especial a ampliação do tempo livre do trabalhador. A prerrogativa se apresenta até hoje como uma política de bem-estar, ao mesmo tempo que mantém uma ideia produtivista, ao contribuir com a melhoria da qualidade do trabalho após o retorno das férias, com as energias renovadas. O pensamento justifica algumas das iniciativas promovidas pelos governos para garantir o direito ao lazer da população, que incluem as

atividades turísticas. Pode ser citado como exemplo o programa Viaja Mais Melhor Idade¹⁶, do Ministério do Turismo do Brasil, que intenta ampliar o acesso de idosos a viagens, por meio de parcerias com empresas privadas.

Devido a grande procura e seguindo um modelo econômico industrial, grande parte das viagens era organizada de modo padronizado, por meio de pacotes turísticos elaborados por intermediários, como as agências e operadoras de viagens. Refletindo sobre estas negociações, Lash e Urry (1987) classificam o turismo moderno como um turismo organizado. Este formato relaciona-se com o modo de produção fordista característico do sistema capitalista organizado do século XIX.

Contudo, desde as primeiras excursões coletivas organizadas e comercializadas por Thomas Cook na Inglaterra moderna de 1841 que suscitaram nas agências de viagem (JENKINS; LICKORISH, 2000) até a contemporaneidade, diversas foram as transformações pelas quais o turismo passou. As tecnologias que foram fundamentais para o desenvolvimento do turismo em fins do século XVIII, são também essenciais às dinâmicas afluentes em vigor. Diante de toda a complexificação e dinamização dos modos de consumo, das relações sociais e dos comportamentos dos indivíduos da sociedade atual, os modos de viajar e as motivações em muito se modificaram.

As muitas e rápidas mudanças do fenômeno levaram diversos pesquisadores a pensar a sistematização do turismo, com o desejo de compreendê-lo melhor por uma visão global de seus elementos e articulações. Raymundo Cuervo é um dos teóricos considerados precursores desse movimento, com a obra *El Turismo como Medio de Comunicación Humana*, de 1967, em que considera o turismo como um conjunto bem definido de relacionamentos, serviços e facilidades gerados em razão de movimentos humanos.

À luz da teoria geral dos sistemas proposta por Von Bertalanffy (1968), o autor salienta a relação entre o turismo e as práticas sociais. Ele defende que sua função é a comunicação, reverberando em efeitos positivos e negativos na sociedade (CUERVO, 1967). Se para Sodré (2014) o que caracteriza o processo da comunicação é a organização do vínculo social pelo que há de comum, que tem relação com a constituição de sujeitos e a produção de modos de vida, os processos de interação social concernentes às práticas turísticas também podem ser entendidos como tal.

¹⁶ Viaja Mais Melhor Idade. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.viajamais.gov.br/vm/>. Acesso em: 20 de maio de 2021.

O argumento de Cuervo chama atenção para o fato de que o turismo como meio de comunicação está associado a outros sistemas constituintes do social. E que, por isso, a análise e interpretação de seu funcionamento deve partir de uma visão mais ampla, em associação a outros fatores. “Ao separar o turismo em um sistema, é importante lembrar que ele é parte de um sistema maior, como o sistema social” (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2016, p. 4).

A sistematização do turismo foi pensada por diversos outros teóricos. Leiper em 1979, evidenciou os elementos geográficos, os turistas e a indústria de turismo e viagens como componentes desse sistema caracterizado como aberto. Já Molina (1997) se destacou como pensador do turismo na América Latina ao propor um modelo marcado por interações entre seus subsistemas. No Brasil, Beni (2001) é reconhecido principalmente pela criação do esquema SISTUR, em que divide o sistema em conjuntos de elementos - Relações Ambientais, Organização Estrutural e Ações Operacionais - que interagem interna e externamente com outros sistemas.

Todos os modelos propostos foram fundamentais para reflexões sobre as muitas variáveis e interações intrínsecas ao campo. Seus esquemas são ainda bastante utilizados por pesquisadores e gestores que pensam o turismo, pois englobam elementos fundamentais para o turismo. Contudo, ainda apresentam algumas lacunas que precisam ser discutidas a fim de repensar metodologias e teorias para uma melhor compreensão deste fenômeno.

Com a revolução científica, as mudanças no comportamento do sujeito-consumidor e a criação das novas tecnologias de comunicação e informação, as formas de se praticar o turismo vem se pluralizando. Cresce o turismo segmentado, flexível e personalizado, baseado no modelo econômico pós-fordista, como Lash e Urry (1987) relatam. Formas de viajar que se fortalecem com o uso de dispositivos tecnológicos como celulares, computadores e *tablets*, ferramentas de assessoria e facilitação de processos de organização, consumo e compartilhamento das viagens dos turistas contemporâneos.

Com a conectividade em ascensão, as tradicionais agências físicas perdem muito no mercado frente a intermediários online ou mesmo para processos sem intermediação, com compras diretas por fornecedores como hotéis e companhias aéreas. Cenário que satisfaz melhor o viajante contemporâneo, consumidor mais autônomo, com fascínio pela realização de experiências e por práticas colaborativas. Trata-se de mais um dos inúmeros vieses do consumo, que pode ser entendido “como um conjunto de processos socioculturais em que ocorre a

apropriação e os usos dos produtos”¹⁷ (CANCLINI, 1992). Estão associados à valores simbólicos e aos diferentes modos como os indivíduos utilizam estes produtos, dentre eles os produtos turísticos¹⁸.

Os processos mais flexíveis e associados ao uso de tecnologias digitais são muito perceptíveis no cotidiano desses viajantes. Antes da decisão sobre qual destino visitar, uma consulta a blogs e plataformas colaborativas de avaliação de destinos, como o *TripAdvisor* ou o *Yelp*. Buscadores como o *Google Flights* ou o *Kayak* auxiliam na compra de um bilhete de transporte aéreo. Para reservar o hotel, agências online como o *Booking.com* ou o *Decolar.com*. As rotas mais rápidas para chegar ao atrativo turístico desejado são apresentadas em aplicativos como *Citymapper*. As organizações coletivas e o uso de plataformas digitais modulam a forma de se planejar uma viagem, de organizar roteiros, contratar serviços e mesmo de se deslocar pelos destinos turísticos na contemporaneidade. Elas influenciam, inclusive, a organização do mercado de viagens e turismo de forma geral.

As dinâmicas contemporâneas nos incitam a refletir sobre o paradoxo existente em uma atual fisiologia capitalista, que ao mesmo tempo em que estimula a satisfação individual e as desigualdades, permite a realização de interesses coletivos e organizações em rede. Neste sentido, interlocuções orgânicas em prol de um bem-estar coletivo e mobilizações ativistas por direitos sociais também se difundem no campo do turismo. O modo como a economia se organiza tanto gera efeitos, quanto é afetado pelas formas como os viajantes se comportam, por suas motivações e em como eles se relacionam com os outros sujeitos e objetos.

Esses movimentos turísticos precisam então ser analisados com um olhar mais atento às suas particularidades, tendo em vista seu caráter impermanente. A pluralidade das pessoas em relação a suas atitudes, percepções, motivações e imagens de crenças, e impressões sobre produtos e destinos turísticos, devem ser consideradas ao avaliar o fenômeno turístico como um todo (COOPER et al., 2007). O que explica em muito a perda da capacidade de atração de ofertas padronizadas na lógica do turismo moderno de massa.

Em que se pese também o hibridismo desses consumidores com os objetos, meio, tecnologias que utilizam e suas articulações em redes com diversos outros atores. "Não existe um único olhar do turista enquanto tal. Ele varia de acordo com a sociedade, o grupo social e o

¹⁷ Tradução Livre: como el conjunto de procesos sociocultural es en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. (p. 03)

¹⁸ De acordo com o Ministério do Turismo, produto turístico é o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço” (BRASIL, MTUR, 2007c, p. 17).

período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença" (URRY, 2001, p. 16). E são esses olhares que caracterizam o consumo turístico, incluído na atual sociedade de consumo. Ele abarca experiências prazerosas ou não e o consumo de signos plurais inerentes à cultura do Outro visitado.

Uma alternativa encontrada por muitos gestores do turismo para conseguir satisfazer essa demanda foi a segmentação dos produtos e serviços. Esta é uma das estratégias de marketing adotadas para otimizar o setor e gerar lucro dividindo o mercado de acordo com as características da população, como Lage (1992) ressalta. Aspectos geográficos, demográficos, econômicos e sociais dos turistas foram então sendo tratados separadamente por agências de viagens, operadoras, hotéis, cruzeiros e até mesmo pelos próprios turistas, que buscam satisfazer suas necessidades por meio do consumo de produtos e serviços elaborados para um público de características semelhantes às deles.

Nestas divisões, estão o turismo cultural, o de aventura, o de negócios, de saúde, o ecoturismo e o de experiência, dentre variados outros segmentos que também se subsegmentam sempre que o mercado percebe novas oportunidades. Os turistas também foram divididos em tipologias, baseadas em seus comportamentos. Cohen (1972) os agrupa de acordo com quatro classificações. O turista organizado de massas, que prefere consumir os pacotes de viagem e que mantém pouco contato com a população local; o turista individual de massas, que se assemelha ao anterior, porém aliando mais escolhas pessoais; o explorador, que organiza suas viagens de forma independente e o andarilho, que busca se aproximar bastante da cultura local e que dispensa o consumo por empresas turísticas.

Plog (1974 *apud* MACINTOSH; GUPTA, 1993), por sua vez, rotula os turistas por grupos psicográficos. Os chamados aloecêntricos são aqueles que preferem visitar destinos pouco conhecidos e com infraestrutura ainda escassa. Eles priorizam o alto grau de interação com a população local e não utilizam serviços de agências e operadoras de viagens. Na posição oposta estão os psicocêntricos. Tais viajantes desejam conhecer lugares que possuem alguma infraestrutura turística já estabelecida. Eles preferem utilizar amplamente os serviços de empresas intermediárias e aderem ao turismo de massa. Não há, em geral, muita interação com a população local em suas experiências. Entre essas tipologias estão os turistas mesocêntricos, os casos mais comuns, que preferem se beneficiar de alguns equipamentos turísticos estruturados, porém preocupando-se em se aproximar dos aspectos culturais da localidade de destino, ainda que não crie muitos vínculos.

As classificações e divisões são recorrentes no mercado turístico, influenciando práticas de gerenciamento das empresas e qualificação da oferta aos turistas que buscam novos modos

de viajar. Contudo, são visões demasiadamente reducionistas, visto que delimitam muitas fronteiras e desconsideram as variações e subjetividades dos consumidores. Classificar, neste sentido, é suprimir toda a gama de relações e identidades desses consumidores, próprias de um fenômeno contemporâneo em toda a sua complexidade. Pois, na cultura do consumo, os *selves* se moldam a partir de gostos e preferências pessoais, levando ao conhecimento e reconhecimento de si (CAMPBELL, 2000).

Se cada turista tem um olhar, como Urry (2001) explicita, como a divisão em categorias poderia considerar suas subjetividades? Os consumidores não são sempre os mesmos, suscetíveis a classificações rígidas. Há muitas variações não somente no que é consumido, mas também em como esses produtos e serviços são recebidos, apropriados e utilizados. Mesmo as segmentações que intentam ampliar a variação da oferta são restritivas, pois não abarcam as inter-relações existentes entre as práticas, as contradições, nem mesmo suas inúmeras interpretações e reações a eles.

O turismo cultural, por exemplo, é um segmento bastante comercializado. De acordo com a Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, vinculada ao Ministério do Turismo, inclui as "atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura"¹⁹.

No entanto, entendendo o turismo como uma prática social fundamentada nos processos comunicativos, assim como Cuervo defende, sua totalidade se associa a experiências culturais, algumas com maior, outras com menor intensidade. De modo que todos os segmentos estariam, por definição, englobados ao turismo cultural. O ecoturismo, que prega o uso sustentável do ambiente e de seu patrimônio natural e cultural também está associado ao turismo cultural. Ele poderia ser, ainda, praticado juntamente com atividades de aventura ou estar inserido em práticas de negócios. Esses são alguns dos inúmeros cruzamentos existentes no turismo e que se transformam a todo momento.

Diante dessa vicissitude do mercado de viagens, os modos de gestão e estruturação dos empreendimentos também têm se pluralizado. O uso crescente da internet incentivou empresas a promoverem e venderem seus produtos e serviços *online*. Sendo que algumas agências mantêm seu funcionamento praticamente todo no meio digital, as denominadas *online travel*

¹⁹ BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo Cultural. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/tu000019.pdf>. Acesso em: 02 de maio de 2021.

agencies. Essas empresas de distribuição precisaram se adaptar às mudanças sociais que ocorreram em função do uso da internet para não perderem seus clientes.

De forma mais localizada, algumas micro, pequenas e médias empresas, para fortalecerem sua competitividade, se organizam em estruturas conhecidas como arranjos produtivos locais para desenvolverem ações coletivamente, entre empresas, instituições de ensino e financeiras e governo local (VIEIRA et al., 2013). Esse tipo de organização em rede é comum em iniciativas de turismo comunitário, em que comunidades se associam e controlam suas terras e atividades econômicas para exploração da atividade turística (CORIOLANO, 2006). Movimento que também se fundamenta na lógica colaborativa.

A cultura colaborativa se estende a diversos setores do turismo, incluindo os de hospedagem, transporte, restauração, atrativos turísticos, estando presente até mesmo no planejamento de cidades turísticas consolidadas.

Em 2 de fevereiro de 2014, Amsterdã lançou sua campanha *Amsterdam Sharing City* e se tornou oficialmente a primeira cidade com nome compartilhamento na Europa. Desde aquela época, a cidade abraçou uma diversidade de atividades de compartilhamento e buscou ativamente facilitar as formas digitais e não digitais de economia de compartilhamento. Amsterdã promove os benefícios da economia como meio de atingir os objetivos duplos de inovação econômica e sustentabilidade. Seguindo o exemplo de Amsterdã, outras cidades do mundo, incluindo Paris, Londres e Cingapura, também abriram suas portas para reformas políticas que poderiam facilitar a economia compartilhada. Mas tem sido uma jornada complicada e politicamente volátil para muitas outras cidades. (DREDGE; GYIMÓTHY, 2017)²⁰

Estratégias que intentam atrelar a imagem dos destinos turísticos aos ideais da colaboração. E que, apesar do apelo comercial e dos efeitos negativos já apontados aqui, se apresentam como uma proposta de descentralização e de formação de comunidades, ao mesmo tempo que promovem a maior autonomia que o consumidor turístico tanto preza. Incluem-se nessa campanha, por exemplo, a promoção de lugares de interesse turístico fora do circuito tradicional muito procurado. Atitude que contribui, inclusive, para minimizar muitas das problemáticas ambientais que a atividade gera. Apesar de terem motivações e dimensões distintas, as redes no turismo se utilizam de ferramentas tecnológicas para e se manter e crescer.

²⁰ Tradução própria. On February 2, 2014 Amsterdam launched its Amsterdam Sharing City campaign and officially became Europe's first named sharing city. Since that time the City has embraced a diversity of sharing activities and has actively sought to facilitate both digital and non-digital forms of sharing economy. Amsterdam promotes the benefits of the sharing economy as a means of achieving the dual goals of economic innovation and sustainability. Following Amsterdam's lead, other world cities including Paris, London and Singapore have also opened their doors to policy reforms that could facilitate the sharing economy. But it has been a complicated and politically volatile journey for many other cities.

Desde campanhas de marketing de cidades turísticas a redes comunitárias de viajantes colaborativos que não visam o lucro, uma das formas pelas quais o turismo mais se expande é a colaborativa. São tantos os sistemas fortalecidos de avaliações *online* de produtos e serviços, cooperativas, comunidades de viajantes, que mesmo em tempos de pandemia, como o atual, mantêm seu funcionamento, adaptando-se à realidade continuamente, como os grupos de mulheres pesquisados aqui.

Iniciativas como estas reforçam a ideia de que as articulações entre os atores do sistema do turismo têm se transformado substancialmente, associadas aos modelos econômicos, políticos e sociais que estão em voga na contemporaneidade. Diferentes formas de produzir e consumir viagens se configuram, em muito potencializadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação que se desenvolvem. Dentre elas, ações solidárias e colaborativas ganham espaço, a partir do uso de plataformas novas ou já existentes, em especial, as de hospedagem.

2.2 Redes de hospedagem colaborativa em perspectiva

Na conversa com Miguel, os comentários a respeito das mudanças na plataforma Couchsurfing.org foram feitos com certo pesar. Ele parecia frustrado com o crescimento da plataforma e, por isso, passou a utilizar outros canais de parcerias para suas viagens. O interessante foi verificar que ele buscou sites bem mais segmentados, como o de cicloturismo. A plataforma *Warmshowers* reúne cicloturistas que compartilham suas residências para dormir ou somente tomar um banho, tendo em vista que conhecem melhor as necessidades específicas de quem, como eles, realiza grandes deslocamentos em uma bicicleta. Curiosamente, é uma das poucas redes que preferem utilizar o termo turista e não o de viajante em sua campanha: “Uma comunidade de turistas de bicicleta e aqueles que os apoiam. Junte-se ao passeio”²¹.

O aumento do número de usuários nas plataformas mais antigas criou um sentimento de insegurança ou insatisfação entre aqueles que já participavam há mais tempo. Gerou uma sensação de desvio do propósito pela comunidade mais antiga.

Acho que atualmente o site está mais comercial e tem muita gente que tá lá ou para pegação ou para conseguir uma hospedagem na faixa, mas sem muito envolvimento com o "Espírito do CS". Os últimos *requests* que recebi demonstravam muito isso,

²¹ *Warmshowers*. Disponível em: <https://pt.warmshowers.org>. Acesso em: 20 de janeiro de 2021.

peessoas solicitando hospedagem como se nossa casa fosse uma hospedaria filantrópica [risos]. Acredito que ainda tenha muita gente bacana participando, mas demanda esforço para encontrá-las [risos]. (MIGUEL, em entrevista)

A divergência de interesses entre quem só queria diminuir os custos das viagens ou encontrar um par no destino visitado e quem trata com mais profundidade o ideal da partilha, considerando os rituais de interação próprios esperados, gerou e vem gerando muitos conflitos. Assim como Miguel, muitos usuários buscaram outras plataformas que reunissem pessoas que se aproximam mais com seu estilo de vida, com suas preferências de viagem e com objetivos comuns, fatores que também se transformam continuamente.

Tal foi a mobilização que, após a entrevista com Miguel, em uma pesquisa inicial na internet pude encontrar facilmente mais de setenta grupos colaborativos com foco em hospedagem. Redes organizadas na internet a partir de diversos países. Há aquelas vinculadas a plataformas como o *Facebook* e *Whatsapp* e outras que se organizam de forma independente. Dividem-se e subdividem-se por segmentos, muito além das variações que ele já havia me sinalizado. Evidências da complexificação deste cenário.

Uma intensa fragmentação que, apesar de muito crescente na contemporaneidade, evoca tempos remotos de peregrinação religiosa. Grandes deslocamentos na idade média, em que a igreja acolhia diferentes perfis de romeiros, e que para isso precisava dividir suas instalações para oferecer um acolhimento diferenciado para doentes, pobres e nobres (ALDRIGUI, 2007). Era já um início da diferenciação dos serviços de hospedagem que se desenhava para atender demandas específicas e que tem hoje a exploração avançada dessa ideia em escala global.

A oferta heterogênea, contudo, sugere um perfil geral predominante. O de viajantes que desejam se apropriar dos destinos como um local a partir de uma maior interação e envolvimento com as pessoas e os espaços. Aspiração que tem provocado a ascensão dos empreendimentos hoteleiros que focam na mercantilização das experiências e onde os negócios colaborativos mantêm substancial participação. Algumas empresas agem como intermediárias entre os viajantes e os anfitriões, lucrando a partir de taxas de serviços e anúncios publicitários.

No caso das plataformas sem fins lucrativos, as relações se constroem coletivamente e buscam essencialmente ampliar o acesso às viagens e contribuir para mudanças nos modos de viajar. Mídias que se vinculam à economia colaborativa digital, mas que possuem também dimensões culturais, políticas e sociais de grande importância, sendo problemático tratar desse tema somente pelo viés econômico, como em geral ocorre (DREDGE; GYIMOTHY, 2017).

Essas plataformas se proliferaram com maior intensidade na última década, tratando-se de um fenômeno recente, ainda que algumas dessas redes já se articulassem no prelúdio da

internet. É o caso da iniciativa *World-Wide Opportunities on Organic Farms - WWOOF*, que embora tenha criado seu site somente em 2000, já se articula desde 1971 promovendo o trabalho voluntário em fazendas ecológicas em diversas regiões do mundo. Este segmento proporcionou novas versões para trabalhos de cuidadores de casa, serviços em estabelecimentos de hospedagem, cuidados de animais domésticos, dentre diversas outras possibilidades, com empresas como a *House Carers*, *Helpx*, *Worldpackers* e *Woofing*.

A multiplicação dessas iniciativas se associa ao desenvolvimento de uma demanda que se articula em torno de objetivos mais específicos em comum. Dentre outros dos segmentos encontrados destacam-se as plataformas colaborativas para mães, esportistas, homossexuais, negros, mulheres. As motivações para a criação dessas comunidades, apesar de múltiplas, se interconectam. São em geral agrupamentos por gostos, estilos de vida e ativismo político. Composições híbridas e dinâmicas características da cultura de redes digitais.

A plataforma *BeWelcome*, surgiu a partir do trabalho voluntário de ex-participantes das redes *Hospitality Club* e *Couchsurfing.org*, com ideais baseados na transparência, abertura e democracia. E a *Fairbnb*, defende uma divisão mais equilibrada dos lucros e a gestão coletiva da plataforma. Foi motivada pelo rápido crescimento de empresas, como a *Airbnb*, que concentram grande parte do capital que circula nas negociações oferecidas, em detrimento dos usuários que oferecem suas residências. Além do controle hierarquizado dos procedimentos e nas problemáticas sociais nas quais a empresa se envolve.

Longe de ser só uma questão de identificação de perfis e preferências de viagem, essas motivações envolvem questões sociais que repercutem diretamente no que está sendo produzido e disponibilizado *online*, em forma de ativismo. Traçando um paralelo com a teoria de Cuervo, os usos do turismo, neste sentido, se expandem para uma comunicação política. Interferindo em dimensões ambientais, sociais, culturais, econômicas. Muitos dos grupos criados se unem a partir de valores compartilhados que perpassam preocupações com sustentabilidade da atividade, inclusão social e distribuição de renda.

Mais do que simples intermediárias entre relações de trocas e parcerias em hospedagem, essas plataformas atuam diretamente nas práticas turísticas e nas taxas de ocupação das localidades, assim como interferem nas lógicas de consumo em viagens, a partir do conteúdo que é gerado e disponibilizado online para e por seus usuários. Neste sentido se desenvolve a economia colaborativa, que interfere nos mercados por meio de operações complementares à oferta tradicional de produtos e serviços.

Como as redes colaborativas são interconectadas, suas dinâmicas se associam às limitações e potencialidades do movimento. As problemáticas envolvendo a *Airbnb* geram

constantemente debates entre outros grupos que tentam se distanciar de questões como a grande concentração de capital, a especulação imobiliária e o racismo. Enquanto sua imagem foi sendo atrelada a ideia de uma plataforma para brancos, em razão dos casos de preconceito étnico relatados, alguns grupos criaram alternativas que buscam evitar esse tipo de problema. Ressaltam valores de tolerância e respeito às diferenças, referenciando esses ideais até mesmo em seus nomes. Algumas ressaltam um público afro-diaspórico e outras até mesmo restringem a participação de usuários de outras etnias.

Nos Estados Unidos, duas plataformas surgiram com esses ideais. Em 2015 foi lançada a *Noirbnb* e em 2016, a *Noirebnb*. A primeira não está disponível atualmente, pois sua plataforma está sendo reformulada. A segunda alterou seu nome para *Innclusive*, em razão da semelhança com a que foi excluída, e mantém o slogan *Be Yourself* (Seja você mesmo). Além dos valores ligados à diversidade, a plataforma expõe um caso de discriminação racial sofrido pelo seu criador em uma experiência com a empresa *Airbnb*.

No Brasil, a *Diaspora.black* foi criada em 2016 com o mesmo propósito, proporcionar hospedagem colaborativa tendo como lema principal a tolerância às diferenças. Seus proprietários são três homens negros: Carlos Humberto, Antônio Luiz e André Ribeiro. Os recursos iniciais advieram em grande parte por meio de um financiamento coletivo que arrecadou R\$16.920,00, com 153 participantes. Apesar do nome, qualquer pessoa pode se cadastrar na plataforma, ainda que as narrativas ressaltem uma valorização à cultura e identidade negra, conforme exposto já na página inicial ²².

O sentimento de exclusão percebido por eles é também compartilhado com diversas outras pessoas, que veem na plataforma segmentada uma alternativa mais acolhedora e inclusiva. Os atos discriminatórios, não obstante, se estendem a outros grupos sociais, como de religiosos, muçulmanos, asiáticos, homossexuais, que também se organizam entre eles. E, apesar da maior proliferação desses segmentos ocorrer só na última década, algumas dessas mobilizações já ocorrem há mais tempo.

A plataforma online mais antiga encontrada é a alemã *LGHEI*, de 1993, focada no público homossexual. Na descrição disponibilizada na plataforma, a *Lesbian & Gay Hospitality Exchange International* se afirma como “uma rede crescente de lésbicas e homens gays ao redor do mundo que oferecem sua hospitalidade a outros membros sem nenhum custo. Esses hosts, por sua vez, são recebidos quando viajam. Existem atualmente mais de 500 pessoas registradas

²² Diaspora.black. Disponível em: <https://diaspora.black>. Acesso em: 03 de agosto de 2018.

em mais de 30 países”²³. E defendem que se hospedando nas residências de moradores, as trocas culturais, intelectuais e sociais são mais vantajosas. É a possibilidade de ter uma perspectiva de um local, ao invés da de um turista, argumentam.

Outro fator sensível avaliado é o de que as grandes iniciativas do setor, de alcance global, se originaram em países europeus ou norte-americanos. Mesmo as redes de trocas solidárias, como o *Couchsurfing.org*, dos Estados Unidos e o *Hospitality Club*, da Alemanha. Nessas regiões está concentrada a maior parte das plataformas específicas para estes serviços. No caso das grandes empresas colaborativas que visam o lucro se destacam a irlandesa Airbnb e a estadunidense *Home Exchange*. No caso do Brasil, há uma grande quantidade de grupos reunidos no *Facebook*.

Ainda que essas plataformas incluam um público variado, de países das mais diversas regiões, o controle das atividades se centraliza nos países mais desenvolvidos financeiramente e também é de onde há a maioria dos acessos. Conjuntura típica da indústria cultural, em que há uma disputa entre cidades e até mesmo países para se tornarem centros de produção e distribuição, levando a uma concentração das mídias, fato que reforça a importância da análise geográfica deste fenômeno (PRATT, 2007).

Ao entender como se organizam espacialmente essas redes, o diálogo com outros campos se torna muito mais auspicioso. Pratt (2007) defende que a perspectiva econômico-geográfica torna necessário que os estudos nessa área cultural sejam feitos de forma interdisciplinar. A economia cultural propõe uma articulação entre economia, cultura e sua espacialidade. Assim, a “produção de cultura” se constitui a partir da participação assimétrica de seus vários integrantes mobilizados, quando resultado de uma inovação coletiva (PRATT, 2007). O que nos permite refletir sobre as desigualdades imbricadas na distribuição global das mais diversas mídias e nas alternativas viáveis para um fluxo um pouco menos centralizador.

É neste sentido que iniciativas em torno da busca por inclusão e redução de assimetrias se insere em um campo de disputas discursivas e de poder, entre forças radicalmente desproporcionais. A mudança desse cenário, para Noam (2015), está na pluralidade das redes, mas com a participação dos governos para criar e financiar fóruns públicos e privados das mídias, incorporando uma dimensão heterogênea delas.

²³ LGHEI. Tradução própria. “Lesbian & Gay Hospitality Exchange International is a growing network of lesbians and gay men from around the world who offer their hospitality to other members at no charge. These hosts, in turn, are received when they travel. There are currently more than 500 listings in over 30 countries”. Disponível em: <https://www.lghei.org/About/>. Acesso em: 21 de janeiro de 2021.

Essa diversificação, contudo, tem se mostrado possível não somente por meio de políticas públicas direcionadas, como também a partir de movimentos orgânicos de grupos que se utilizam até mesmo das plataformas hegemônicas de comunicação, como o *Facebook*. Apesar de todas as disparidades, a facilidade de uso das ferramentas e a grande visibilidade que a plataforma possui internacionalmente se coloca como um espaço bastante auspicioso para a interlocução dessas pessoas.

Ainda que a plataforma estipule regras de utilização padronizadas dentre todos os usuários e detenha o controle das informações ali publicadas, dentre textos e imagens diversas, trata-se de uma mídia popular que, de certa forma, transmite segurança aos seus utilizadores. Há, portanto, uma grande diversidade de redes de hospedagem colaborativa que se reúnem nessa mídia social, especialmente de brasileiros. Eles se subdividem em segmentos, como o de veganos, mochileiros e estudantes, por exemplo. Com uma evidência bem mais acentuada para os grupos de mulheres, que por sua vez, também são bastante heterogêneos.

Redes que se subdividem ainda mais, reforçando essa tendência de intensa personalização no consumo turístico. São interações entre mães, mulheres pretas, mulheres brasileiras na Europa, nas Américas, dentre outros, ainda que muitas delas participem de mais de um grupo em razão de distintas necessidades, de acordo com o momento vivido ou por identificação com as ideias difundidas em tais redes. A maioria com inspiração na antecessora *Couchsurfing.org*, incluindo essa referência nas descrições e nomes. Porém, resgatando valores mais antigos da plataforma, pregando essencialmente a criação de vínculos, ademais dos pedidos de hospedagem para economizar nas viagens.

As práticas solidárias são comuns dentre os grupos pesquisados. A valorização dessa troca cultural e social vem como valor principal que norteia as redes e constitui as formas de interação e os perfis de viajantes esperados para se integrarem à comunidade. Ainda que se note a presença de conflitos em razão de divergências sobre o entendimento dos valores difundidos, há uma preocupação substancial em manter um ambiente de vínculos mais profundos. O próprio nome *Couchsurfing*, que era vinculado somente à marca da plataforma de origem, ganhou um sentido mais amplo, uma modalidade de hospedagem. E quem se identifica com a ideia e pratica o *couchsurfing* é considerado um *couchsurfer*.

E o que mais toca essas mulheres para se separarem dos homens nas trocas de hospedagem? Motivações diversas, dentre a explícita necessidade de segurança e pouca afinidade com o universo masculino para esse tipo de relacionamento. Destrichando um pouco mais essas questões-chave, são perceptíveis os valores feministas de sororidade em todos os grupos. E, o que difere, em termos práticos, na fruição de uma viagem entre esse tipo de

hospedagem residencial e uma acomodação comercial, como um hotel que já vem em tanto se transformando para suprir o desejo da experiência? Para além do aspecto econômico, em que se pese a diminuição dos gastos nas viagens, o fator relacional implícito nos retoma a teoria da dádiva de Marcel Mauss (2015), que supõe uma doação de parte de si. O termo polinésio “mana” cria os vínculos sociais, expressão que coincidentemente é utilizada de modo fraternal entre as integrantes dos grupos de *couchsurfing* denotando irmandade.

O acolhimento do estrangeiro, daquele que é desconhecido, em sua própria casa remete a dádiva ao estabelecer uma abertura de seu íntimo ao outro. O dom da hospitalidade, que por filosofia supõe a reciprocidade, se materializa a partir de uma oferta cujo retorno pode ser esperado, mas não garantido e ainda menos exigido (CAILLÉ et al, 2019). A retribuição pode se concretizar a partir da própria presença do indivíduo acolhido, que também doa parte de si a quem o recebe, da sua história, das suas experiências. Como podemos pensar o turismo e as relações colaborativas de um ponto de vista não somente comercial.

A reciprocidade entre os viajantes colaborativos se dissemina também por meio de outras ofertas, como fazer um jantar, lavar a louça ou dar um presente proveniente de sua cidade de origem. Ou mesmo realizando tarefas que o hóspede tenha maior familiaridade e afinidade, como cantar ou dar uma aula de yoga, por exemplo. Ações que reforçam os vínculos e contribuem para criar uma aura dadivosa da hospitalidade. Pacto que Caillé et al (2019) qualificam como um reconhecimento mútuo em que cada um é tocado e transformado pelo outro. E isso sem criar um ambiente especificamente para essas experiências. É o simples conviver durante o período da viagem que provoca olhares estrangeiros de perspectivas outras que não somente a partir de um quarto de hotel.

A troca e o vínculo na hospedagem colaborativa foram descritos e ilustrados na publicação de agradecimento que Ester fez às suas anfitriãs no grupo *Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO* [Figura 4].

[AGRADECIMENTO] [Várias trips graças ao grupo]

Olá manas!!! Vim agradecer a potência que é esse grupo e as anfitriãs que me receberam em Novembro na Chapada da Diamantina. Inacreditavelmente eu doida decidi ir desbravar o nordeste somente em 2 dias e só consegui isso graças ao grupo. Joana Alvarez veio falar comigo muito acolhedora e me recebeu num sábado de madrugada em sua casa. Conhecer-la nessa viagem foi uma prova de que as coisas acontecem como tem que ser... Eu sabia que seria recebida de braços abertos e que teria muitas lições. Joana é uma mãe solo, guerreira que cria a baby Olívia e está trabalhando na área turística pra receber mulheres e guiar a custos bem baixos em Lençóis e Vale do Paty. Se eu for parar pra falar dela vou fazer horas de textão mas quero ser breve kkkkk

Edit: Joana leva baby Olívia pra todas as trilhas. Haja braço pra aguentar e ela aguenta e faz tudo melhor que muito homi por aí...

Já Duda Caro me recebeu no mágico vale do Capão. Fiquei só dois dias lá arrependida de não ficar mais. Mas curti muitas paisagens e tive muitos aprendizados com essa mulher além da massagem profissional incrível que ela faz.

Fico muito feliz e agradecida por ter oportunidades de viajar que eu não teria se não fosse essa coletividade que temos aqui. Essa é a segunda vez no ano que viajo graças ao grupo.

Em Maio desse ano fui recebida pela linda Paula Rúbia Torres em Recife e tive a oportunidade de conhecer Porto de Galinhas, Praia dos Carneiros e Olinda. Depois fui pra Maragogi no hostel de uma das meninas do grupo que não achei pra marcar.

Em Porto de Galinhas fiquei no hostel da Dona Mauri que TB foi indicação do grupo. Ou seja: SÓ MARAVILHA! Ainda penso em fazer um blog só pra compartilhar as delícias e aventuras dessas trips pra encorajar outras manas a se jogar pelo Brasilzão lindo que nós temos!

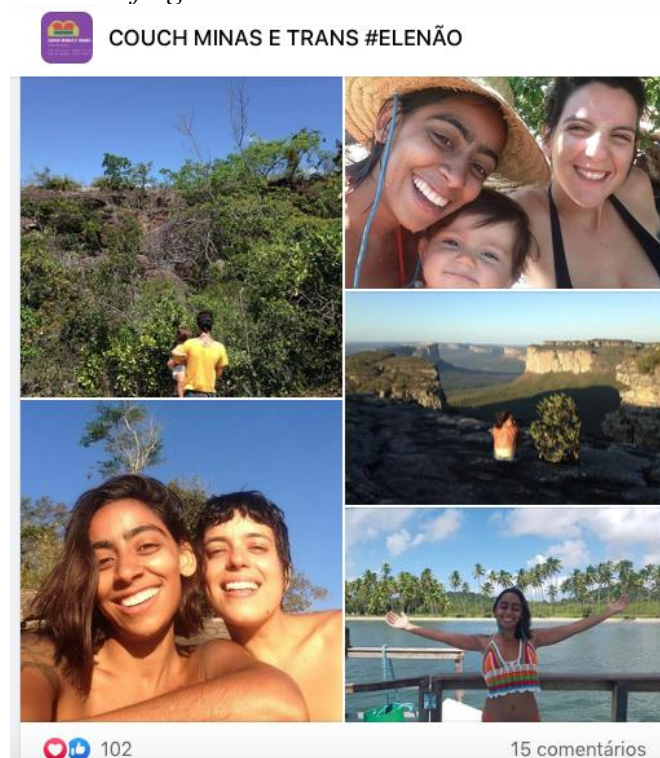
Acho válido dizer também que mesmo que busquemos viagens free e economia, muita mina recebe a gente mas vive de renda turística também e não é fácil se sustentar em cidades menores e em baixa temporada principalmente.

Então, mesmo que se não te cobrem e tu não tiver muito \$ acho legal pensar em maneiras de dar força pra essas minas e TB não julgar quando cobrem um valor simbólico pra poder te receber

Pode ser óbvio mas pra mim foi aprendizado.

Muita luz e viagens pra nós nesse finzinho de 2019 e 2020 que está ir vir!! (Depoimento de Esther Vieira, no grupo Couchsurfing das minas e trans #Elenão, de dezembro de 2019²⁴)

Figura 4 - Publicação de Esther Vieira, no grupo *Couchsurfing das minas e trans #Elenão*



Fonte: Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO – Facebook

²⁴ Publicação e nomes foram autorizados pelas participantes mencionadas na citação.

Relações que se solidificam no acolhimento na cidade e na residência em si, mas que permeiam todo o processo iniciado nas plataformas, desde as interações, os pedidos e ofertas de acolhimento e também podem se manter posteriormente à viagem. “A hospitalidade em rede é uma proposta de discussão dos fenômenos sociais em que as relações hóspedes e anfitriões são alternadas e mediadas por plataformas na web e demais tecnologias a partir de diversos usos” (MATOS; BARBOSA; MATOS, 2016, p.225). São elementos que contribuem na construção de vínculos e confiança, dentre ambientes *online* e *offline*.

E o desejo do viajante em se aproximar ao máximo da posição de um local durante o período em que visita determinada localidade, buscando entender seu modo de vida e sua ligação com o meio, é atravessado pela alteridade. A troca entre hóspede e hospedeiro não os torna iguais, pelo contrário, deixa mais visíveis as diferenças entre eles. Relação dual concernente à hospitalidade. “Faça como em sua casa”, diz a fórmula consagrada, mas não se esqueça que você não está em sua casa” (GODBOUT, 2019)²⁵.

Perspectiva que vigora nas redes de hospedagem colaborativa que se proliferam na internet, herdando e ressignificando hábitos vividos por exploradores viajantes da Idade Média e Modernidade. O fenômeno, que não é recente, tem seus indícios em deslocamentos que se realizavam sem a mínima estrutura comercial, baseando-se essencialmente nas trocas orgânicas entre anfitriões e hóspedes e nas informações buscadas inteiramente no modo *offline*.

A atividade de receber pessoas é bastante antiga – alguns historiadores conseguem visualizar elementos de hospedagem nas narrativas gregas e romanas e, até, em relatos sobre os persas. O cidadão comum abria sua casa a um estranho, permitindo que o mesmo lá passasse a noite, pudesse se alimentar e, assim, ter condições de seguir viagem, sem nada cobrar por tal gesto (ALDRIGUI, 2007, p.21).

No contexto atual, a alteridade é salientada não somente na acolhida em residência, mas em todas as interações que compõem o processo turístico. Visitar lugares que são mais frequentados por moradores ou de uma maneira diferente, conhecer aspectos que não são tão visíveis em espaços criados especificamente para receber os turistas, aproximar-se dos costumes e até mesmo das problemáticas locais. É como um “quase ser” local, alguém que justamente por ser estrangeiro deseja viver uma experiência de morador por um curto período e talvez não ser reconhecido como um turista comum pelos que ali vivem.

É aquele que se (des)encanta com o novo, mas que por preferência ou por razões econômicas usufrui menos de uma estrutura turística mais padronizada comercialmente. O que obrigatoriamente exige certa autonomia do viajante ao se propor aprender sobre a cultura

²⁵ Tradução própria. “<<Faites comme chez vous>>, dit la formule consacrée, mais n’allez surtout pas oublier que vous n’êtes pas chez vous!” (GODBOUT, 2019)

visitada de modo mais profundo e não desfrutar de certa comodidade oferecida pelos serviços de hospedagem, como uma recepção ou serviço de quarto diário. O esquivamento ao termo turista e o fascínio pelo viajante, tão comum dentre as campanhas publicitárias ressonantes do setor, não se dá de forma esvaziada. Trata-se de uma tentativa de distanciamento das práticas massivas, que vêm sendo repensadas.

Mesmo diante de tantos casos de hostilidade, como guerras, xenofobia, discriminação social e inúmeras disputas de poder e capital que persistem mundialmente, trocas orgânicas ainda se estabelecem. Mais uma das tantas contradições capitalistas que podem ser observadas a partir dessas movimentações mais específicas. E que têm em voga uma crise da hospitalidade que Caillé et al (2019) apontam como sintoma de outra crise, a da democracia. Dissonâncias que podem ser combatidas com uma sociedade da escuta, de solidariedade e compartilhamento, baseada na dádiva.

Ainda que essas relações de troca não tenham substâncias suficientes para uma ruptura ou mudança radical nas estruturas desiguais capitalistas, a existência delas, com todas as suas problemáticas e dificuldades típicas de organização em uma sociedade complexa, alude à uma cena de escuta solidária. As ações hospitaleiras fazem frente às hostis, como movimentações naturais desse emaranhado social e econômico contemporâneo.

2.3 (I)mobilidades e a colaboração nas viagens

Um dos maiores atrativos para aderir ao consumo colaborativo é a possível diminuição nos gastos. A economia que o uso compartilhado proporciona, em muitos casos, permite a ampliação do consumo e maiores oportunidades de acesso aos bens e serviços. Essas facilidades e formas de consumir contribuem, inclusive, para que o turismo se torne mais acessível a uma maior quantidade de pessoas. A prática, que há algumas décadas era majoritariamente usufruída por classes privilegiadas economicamente, vem sendo popularizada por meio de uma multiplicidade de ofertas com custos mais baixos e, por vezes, gratuitas. Este movimento, contudo, ainda não alcança a todos. Muitos ainda se deparam com limitações de diversas ordens, além da financeira, que os impedem de viajar.

Ainda que tratos dadivosos e colaborativos presentes nas plataformas digitais estimulem e facilitem o afluxo das viagens desde tempos remotos, entraves de variadas dimensões se conjecturam, distanciando a prática de grande parte da população. O modelo global impõe

determinados comportamentos e impossibilita ou dificulta o consumo turístico pelas classes econômicas mais baixas (HERNANDEZ; MENDONZA; VILLAREAL, 2009). Em uma realidade social onde necessidades mais básicas como a alimentação e moradia não são atendidas, as mobilidades turísticas são um desejo ainda distante de ser democratizado.

Até quando há brechas para acessar essas mobilidades, as diferenças econômicas e sociais aparecem nos caminhos de quem tem menos recursos e consegue viajar. Passar longas horas em um ônibus enquanto existe a possibilidade de recorrer a um avião, por exemplo, é um fator que interfere radicalmente na experiência de viagem de uma pessoa. E pode impactar, inclusive, em suas decisões sobre deslocamentos futuros, ao deixar de visitar alguma localidade em função do cansaço e energia despendida em uma viagem longa por não ter como pagar um meio de transporte mais caro.

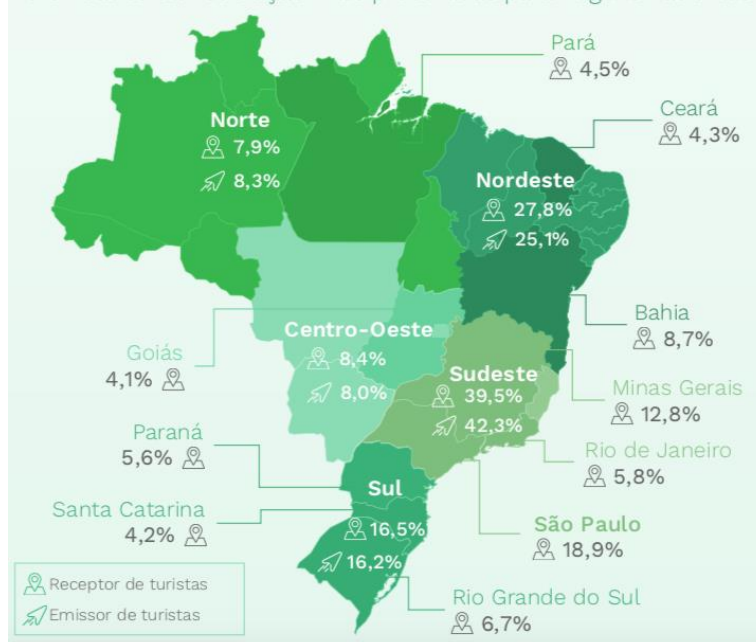
As desigualdades no acesso ao lazer e turismo se fazem nítidas em muitos ambientes e períodos variados. Na Inglaterra dos séculos XVI ao XVII, enquanto jovens nobres viajavam para outros países para ampliar seus conhecimentos culturais nos famosos e já mencionados *Grand Tours*, a classe trabalhadora não dispunha de tempo livre nem de dinheiro para realizar deslocamentos quaisquer com fins de lazer.

Essas desigualdades podem ser avaliadas à luz também do aspecto territorial, onde há um perceptível contraste entre as regiões brasileiras, no que tange a emissão e recepção de turistas. Avaliando os dados do fluxo turístico de 2020, é possível perceber que enquanto o Sudeste concentra quase a metade das chegadas e partidas, as regiões Norte, Centro-Oeste e Sul indicam uma atividade turística bem mais contida.

O Nordeste mesmo apresentando um resultado um pouco maior, ainda se coloca muito aquém do se observa no Sudeste, que se destaca como uma região com maior concentração de capital. Esses dados podem ser observados no Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro de 2020 [Figura 8] e igualmente salientam o maior acesso a tecnologias, transportes e recursos múltiplos facilitadores das mobilidades nestas regiões com maior fluxo da atividade.

Figura 5 - Emissão e recepção de turistas no Brasil por regiões

Regiões do Brasil, segundo a emissão e recepção de turistas, e as 10 Unidades da Federação mais procuradas para viagens nacionais



Fonte: Boletim Turismo Doméstico Brasileiro 2020 – Ministério do Turismo

Desenhos assimétricos e estruturais que associam mobilidades e imobilidades às injustas relações de poder que se estabelecem na sociedade como um todo. Para Sheller (2017), a justiça das mobilidades é uma questão política e ética do mundo contemporâneo, que se depara a uma série de crises relacionadas a como nos movemos. O que não se restringe ao viés financeiro, ainda que esse aspecto possa influenciar e ser influenciado por características outras. Os diversos tipos de mobilidades variam também conforme etnias, cultura, habilidades, gênero, orientação sexual. Atributos ainda muito demarcados na sociedade contemporânea e que podem ampliar ou retrain as possibilidades de deslocamentos. Tanto aqueles com fins de lazer, quanto para trabalho, ou mesmo nos casos de fluxos migratórios.

Os indicadores das mobilidades então se subsumem a estruturas de poder já bastante consolidadas. Grupos histórica e socialmente em desvantagem se veem em uma posição muito desigual frente aos estratos dominantes, que possuem privilégios em diversos âmbitos, no que se refere ao acesso a movimentações voluntárias. E neste espectro, discursos e práticas são formados culturalmente por conjuntos de mobilidade - constelações de atores, ações e significados - e são influenciados por regimes que governam quem e o que pode se mover, quando, onde, como e em que condições e com quais significados (SHELLER, 2017). Sendo o dinheiro somente um componente tangível mais explícito nesses encadeamentos.

Sheller (2017) ressalta que fatores sociais como o gênero e a sexualidade modulam as capacidades e estilos de movimentos em relação a outras pessoas, a ordens sociais normativas

e ao ambiente. O que inclui, como exemplo, uma mulher deixar de viajar à Índia em razão do alto índice de estupro, um homossexual deixar de visitar os Emirados Árabes Unidos por não ter sua orientação sexual aceita perante a lei ou um negro temer visitar a Rússia em razão de casos frequentes e significativos de racismo no país.

As distinções de oportunidades entre gêneros se alargam ainda mais quando a forma de viajar é solo. A fluminense Isabel, de 25 anos, integrante dos grupos *Couchsurfing das minas e trans #Elenão* e *Couchsurfing das minas na Europa* relata em entrevista como sua experiência viajando sozinha a fez perceber alguns preconceitos e entraves que existem pelo fato de ser mulher.

Essa questão de sempre levar em consideração o assédio eu acho que é muito presente, muito forte para uma mulher mochileira e no final acho que as mulheres acabam aprendendo a lidar das maneiras possíveis com isso. Não sei se das melhores maneiras, mas de forma que seja minimamente saudável, mas é algo muito presente, muito forte. Porque quando você fala "Vou sair para fazer um mochilão", quando eu falava isso as pessoas logo falavam "Mas você vai pegar carona sozinha? Não faz isso. Você é louca!" e são coisas que eu não via as pessoas falando para homens, "Ah, você é homem e vai sair para mochilar sozinho, vai pegar carona. Nossa, você é louco!" e para mulher isso é muito frequente. Se eu vou pegar carona, sempre vai passar pela minha cabeça e pela cabeça das outras pessoas, que vão te assediar, que vão te vender no mercado negro, que vão de estuprar, que vão te matar, que vão fazer um zilhão de coisas. E isso passa na cabeça não só das mulheres, mas os próprios homens e você sabendo de tudo isso, sabendo da sociedade que a gente vive, mesmo assim decide sair sozinha, pegar carona sozinha, fazer *couchsurfing*, então por mais que a gente tome essas decisões, têm que levar em conta todo esse cenário, toda sociedade e construção que existe em torno do corpo da mulher. Existe um medo, eu nunca tive muito medo, eu acho que nunca estive em situações perigosas ou ruins assim, nunca tive nenhum episódio trágico. (ISABEL, em entrevista²⁶)

A preocupação com a segurança atinge as mulheres de tal forma, que viajar sozinha se torna um ato de coragem perante a sociedade. Outrossim, relações de interdependência, especialmente familiares, podem interferir diretamente nessas mobilidades, visto que incidem de maneira distinta entre homens e mulheres. O que se materializa no cuidado com outras pessoas, labor tradicionalmente voltado para as mulheres, assim como tarefas produtivas, reprodutivas e papéis comunitários (JIRÓN; GOMEZ, 2018). Assim, muitas mães deixam de viajar para cuidar dos filhos ou porque assumem responsabilidades múltiplas com os lares. Tarefas que também são atribuídas aos homens em muitos casos, mas que é dada às mulheres em maior grau.

Dessa forma, as possibilidades de movimentos das quais os indivíduos se beneficiam constroem relevantes diferenças sociais entre eles. O transporte utilizado para acessar o destino, o tipo de hospedagem usufruído, os lugares visitados e a forma como esses indivíduos são

²⁶ Entrevista realizada em 20 de junho de 2020, por *Skype*. Na ocasião, Isabel morava no Uruguai.

acolhidos, todos os componentes da viagem são indicadores de desigualdades e altamente suscetíveis a variações de acordo com as condições sociais, culturais, físicas e econômicas. Fatores que impactam na imagem que a pessoa tem perante a sociedade e no eventual prestígio associado a ela.

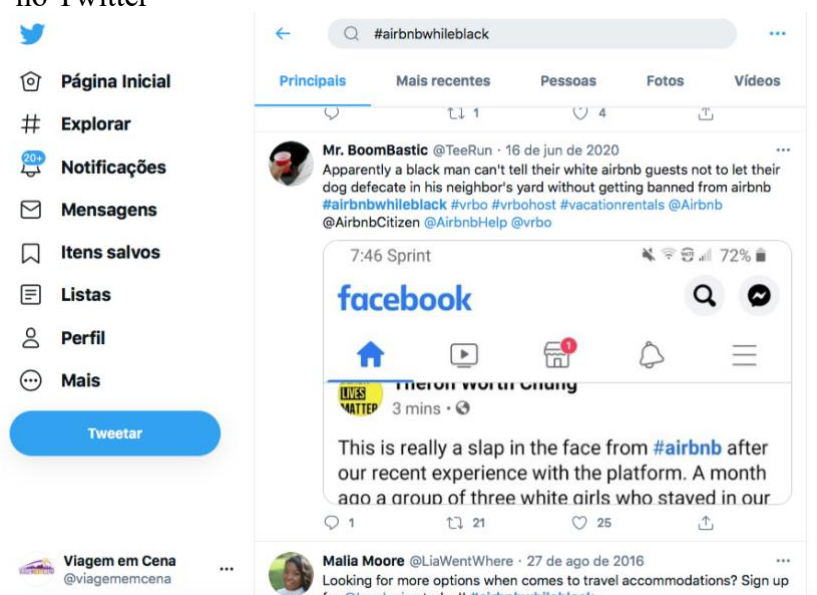
No ritual contemporâneo da hospitalidade, reputação e confiança são moedas valiosas e elementos fundamentais em operações realizadas nas plataformas de hospedagem colaborativa. Costa (2017) relaciona o índice de confiança dos usuários do *Airbnb* e do *Couchsurfing* ao grau de empatia que eles têm e que a quantidade de informações preenchidas nas plataformas e as referências recebidas influenciam na credibilidade dos perfis. Desse modo, a construção da confiança nas redes sociotécnicas é uma condição para a criação de vínculos na economia colaborativa.

Não obstante, muitos fatores influenciam nessas negociações e salientam os regimes desiguais das mobilidades. Edelman e Luca (2014) sugerem que o tipo de informação inserida nos perfis pode facilitar casos de discriminação em relação à etnia, gênero, idade ou outros aspectos ligados à aparência. A partir da combinação de dados e imagens de todos os proprietários da cidade de Nova York na *Airbnb* com seus preços e informações sobre a qualidade dos aluguéis, os autores verificaram que os anfitriões não negros cobram cerca de 12% a mais do que os anfitriões negros por um aluguel equivalente. Esses dados dialogam com o controle de todas as informações visíveis no mercado *Airbnb*.

Este estudo de Harvard ganhou repercussão internacional e, associado a casos de discriminação noticiados em mídias diversas, gerou grandes debates sobre as fragilidades e contradições da economia colaborativa, com enfoque nas grandes empresas que concentram as receitas do mercado de hospedagem levantando a bandeira da colaboração. Os casos de racismo foram percebidos em outras situações que também foram expostos pela mídia.

Em 2016, a afro-americana Quirtina Crittenden criou a *#AirbnbWhileBlack* (*Airbnb* sendo negro) que reuniu depoimentos sobre casos de discriminação racial na internet, tanto por parte de hóspedes, quanto de anfitriões. Em entrevista à *National Public Radio - NPR*, em 26 de abril de 2016, Quirtina comentou que sentia dificuldades para conseguir uma reserva na plataforma. Sua desconfiança começou quando percebeu que, apesar das justificativas que recebia no momento da recusa de hospedagem, as residências continuavam disponíveis para aluguel nas mesmas datas escolhidas. A *hashtag* teve tanto êxito que ainda é utilizada, especialmente no Twitter [Figura 6], como forma de protesto.

Figura 6 - Depoimento assinalado com a #airbnbwhileblack no Twitter



Fonte: Twitter

Em alguns desses casos, onde a ação discriminatória ocorre de forma mais explícita, há algumas penalidades, tanto por parte da empresa, quanto dos órgãos oficiais das localidades. De acordo com o jornal *El País*, o primeiro caso de multa registrado pelo Departamento de Emprego e Hospedagem Justa da Califórnia, Estados Unidos, contra um anfitrião do *Airbnb* ocorreu em fevereiro de 2017. A anfitriã estadunidense foi condenada a pagar cinco mil dólares por ter recusado uma hóspede asiática e enviado a seguinte mensagem escrita: “Não alugaria para você mesmo que fosse a última pessoa sobre a Terra. Uma palavra diz tudo. Asiática”.

Um dos elementos centrais da discussão é a própria plataforma, mediadora dessas relações. Seus protocolos, software e ferramentas demonstram uma parcialidade que Hui (2020) atribui a uma centralidade ocidental europeia que vigora em torno das tecnologias. A crença na funcionalidade essencialmente operacional das plataformas impede de refletir sobre os vieses ontológicos e epistemológicos que se realizam por meio das tecnologias. Tais materialidades possibilitam ou inviabilizam determinadas ações que afetam as relações estabelecidas por meio deles. Por isso, muitos dos usuários acusam a *Airbnb* de facilitar esse tipo de comportamento a partir das ferramentas técnicas disponíveis desse suporte.

Em resposta a essas demandas, a empresa se comprometeu em seguir uma série de medidas para solucionar o problema. Dentre elas, está a inclusão de novas regras e uma política de não discriminação, na qual afirmam compromisso com a inclusão e o respeito a todos os usuários. Em trecho da política, disponível no site, a *Airbnb* esclarece que:

tem o compromisso de construir um mundo em que pessoas de todas as origens sintam-se bem-vindas e respeitadas, independentemente da distância que elas tenham percorrido de suas casas. Esse compromisso baseia-se em dois princípios fundamentais que se aplicam tanto aos anfitriões quanto aos hóspedes do *Airbnb*: inclusão e respeito. Nosso compromisso compartilhado com esses princípios possibilita que todos os membros de nossa comunidade sintam-se bem-vindos na plataforma do *Airbnb*, independentemente de quem eles sejam, de onde eles venham, das crenças de cada um deles ou de quem eles amem. O *Airbnb* reconhece que algumas jurisdições permitem ou exigem distinções entre os indivíduos com base em fatores tais como nacionalidade, sexo, estado civil ou orientação sexual, e não exige que os anfitriões violem a legislação local ou realizem ações que possam sujeitá-los a processos legais. O *Airbnb* fornecerá orientações adicionais e ajustará esta política de não discriminação para que ela reflita tais permissões e tais exigências nas jurisdições em que elas existem. (*Airbnb*²⁷)

A empresa estabeleceu uma série de normas inclusivas quanto à gênero, orientação sexual e etnia. E vem se dedicando a desenvolver ferramentas técnicas que contribuam para diminuir os casos de discriminação. Segundo o jornal *The Guardian*, analistas de informação estão buscando alternativas por meio de algoritmos, para que eles possam realizar buscas mais neutras. Também foram contratados mais funcionários negros e houve a inserção de ferramentas de denúncia. E as fotos dos perfis só podem ser visualizadas após a confirmação da reserva.

Outras características pessoais, igualmente, podem ser alvos de discriminação. Segundo o site de notícias Nexo²⁸, nomes comuns na população afrodescendente dos Estados Unidos, como Jamal e Tyrone tem menores chances de ter a reserva aceita, em torno de 16% que os comuns atribuídos a pessoas brancas. Slee (2016) argumenta que o sistema de ranqueamento das pessoas e serviços é mais um adendo que evidencia o preconceito. A avaliação incide diretamente na reputação das pessoas, ainda que não sejam neutras. Elas moldam as experiências nas plataformas, assim como também são moldados pelos diferentes usos.

O viés algorítmico de plataformas como a *Airbnb* é pré-definido e funciona a partir de padrões que reproduzem subjetividades de forma automática. Se uma sociedade é racista, logo seus valores serão reproduzidos no ambiente *online*. Por essa razão, ao balizar-se em uma mais-valia de fluxo, dependente de uma inteligência coletiva que é gerada, a gestão computacional

²⁷ Política de não discriminação *Airbnb*. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2867/pol%C3%ADtica-de-n%C3%A3o-discrimina%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2021.

²⁸ Nexo. Como o racismo se apresenta em tempos de Uber e Airbnb. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/07/Como-o-racismo-se-apresenta-em-tempos-de-Uber-e-Airbnb>. Acesso em: 01 de fevereiro de 2021.

das organizações passa a se preocupar com a dinâmica simbólica, demandando assim, a constante avaliação das programações (PASQUINELLI, 2009).

O índice de confiança desses usuários é medido pelas características dispostas no perfil, por fatores que não se relacionam diretamente ao comportamento. Ações como estas explicitam o racismo e outras formas de discriminação social, que reverberam em ambientes online, mas que não são exclusivos deles. Constroem-se ações de marcação, que classificam o outro como um negativo, comumente vinculados à condição de ser negro. A marginalização desses sujeitos da diferença resulta de uma história capitalista de submissão de corpos, de usos e abusos. E a lógica de exploração neoliberal se relaciona com a universalização da condição do negro. Assim, o conceito alude a um estado de submissão, sentido que reverbera nas relações sociais de modo geral (MBEMBE, 2014).

A plataforma *Diaspora.black* surge a partir das experiências negativas pelas quais o presidente Carlos passou como anfitrião de um apartamento em Santa Tereza, no Rio de Janeiro, de acordo como o co-fundador Antônio Pita²⁹. Situações que explicitam as desigualdades sociais não somente em relação à possibilidade de se deslocar, como também na de receber. Ele comenta que foram diversas as situações em que Carlos se constrangeu ao receber hóspedes em sua residência.

Essas questões nunca são tão explícitas, mas a gente aprende a reconhecer nos gestos e nas desculpas e justificativas que são usadas, nas expressões que são muito recorrentes. "Não é bem isso que eu imaginava". "Com o quê você trabalha?" Algumas pessoas chegaram a perguntar pra ele se ele era envolvido com o tráfico. Enfim, situações bastante constrangedoras pra você ficar na sua casa, abrindo a sua casa para as pessoas. Teve um casal que se recusou mesmo a ficar lá. Eles deixaram um bilhete dizendo que não se sentiam seguros, que não era o que eles imaginavam. (ANTÔNIO LUIZ PITA, em entrevista)³⁰

Antônio também esclarece que, para abrirem a empresa, ele e seus sócios pesquisaram bastante sobre o mercado e encontraram informações de que os algoritmos influenciavam negativamente nas buscas das residências, invisibilizando as ofertas de anfitriões negros, em muitos casos. O resultado das buscas reafirmava o que Carlos já imaginava, ao supor que seu apartamento não fosse muito acessado em razão do baixo número de reservas efetuadas e por seu perfil ser declaradamente de uma pessoa negra. Antônio explica que, "se tem dez anúncios em uma mesma rua e um anúncio fica na décima posição, os outros nove vão ser mais vistos,

²⁹Entrevista realizada em fevereiro de 2018 por *Skype*.

³⁰ Neste caso, o nome do entrevistado foi exposto com o devido consentimento, por se tratar do criador da empresa, tendo seu nome já conhecido publicamente.

mais acessados, mais reservados e, conseqüentemente mais avaliados, então gera uma reprodução daquela invisibilidade".

São muitas as assimetrias que se desdobram nas dinâmicas comunicacionais e turísticas da contemporaneidade. Problemáticas sociais que inferem diretamente em como, no quanto e no porquê as pessoas viajam ou deixam de viajar. As tecnologias, que trazem como promessa a facilitação de ações em nosso cotidiano também podem potencializar atritos e disputas de poder, de forma a promover ainda mais a desigualdade social.

Para Hui (2020), a única solução frente a tais concentrações de poder está no desenvolvimento de tecnologias locais que permitam programas de coexistência, em que haja maior descentralização de ferramentas e conhecimento. Um movimento descolonizador que considere a multiplicidade de cosmotécnicas que compõem o que intitula de tecnodiversidade. Um acesso a múltiplas visões de mundo permitiria a ascensão de uma dimensão cosmopolítica.

Ainda que essa multiplicidade de interesses e conhecimentos se encontre somente no campo das ideias até o momento, disputas discursivas e o ativismo político que se faz presente nas redes já reverbera mudanças significativas. As práticas colaborativas, apesar de apresentarem tantas limitações, como as descritas aqui, mantêm o potencial de inclusão por meio de manifestações solidárias e orgânicas. Algumas iniciativas reativas à discriminação se fortalecem, como o caso dos grupos de mulheres pesquisados aqui, a fim de se apresentarem como alternativas mais inclusivas, imbuídas de narrativas que fazem valer suas ideologias políticas.

São mecanismos utilizados para estabelecer parâmetros e viabilizar viagens àqueles que tenham capitais financeiro, social e de rede restritos, além do fator de criação de vínculos entre as participantes. Utilizando-se de muitos dos aparatos tecnológicos das plataformas já existentes, porém valorizando discursos inclusivos e uma organização mais descentralizada e participativa, essas redes se fortalecem a partir das demandas de pessoas que sofreram discriminação ou que buscam ambientes mais acolhedores em suas viagens.

Envolvem a colaboração, o compartilhamento e práticas de consumo outras. Embora tenham que seguir os protocolos e normas das plataformas, as redes colaborativas atualizam concepções de viagem e contribuem na complexificação desses modos de consumo, ao englobar outras dimensões sociais nas discussões. Destas tramas são traçadas identidades, estilos de vida e o exercício das viagens como um ato político.

Reflexões sobre novas formas de trabalho aliadas às viagens também se evidenciam na contemporaneidade, especialmente nos grupos de mulheres pesquisados. Discussões centrais para que possam ser pensadas diferentes formas de regulamentação das atividades e também

para reforçar distinções entre o que pode ser compreendido como trabalho exploratório, trabalho pago, trabalho gratuito, voluntariado e a simples troca de produtos e serviços. Dentro deste espectro, cabe repensar a figura desse sujeito consumidor no turismo, a partir de suas práticas colaborativas.

3 MODULAÇÕES DO CONSUMO NOS SUJEITOS VIAJANTES

Em uma sociedade de plataformas, é preciso estar conectado e atualizado aos novos recursos e ferramentas midiáticas para acompanhar as tendências de consumo. Mesmo as formas mais alternativas de se experienciar viagens em geral têm alguma intermediação de plataformas comunicativas. Seja na busca por informações, serviços ou companhia. É cada vez mais comum a adesão a essas ferramentas em todas as ações que envolvem o turismo. A ampla oferta de produtos e serviços facilitadores desses processos na internet seduz os mais diversos tipos de pessoas, inclusive criando novos consumidores e formas de consumir.

Distintas modulações do consumo nos viajantes repercutem em seus estilos de vida e em suas formas de pensar. Mas, ao mesmo tempo, preconizam a autonomia desses sujeitos, que também promovem reações em sentido inverso a partir de seus múltiplos agenciamentos. As transformações cognitivas, comportamentais e comunicacionais provocadas pelo desenvolvimento das tecnologias digitais, principalmente, contribuem para a formação subjetiva desses sujeitos consumidores, de tal maneira que a figura do viajante contemporâneo em muito se distancia daquele da modernidade.

As plataformas são utilizadas, neste sentido, como instrumentos de sedução que participam da economia do desejo, segundo Lipovetsky (2020). Com suas imagens atraentes e com a abundância de informações fragmentadas disponíveis e em circulação, buscam a atenção dos sujeitos a partir do que mais lhes toca, como estratégias de captura dos sentidos. A valorização das emoções e afetos nos processos de consumo exploram, especialmente, os mercados de entretenimento e a comercialização das experiências, que encontram no turismo um solo fértil.

A manutenção dos dados que alimentam essas plataformas com gostos e preferências de seus consumidores se ancora no trabalho exercido por eles próprios. A inserção das informações, as interações, a construção dos perfis nas mídias sociais. Todas as ações contribuem para a manutenção das redes e são usadas como fonte para as estratégias de sedução e captura da atenção. A variedade de possibilidades de consumo em viagens baseadas nas emoções inclui, ainda, a ideia do trabalho voluntário, fundindo práticas que na modernidade eram entendidas como opostas.

3.1 A valorização das experiências e o consumo de estilos de vida

Como a cultura colaborativa e de plataforma pode ser percebida nos comportamentos e nos modos de ver e pensar o mundo dos viajantes? As respostas podem estar relacionadas às diferentes formas de consumo contemporâneas, nas suas transformações ao longo das variadas demandas capitalistas e nas narrativas construídas sobre essas práticas. Essas questões são associadas à trajetória do turismo como mercado e fenômeno social.

Uma das expressivas características contemporâneas do consumo neste setor é a ênfase dada ao valor da experiência. Em um período de intensa comoditização, este elemento aquece ainda mais o mercado ao pessoalizar ao máximo os serviços. Em relação às empresas de alojamento e hospedagem, em especial as colaborativas, estratégias que exploram múltiplas dimensões para envolver os clientes de forma pessoal e promover experiências memoráveis são criadas intencionalmente. E, assim, buscam oferecer uma oferta diferenciada e coerente com as expectativas do hóspede, na lógica da ascendente economia da experiência (PINE II; GILMORE, 2002).

Neste sentido, as empresas de hospedagem buscam oferecer não somente unidades de habitação comuns, como também alojamentos em lugares exóticos ou atípicos, como uma casa na árvore ou em um trailer, por exemplo. Com o tempo, muitas dessas plataformas, como a *Airbnb* e a *Diaspora.black*, também ampliaram a oferta de experiências para outras atividades extra-hoteleiras, em que se incluem cursos, workshops, encontros e passeios variados.

A crescente valoração das experiências e a exploração delas como mercadoria participam de um movimento predecessor de comercialização da cultura, que tanto impacta na relação entre os indivíduos e os bens culturais e que são consumidos como experiências em nosso cotidiano. Assistir a um espetáculo de dança ou a um filme são práticas que em muito se diferem do consumo de produtos por sua intangibilidade, valor simbólico e envolvimento pessoal. Elas oferecem uma experiência de entretenimento e de conexão com culturas, sendo resultado de um processo produtivo particular.

Em suas discussões sobre a indústria cultural, Adorno e Horkheimer (1997) evidenciaram a mercantilização das culturas, a partir da apropriação desses fatores sociais pelos interesses do capital. Eles acreditavam que a indústria cultural se baseava na padronização dos bens culturais e na passividade e alienação dos consumidores pela mídia que ditava valores conforme seus interesses por meio do processo de distribuição.

Há, entretanto, outras interpretações sobre o fenômeno nas quais este estudo se ampara. Com especial atenção às mudanças significativas que ocorreram nos últimos anos na comercialização da cultura. Hesmondhagh (2013) destaca o período pós segunda guerra mundial como um dos fatores chave para o desenvolvimento das indústrias culturais no século XX. Nesse período, a complexa profissionalização na produção cultural foi determinante para o crescimento de grandes corporações e a capacidade das tecnologias dominantes de transformarem a produção cultural e o consumo.

Esses desdobramentos destacam o fato de que a cultura consumida se relaciona intrinsecamente com as disputas de poder, centralizado em alguns sujeitos e corporações que controlam as tecnologias dominantes e o capital. Isto resulta na formação de oligopólios culturais e na exclusão de parte da sociedade do acesso aos bens culturais, a parcela socioeconômica mais desfavorecida. As visíveis desigualdades, entretanto, não invalidam os expressivos agenciamentos dos consumidores, em que se pese suas diferentes maneiras de apropriação do que é consumido.

O comércio cultural abrange as esferas do entretenimento, da informação e do conhecimento, que se desenvolvem substancialmente destacando-se em rendimentos mais do que outros setores da economia. E junto a essa dinâmica comercial está o turismo. Com a exploração de manifestações culturais, da estrutura de localidades diversas, além dos serviços de comunicação e transporte, à esta atividade podem estar imbricadas benesses sociais e econômicas variadas. Esse fenômeno tem sido vendido até mesmo como solução para diversos problemas, tamanho seu impacto na sociedade contemporânea:

A viagem, e sua contraparte, o turismo, caracterizam-se hoje pela possibilidade de representarem o homem pós-moderno. De acordo com os folhetos, as publicidades, o homem deve viajar pelo menos uma vez no ano para lugares nunca antes visitados. Assim, viajar não é supérfluo. A viagem permite uma vida melhor, pois ela cura, combate o stress cotidiano e oferece a possibilidade de se vivenciar experiências únicas, além de educar o viajante/turista e modificar sua percepção da vida. A viagem proporciona o conhecimento. Espelhem-nos nos viajantes intrépidos e famosos por seus feitos. (FIGUEIREDO; RUSCHMANN, 2004, p.157)

O ato de viajar gradativamente se consolidou como um imperativo de qualidade de vida, uma oportunidade de experimentar múltiplas sensações e situações nem sempre presentes no cotidiano. A valoração da atividade é tamanha que tem sido comum se deparar com discursos que defendem a experiência de viajar como uma forma melhor de gastar o dinheiro do que consumindo produtos tradicionais, partindo da premissa de que uma experiência vale mais que uma "coisa", do que um produto. Apesar de ser essa também uma forma de consumo,

propagandas, reportagens e publicações em *blogs* pessoais reproduzem continuamente mensagens com a ideia de oposição a esta prática.

Em reportagem da revista *Viagem e Turismo*, de 05 de setembro de 2017, a jornalista Adriana Setti relata que seus gastos são prioritariamente com viagens e sugere, conforme título da matéria: "Consumir menos para viajar mais". Ela acredita que as experiências propiciam mais felicidade para ela, conforme pesquisa realizada pelo professor de psicologia Thomas Gilovich, da *Cornell University*, que defende que investir em experiências traz mais felicidade que consumir bens materiais. E finaliza: "Quantas experiências você poderia ter vivido com o que investiu no seu último objeto do desejo? Será que você se lembrará dele com carinho daqui a dez anos? Pense nisso."

O artigo defende a ideia de consumir menos bens materiais, em contraposição a um maior usufruto de experiências turísticas, sem considerá-las como práticas de consumo. A abordagem comercial dessas experiências se insere no mesmo contexto de comercialização cultural. Caminhar pela própria cidade, abraçar um amigo ou conversar com um desconhecido podem ser também formas prazerosas de experimentar a vida e que podem ser lembradas por longos períodos, mas a ênfase é dada ao dispêndio monetário.

As experiências, de forma geral, podem provocar uma transformação no indivíduo, a partir de um movimento de desvio de sua rotina e da relação que se estabelece entre vivências passadas e situações atuais, entre as expectativas e o que se experiencia de fato (TURNER, 1986). De modo que elas não se reverberam somente no campo econômico, mas também no social e cultural. Entretanto, são as experiências monetizadas e atreladas a produtos e serviços oferecidos no mercado que dão corpo a narrativas como a que apresentada na reportagem.

Mas o que distingue o consumo dessas experiências de outros tipos de consumo, afinal? Pereira, Siciliano e Rocha (2015) pontuam elementos que caracterizam a experiência do consumo e o consumo de experiência que, a princípio podem ser interpretadas como sinônimos. Sendo a primeira entendida como "o registro sensível, no indivíduo, da prática de consumir"; e a segunda definida como "o uso social, reforçado pelo sistema de classificação e de significação da sociedade, de bens (consumo), que sejam, em si mesmos, as práticas e as interações sociais nele envolvidas (experiência)" (PEREIRA; SICILIANO; ROCHA, 2015, p.9)

Definição essa última que se aproxima muito do ensejo de viajar para desfrutar de experiências. No entanto, para os autores, o consumo de experiência necessariamente abarca a construção de um simulacro e de espaços intencionalmente preparados para a vivência de sensações. Como em parques temáticos que fazem alusão à "universos" de filmes. Concepção

que coaduna com o caráter teatral motivador do consumo, que Pine II e Gilmore (1999) salientam quando nomeiam o fenômeno da economia da experiência.

Quando uma pessoa compra um serviço, ela adquire um conjunto de atividades intangíveis que realiza em seu nome. Mas quando compra uma experiência, paga para passar o tempo desfrutando de uma série de eventos memoráveis que uma companhia encena - como em uma peça de teatro - para envolvê-lo de forma pessoal. (PINE II; GILMORE, 1999, p.2)³¹

As experiências, para os autores, devem envolver os indivíduos de alguma forma, seja emocional, físico, intelectual ou espiritualmente. Elas abrangem sensações e são construídas em conjunto pela empresa que presta o serviço e o consumidor, o que torna única cada experiência que incluem variados tipos de serviços e até mesmo produtos. Tomando como base essas percepções sobre a mercantilização da experiência, ainda que a viagem seja vendida como uma possibilidade de viver variadas emoções e sensações prazerosas, ela está associada a uma experiência do consumo nos casos em que não remete a uma realidade construída especialmente para essa relação comercial.

Esse apelo às emoções, entretanto, é algo muito frequente no campo do turismo, que se vale especialmente das mídias sociais para reforçar a imagem de uma forma melhor de se viver por meio desse tipo de consumo. Como prática que foi construída comercialmente na modernidade, se associa a um momento de virada do século XVIII de transição nos padrões de gratificação atrelados ao consumo. A busca insaciável pelo prazer do hedonismo tradicional, que vinha das sensações, sobretudo exteriores, se transformou no hedonismo moderno, voltado para as emoções estimuladas essencialmente pela imaginação (CAMPBELL, 2000).

Tal é a importância atribuída a esse tipo de prazer, que o termo “turismo de experiência” veio a se fortalecer no mercado e nas políticas públicas. Em 2006, o Ministério do Turismo do Brasil lançou uma campanha de promoção de destinos turísticos brasileiros, intitulada *Tour da Experiência*, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE. A definição dada a este segmento é a de que:

o turismo de experiência é um nicho de mercado que apresenta uma **nova forma de fazer turismo**, onde existe interação real com o espaço visitado, mesmo que não seja o ideal, é o real e é o que o turista está em busca. Esta prática turística está relacionada com as aspirações do homem moderno, cada vez mais conectado e em busca de experiências que façam sentido. É uma maneira de atingir o consumidor de forma mais emocional, por meio de experiências que geralmente são organizadas para aquele

³¹ Tradução própria. “When a person buys a service, he purchases a set of intangible activities carried out on his behalf. But when he buys an experience, he pays to spend time enjoying a series of memorable events that a company stages – as in a theatrical play – to engage him in a personal way”.

fim. A ideia é estimular vivências e o engajamento em comunidades locais que geram aprendizados significativos e memoráveis. (SEBRAE, 2015, p.8, grifo nosso)³²

A experiência turística é resvalada pela valorização de uma autonomia do viajante, que tem maior poder de decisão, fenômeno que vem sendo investigado por diferentes áreas, como a antropologia, o marketing e o turismo. Pesquisadores como Cohen (1979), Panosso Netto e Gaeta (2010) e Ryan (2002) se debruçaram sobre o conceito do termo Turismo de Experiência como algo particular, ainda que toda a prática turística possa ser considerada uma experiência positiva ou negativa. A luz é dada, neste caso, aos desejos contemporâneos dos turistas, que buscam maior “autenticidade” dos produtos e serviços oferecidos e protagonismo em suas viagens.

Essa autonomia do consumidor turístico ocorre não somente pela co-criação de suas experiências, como também na relação que se estabelece com os lugares visitados, a partir das narrativas e imagens fotográficas elaboradas. Processo que se desenvolve desde antes da viagem, em uma fase de planejamento até após o retorno, com a reprodução dessas experiências para o círculo social dos turistas. Panosso Netto e Gaeta (2010) destacam o processo criativo que há nestas construções de inesquecíveis experiências para atingir as expectativas esperadas.

Elas são, cada vez mais, alvo de comercialização, ainda que isso implique na ressignificação dos próprios bens culturais a que se relacionam. Figueiredo e Ruschmann (2004, p.182) acreditam que “como produto da indústria cultural, o turismo busca o autêntico, mesmo que signifique uma deturpação valorativa das obras e dos objetos importantes para as sociedades, para o mundo ocidental em geral”.

Pensamento que vem se reforçando exponencialmente, em especial, ancorada por plataformas digitais na internet. Ainda que seja demasiadamente complicado definir a autenticidade e a valoração dessas experiências, visto que em uma sociedade complexa e globalizada, referências e culturas se cruzam e se interceptam a todo momento. Em diversas mídias, imagens de lugares paradisíacos, associadas a mensagens de apelo ao consumo de experiências são reproduzidas e compartilhadas em larga escala [Figuras 7 e 8].

³² SEBRAE. Turismo de experiência. SEBRAE: Recife, 2015. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo_de_experiencia.pdf

Figura 7 - Relação viagem e consumo



Fonte: Blog Aprendiz de viajante

Figura 8 - Consumo de experiência



Fonte: Página do Facebook VM Viagens e Turismo

A ideia de que viajar é uma das melhores formas de utilizar seus recursos financeiros é vendida com a premissa de que as experiências obtidas nessas viagens reverberam em uma melhor qualidade de vida, em detrimento da obtenção de bens materiais. São estratégias de comunicação comumente utilizadas para capturar os potenciais consumidores desses canais, especialmente, aqueles que se identificam com esse estilo de vida móvel.

O consumo desse tipo de experiência, como qualquer outra forma de consumo, é usado pelas pessoas para estabelecer as fronteiras das relações sociais, como possíveis marcadores no interior de um sistema informacional, assim como Douglas e Isherwood (1990) defendem. As mercadorias, bem como os serviços e as experiências mercantilizadas contribuem então na delimitação de diferenciações, de hábitos, de identidades.

Sem necessariamente priorizar a contenção de eventuais impactos negativos que a atividade turística possa acarretar, sejam eles sociais, culturais, ambientais ou econômicos, a

comercialização dessas experiências valoriza a condição de viajante como alguém que aproveita melhor a vida e satisfaz os desejos pulsantes hedonistas. O valor da experiência individual, no que se refere a cultura do consumo, se sobressai em muitos os casos a causas sociais. Por essa razão, pode reverberar efeitos negativos em diversas localidades e em várias dimensões, como a hiperlotação de um destino turístico, a especulação imobiliária, dentre tantos outros fatores.

Neste sentido, a comunicação midiática *online* tem sido um elemento fundamental na sociedade de consumo contemporânea, no que se destaca seu potencial de atingir rapidamente um público muito extenso. Mas, se por um lado, para alcançar os interesses do capital, estas ações participam de um modelo econômico que estimula a produção de necessidades e aumenta o consumo, por outro revela processos subjetivos e sociais ligados a valores, práticas e instituições que interferem nas escolhas individuais. Encadeamento cultural que Slater (2002) considera como modo de reprodução social dominante desenvolvido ao longo da modernidade.

Em uma sociedade em que produtos, serviços e até mesmo experiências podem ser mercantilizados, o sentido privado e íntimo do consumo também se salienta de acordo com essa autoridade. E resulta em um movimento de maior personalização de desejos e de sinalização de identidades, que faz valer o protagonismo peremptório do consumidor na economia da experiência, como Pine II e Gilmore (1999) defendem.

A exploração do consumo turístico atrelado à economia da experiência, alimenta na forma das imagens principalmente, o desejo por esse estilo de vida viajante. O que se distancia do imaginário sobre a condição de turista, inclusive. Termo que vem ganhando novos sentidos ao longo dos anos. Há certa dualidade em relação a essas duas figuras, que se configura em relação ao modo como se pratica as mobilidades turísticas. O estilo de vida viajante, no qual se busca parecer ao máximo com o morador da localidade visitada, é o termo mais valorado, associado à suposta busca de autenticidade nos lugares visitados e a uma ideia maior de liberdade.

O contraponto do viajante é o turista, aquele que opta por consumir pacotes padronizados de viagens, organizados e planejados por agências. Como, em muitos casos, esses pacotes incluem *city tours* com pouco tempo de permanência nos destinos e permitem pouca autonomia dos turistas para escolherem os locais visitados e os serviços prestados. Eles foram sendo associados de forma gradual a viagens superficiais por aqueles que buscam experiências mais independentes e exploratórias. O pouco tempo disponível, a rigidez das atividades e horários, o tipo de serviço mais voltado para o consumo de massas, todos esses fatores se distanciam do que os viajantes costumam buscar.

Pensamento que coaduna à ideia do turismo de experiência, ressaltando a superação de modelos estereotipados e convencionais de viagens (NETTO; GAETA, 2010). E mais ainda a uma subdivisão deste segmento, conhecida como um movimento *slow travel*, priorizando a vivência dessas experiências de modo mais tranquilo e lento para poder aproveitá-las melhor. O argumento é o de priorizar o bem-estar das pessoas e a sustentabilidade da prática, a partir da desaceleração do ritmo de consumo frente a aspectos meramente quantitativos (HALL, 2009). É uma outra forma de vivenciar o tempo, que durante as viagens, se torna mais elástico. Para Ryan (2002), são períodos de procrastinação socialmente aceitáveis que contribuem para a experiência extraordinária das férias. Podemos presumir como um tempo que nos distancia da produtividade tão acelerada que a dinâmica contemporânea nos impõe.

As viagens, neste sentido, são pensadas como ferramentas políticas, associadas a uma concepção de tempo mais libertária. A exploração de formas de vida que se colocam como alternativa à lógica do capital pode ser entendida como um processo de “desmobilização”, muito buscado por grande parte da juventude contemporânea (ALMEIDA et al, 2016). É um modo de pensar o mundo com maior deleite das ações e vivências, atravessando diversas práticas, incluindo as viagens.

O termo turista, de modo geral, passou a ser compreendido de forma negativa e contrastado com o termo viajante em diversos blogs e reportagens [Figura 9], ainda que não existam muitas diferenças conceituais entre eles. Em teoria, o turista é um tipo de viajante, sendo um termo criado na modernidade e comum à contemporaneidade. Para Figueiredo e Ruschmann (2004, p. 169), o “turismo – viagem moderna – inscreve-se na lógica dual trabalho/ tempo livre. Ele é sinônimo de férias e transformou-se no uso maximizado do tempo livre”. Bem característico desse indivíduo dotado de tecnologias que o permitem ampliar cada vez mais sua mobilidade.

Figura 9 - Diferenciações entre Turista e Viajante



Fonte: site www.holidify.com

O conceito de turista não está necessariamente atrelado ao turismo de massa e, apesar de poder gerar efeitos negativos às localidades de diversas ordens, não é sinônimo de ações predatórias. O viajante, por sua vez, apesar de ter sua aura remetida aos grandes exploradores e aventureiros do século XVI, também não está totalmente apartado de ações predatórias. Ainda que seja comum o reforço dessa relação dual por consumidores turísticos e empresas.

Em relação às estratégias de marketing, mesmo com a tentativa de se distanciar do termo turista em suas campanhas publicitárias, a *Airbnb* por exemplo, vem sendo acusada de provocar muitos efeitos negativos em diversas localidades em que atua. Em vários países europeus a empresa enfrenta problemas com a regularização dos aluguéis dos imóveis. Em Amsterdam, as autoridades locais de turismo estabeleceram um limite no número de reservas por locação em trinta noites ao ano para contribuir com a contenção do número de turistas na cidade, conforme reportagem veiculada no jornal *The Sun*, em 12 de janeiro de 2018.

“*Don’t go there... Live there*”, ou em português, “Não vá até lá, viva lá”. É o que sugeria a campanha internacional da plataforma digital de viagens *Airbnb* em 2016. Para satisfazer esse desejo fortalecido pelos veículos de comunicação, o site criado em 2008 oferece hospedagem em residências e posteriormente passou a comercializar também experiências de viagem com moradores de localidades dos mais variados países. O consumidor pode, por exemplo, pagar para ter aulas de surf em Bali ou aprender um pouco da culinária tailandesa em Bangkok. Serviços que, de acordo com a mensagem transmitida pela empresa, oportunizam aos visitantes a vivência daquele lugar, desfrutando de sua residência temporária e praticando atividades que os moradores fazem em seu cotidiano. E dessa forma ele tem a sensação de não ser visto como um estranho, mas como um “cidadão do mundo”.

No vídeo de boas vindas ativo no canal do *Youtube* da empresa³³, os termos comunidade, viajantes e experiência se destacam. Ao final da apresentação, a frase *Live There* mantém o ideal da marca. Com esse desígnio, a *Airbnb* vende a seus consumidores não só as experiências de viagens, mas um estilo de vida associado a seus valores. As narrativas publicitárias sobre viagens, que incentivam os indivíduos a serem cada vez mais móveis, usam as imagens que destacam as relações interpessoais entre anfitriões e viajantes como ferramenta essencial para reforçar sua visibilidade.

³³ YouTube. *Welcome to the Airbnb*. Disponível em: <https://www.youtube.com/user/Airbnb>. Acesso em: 11 de janeiro de 2021.

As experiências vendidas na plataforma *Airbnb* remetem a ideia de indivíduo que aproveita melhor a sua viagem, com mais intensidade. E que está associada a construção de estilos de vida. Neste espectro, as comunidades reúnem os consumidores que se identificam com os valores reproduzidos e que buscam satisfazer seus ensejos a partir do consumo dessas experiências, assim como pela relação com os outros membros da rede. Assim, a marca *Airbnb* se estabelece, vendendo um ideal de vida baseado em experiências descontínuas de viagens e na ideia de viajante/morador.

A autonomia nesse caso está tanto na possibilidade que é dada ao usuário da rede de escolher quais lugares se hospedar e quais experiências usufruir, quanto na forma de colaboração coletiva, ou *crowdsourcing*. Dinâmica crescente nas plataformas digitais contemporâneas que se mantêm por meio das informações que os próprios consumidores alimentam, tornando-se assim "prosumidores", neologismo criado por Toffler (2007) que une as palavras produtores e consumidores.

As experiências contribuem para a formação de um estilo de vida, processo que incorpora elementos identitários e de pertencimento. Neste sentido, o que Thorsten Veblen (1899) chamou de consumo conspícuo em sua obra "Teoria da Classe Ociosa" ainda se faz atual. Para o autor, o consumo se relaciona à ostentação de riquezas, hábitos e costumes, assim como à indicação de classes sociais que se mantêm no poder e controlam as demais classes, podendo ser considerado como um elemento de distinção.

Não é somente uma distinção econômica, é também uma questão de construção identitária. Dotar-se de mobilidades contínuas, viver "intensamente" o lugar a partir de experiências, comportar-se como um morador em qualquer parte do mundo é diferenciar-se daqueles que tem seus deslocamentos restringidos por questões múltiplas ou por quem opta por adotar um estilo de vida mais materialista ou menos móvel. É ocupar uma posição bem valorizada na sociedade, a de viajante, que pode traduzir não somente um privilégio econômico, como uma percepção de autonomia, bem-viver, sabedoria. Não é só a busca da distinção que prevalece nessas interlocuções, há preocupações sociais e coletivas desses consumidores que se engendram em suas escolhas individuais.

O consumo de experiências, quando vinculado a uma cultura da colaboração pode ser motivado por uma maior atenção em torno do uso mais racional dos recursos disponíveis no ambiente e da construção de vínculos nas relações interpessoais que se estabelecem. Os comportamentos e ações precisam ser recorrentemente repensados a fim de se adequar a esta opção de vida. A designer e empresária Marta, de 37 anos, participa de redes como o *Couchsurfing.org* e o *Couchsurfing das minas #Elenão*. Em nossa conversa, ela relatou que foi

a partir da experiência com viagens colaborativas, se hospedando em casas de residentes gratuitamente por meio de plataformas como o Couchsurfing.org, que ela adotou, aos poucos, um estilo de vida neste sentido, englobando outros âmbitos além das viagens.

Comecei a viajar faz um tempão. Só que, aos poucos a viagem foi me ensinando muitas formas colaborativas não só de viajar, mas de viver. De trazer pro meu dia a dia isso. Uma das primeiras coisas que eu tive contato foi ter essa maneira colaborativa de me hospedar. E depois, de conseguir uma alimentação, um passeio. E hoje em dia até trabalho. Por exemplo, eu participo de um grupo que é bem forte que se chama “Escambo das Minas”, em que a gente troca trabalho. Eu sou designer e ofereço meu trabalho como designer em troca de... sei lá... reiki, bijouteria, alguma coisa do tipo. Então, tem várias trocas super legais. (MARTA, em entrevista)³⁴

Mas deixa claro que esse estilo de vida adotado por ela conforme as experiências que foi adquirindo com as viagens só se realiza quando há uma crença real nessa relação de troca. “Se você não acredita nessa filosofia da troca, não é uma troca. Vira só um favor, uma pessoa que está buscando um favor”. A vivência de suas experiências não é uma simples forma de usufruir de um produto ou um serviço que deseja, ela está intrinsecamente ligada a valores e formas de ver o mundo. O que, conseqüentemente, a faz decidir sobre suas possibilidades de consumo com base nesse pensamento colaborativo.

Múltiplas formas de consumir experiências têm se apresentado como possíveis. Ainda que haja apropriações do ideal como estratégias de *marketing* que não condizem efetivamente com ações de corporações e grupos, um movimento de trocas culturais, fortalecimento de redes e de ativismo social se faz também presente, em especial, no âmbito das viagens. A vivência das experiências interfere tanto individualmente, na modulação de personalidades, quanto em comunidades e ambientes afetados pelo turismo (RYAN, 2010). Indícios que mesmo em uma estrutura capitalista informacional é possível encontrar brechas para ações coletivas e orgânicas, considerando suas eventuais fragmentações e desvios.

3.2 Aliando viagens e trabalho

Quais as inter-relações entre viagens e o trabalho? Os deslocamentos turísticos com fins de negócios representam um segmento bastante expressivo em termos quantitativos. A pesquisa

³⁴ Entrevista realizada em 13 de julho de 2017, no Rio de Janeiro.

de Demanda Internacional do Ministério do Turismo aponta que este foi o segundo principal motivo da chegada de estrangeiros ao Brasil em 2018, gerando a maior parte das receitas em viagens³⁵. Este movimento é gerado em grande parte para a realização de treinamentos, reuniões, negociação entre empresas, dentre diversas outras atividades que envolvem intercâmbios laborais entre localidades distintas.

Há, contudo, outra forma de aliar viagens ao trabalho que cresce com a plataformização da cultura e com as dinâmicas do mercado, que é o voluntariado. A crescente oferta de trabalho temporário em empresas de países variados acompanha a criação de plataformas que se dedicam a realizar a intermediação entre empregadores e aspirantes a viajantes. O valor da mão-de-obra é trocado por serviços como hospedagem, alimentação, transporte, dentre outros eventuais serviços. A oportunidade de viajar gastando muito pouco ou nada, dependendo das condições estabelecidas, atrai com frequência os viajantes colaborativos.

A proliferação de ofertas de trabalho deste tipo vem acompanhada de mudanças também do perfil desse trabalhador/consumidor. O caráter flexível do sistema capitalista informacional exige adaptações das relações trabalhistas às condições de mercado e um espírito cada vez mais criativo e empreendedor dos trabalhadores. As pessoas estão sendo constantemente estimuladas a criarem e a produzirem de forma autônoma, assim, cada indivíduo é empreendedor e deve se adaptar às condições neoliberais de trabalho mais fragmentadas e inconstantes.

A vanguarda no "novo espírito do capitalismo" preconiza o lema *Do it Yourself* (faça você mesmo) apoiado em uma crítica estética ao capitalismo tradicional e ao consumismo de bases mais rígidas e verticalizadas. Cresce então o trabalho subjetivado, em que o intelectual se encontra no interior do processo produtivo e que Lazzarato e Negri (2001) se referem como trabalho imaterial. Este tipo de trabalho, que os autores consideram hegemônico na contemporaneidade, se alia a cultura *maker* e a ética *hacker*, pois são movimentos que buscam liberdade e empoderamento a partir da tecnologia. É o fazer autônomo que está associado a uma independência maior desses indivíduos quanto a um processo produtivo específico. Para Lazzarato e Negri (2001), tanto o trabalho imaterial quanto a intelectualidade de massa definem uma nova qualidade do trabalho e do prazer, além de novas relações de poder e processos de subjetivação.

³⁵ Governo do Brasil. Turismo de negócios cresce 9,5% em 2019, aponta setor. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2020/02/turismo-de-negocios-cresce-9-5-em-2019-aponta-setor>. Acesso em: 24 de maio de 2021.

É neste sentido que cresce também o trabalho coletivo e, muitas vezes voluntário, que é empregado na criação e manutenção das redes digitais colaborativas. Se por um lado há um movimento que converge as decisões e controla as informações e processos em empresas que administram plataformas ditas colaborativas, por outro há atividades descentradas de grupos que se utilizam de plataformas em que prevalece o bem comum. E que, nesses últimos casos, sobrepõem a ocupação informal de alimentação de informações nessas plataformas ao lazer instituído nas próprias interlocuções que se desenham.

As mudanças advindas com a flexibilização do capitalismo abrem espaço para perfis distintos de atuação no mercado que se adequem às suas dinâmicas. “Em termos ideais, o comportamento humano flexível deve ter a mesma força tênsil: ser adaptável a circunstâncias variáveis, mas não quebrado por elas” (SENNETT, 2005, p. 53). O que pode ser ainda um cenário distante e talvez utópico tendo em vista a realidade de uma sociedade que transita entre processos produtivos que coadunam e se interceptam.

E além disso, está centrada em sistemas de dominação controlados pelo capital. Há uma reinvenção descontínua de instituições, que propõe mudanças nas rotinas burocráticas e no próprio sentido de tempo. Todas essas transformações mudam o próprio significado de trabalho, fragmentado, que envolve mais riscos, depende muito menos das leis e de procedimentos formais e que podem resultar em ansiedade, imposição de novos controles e regimes de exploração (SENNETT, 2005).

A configuração capitalista e neoliberal atual, não obstante, foi possibilitando a difusão das práticas colaborativas e entre pares. Mas o que era simplesmente uma ação de troca comum entre indivíduos, se transformou em um ramo de negócio muito promissor. Para se desenvolver, ele se galga no trabalho vivo, de modo substancial. O perfil flexível é demandado, indicado e alimentado por esse regime econômico contemporâneo, em razão de seu caráter dinâmico, complexo e intensamente balizado no uso de novas tecnologias de informação e comunicação.

O trabalho voluntário é uma das formas de contrato que caminha neste sentido e vem se proliferando *online* dentre as redes colaborativas. Por não incidir em pagamentos monetários, têm em geral um tempo determinado curto e se utiliza comumente de mão de obra que não habita na região da instituição que oferece o posto. São atividades plurais, disponíveis em plataformas específicas, como a *Worldpackers* ou a *Workaway*, em mídias sociais ou mesmo diretamente nos sites próprios das organizações. Dentre os grupos de mulheres pesquisados, há muita informação sobre o tema, com compartilhamento de experiências e indicações.

A prática de voluntariado em muito dialoga com o estilo de vida das integrantes dessas redes e com suas formas de consumo de viagens, como pode ser visto nas variadas publicações

com informações e dicas sobre esse tipo de oportunidade de trabalho. O que ficou bastante nítido também na conversa com Isabel: “Uma coisa que define bastante minha forma de viajar é o voluntariado. Troquei muito trabalho por hospedagem, já fiz isso em *hostel*, já fiz isso com famílias em casas, já fiz em centro cultural, em construção”.

Trabalhar como voluntária em viagens traz muitos benefícios, segundo ela, pois oportuniza a realização de atividades que não fazem parte de seu cotidiano. Exerce tarefas pela primeira vez graças ao voluntariado, como trabalhar em uma construção. Disponibilidade que ela atribui, principalmente, ao fato de estar mais “aberta e flexível” quando viajando. “É como se fosse outro cenário de vida. É você, mas é como se fosse uma outra você. Que aceita propostas, que mergulha de cabeça em vários projetos e coisas que não aconteceriam na vida normal da cidade” (ISABEL, em entrevista).

O trabalho se apresenta como a própria experiência de viagem, ainda que haja alternância entre as funções pré-estabelecidas em contrato e as atividades de lazer que são realizadas nos momentos de folga. As categorias de ordinário e extraordinário que Urry (2001) utiliza para separar a vida comum e as viagens se cruzam neste sentido, com ações cotidianas e não cotidianas. Ele aproxima o viajante de uma realidade distinta da sua, que é uma das principais motivações dos deslocamentos turísticos. O que requer também certa astúcia no gerenciamento desse tempo e espaço, tendo em vista a satisfação de desejos díspares – trabalho e lazer - que paradoxalmente se conectam. Esta questão é algo que, para Isabel, varia em função do trabalho que é realizado.

Depende do tipo de trabalho que você está fazendo, se for um trabalho braçal, claro que cansa mais, então é um pouco mais delicado, você não vai ter tanta energia para conhecer o lugar, fazer passeio, seja lá o que for. Se for um trabalho mais do tipo, sei lá, eu já fiz um voluntariado em que eu fotografava por exemplo, aí é mais tranquilo, não me cansava tanto fisicamente porque era tirar foto, então eu tinha mais energia para fazer outras coisas e viver minha vida. Depende muito do que você está fazendo e depende muito da sua disposição também. (ISABEL, em entrevista)

Esta é uma das tão distintas formas de troca que se estabelecem neste cenário colaborativo onde as plataformas exercem um papel de grande destaque. A ampla quantidade de interessados na possibilidade de aliar viagens ao aprendizado de um ofício com um custo monetário bastante reduzido alavancou as propostas disponíveis nas plataformas e expôs práticas que capturam essa vertente do voluntariado com a exploração da mão-de-obra.

Ainda que sem grandes preocupações com delimitações terminológicas, o assunto já está presente nas redes gerando, inclusive, muitos debates. Na figura 10 é possível visualizar uma das frequentes ofertas de trabalho em troca de hospedagem ou algum outro tipo de

contrapartida que, em muito têm sido reproduzidas e problematizadas nas redes sociais. A oportunidade em questão disponibilizava uma hospedagem em camping, em que a barraca deveria ser providenciada pelo interessado e a participação nas atividades do evento de réveillon no *Camping & Hostel do Encontro*, na região da Chapada dos Veadeiros, em Goiás. Como contrapartida a tais “benefícios”, a pessoa voluntária deveria prestar um serviço de recepção dos participantes por quatro horas diárias, durante o período do evento.

Figura 10 - Anúncio de trabalho voluntário



Fonte: Página “Vagas arrombadas”, da rede social online Facebook

A publicação original foi feita na página do *Facebook* do próprio estabelecimento e depois compartilhada na página *Vagas Arrombadas* da mesma mídia social, que faz críticas a anúncios de trabalho considerados abusivos ou exploratórios. Após uma repercussão muito negativa nas redes em virtude desse compartilhamento que gerou mais de duzentos comentários, a página retirou a oferta de trabalho da internet, apagou a publicação e se pronunciou a respeito [Figura 11].

Figura 11 - Publicação de resposta da empresa *Camping & Hostel do Encontro*



Fonte: Página “Camping & Hostel do Encontro”, da rede social online *Facebook*

Os limites entre trabalho exploratório e voluntário já foi pauta algumas vezes nas redes de hospedagem colaborativa de mulheres. Em uma das publicações de 19 de maio de 2018, no grupo *Couchsurfing das minas e trans #Elenão*, esse assunto é discutido a partir de outro anúncio [Figura 12] retirado da mesma página *Vagas Arrombadas*, com a seguinte descrição: “Meninas acabei de ver essa postagem na página *Vagas Arrombadas*, o q vcs acham disso?”.

Figura 12 - Proposta de trabalho discutida na rede



Fonte: Grupo *Couchsurfing das minas e trans #Elenão*

Uma proposta de trabalho que demandava cuidado com uma criança e um cachorro, limpeza da casa, preparo da comida e passagem de roupas. Em troca, a pessoa teria a possibilidade de morar em um dos quartos da casa em Santos, SP. A publicação gerou muita revolta em grande parte das integrantes do grupo e estimulou o debate sobre os limites desse tipo de oferta. Os comentários denotavam, inclusive, um discurso pedagógico, para que ninguém aceitasse esse tipo de proposta, considerada abusiva.

As nuances entre o que pode ser compreendido como trabalho voluntário ou exploratório parecem se intensificar diante da flexibilização de leis, regulamentos e do próprio processo produtivo do capitalismo contemporâneo que segue em constante transformação. As práticas colaborativas, muito associadas à produção e ao consumo coletivos, rotineiramente se esbarram em ações que subvertem a lógica da busca do bem-estar geral ao se pautarem em bases capitalistas de concentração de capital e exploração de mão-de-obra. O uso inadequado e recorrente desses termos pode levar à fetichização, provocando muitas das vezes uma descrença nesses ideais pelos indivíduos que podem associá-los a uma lógica de mercado exploratória e manipuladora disfarçada de boa conduta.

O tema ganhou repercussão na grande mídia, como na reportagem de 29 de agosto de 2017 da Revista *Época*. Alguns exemplos de oferta de trabalho voluntário são apontados e problematizados, em que se destaca uma campanha do Ministério do Turismo encorajando a troca de trabalho por hospedagem. O órgão público intitula a prática como turismo colaborativo, incitando o leitor da campanha a acreditar numa possível definição para o termo. A conduta, contudo, se choca com leis trabalhistas brasileiras e podem ser configuradas, em alguns casos, como trabalho análogo ao escravo. Essas frequentes controvérsias aludem a importância de promover debates sobre o tema, da regulamentação e esclarecimentos sobre as diferenças existentes entre voluntariado e exploração do trabalhador (COSTA, RODRIGUES, GAMONAL, 2020). Neste sentido, cabe ressaltar a lei do Voluntariado, apresentada na reportagem:

O trabalho voluntário em troca de hospedagem, alimentação e outras utilidades é permitido no Brasil e já é muito comum na Europa, na Ásia e nos Estados Unidos. De acordo com a Lei do Voluntariado (nº 9.608 de 18 de fevereiro de 1998), o serviço não remunerado só é considerado voluntário se prestado a “entidade pública de qualquer natureza ou à instituição privada de fins não lucrativos que tenha objetivos cívicos culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência à pessoa” (Reportagem revista ÉPOCA³⁶).

³⁶ Revista *Época*. Trabalho voluntário ou exploratório: os limites do turismo colaborativo. Disponível em: <https://epoca.globo.com/economia/noticia/2017/08/trabalho-voluntario-ou-exploratorio-os-limites-do-turismo-colaborativo.html>. Acesso em: 20 de maio de 2019.

Apesar do *Camping & Hostel do Encontro* ter alegado estar de acordo com a legislação em vigor, o emprego do termo voluntariado foi usado equivocadamente, no caso do anúncio citado, pois a empresa possui fins lucrativos. Outro fator a ser avaliado é se os valores das diárias do camping e das atividades oferecidas equivalem ao que seria pago aos serviços de recepção se eles fossem anunciados como empregos temporários, já que a tipologia não pode ser incluída como trabalho voluntário.

Mesmo que alguns anúncios sejam atrativos para viajantes que concordem com tal proposta, eles podem ser irregulares por não se adequarem ao nível de formalização exigido por lei. Muitas das vezes as ofertas são promovidas sob o lema do colaboracionismo, ainda que se valham de incompatibilidades em termos de benefícios concedidos e ganhos. Essas ações contribuem com a concentração de capital para o empresariado, que se beneficia do trabalho por um valor abaixo do empregado habitualmente. Assim, deixam de atuar na geração de emprego e renda formal para a população local. Essas negociações são relações de trabalho, porém sem vínculo empregatício, sem valores monetários incluídos e sustentadas por um sistema de trocas muito desigual (COSTA, RODRIGUES, GAMONAL, 2020).

Por outro lado, há ainda formas mais justas de trocas que se alinham aos ideais colaboracionistas. Iniciativas coletivas e baseadas no cooperativismo buscam benefícios mútuos de modo mais igualitário a partir de relações *peer-to-peer*, como Bauwens (2005) ressalta. Ele acredita que esse tipo de prática e o mercado dependem mutuamente um do outro, pois se retroalimentam como forma de manutenção do próprio sistema capitalista. A renda das pessoas vem do mercado e as relações P2P surgem de seus interstícios, gerando valor em alguns setores de produção.

Assim, o capitalismo depende da confiança do trabalho em equipe, motivado por essas relações P2P que contribuem para formas mais específicas de capitalismo distribuído (BAUWENS, 2005). Mas Bauwens (2005) discorre sobre um tipo muito específico de trabalho, em que as cooperativas não buscam como objetivo o lucro, mas sim a realização das atividades para remuneração de seus cooperados em um sistema descentralizado e hierarquicamente bem mais flexível, como é a proposta da plataforma de hospedagem colaborativa *Fairbnb*.

Ao atuarem em colaboração, essas pessoas desenvolvem um perfil específico, com comportamentos característicos, consoantes às transformações sociais e econômicas. Botsman e Rogers (2011, p.80) explicam que os “novos mercados *online* e *offline* estão se formando, em que as pessoas podem voltar a se ‘encontrar’ em uma vila global e desenvolver uma confiança que não seja local”. São pessoas que possuem “estilos de vida colaborativos” (BOTSMAN;

ROGERS, 2011), com propensão a compartilhar e trocar bens tangíveis e intangíveis, como habilidades, tempo, espaço e dinheiro. Além desses fatores, essas pessoas devem possuir habilidades cognitivas apropriadas para o uso constante das tecnologias digitais de comunicação e informação, que se materializam como as ferramentas, os dispositivos e suportes necessários para a execução dessas práticas na atualidade.

A hipermobilidade concernente a este estilo de vida colaborativo corrobora, ainda, com uma ideia contemporânea de nomadismo, no qual as potenciais mobilidades conduzem as vidas cotidianas das pessoas e onde predomina o senso de liberdade. E a oferta crescente de trabalho voluntário e temporário em troca de alojamento e alimentação contribui para fomentar esta condição. Em uma cultura de plataforma, a figura do “nômade digital” ascende, munida de recursos cognitivos e tecnológicos com a possibilidade de trabalhar onde querem, no momento em que querem, sem que necessariamente tenham que mover-se constantemente. Seus valores estão pautados na busca pelo bem-estar, na autonomia e na individualidade (SANTOS, 2020).

Para as redes de mulheres *couchsurfers*, contudo, a coletividade ganha maior força nos ideais nômades, ainda que as motivações por mobilidades sejam impelidas por interesses individuais, em princípio. A busca pelas oportunidades de trabalho, as confidências, as informações prestadas, a orientação sobre as melhores condutas a serem tomadas nessas situações e até mesmo os eventuais conflitos que surgem nos debates sobre trabalho e mobilidades são processos comunicativos que tornam essas experiências mais colaborativas.

É desse modo que muitas das plataformas digitais se mantêm. Nessa cultura da participação, o mercado fornece as mídias como ferramentas para o engajamento, criando um excedente cognitivo a partir do tempo livre acumulado dos usuários para exprimir esse comportamento social, como Shirky (2011) ressalta. O conteúdo na internet é então criado pela motivação desses indivíduos, sob o desejo de participar de determinada multidão e conquistar capital social com esse tipo de interação. A ênfase de Shirky (2011) nos pontos positivos da colaboração incide, especialmente, no que tange às tecnologias digitais. A internet então propiciaria oportunidades com menos obstáculos que antes e com um baixo custo, gerando transformações nesse ambiente com criatividade e à base de uma imaginação combinada.

Contudo, esses tipos de linguagem são construídos, mantidos e compreendidos por pessoas que dispõem de um capital social e cognitivo e da apropriação dessas mídias, veículos fundamentais nesses processos comunicativos. E têm a capacidade de restringir acessos, controlar e induzir comportamentos. Neste sentido, Pasquinelli (2010) ressalta a exploração de uma inteligência geral social, inerente à "economia da atenção" por grandes corporações que se valem da produção de valor a partir de elementos como a atenção, o conhecimento, a rede.

As formas de organização da internet só reproduzem as problemáticas existentes no ambiente *offline*, pois na verdade fazem parte de um mesmo sistema social, político e econômico. Ainda que haja muitas transformações perante as estruturas sociais mais tradicionais e que surja a possibilidade de distribuir mais o acesso à informação, flexibilizar hierarquias e criar certa abundância de recursos, é inegável que muitas desigualdades ainda se apresentem.

Este arranjo então reverbera novos movimentos de resistência e emancipação individual. Na tentativa de driblar algumas dessas incoerências, grupos utilizam recursos como os softwares de código aberto, a *deep web*³⁷ ou outras tecnologias que se afirmam em prol de uma maior liberdade do usuário, com menos controle e vigilância e maior possibilidade de acesso. Muitos também se organizam por meio de plataformas próprias de comunicação, ainda que inseridas nesse ambiente controlado que é a internet, mas fora das redes fechadas em que é necessário criar perfis de usuários.

As incoerências do ambiente online só enfatizam a escassez de movimentos de oposição às suas estruturas atuais que de fato reverberem em transformações significativas nas redes. Scholz (2017) destaca que os movimentos sociais e reguladores que agem em relação aos mercados, onde há uma competição bastante desleal entre a ação de cooperativas e das grandes corporações, são ainda muito lentos. E, por essa razão, "para hackers, 'trabalhadores de cauda longa' e ativistas trabalhistas, agora é a hora de intensificar seus esforços antes que o efeito de rede esculpa marcas como *Uber* em pedra" (SCHOLZ, 2017, p. 47). A ideia de resistir a esse modelo marca um confronto de interesses, mas precisaria de uma ampla corrente para fazer frente a um quadro de extrema desigualdade.

Neste sentido, opondo-se a um projeto neoliberal e de poder capitalista em fase de esgotamento, Coco e Negri (2002) ressaltam a presença da eficaz política de uma multidão produtiva, cooperante e em constante movimento. Multidão essa que se caracteriza como conceito de classe e que diverge da representação de unidade relacionada ao povo, por não ser representável. Este termo remete a uma "exploração da cooperação do conjunto das singularidades, das redes que compõem o conjunto e do conjunto que envolve as redes" (COCO, NEGRI, 2002, p.21). São atividades desempenhadas coletivamente, mas que

³⁷ Termo criado por Michael Bergman (2001), a *deep web*, ou *deep net* pode ser definida como um sistema de diversas redes da web que não são indexados, não se comunicam e que, por isso, ficam ocultas a maioria dos usuários. As ações dos usuários são também mais difíceis de serem rastreadas (Fontes: G1 e TechnoBlog).

produzem de forma consciente e intentam a busca de uma maior descentralização, no sentido de gerar benefícios mútuos e de agirem ativamente contra a dominância do capital.

Se por um lado de certa forma, há o trabalho realizado por essas pessoas que se voltam para a tentativa de ruptura das inclinações capitalistas de concentração de poder, por outro, há o trabalho desempenhado coletivamente por pessoas que acreditam nos ideais colaborativos, mas que é comumente capturado pelas grandes corporações. Neste jogo de interesses em que a atenção se torna uma moeda valiosa para as empresas, são criadas formas de trabalho vivo muito mais distribuídas e difíceis de serem identificadas como trabalho. Coco e Negri (2002) identificam essas atividades como um tipo de trabalho imaterial, embora não o definam como gratuitos, mas que são ligados a uma revolução ontológica do trabalho.

Políticas neoliberais propiciaram níveis mais dinâmicos de universalização dos serviços, conseguiram ler e interpretar a potência de um novo tipo de trabalho, fundamentalmente baseado em suas dimensões imateriais, ou seja, afetivas, intelectuais, comunicacionais e linguísticas. (COCO, NEGRI, 2002, p.20)

Trata-se, especialmente, da criação do conteúdo que está na internet pelos seus próprios usuários, que disponibilizam seu tempo e informações muito importantes para as empresas de forma não remunerada. Ao criar um perfil em mídias sociais, o indivíduo insere suas informações pessoais. Ao interagir com os outros membros das redes, ele emite reações como curtidas, compartilhamentos e comentários. Todos esses dados são geridos por essas plataformas que os utilizam para a comercialização. “Consistem em trabalho semiótico: trabalho de gerar ou interpretar signos” (DANTAS, CANAVARRO, BARROS, 2014, p. 24). Uma atividade que poderia ser direcionada a uma política de bem-estar social ao possibilitar melhorias na comunicação da sociedade, acaba servindo aos interesses do capital como outras formas mais tradicionais de trabalho.

Assim, novos tipos de trabalho gratuito vêm se proliferando por uma grande diversidade de canais, como o *crowdsourcing* (colaboração da multidão), *datamining* (mineração de dados) e outras técnicas para extrair renda de seus participantes (ROSS, 2013). Esse tipo de trabalho tem sido normativo, não é mais considerado exploratório, justamente em razão da dificuldade de se entender certas atividades como trabalho.

Na internet, o resultado, ou output, do trabalho semiótico vivo efetuado por bilhões de pessoas na rede, poderá ser *input* necessário à realização do trabalho morto dos algoritmos desenvolvidos pelos cientistas e engenheiros de corporações como o *Google* ou *Facebook* (DANTAS, CANAVARRO, BARROS, 2014, 24).

Essas atividades realizadas no ambiente online para Ross (2013) são assim uma forma de trabalho gratuito mascarada de entretenimento e benefício. Para além das mídias

tradicionais, há uma aceitação generalizada das técnicas que se apropriam de ideias, opiniões, design e inteligência com pouca ou nenhuma compensação outra que o reconhecimento do nome, sem nenhuma regulação ou obrigação legal. O trabalho é distribuído, por meio de tecnologias de plataformas de fluxo para alocar e recombinar trabalho.

A busca pela eficiência e produtividade conduz a rotinas de trabalho a qualquer hora, em qualquer lugar, com qualquer dispositivo. E as fronteiras entre as atividades de trabalho e de lazer são cada vez mais sombreadas. Esse trabalho é voluntário e pode substituir a autonomia do trabalhador pela flexibilidade. As indústrias criativas mercantilizam a criatividade e a propriedade intelectual. São novas formas de exploração da mão de obra inerentes ao capitalismo informacional.

Ross (2013) acredita que, quando o termo prosumidores foi cunhado, o trabalho gratuito ainda não chegava ao patamar dos dias atuais. A sociedade atual vê ressurgir uma cultura baseada no cultivo do capital social, seja por exposição ou reputação. Quanto mais informações forem incluídas no perfil do usuário e quanto mais ativo ele for nas redes, maiores serão as “recompensas” geradas, em forma de aceitação a determinado grupo ou mesmo para que essa visibilidade e credibilidade possa ser revertida em vendas ou prestação de serviços variados posteriormente.

Neste contexto, a própria audiência é a *commodity* vendida às empresas anunciantes, diferentemente da lógica das mídias tradicionais como TV e rádio. As pessoas são mais ativas na internet em uma estrutura de comunicação de muitos para muitos. Para as mídias sociais, a audiência é uma *commodity* de prosumidores. A estratégia das empresas é oferecer os serviços gratuitamente aos usuários para que eles produzam conteúdo e sejam vendidos como *commodity* aos anunciantes.

Seja pensando a partir dessa problemática ou para prezar pelo bem-estar e justiça social em prol das pessoas que produzem conteúdo que geram valor de uso, discussões que sugerem a criação de uma renda básica universal têm ganhado cada vez mais corpo. Seria uma forma de, ao menos, diminuir a quantidade de trabalho gratuito muito fortalecido na economia colaborativa e especialmente no ambiente digital. Mas a forma de implantação desse modelo e suas bases ainda não estão totalmente definidas nem foram discutidas o suficiente.

O fato dessa discussão ter se iniciado só reforça o fato de que o sistema tem enfrentado problemas e dificuldades de manutenção com essa lógica de trabalho atual. A utilização de tecnologias incide um impacto direto nessas novas relações trabalhistas, mas estão também acompanhadas de um longo processo de exploração da mão-de-obra, que já se prolonga desde a fase inicial do capitalismo. Os processos colaborativos, incorporados e ressignificados pelas

relações contemporâneas de produção e consumo não só dialogam com essas controvérsias, como estão diretamente ligados a elas.

Neste cenário em que se encontram as plataformas que oferecem trabalho em troca de serviços de hospedagem, vemos a ascensão de um sujeito consumidor já adaptado aos contornos mercadológicos e neoliberais. Mas que não está nessa condição como um ser passivo, já que seus constantes movimentos de resistência e as reflexões nos grupos colaborativos sobre o que é ofertado como trabalho trazem novos ordenamentos a essas questões. Apesar das assimetrias, é possível notar ações táticas se desenvolvendo.

Diferentemente da percepção de turismo moderno, quando suas bases se estabeleciam a partir de uma oposição ao trabalho, as viagens contemporâneas apresentam uma ampla gama de possibilidades que comumente fundem essas duas práticas. O tempo livre, em que predominava o descompromisso e ausência de obrigações sociais ou familiares, é cada vez mais difícil de ser identificado e delimitado. Este que é concedido ao trabalhador na forma de férias remuneradas para repor suas energias pode ser também extremamente fragmentado e diluído com outras atividades produtivas.

O desejo de viajar alimentado pelo consumo de mídias sociais, principalmente, que ressaltam o estilo de vida móvel e colaborativo encontram no trabalho voluntário uma alternativa bastante promissora. Essa forma de consumo de viagens é muitas vezes mais viável para os que têm limitações financeiras ou simplesmente buscam aprender novas habilidades a partir de experiências práticas e sem os vínculos trabalhistas mais tradicionais. É uma forma de viajar que conjuga sensações de produtividade, liberdade, mobilidade e coletividade. Além do trabalho exercido *online* nas redes, que contribui, de outra forma, para que outras pessoas possam viajar mais, a partir de informações diversas.

Neste espectro, a organização de mulheres em torno da hospedagem colaborativa torna-se palco para reflexões sobre essas práticas e para formas de consumo outras que envolvam a prática laboral. Quanto à manutenção da plataforma, elas dividem o trabalho de gerenciamento entre moderadoras, mas esta se suporta essencialmente a partir das publicações e interações múltiplas das integrantes. Outrossim, criam mecanismos de ajuda mútua nas negociações de trocas de trabalho por serviços em viagens, ao mesmo tempo em que dialogam e transformam as possibilidades do consumo turístico colaborativo.

O trabalho coletivo produzido pelas redes de mulheres contribui para a formação de suas subjetividades e atua diretamente na construção dos aspectos identitários dos grupos. Ainda que tenha que seguir protocolos do *Facebook*, ele é pensado para atender os interesses

das próprias mulheres, que atuam em torno de rituais de troca em que a reciprocidade é uma vertente fundamental.

4 TURISMO COMO EXERCÍCIO DE AFIRMAÇÃO IDENTITÁRIA E O ELOGIO À RECIPROCIDADE

A união de mulheres em torno de práticas colaborativas em viagens vem corroborar com as inúmeras manifestações que o movimento feminista desenvolve desde seu início. Distribuído dentre diversas redes com enfoques e propostas distintas, a busca pela igualdade de direitos e oportunidades provoca e mobiliza inicialmente muitos dos debates embebidos de disputas políticas e de poder, que se intensificaram com a ascensão da internet.

Conquistas como o sufrágio universal, o direito de trabalhar ou de se divorciar, se consolidaram como marcos históricos que transformaram a realidade de muitas mulheres ao redor do mundo. Por consequência, nossa participação mais ativa na sociedade mudou e muda constantemente nossas relações com os homens, com os territórios e nossas próprias subjetividades. Para as mulheres *couchsurfers*, a ideia de que o turismo pode ser entendido como um instrumento potente de empoderamento e exercício de identidades se revela no desejo de retribuição como um ato político em prol de uma justiça nas mobilidades.

O desenrolar desses enfrentamentos com estruturas sociais pouco flexíveis, contudo, demonstra também muitos entraves. As pautas mais generalistas, mesmo com toda sua importância na luta contra a discriminação de gênero, não são ainda suficientes para atender reivindicações tão plurais de uma sociedade complexa, em que se pese sua heterogeneidade. Por essa razão se notam frequentes as reflexões sobre as diferenças, por vezes abismal, entre as mulheres e suas realidades, provocam críticas e fissuras no movimento, especialmente nos grupos *online* de hospedagem colaborativa.

A interseccionalidade então galga, aos poucos, palco dentre as relações dadas e solidárias que estimulam as viagens das “minas”, com uma sobreposição de identidades de grupos socialmente discriminados. E leva às discussões feministas na plataforma uma análise que extrapola as condições de etnia, classe e orientação sexual das participantes do grupo. Questões que suscitam novas configurações a essas comunidades, mas também muitos conflitos. Ao mesmo tempo em que podem causar rupturas, podem unir e transformar os tipos de vínculos criados na rede.

São querelas que deixam transparecer assimetrias, inclusive em relação ao capital de rede (ELLIOT; URRY, 2010) dessas participantes. Provoações que atingem comportamentos, valores e práticas de consumo em viagens, fazendo-as ponderar sobre mais justiça nas conexões e no colaboracionismo. Repensam interpretações do próprio termo feminismo e seus recortes

classistas e étnicos que excluem boa parte das mulheres. Controvérsias que também recaem sobre concepções de gênero e orientação sexual, acompanhando debates contemporâneos sobre identidades e subjetividades, mas com a temática das viagens norteados os discursos.

4.1 Construindo um capital de rede

“Esse mundo de viagens a gente se conecta muito fácil. Então, pô, eu conheço várias viajantes de *Facebook*. [...] A gente se adiciona, vai acompanhando e quando vê já tá superamiga e se encontra na cidade que tá. É bem legal” (MARTA, em entrevista). A grande rede de que Marta participa, dentre suas inúmeras ramificações e dinâmicas que incluem vários outros grupos além do *Couch das minas e trans #ELENÃO*, promove encontros que a possibilita viver experiências em viagens de modo muito particular. Seja se hospedando na casa de alguém, passeando juntos ou mesmo usufruindo de informações que contribuam para sua mobilidade e estadia. A malha comunicativa já está embutida em seus planos e decisões relacionadas aos deslocamentos e se associa ao estilo de vida colaborativo que Marta diz ter aprendido com as próprias viagens.

“A prima do namorado que vai te receber” ou “no momento não estou em casa, mas posso te passar o contato de uma amiga que pode te receber” ou “meus pais moram lá e podem te passar as informações” são frases muito comuns encontradas nas discussões *online* das redes de mulheres que compartilham hospedagem e dicas de viagem. Nessas interações, uma moeda valiosa é a referência, que entrecruza pessoas de dentro e fora dos grupos e que as converge em uma grande rede de viajantes e anfitriões. Então a “mana” pode não conseguir um contato direto com alguém disponível para recebê-la, mas com alguém que faça a intermediação. Ainda que não seja uma mulher a anfitriã, foi uma mulher que indicou a pessoa. É apenas um dos elementos formadores dessa sensação de segurança e acolhimento.

A própria entrada nos grupos *online* se dá, na grande maioria dos casos, a partir de indicações de amigas. Uma participa e convida outras tantas já conectadas a sua rede a fazerem parte daquele ambiente específico, que defende ideais compartilhados por elas. Há também a possibilidade de cooptar aquelas que têm alguma afinidade com a rede, mas que ainda não comungam com seus ideais. Mesmo que, muitas nem ao menos conhecessem o modelo de hospedagem colaborativa, ao serem indicadas a participar por pessoas com quem elas se reconhecem e respeitam, revelaram no mínimo certa curiosidade pelo tema e se identificaram

com as propostas. Da mera adesão ao grupo à participação ativa, muitos são os caminhos e processos que se diferem em razão dos interesses e realidades distintas.

Assim é construído um capital de rede (ELLIOT, URRY, 2010) que, embora possa ser muito favorecido por privilégios sociais e econômicos, também se forma dentre grupos outros, mesmo com suas muitas limitações, por meio de algumas estratégias. Não são todas as mulheres dessas redes que dispõem de tantas conexões e com tal variedade, como as de Marta, uma mulher jovem, branca, com formação superior e já muito experiente em viagens. Contudo, o que é muito perceptível nesses fluxos comunicacionais é certa capacidade que eles têm de ampliar o capital de rede de pessoas que não o tinham muito desenvolvido.

A construção da rede se explicita, dentre outras formas, na organização. Entre os tipos de publicação existentes nos três grupos pesquisados, há pedidos e ofertas de hospedagem gratuita, caronas, dicas de destinos ou atrativos turísticos, companhia, dentre outros assuntos relacionados a viagens econômicas e colaborativas. Para facilitar a busca e a melhor visualização das informações, cada publicação deve conter, no início do texto, marcações que indiquem a que ela se refere entre colchetes ou parênteses. Elas apontam se é ou não um pedido ou oferta de hospedagem [*é couch*], [*não é couch*], sobre qual lugar é o assunto [Rio de Janeiro], [Paris], além de outras etiquetas inseridas.

O movimento provoca, inclusive, redesenhos nas formas de consumo turístico e nas subjetividades. Pois, determinadas mulheres que antes não poderiam usufruir das viagens ou que usufruíam muito pouco desta prática, com a mobilização em rede, têm suas oportunidades aumentadas e, conseqüentemente esse mercado se torna ainda mais heterogêneo. Ainda que nesses grupos haja uma ideologia política do comum, que reverbera no estilo de vida e em comportamentos de viagem, as múltiplas identidades geram novas necessidades e motivações. Que se concretizam, dentre muitos aspectos, na forma de acolhimento desejado, na busca por uma identificação maior com o anfitrião e até mesmo nos tipos de lugares visitados.

O exercício de afirmação de identidades é preponderante nessas redes, estar conectada a outras mulheres reforça as percepções que se tem de si, pois para que haja adesão aos grupos, a identificação com eles em algum aspecto se faz importante. Os elementos e características que distinguem cada pessoa são, no entanto, fluidos e fragmentados. As dinâmicas complexas da sociedade nos indicam que não há rigidez nem determinações nas identidades e que elas podem ser múltiplas, colocando em destaque o descentramento dos sujeitos. Além do fato de que cada um engloba variadas identidades e que elas também estão em constante transformação (HALL, 2005).

A transitoriedade concernente às identidades leva também as pessoas a deixarem de se identificar com os grupos por determinado aspecto que se transformou ou pela própria mudança do sujeito. Essas questões contribuem para a própria fluidez de ideias, comportamentos e ações, que incidem em um movimento de entrada e saída bastante alto.

Essa forma de organização do comum gera mudanças muito significativas, tanto sociais quanto culturais. Ela é resultado de ações múltiplas, especialmente das mulheres, em busca de justiça social com base na igualdade de gênero. Entretanto, o movimento foi se complexificando ao longo dos anos em virtude de disparidades de pensamento e realidades que dificultam a organização por comunidades. Algo muito esperado em uma sociedade que intercepta aspectos globais e locais, é altamente dinâmica e que transparece interseccionalidades envolvendo classe, orientação sexual, etnia ou identidade de gênero.

Podemos tomar como ponto de partida as iniciativas de feministas materialistas em torno da desprivatização da casa e do trabalho doméstico no século XIX, com cozinhas coletivas e para uma planificação urbana centrada na habitação cooperativa. Experimentos limitados que foram desenvolvidos, sobretudo, por mulheres brancas de classe média que empregavam mão-de-obra composta por trabalhadores de classes mais baixas para seguirem com o projeto. Atualmente, o impulso para socializar a produção da vida surge com expressividade dos estratos mais pobres das proletárias do mundo, motivado não só por uma questão de ideologia, mas por necessidade (FEDERICI, 2020).

A coletividade das redes abarca então uma gama maior de realidades e identidades que se atravessam e entram em disputas. Há quem participa delas por precisar dos benefícios para aceder mobilidades e há quem se guia pelos ideais defendidos. A convivência é então muitas vezes conflituosa, instável e reverbera em níveis distintos de atuação de acordo com o grau de desenvolvimento desse capital de rede. Também é importante ressaltar que, apesar dos grupos de mulheres incluírem pessoas de diferentes etnias, condições financeiras, orientação sexual e identidade de gênero, há um perfil geral que identifica e guia muitas das ações dessas comunidades. Os grupos são compostos majoritariamente por jovens com uma educação formal avançada, dentre graduadas e pós-graduadas em diferentes áreas de atuação.

As instituições educacionais são, em muitas das vezes, espaços que propiciam o contato dessas mulheres com as redes colaborativas. A indicação para participar do grupo vem da amiga de faculdade ou porque para participar de um congresso em outra cidade foi necessário buscar meios econômicos de viagem para viabilizar a participação no evento. Muitas universidades, inclusive, dispõem de sistemas de carona para que os estudantes possam se locomover melhor,

o que as insere nesse tipo de cultura do compartilhamento. Todas essas situações são mencionadas nos depoimentos dados para essa pesquisa.

Seja por uma necessidade de pertencer a determinada comunidade e se reconhecer dentro dela ou de ser acolhida por uma “mana” porque brigou com o namorado e não tem onde ficar naquela noite. Ou, ainda, porque se assumiu transexual para os pais e foi expulsa de casa. Ou por medo e dificuldade de lidar com a solidão. Dentre esses grupos de mulheres, a hospitalidade e as mobilidades não estão somente relacionadas à prática das viagens como lazer, ainda que esta participe das descrições iniciais na plataforma e seja motivação crucial que alavanca grande parte das interações.

Em um “mundo de mobilidades”, em que “movimentos voluntários, isto é, não mandatórios, configuram-se como objeto de desejo e como característica do sujeito cosmopolita, confirmando, portanto, o status de direito do cidadão” (FREIRE-MEDEIROS; PINHO, 2016, p.5), esses grupos se tornam importantes ferramentas na construção dos *selves*. O que poderia ser entendida como atividade não essencial outrora, ganha cada vez mais espaço dentre as necessidades básicas dos indivíduos, pois a capacidade de se mover interfere em termos práticos na conquista de um emprego, nas relações interpessoais, na formação intelectual e cultural de cada uma.

Das conexões são tecidos vínculos de amizade favorecidos pela possibilidade do encontro virtual desde as primeiras interações até o retorno ao lar. O que permite uma experiência muito particular nessas viagens e uma maior frequência nessas práticas. A estudante de matemática Roberta³⁸, de 27 anos, integrante dos grupos *Couchsurfing das Pretas e Couch Minas e Trans #Elenão* e de muitos outros similares, vem construindo sua rede com o suporte das tecnologias digitais. Espaço que também utiliza para contribuir com a adesão a essa rede por outras mulheres. Assim, cada vivência se singulariza pela forma como acontece, com quem se está e em que contexto. “Exatamente, o que eu geralmente converso com o universo dos encontros, é que sempre sejam encontros únicos e sempre são”, como Roberta salienta.

Recortando esse “universo” a que Roberta se refere para uma realidade só de mulheres, essas experiências são ainda mais peculiares. Estão simultaneamente atuando por mobilidades repletas de interações e vínculos, e por condições mais seguras e justas de acesso às viagens, considerando as desigualdades de gênero existentes na sociedade. É uma tentativa conjunta de ampliar o acesso de mulheres a essas práticas e de torná-las mais prazerosas e seguras. Um movimento que chamo de reciprocidade política, ao visar justiça social por meio da busca por

³⁸ Entrevista realizada por videoconferência em 10 de março de 2020.

reparação de prejuízos nas mobilidades voluntárias, na defesa de que todos os corpos têm o direito de viajar.

Corrente que se alia a ideia do tecnofeminismo (WAJCMAN, 2000), que entende a política como algo inerente à rede e que tem a perspectiva de gênero ressaltada. A busca por reparação se estende, neste sentido, aos mais diversos tipos de mobilidades, especialmente as físicas e as comunicativas. São os acessos às viagens e à tecnologia que as facilitam. E essas ações intentam equilibrar práticas e decisões no ambiente tecnológico e de construção de redes, a partir de uma tecnologia não androcêntrica e mais igualitária, como defende Wajcman.

A tríade maussiana dar-receber-retribuir se investe, assim, de ativismo relacionado à identidade de gênero. O espírito coletivo dessas mulheres funciona como ponto de apoio, como certo refúgio dentro de uma realidade que traz desvantagens pelo fato de ser mulher e mais ainda, quando mulher não branca ou mulher transexual. Uma palavra de incentivo ou uma informação podem ser suficientes para que elas se lancem às experiências de viagens. E no caso do compartilhamento de hospedagem, a criação do vínculo é uma questão ainda mais significativa, como aponta a cientista social Viviane³⁹, de 30 anos, integrante do *grupo Couch das minas e trans #ELENÃO*. “Claro que a questão financeira pega muito, ajuda. Mas tem essa outra questão de conhecer a cidade com alguém que já conhece, de não chegar totalmente perdido, sabe?! De ter um ponto de apoio...”

Esse desejo ou até mesmo necessidade de ter uma referência no lugar visitado ocorre, sobretudo, nas viagens realizadas sozinha, hábito visto como certa conquista a ser alcançada, muitas vezes. Nos três grupos pesquisados há uma quantidade bastante significativa de publicações que incentivam as viagens solo, com até mesmo ensinamentos de práticas para aumentar a segurança e as interações. Além de desmistificar afirmações que denotem certa inferioridade desse modo de viajar em relação às viagens realizadas com acompanhantes. Como a ideia de que está sozinha por não ter outra opção ou que pode ser vista como alguém antissocial, por exemplo.

Mas, as viagens solo são vistas de forma diferente entre homens e mulheres? É interessante refletir que homens não se organizam da mesma forma que mulheres em prol de um estímulo às mobilidades. Certamente muitos deles participam de grupos de hospedagem colaborativa, inclusive em plataformas mais genéricas como o *Couchsurfing.org*. Contudo, as narrativas em torno do homem viajando, seja sozinho ou acompanhado, poucas vezes circula em torno de uma preocupação com assédio ou por um ativismo social e político, como muito é presente nos grupos de mulheres com abordagem feminista. Diferenças que elas reiteram com frequência em suas narrativas.

³⁹ Entrevista realizada no Rio de Janeiro em 10 de julho de 2017.

Porque quando você fala "Vou sair para fazer um mochilão", quando eu dizia isso as pessoas logo falavam "Mas você vai pegar carona sozinha? Não faz isso. Você é louca!" e são coisas que eu não via as pessoas falando para homens, "Ah, você é homem e vai sair para mochilar sozinho, vai pegar carona. Nossa, você é louco!" e para mulher isso é muito frequente. (ISABEL, em entrevista)

Como mulher e viajante frequente, inclusive sozinha, compartilho dos temores que nos rondam em muitas situações. Por nos sentirmos de certa forma vulneráveis em um lugar desconhecido, tendo em vista a forma como o corpo feminino é visto como fragilizado em uma sociedade estruturada em uma supremacia branca e masculina. Uma opressão que Federici (2017) afirma se manter por séculos, a partir de um processo de degradação social pelo qual as mulheres sofreram, especialmente no período de transição do feudalismo para o capitalismo, a fim de criar as bases desse sistema econômico com a exploração do corpo feminino para fins de reprodução.

Há ainda uma dimensão simbólica que afasta inicialmente as mulheres de um grau de autonomia e autoconfiança que a permitiria realizar grandes deslocamentos sozinha sem maiores dificuldades. Sensação que Roberta experimentou em uma ocasião inesperada, pois sua companheira precisou cancelar a viagem de última hora. Em uma reação primeira pensou em desistir dos planos, o que não ocorreu muito em razão dos incentivos de amigas para se lançar ao desafio.

Então eu viajava sempre junta, quando foi para Minas eu viajei sozinha, foi minha primeira experiência viajando sozinha para um lugar que eu nunca tinha ido, então foi "Caraca!", me senti lendo as histórias das mulheres que eu leio nos grupos, "Uhul, agora é minha vez!" (ROBERTA, em entrevista)

As limitações financeiras e os muitos “muros” erguidos socialmente que distanciavam Roberta de visitar um destino sem a companhia de conhecidos não foram suficientes para impedi-la de se locomover. A grande expectativa amenizou o medo, ancorada pelas muitas narrativas que ela teve contato por meio das redes sociais. “Dicas para viajar sozinha mas em segurança! Toma coragem, irmã! O mundo é seu!”⁴⁰ Mensagens de empoderamento feminino, de estímulo às viagens, em especial solo, romantizadas ou não, mas que repercutem substancialmente no comportamento de quem consome esse tipo de informação, como Roberta e tantas outras. Os processos comunicativos apontam para um reforço à percepção de que a mulher pode e é capaz de viajar sozinha.

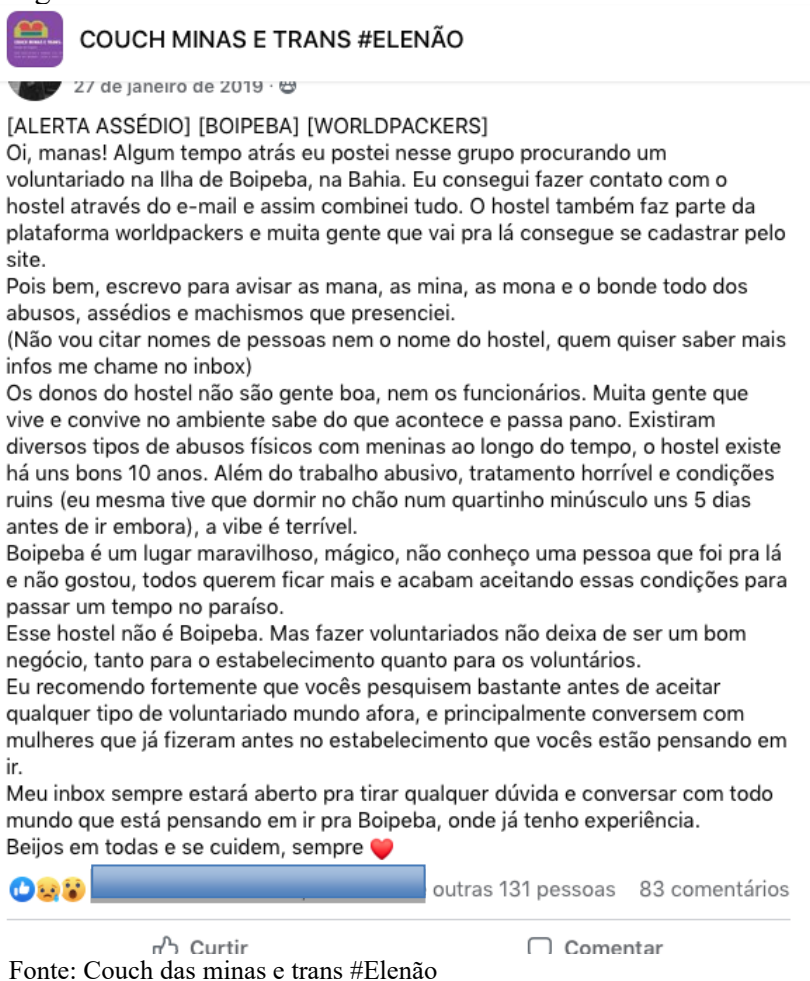
⁴⁰ Mensagem publicada por uma das integrantes no grupo Couchsurfing das Pretas junto a um link para seu blog.

E esta prática é apenas uma das que encontram eco nas redes colaborativas. A cultura mochileira, ou *backpacker* – já descrita por Pearce e Locker-Murphy em 1995 – se destaca dentre os relatos: refere-se a um formato de viagem mais independente (no sentido de não aderir aos pacotes e excursões de agências e operadoras de turismo), econômica, longa, flexível e com maiores interações com a população de destino, descrição muito cara aos colaboracionistas. O espírito aventureiro e desbravador, ainda que não seja buscado por muitas dessas mulheres, ocupa um lugar bastante significativo nas narrativas.

Narrativas em torno de experiências não necessariamente pagas, que subvertem à lógica do mercado de turismo em muitos casos, pois as tão promovidas mobilidades estão sendo salientadas, mas a partir de ferramentas solidárias. Esse modo de viajar colaborativo, que permite que uma pessoa se hospede na casa de alguém gratuitamente, cozinhe nesse mesmo ambiente e se desloque por meio de caronas tem a capacidade de minimizar muito os gastos de uma viagem ou de redirecioná-los para outras atividades. Tais negociações não negam a comercialização dos serviços, são apenas uma alternativa em um complexo sistema de trocas.

A reciprocidade política imbuída na filosofia da colaboração está, ainda, nos alertas para determinados fatores considerados de risco, tomando como base experiências passadas por algumas delas. Como na situação de assédio vivida por Isabel em um trabalho voluntário, que foi exposta a partir de uma de suas publicações no grupo *Couch das minas e trans #Elenão* [Figura 13]. Além da grande interação recebida na própria postagem com reações e comentários, Isabel relata receber questionamentos sobre o caso via mensagens privadas mesmo após mais de um ano da publicação.

Figura 13 - Alerta de assédio



Sob o mesmo viés, outras publicações de “alerta” fazem menção a perfis de homens considerados abusivos em plataformas como o *Couchsurfing.org*, por exemplo. Dentre muitas histórias de vida que são expostas com o objetivo de prevenir situações similares, principalmente envolvendo questões de segurança e relações com homens. São mensagens que enfatizam o cuidado umas com as outras, além de se apresentarem com um desabafo.

O cerceamento desses grupos ao sexo masculino é motivado especialmente pelo medo do assédio, povoado por um imaginário de opressão e também por experiências próprias já vividas em viagens anteriores. Um dos casos de assédio relatados em entrevista foi o da jornalista Leila, de 29 anos⁴¹. Ao planejar uma viagem com uma amiga, optou por solicitar *couchsurfing* em grupos diversos de viagens do *Facebook*. Em um deles, um homem ofereceu sua casa em Arraial do Cabo, Rio de Janeiro. Elas aceitaram a oferta, mas consideraram o ambiente muito inseguro. Além da localização da casa ser diferente do que ele havia comentado por internet, havia uma festa no momento da chegada das duas.

⁴¹ Entrevista realizada dia 25 de abril de 2020 por videoconferência.

O anfitrião estava com alguns amigos, todos bêbados. Uma série de comportamentos dele e de seus amigos fez com que as duas amigas se sentissem muito inseguras a ponto de não conseguirem dormir por aquela noite, pois acreditavam que a integridade física delas estava ameaçada. Situação que incitou Leila a mudar seus hábitos de viagem posteriormente. “Eu não ficaria de novo. Existem questões como essa que aconteceu e outros relatos que eu já vi das meninas no grupo, de situações similares e a coisa em algum momento se confunde muito, quando é com homens” (LEILA, em entrevista).

Inquietações múltiplas compartilhadas em emaranhados comunicativos que se formam e se transformam com a rapidez, inerente ao contexto social e econômico contemporâneo. E que, por seus traços intensamente heterogêneos, englobam desigualdades múltiplas, tanto no acesso, quanto nas ideias. Variações de um fazer comum, visto como um princípio de organização social, em que insere os sujeitos em prós comuns que os afetam de modo a proteger privilégios e excluir pessoas em função de sua etnia, classe, identidade religiosa ou renda.

Por essa razão, essas mulheres partem para a construção de uma política dos comuns a partir de suas necessidades e ideologias, que incluem cada vez mais as mobilidades voluntárias a partir de realidades tão díspares. São muitos os caminhos que levam ao comum, que se correspondem a distintas trajetórias históricas e culturais e com nossas condições ambientais (FEDERICI, 2020). Complexidades que são muito potentes dentre esses grupos de mulheres e tantos outros.

4.2 *Couch das minas e trans #ELENÃO*: Conexões para além do binarismo

De sua criação em outubro de 2014 até dezembro de 2018, o grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO* fazia referência somente ao gênero feminino. Foi a partir de então que o nome *Couchsurfing das minas* passou a incluir pessoas trans. Poucos meses antes, em outubro, reforçou seu viés político ao acrescentar a #ELENÃO, criada por outras redes em um contexto de eleições que marcava a moção de repúdio ao atual presidente Jair Bolsonaro.

O grupo é fechado, pois além de requerer um perfil no *Facebook*, é preciso ter o acesso autorizado por uma de suas oito moderadoras (número que muda conforme disponibilidade delas e acordos no grupo). São elas que também cumprem o papel voluntário de fiscalizar o cumprimento de regras e zelar pela organização geral do grupo. Em sua descrição, há a sinalização ainda sobre a inspiração na plataforma *Couchsurfing* e seus principais desígnios.

Grupo com inspiração no site Couchsurfing.

LEIA O POST FIXO

siga as administradoras no instagram para que possam continuar com esse grupo, pois ninguém está sendo pago, estamos fazendo de coração:

[... perfis das moderadoras no instagram]

[para aprovação é necessário ler as perguntas, quem as responde mais profundamente entra no grupo mais facilmente]

A intenção do grupo é proporcionar o contato entre mulheres e pessoas trans para disponibilizar hospedagens gratuitas, dicas e companhias pra rolês turísticos em suas viagens pelo mundo. Sempre mantendo a ordem do grupo e seguindo o sentido do propósito: respeito e troca de experiência.

Lema: "Cheguem mais que sempre tem espaço pra mais gente!"

Por favor leiam o post fixo até o fim:

<https://www.facebook.com/groups/859073477459385/permalink/2216650341701685/>

Para melhor referencia aconselhamos a criar um perfil no site do couchsurfing e assim postar quando pedir ou dar couch aqui:

Guia de como funciona:

<http://www.janelasabertas.com/.../couchsurfing-muito-mais-qu.../>

obrigada!

<<<<Ban em eleição de Bolsonaro e pessoas desrespeitosas e preconceituosas.>>>>

[A descrição segue com a versão em inglês do mesmo texto]

(descrição do grupo disponibilizada na rede).

Com o passar dos anos e o contexto social, político e econômico em constante transformação, revelaram-se multiplicidades sociais que inevitavelmente afetariam as dinâmicas do grupo. Mas essas mudanças não ocorreram de forma harmoniosa nas interlocuções. Logo após as eleições de 2018, foi realizada uma enquete na rede sobre quem votou em Bolsonaro e quem votou no oponente Haddad, a fim de identificar os perfis de apoio ao atual presidente. Após o resultado, as votantes de Bolsonaro foram banidas do grupo pelas moderadoras, que também buscavam por postagens que deixassem transparecer visões políticas nessa linha de extrema direita.

Houve quem reprovou a decisão por ser arbitrária e radical. “Defendem tanto o amor, mas aqui pregam a exclusão de outras pessoas? Vejo divergências. Triste isso”. E quem as apoiou, pois tornaria o grupo mais seguro. “Pelo menos UM LUGAR em que eu posso me sentir segura. Obrigada por isso!” Foram as opiniões ressaltadas em comentários nas publicações de pronunciamento da moderação sobre o caso. Apesar do debate que se estendeu por semanas com muita repercussão, foi mantida a decisão pela eliminação de quem votou em Bolsonaro.

As narrativas em torno do banimento eram bastante incisivas e até mesmo ofensivas, como associações a grupos nazistas e fascistas. Tanto que mesmo pessoas que não apoiavam Bolsonaro na época discordaram do modo como essas ações foram tomadas. O que levou ao questionamento se esse tipo de comportamento baseado na intolerância tornaria o grupo mesmo do “amor”, como é pregado. Anos após a querela, essa questão pareceu se apaziguar e o

pensamento político entre elas se tornou mais convergente, ainda que mantenha certas dissonâncias.

O grupo segue, assim, uma tendência contemporânea de negação das diferenças, referida por Dunker (2009) como uma lógica do condomínio. Nesta associação, a criação de muros é administrada pela figura do síndico, no caso as moderadoras, que não impedem ninguém de sair, mas determinam quem não pode fazer parte de tal espaço. Com suas regras e normas delimitadas, intentam diminuir incessantemente os riscos, erradicando os sintomas que provocam mal-estar, sem tratá-los. A simples eliminação é algo muito mais simples do que a construção de diálogos que pudessem estabelecer consensos.

Tomando uma direção parecida, na discussão sobre a inclusão de pessoas transexuais, descompassos que já transpareciam de modo sutil ficaram mais explícitos com a mudança de nome. Tema ainda recente em discussões de grupos mais gerais, ainda que interfira em subjetividades já de tempos longínquos. Seus aspectos são bem mais sensíveis e provocam reflexões mais profundas, devido ao ainda escasso conhecimento sobre teorias e conceitos de identidade de gênero.

Questões preliminares como o que é ser uma pessoa transexual vieram à tona dentre as muitas dúvidas que surgiram e surgem eventualmente. E em relação à admissão dessas pessoas, como seriam avaliados esses perfis? Eles representariam algum risco à comunidade? O veredito foi o de aceitar as pessoas transexuais, como um pensamento coerente à ideologia do grupo de inclusão e tolerância à diferentes orientações sexuais e identidades de gênero. Só quem não está apto a participar então seriam aqueles identificados como homens cisgênero.

Há uma preocupação com relação à participação, ainda que proibida, de homens cisgênero no grupo. Como é permitido que pessoas transexuais sejam integradas, muitas delas apresentam aparência e/ou nome masculino, o que causa dúvidas quanto à identidade de gênero dessas pessoas pelas outras integrantes do grupo. Quando ocorre esse tipo de situação, há uma investigação no perfil para avaliar como a pessoa se identifica. E a moderação solicita constantemente o apoio das integrantes na fiscalização desses perfis. No intuito de que o trabalho de organização da rede seja mais pulverizado, sendo realizado coletivamente.

No entanto, mesmo com as regras e os constantes pedidos de aceitação a essas diferenças, permanece alguma hostilidade nessas relações. Há clamores em relação a desigualdade de tratamento e visibilidade dentre os gêneros nos pedidos de hospedagem e ajuda, de forma geral. O estudante de ecologia Noah, que entrou no grupo após a mudança de

nome para *Couch das minas e trans #ELENÃO* reforça este argumento⁴² ao salientar alguns desentendimentos do grupo, mesmo se identificando com ele.

Eu não acho o grupo perfeito. Tem várias situações complicadas que acontecem lá dentro, de racismo e até mesmo transfobia, mesmo sendo um grupo cujo o título pretende ser de minas [meninas] e trans [transexuais], tem interseccionalidades coexistindo ali dentro que acabam uma hora ou outra trazendo situações que não proporcionam toda essa segurança, todo esse espaço de paz e harmonia que talvez tenha sido a proposta na criação. Mas ainda assim, é um espaço onde é possível encontrar muito apoio, pessoas legais e ter um pouco de experiências boas porque ainda que não seja perfeito, o fato de ter uma proposta como princípio acaba proporcionando esse espaço para as pessoas que estejam na mesma intenção consigam se encontrar ali dentro. (NOAH, em entrevista)

A parte positiva ressaltada por Noah pôde ser percebida em uma de suas publicações no grupo pedindo hospedagem juntamente com um amigo. Foram muitos os comentários e reações e até mesmo algumas respostas positivas ao pedido de *couch*. Os planos iniciais não se concretizaram por uma mudança no planejamento de viagem dele. Apesar de não ter vivenciado atos explicitamente discriminatórios, ao ser questionado sobre a mudança de nome e sobre se sentir acolhido ou não no grupo, alega que pessoas que se identificam como mulher ou que mantêm uma aparência feminina são mais aceitas.

Então, como eu disse, não sofri nada diretamente, mas com certeza, eu sei que ali dentro existe por parte de algumas pessoas a transfobia e sei também que, por exemplo, eu não diria que me sinto acolhido porque eu acho que me sinto acolhido nos espaços que me acolhem pelo o que eu sou. Mas eu acho que ali dentro, como em muitos lugares idealizados, criados ou de protagonismos de mulheres cis [cisgênero] brancas tem um pouco dessa atmosfera de ter mais tolerância com pessoas trans [transexuais] nascidas mulheres, digamos assim, nascidas e criadas para serem mulheres. Então, é o tipo de tolerância que não interessa para a gente da comunidade trans [transexual], você tolerar mais pessoas não binárias e homens trans pelo fato de que você enxergar essas pessoas como mulheres de alguma forma, é uma coisa que não é interessante para a gente. É isso, essa atmosfera existe ali dentro, então, eu tenho a consciência que eu sou, entre aspas, mais aceito ali dentro por causa disso. Porque sei lá, sou visto de alguma forma como mulher, então, não é um acolhimento real que eu sinto, não por parte de todo mundo, como eu disse, tem pessoas legais ali dentro que realmente acolhem a comunidade trans [transexual] como ela é. Tem inclusive, poucas mulheres trans ali dentro, que é uma das coisas que constrói essa atmosfera. (NOAH, em entrevista)

Ao mesmo tempo em que Noah se aproxima da proposta por seus ideais colaborativos e voltados à diversidade na rede, ele crê que o ambiente receptivo pregado para aqueles que se identificam como transexuais esteja mais no campo das ideias. Esse afastamento nas ações concretas dialoga muito com uma concepção de gênero binária ainda muito marcada na sociedade contemporânea e que só vem ganhando corpo em discussões feministas nas últimas

⁴² Entrevista realizada no dia 21 de novembro de 2020 por videoconferência.

décadas. Assim, a pouca identificação de Noah com a rede resvala no ainda baixo número de pessoas que se afirmam transexuais dentre os integrantes. É uma questão também de representatividade dentre uma enorme gama de subjetividades possíveis.

Neste sentido, a participação maior de pessoas que destoem deste sistema binário impulsionaria uma voz ainda de pouca reverberação no feminismo. Um processo contínuo de multiplicidades em trânsito. “Falar é inventar a língua da travessia, projetar a voz numa viagem interestelar: traduzir nossa diferença para a linguagem da norma, enquanto continuamos a praticar em segredo um blá-blá-blá insólito que a lei não entende” (PRECIADO, 2020, p.22).

A afirmação dessas identidades traz à discussão um entendimento sobre o corpo que incide diretamente sobre as relações na rede. Uma categorização que, segundo Preciado (2020), é instituída a partir de um mapa imposto pelo poder, não pelo território da vida, no que tange os anseios individuais. A segmentação de alma e corpo é uma dicotomização que reproduz, na ordem da experiência, a epistemologia binária da diferença sexual, onde só existem duas opções, masculino e feminino. Por isso é ainda comum associar Noah a uma mulher, tendo em vista seus cabelos compridos e traços que apontam para uma ideia de feminino muito engendrada socialmente e que rege a maior parte das ações do grupo.

Se uma das maiores preocupações da rede está no quesito segurança, sendo a figura masculina considerada como uma ameaça a ela, como abrir-se aos que se identificam como homens transexuais? A comunidade que antes era somente de mulheres se abre a novas categorizações de gênero com a exclusão mais restrita ao homem cisgênero. A iniciativa denota certa transição para um pensamento mais inclusivo, ainda que a maneira como se desenvolva seja ainda bastante limitante.

Se o discurso muitas vezes se contradiz às práticas é porque essa categorização não condiz à complexidade do tema. A carência de aceitação da existência de outras identidades indica uma necessidade de autocrítica do feminismo em relação a seus gestos totalizantes e excludentes, como Butler (1990) sugere. Por uma coalizão aberta, com identidades alternativas, divergências e convergências, a partir do questionamento das relações de poder que condicionam e limitam as possibilidades dialógicas.

Se pensarmos as tantas transformações pelas quais o grupo passou desde o momento de sua criação, já é nítida a abertura para um pensamento que extrapola um binarismo rígido epositor entre homem e mulher. Ainda que para isso tenham havido algumas rupturas, deserções e resignações e que a realidade ainda esteja bem distante de um ideal inclusivo. São os muitos debates acalorados que se desenrolam na rede que fazem dela viva e mutante. Assim como suas interlocuções com fatores externos das mais diversas ordens.

No período pesquisado, mais de 40.000 pessoas compunham este grupo, número que varia muito em função das entradas e saídas da rede, sendo um fluxo bastante volátil. Grande parte desses membros são ativos, participando por meio de comentários, postagens e reações, ferramentas básicas de comunicação disponíveis no Facebook. Contudo, há constantemente publicações que criticam a baixa interação de muitos integrantes nas ações como um todo, sobretudo em relação às postagens que solicitam hospedagem colaborativa, que de modo geral não é algo simples de se conseguir.

Pesa nesta situação o fato de que o capital de rede não é o mesmo para todas. As assimetrias se materializam em forma de referências, principalmente. Alguém que marcou outro alguém na publicação e que talvez possa receber essa pessoa aumenta significativamente as chances de êxito no pedido. Outro fator que aumenta a visibilidade da mensagem é a quantidade de amigos que a pessoa tem ou o número de comentários com “*up*” (em português, acima) para que ela se mantenha sempre dentre as publicações mais recentes por mais tempo. Noah sugere ainda um privilégio de certos perfis em detrimento de outros por características físicas e sociais.

Seriam os padrões da sociedade mesmo, quanto mais próximo você está desses padrões que são considerados no imaginário coletivo por serem de pessoas confiáveis, pessoas que não vão causar nenhum tipo de problema e etc. Ou seja, quanto mais branco, mais aparência de que tem dinheiro você tem, mais facilidade você vai ter de conseguir espaços e pessoas dispostas a te receber, isso acontece bastante. (NOAH, em entrevista)

Dentre esse tipo de postagem, os pedidos que também tendem a ser priorizados são os que incluem a marcação [urgente]. Eles alertam sobre situações em que as integrantes se encontram que precisam ser resolvidas de maneira rápida, em função de imprevistos em viagens ou de problemas pessoais. Essas mensagens têm maior propensão a ativar um desejo de reciprocidade política, pois envolvem o cuidado aliado a questões ideológicas.

A preocupação em ajudar uma “mana”, irromper de certa forma alguma opressão ou dificuldade que ela passa por ser mulher, transexual, homossexual, dentre outras características identitárias socialmente oprimidas. Problemas com o parceiro (em grande maioria, homens cisgênero), expulsão de casa por assumir sua sexualidade ou identidade de gênero, problemas com a integridade física de modo geral, são as questões que mais impulsionam esse tipo de postagem no grupo [figura 14].

Figura 14 - Pedido de ajuda urgente



Fonte: Grupo *Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO* - Facebook

Dentre os 154 comentários recebidos nesta publicação, muitas marcações de perfis, reações “up” para aumentar a visibilidade e tentativas de ajuda por meio de financiamento coletivo ou por referências de *couchsurfing*. Cenário que ressalta o forte apoio e interlocução da rede, que é altamente dinâmica e voltada à instantaneidade. Tal comportamento também aponta para o que Turkle (2006) nomeia como uma espécie de “eu amarrado às redes sociotécnicas”. A conexão constante desses indivíduos, com seus dispositivos móveis e portáteis, provoca um imediatismo dessas comunicações mediadas por plataformas digitais, que estão disponíveis continuamente. Essas características fazem com que seja provável que haja alguém disponível para ajudar em qualquer momento.

Incorporamos esses suportes como extensões de nossas mentes, hibridismo bastante debatido por pesquisadores pós-humanistas como Donna Haraway em seu manifesto ciborgue já em 1984. Neste sentido, a ruptura das distinções entre organismos e máquinas revela uma riqueza feminista de identidades plurais formadoras desse mundo ciborgue. Seus rompimentos intentam destituir matrizes de dominação a partir das histórias femininas (HARAWAY, 2019). É dessa forma que elas se unem, com suas ferramentas digitais e físicas ainda que limitadas, em um esforço de subversão ao controle que as é direcionado.

Esse tipo de comunicação política e de ajuda mútua que é perceptível no grupo e que é tão ligado às tecnologias digitais não somente reforça a sensação de segurança entre as integrantes, como também proporciona novos olhares para questões que afetam pessoas que mesmo sendo tão díspares, convergem interesses e opiniões. E também se abrem, em muitos os

casos, para novas construções subjetivas neste cenário de hiperconexão, como Ramos (2015) ressalta.

(...) Como essas informações vinculam pessoas a ações de outras pessoas, e por isso produzem espaço social, o modo de funcionamento da subjetividade está amarrado à rede por meio dessa circulação de informações e significados. Isso tem impacto sobre práticas profissionais, (...) mas também sobre práticas de consumo, decisões eleitorais e engajamentos políticos, e comportamentos amorosos e sexuais. (RAMOS, 2015, p.63)

Esses impactos que provocam mudanças então nas práticas de viagem, e em maior escala, nas mobilidades das integrantes dessa rede, que transitam entre territórios distintos, *online* e *offline*, com dimensões e características múltiplas, que se sobrepõem e se intercalam no que Haesbaert (2007) chama de território-rede. Tendo em vista a pluralidade identitária existente entre os membros do *Couch das minas e trans #ELENÃO*, o caráter multiterritorial dessas redes se desenrola, onde se encontram territórios flexíveis, multi-identitários e multifuncionais, como Haesbaert (2007) ressalta, comuns às condições contemporâneas. É assim que a rede se estende entre telas, sofás e destinos de viagem.

Um grupo que demonstra tanta potência e que vem influenciando não somente suas integrantes, como também a formação e organização de outros grupos, se destaca pela grande adesão, atividade e heterogeneidade. Os tantos conflitos que reverberam no espaço virtual de discussão são apenas alguns dos indícios dessas diferenças. É muito natural que, em um grupo tão grande, com classes sociais, identidades de gênero, orientação sexual, cor, etnia, dentre tantas outras características distintas, tenha suas divergências muito marcadas e muito frequentemente postas à prova.

O paradoxo dessa “comunidade” que muito tem de discrepância, está nessa forma de se comunicar entre diferenças. Com desarmonia e incoerências, porém muito ativo e mutável, com suas provocações vindas de todos os lados. Se por um lado, há o banimento de integrantes que pensam diferente, como na lógica de condomínio (DUNKER, 2009), por outro, essa negação ocorre justamente no intuito de incluir e zelar pelo bem-estar de pessoas com perfis diferentes e socialmente oprimidos.

O cerceamento de algumas das ideias e pensamentos, sobretudo políticos, dividem espaço com as discussões, críticas e diálogos transformadores. É nessa complexidade que o grupo abre caminhos e contribui para as reconfigurações do feminismo contemporâneo a partir das motivações turísticas. Por essa razão, o grupo flutua entre a busca em manter um espaço seguro e ao mesmo tempo diverso. Eliminando não as pequenas diferenças, como a cultura condominial pressupõe, mas as discordâncias mais impactantes.

São estas “vidas móveis” (ELLIOTT, URRY, 2011), cada qual com um nível de mobilidade que pode ou quer usufruir, que se relacionam de maneiras distintas com o tempo e o espaço de acordo com o ambiente em que se encontram. Considerando essas mobilidades e transitoriedades, os modos de presença e subjetividades se alteram e se reconstroem associados aos lugares de sociabilidades, muitos deles mediados pelas tecnologias, nos quais essas “vidas móveis” estão envolvidas.

O tipo de linguagem nessas interlocuções se coloca como elemento constitutivo do grupo, que revela muito sobre seu funcionamento. Os passeios e eventos são denominados “rolês”, “mana” é como se chamam as integrantes do grupo (ainda que o nome apresente a palavra “mina”), hospedagem é “couch”. A linguagem neutra de gênero, que vem sendo difundida em outros ambientes nos quais muitas integrantes circulam, ocorre ainda de maneira tímida, com alguns usos de “manes”, “amorxs”, “mores”, “mesmes”. Porém sua frequência de uso tem crescido nos últimos anos. Termos e formas de se comunicar que são facilmente compreendidos e reproduzidos na grande maioria das publicações e comentários. Uma linguagem característica e com aspectos em comum a outros grupos do *Facebook*, que contribui para a organização geral das publicações.

Outro traço marcante presente nas narrativas dessa rede é a valorização do "Espírito Couchsurfing". E é nesse estilo que a “mana” Marta diz se encaixar mesmo antes de participar do grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*. No entanto, ela alega que nem todas as participantes dessa rede entendem e/ou valorizam esse ideal. Por isso se vê, muitas vezes, no papel de apresentar e explicar às demais integrantes como seria o comportamento mais correto a ser adotado.

(..) Por exemplo: Quando você vai pedir um lugar pra ficar, é muito chato quando você fala: Ah, eu não quero incomodar, eu vou só pra dormir, tomar um banho e vou embora. Não é esse o objetivo. (..) Tem vezes que a gente lê e explica pra pessoa e fala: Olha, o *Couchsurfing* não é isso. Eu tenho uma amiga, por exemplo, que é super firme nisso, de sempre estar explicando pra todas as pessoas. Porque realmente, nem todo mundo entende. Então tem várias pessoas que fazem isso por questão de informação, justamente por essa troca. Porque nem tudo tem que ter um retorno. Você pode ajudar outra pessoa sem esperar nada. E isso a gente aprende viajando. (..) Que bom que a gente pode ajudar alguém a entender a filosofia do *Couchsurfing*, a poder viver isso, a se hospedar e receber. (MARTA, em entrevista)

A preocupação em manter essa filosofia se apresenta também de outras formas no grupo. Em uma das publicações a ideia é reforçada com um relato sobre uma experiência de hospedagem colaborativa vivida na Irlanda, mediada pelo site *Couchsurfing*. Discorre ainda que, passados quatro anos, hóspede e hospedeira saíram para beber em um bar de Munique. "CS não é só sobre hospedagem, mas sobre fazer amigos". Dentre os comentários, as frases:

"Amigos pra vida. Só quem vive o *Couchsurfing*, de verdade, entende..." Publicações como esta costumam ter muita interação positiva com comentários e reações, o que remete a um grau muito significativo de aceitação desse tipo de prática, que representa os valores do grupo.

Embora não seja compartilhada por todas as integrantes, narrativas como esta evocam um tipo de viagem que valoriza o "fazer com" (DE CERTEAU, 2007), uma maneira de consumir que pouco está contemplada nos dados estatísticos de pesquisas sobre o consumo. A companhia se coloca como um aspecto fundamental da experiência. E as discussões sobre o comportamento na rede tendem a modular e a estimular algumas práticas que se aproximem dessas premissas. Ainda que haja muitas opiniões divergentes sobre variados assuntos, os posicionamentos tendem a convergir sobre o desejo de se relacionar mais com as pessoas dos lugares em que visitarão.

Apesar das participantes manterem um discurso de valorização às referências e dicas umas das outras, esse conteúdo não corresponde necessariamente a informações sobre atividades diferentes das mais praticadas nos destinos ou a um roteiro alternativo. Muitos dos lugares recomendados para visitação se integram ao roteiro turístico tradicional das cidades e são bastante divulgados em sites institucionais, portais oficiais e blogs. Em um *post* solicitando dicas sobre Salvador, por exemplo, uma das recomenda es foi o Pelourinho, um dos mais populares e turísticos atrativos do destino. A questão está mais voltada para quem indica, por um fator identitário, do que o que   indicado.

No entanto, há também muitas orienta es e sugestões voltadas para questões particulares do grupo, como as experiências de mulheres viajando sozinhas, os cuidados que devem ser tomados para evitar assédio ou recomenda es de hospedagem econômica e atra es que não cobram a entrada. Gama de informa es que contribuem para impulsionar as mobilidades, que muitas vezes são contidas por restri es financeiras ou por insegurança e desconhecimento sobre a atividade turística.

As múltiplas narrativas relatam as experiências vividas, "seus vestígios estão presentes de muitas maneiras nas coisas narradas, seja na qualidade de quem as viveu, seja na qualidade de quem as relata" (BENJAMIN, 1994, p.200). Por essa razão, elas têm o potencial de envolver mais seus leitores que as informa es, tipo de linguagem mais usada em sites e portais de turismo. Elas possuem a dimensão utilitária de aconselhar, como ressalta Benjamin (1994), a partir de trajetórias que repercutem dentre as demais integrantes que se identificam determinados valores.

Quando questionada sobre como costuma organizar e planejar suas viagens, Viviane comenta que utiliza as dicas compartilhadas por outros membros do grupo, mas também recorre

a sites institucionais como complemento. Ela segue um caminho de busca inicial no grupo das mulheres e depois recorre a sites institucionais para verificar as informações que não conseguiu por lá. Sua preferência é justificada em razão da maior sensação de segurança que tem por meio dos relatos que são compartilhados em um grupo ao qual ela se identifica, formado por pessoas que têm objetivos e interesses em comum.

Marta, assim como a grande maioria das entrevistadas, só citou fontes colaborativas de para a organização e planejamento de viagens, como os grupos do *Facebook*, incluindo o *Couch das minas e trans #ELENÃO* e o *TripAdvisor*. São fontes que se adequam melhor às particularidades dos perfis de viajantes aqui descritos que priorizam os relatos em detrimento das informações. Relatos de viagem que, para De Certeau (2007), são práticas do espaço, pois organizam a caminhada e o tecido narrativo descreve itinerários e percursos.

Os relatos são produzidos na forma de publicações sobre as viagens realizadas ou a partir de pedidos de ajuda para a elaboração de roteiros, por exemplo. O estilo *Do it yourself* (faça você mesmo) das viagens, muito característico das mochileiras é então transformado para um modo coletivo, como um *Do it Ourselves* (façamos nós mesmas). As indicações ajudam, assim, a modular o itinerário, a escolher os lugares onde ficar, onde comer e a forma de consumir, como em uma das publicações que teve quarenta e quatro comentários, solicitando ajuda para viajar durante seis meses.

[Mochilão] [dicas] [Cuba 
 Oi beninas, turupom?
 Comecei a planejar um mochilão de 6 meses (mais ou menos) pela América do Sul + Central e queria trocar uma idéia com quem já fez esse rolê.
 Quero muito visitar Cuba e México, porem eu tenho dúvidas se valeria mais a pena financeiramente começar fazendo BR x Cuba (de avião) ir descendo para os demais países, ou sair do BR já fazendo os países vizinhos e deixar essa parte do mapa pro final. O que vocês acham?
 Eu sei que os valores variam e isso influencia tudo mas queria ter uma idéia mesmo, pra me abrir os caminhos e me ajudar a pensar em por onde dar o pontapé inicial pra viagem.
 Um beijo e continuem explorando  (publicação no grupo Couch das minas e trans #ELENÃO)

As respostas foram importantes para o planejamento da viajante, que agradeceu as informações que obteve, reforçando que foram abertos alguns caminhos. Assim, a rede se mantém com interlocuções que vão muito além da hospedagem solidária. Ela se figura como um ponto de apoio para as mobilidades voluntárias de modo geral, que podem ser viagens ou não. E que incluem imaginários, valores feministas e muitas temáticas sociais concernentes, especialmente, às mulheres.

E se o diálogo e as relações dadas são mais efetivos dentre as mulheres brancas de classe média, como algumas integrantes alegam em tom de repúdio, parte dessa rede se vê ainda mais motivada em exercer a reciprocidade política, buscando romper com essas desigualdades. Percebi essa moção especialmente no caso das mulheres pretas, que por muitas vezes já se posicionaram na rede para estimular um debate e que se reúnem em outro grupo, o *Couchsurfing das Pretas*.

Dentre as reclamações feitas no *Couch das minas e trans #ELENÃO* está o argumento de que as publicações de mulheres pretas pedindo hospedagem não têm a mesma visibilidade que o das mulheres brancas. Especialmente a mensagem de uma delas [Figura15], em 26 de setembro de 2019, gerou grande repercussão. A discussão teve um tom bastante hostil, incidindo no apagamento da postagem por uma das moderadoras, que precisou se retratar após as inúmeras críticas e acusações de silenciamento e publicar novamente a postagem apagada por meio de uma captura de tela.

Aqui deixo o print do post que foi apagado. A intenção não era silenciamento e sim ajudar. Peço desculpas se ofendi as pessoas porque apaguei o post. Quando parei os comentários do post tb falaram que era silenciamento.

Ai o post como alerta e se tiver comentarios racistas novamente eu desativo os comentarios. E claro, banimento as pessoas racistas!

Nao irei expor nome de ninguem.

Tb botei esse print do post apagado no outro post da explicação da situação

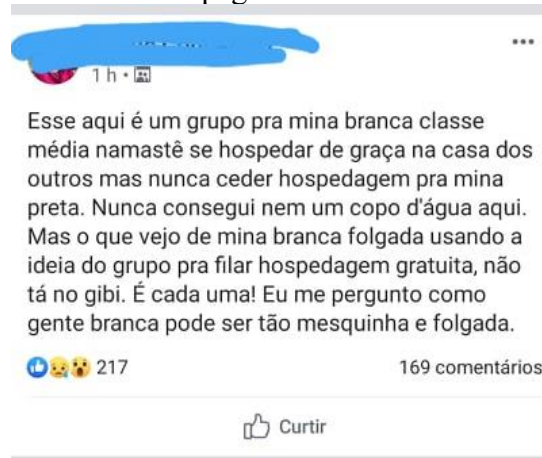
Aqui o post de explicacao de pq foi apagado antes caso estejam com duvidas do motivo, assim nao precisam comentar perguntando o pq, é só ler esse post:

[link do post]e as sinceras desculpas. a intencao nunca foi de silenciar, por isso reponho o post. embora tenha sido uma forma de silenciar, a intenção não era essa.

eu tentei ser uma boa administradora gente, espero que a situacao nao fique pior. desculpas por tudo e principalmente sinto muito pelo racismo que ocorre.

estou a espera que as adms negras fiquem online E A VONTADE de se posicionar aqui. (Retratação da moderadora em relação à discussão sobre racismo na rede Couch das minas e trans #ELENÃO)

Figura 15 - Captura pela moderação do grupo de mensagem de denúncia de racismo anteriormente apagada



Fonte: Grupo *Couchsurfing das minas e trans #ELENÃO* - Facebook

O debate se intensificou, pois, algumas mulheres brancas não concordaram com a afirmativa e responderam deslegitimando tal posicionamento. Consequentemente, também houve banimento desses comentários considerados racistas. Medida que, dessa vez, não foi repudiada devido a gravidade da acusação e por se tratar de um crime. O conflito se estendeu por diferentes postagens, comentários e até mesmo no pedido de desculpas por quem foi acusado como racista.

A política de banimento é então muito sensível, pois em certas ocasiões ela é entendida como silenciamento e em outras como necessária para a manutenção de uma ordem ao grupo. Alguns dos comentários argumentam, inclusive, que este deve ser um espaço para discutir tais questões importantes para o feminismo. O que não conjuga com a lógica condominial que se coloca em muitas das ações das moderadoras.

Apesar de todos os desentendimentos, foi aberto um espaço de reposicionamento de ideias por parte de algumas delas, visto que algumas mulheres brancas apoiaram a postagem inicial e repensaram suas atitudes. E, ainda, levou a inclusão de pessoas pretas e transexuais na moderação, iniciativa que intenta possibilitar maior diversidade e representatividade no grupo. Mas também lançou luz a uma reflexão sobre a criação de espaços próprios para essas mulheres pretas, que ainda se sentem deslocadas e em desvantagem dentro de um grupo que, apesar de manter ideais solidários, está em processo de reconstrução de condutas e valores.

4.3 *Couchsurfing das Pretas: Feminismo e afirmação étnica*

Eu acho que passou da hora de nós, negras, criarmos um grupo pra nós, onde tenhamos voz e onde não nos silenciem, bora trocar experiências sadias. E se alguém souber de algum, pfv, me convida.

(Comentário na publicação com a retratação da moderadora no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, em setembro de 2019)

O desejo de se aliar a um espaço próprio cresceu dentre as viajantes negras após os problemas sentidos na rede *Couch das minas e trans #ELENÃO*. Embora o grupo *Couchsurfing das Pretas* já existisse, sendo inclusive citado na discussão como uma alternativa de espaço para elas. Mesmo antes de toda a querela sobre racismo ocorrer, já eram comuns os movimentos astuciosos (DE CERTEAU, 2007) que se desenhavam por mulheres pretas a fim de desviar-se ou minimizar certas opressões sofridas por elas.

A dificuldade em achar o tão desejado *couch* as leva a traçar certos caminhos táticos, como faz Roberta. Ao participar de vários grupos de hospedagem e fazer o pedido em todos eles ao mesmo tempo, acredita ter mais chances de que sua publicação seja visualizada e seu pedido aceito. Além de ajudar muitas mulheres a conseguir hospedagem, marcando conhecidos nas publicações, reagindo e comentando as postagens. Assim, ela amplia e fortalece o seu capital de rede que é essencial nessas dinâmicas.

Quando questionada sobre as acusações de racismo ocorrida no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, ela afirma corroborar com o argumento de que os pedidos de mulheres pretas não têm a mesma repercussão que os das brancas. Mas este para ela não é fator mais grave, preocupando-se ainda mais com um direcionamento bastante superficial das contestações interseccionais e da reação das mulheres brancas às indagações e reivindicações que as pretas fazem.

O que me chamou atenção não foi a postagem, mas como as mulheres do grupo receberam aquela postagem. Se a gente problematiza uma coisa "onde parece que já tem uma discussão de gênero" entende-se que as pessoas já estão mais abertas para outras discussões e ver que a discussão ainda é muito rasa, de achar que é "Ah, não é bem assim", "Eu recebi hospedagem." A gente não está falando de uma situação isolada, a gente está falando de uma questão sistêmica, uma questão estrutural, ver que a reflexão para algumas, porque a gente não pode generalizar, mas para muitas participantes do grupo ainda está no campo de como se fosse um ataque individual, não é individual. (ROBERTA, em entrevista)

Esse tipo de conduta de pessoas brancas salientado por Roberta é algo que vem sendo bastante problematizado dentre ativistas negros em um contexto mais geral e que enfraquece substancialmente às discussões, pois limita o problema e não propõe soluções práticas. A

carência de escuta e a reatividade às falas de pessoas pretas é associado ao que Di Angelo (2011) nomeia como “White fragility”, ou fragilidade branca.

A expressão refere-se a uma intolerância às perturbações em discussões raciais, que incluem emoções como raiva, medo e culpa, a partir das expectativas de brancos. Essas dissonâncias, para Benzidan (2017), ocorrem devido a linguagem institucional e cotidiana usada para falar sobre racismo ser essencialmente branca. É construída a partir de um ponto de vista eurocêntrico e branco que decide não assumir a responsabilidade histórica que a constrói, apartada de outras perspectivas e realidades.

O próprio feminismo tem sido muito questionado por ser considerado uma referência voltada para mulheres brancas. O feminismo negro, representado por teóricas como Angela Davis, Bell Hooks e Sueli Carneiro, então ganhou forças como uma corrente que enfatizaria o entrecruzamento entre gênero e raça. Entretanto, mesmo essa vertente já tem sido problematizada e confrontada pela ideia do “mulherismo africana”, linha de pensamento matriarcal afrocentrada, defendido por grande parte das participantes do grupo. O termo tem origem do inglês “Womanist Afrikana”, criado por Cleonora Hudson, em 1987 e se funda no diálogo com a ancestralidade a partir de uma ideologia desenvolvida por mulheres afro-americanas (HUDSON-WEEMS, 1994).

O conhecimento sobre reflexões que abordam o racismo estrutural e as interseccionalidades de gênero na sociedade brasileira e no mundo é muito notável dentre todas as entrevistadas negras, que esclarecem as desigualdades sofridas por elas a partir de muito embasamento teórico. Há uma percepção sobre a abrangência do problema e de como ele está imbricado nos mais diversos âmbitos da sociedade.

Por essa razão, elas reivindicam os espaços de troca, ainda que eles sejam suscetíveis a disputas narrativas e até mesmo agressões verbais. Conflitos estruturais vividos na pele e que levam, muitas das vezes, essas mulheres a buscarem entre elas mesmas ferramentas e mecanismos para obterem benefícios na sociedade que as oprime. Mais exemplos de movimentos que incidiram, dentre diversas outras iniciativas, na criação do grupo *Couchsurfing das Pretas*.

A reciprocidade política é mais uma vez acionada dentre essas mulheres, enfatizando uma realidade que intersecciona diferentes dimensões da vida social, como etnia, gênero, classe e orientação sexual. “De acordo com o ponto de vista feminista, portanto não existe uma identidade, pois a experiência de ser mulher se dá de forma social e historicamente determinadas” (BAIRROS, 1995, p. 463). Entendendo sua própria condição no mundo e as tantas restrições impostas socialmente, uma comunidade em que se possa partilhar experiências

a partir de um lugar muito semelhante é vista como apoio e suporte para impulsionar mobilidades e vínculos.

Assim, tentar popularizar a ideia de mulheres negras poderem estar juntas também por meio de viagens foi um dos principais objetivos de Carolina Pinho⁴³ ao criar o grupo online *Couchsurfing das Pretas*. Iniciativa com vistas a contribuir para que mais pessoas negras viajem, denegrindo⁴⁴ assim, os chamados rolês, ou tornando negras também as viagens. Carolina Pinho tem 36 anos, mora em Campinas, é uma viajante frequente, doutora em Educação e ativista do movimento negro. Perfil que explica o desejo exímio de promover esses espaços na internet, por já estar envolvida diretamente com questões políticas e viver as mobilidades intensamente.

Este é um dos muitos grupos *online* que vêm surgindo para reunir pessoas negras em prol de uma atividade ou ideia em comum. Como outro também liderado por Carolina, intitulado *Viajantes Negros e Negras* que ela criou posteriormente. Há uma série de iniciativas na internet relativamente recentes, criadas na última década principalmente, que enfatizam essa valorização da cultura afro-diaspórica e que incide muito fortemente no âmbito das viagens, como é o caso também da já mencionada plataforma *Diaspora.black*.

A descrição esclarece que o grupo é de mulheres africanas da diáspora. E desse modo, é restrito àquelas que se declarem negras. A informação é verificada no momento da adesão e posteriormente por Carolina com a ajuda das demais integrantes. A questão é algo muito relevante para ela, que ao final da entrevista que me concedeu, perguntou se eu me considerava uma mulher preta, ao me ver com o tom de pele mais claro e os cabelos levemente ondulados.

A pergunta abre espaço para uma reflexão sobre quem pode ser ou não considerado negro e como isso é tratado especificamente no contexto brasileiro. Munanga (1999) explica que a classificação racial no Brasil é baseada na marca e na cor da pele, destoando-se da norte-americana e sul-africana, que são pautadas pela origem e sangue. Por essa razão, o mestiço tem uma conotação diferente.

Dependendo do grau de miscigenação, o mestiço brasileiro pode atravessar a linha ou a fronteira de cor e se reclassificar ou ser reclassificado na categoria branca. Jamais poderá ser rebaixado ou classificado como negro, salvo raras exceções, devidas

⁴³ Entrevista realizada em 02 de fevereiro de 2018 por videoconferência. O nome de Carolina foi mantido com a devida autorização, pois se refere à criadora do grupo.

⁴⁴ O sentido atribuído à palavra “denegrindo” se refere a tornar negro. Assim, têm-se a ideia de que os rolês, entendidos como viagens e passeios, são usufruídos, cada vez mais, por pessoas negras. Subverte-se, dessa forma, o sentido pejorativo associado ao termo, relativo à difamação.

notadamente à escolha individual por posicionamento ideológico. (MUNANGA, 1999, p. 118)

As diferentes tonalidades e traços fenotípicos incorrem no nível de passabilidade que se tem perante a população branca discriminatória. Assim, há uma maior tolerância das pessoas com pele mais clara em ambientes e atividades que sejam dominados por brancos. E essas divisões comuns características do processo de mestiçagem contribuem para reduzir o senso de unidade da população preta, especialmente no Brasil.

Em um grupo em que a maior parte das mulheres se vê discriminada socialmente em razão de seu tom de pele, a inclusão de uma pessoa mais clara e com maior passabilidade em ambientes brancos pode então ser vista como algo incoerente. Respondi à Carolina que sim, consoante às ideias de colorismo, termo usado pela primeira vez por Alice Walker (1983) em *If the Present Looks Like the Past, What Does the Future Look Like?* e debatido atualmente por muitos pesquisadores, como Djamila Ribeiro. Entendendo a negritude de uma perspectiva que inclui diversos tons de pele e me percebendo ideologicamente pertencente a essa identidade, justifiquei a minha afirmação. Deixei claro, contudo, que entenderia se a minha participação não fosse bem vista pelo grupo, por não viver uma realidade de discriminação que outras mulheres de pele retinta experienciam.

Carolina disse então que esse é um tema que vem à tona às vezes no grupo. E que, quando há certa dissonância em relação à participação de algumas pessoas, há um diálogo para decidir como proceder. “Aí, peço ajuda pra mais minas pra me dizer o que elas acham. Normalmente incluo e depois converso com as pessoas. Se muita gente achar que ela não é negra, eu converso com ela e explico coisas sobre colorismo e tal”.

O compartilhamento de parte do conhecimento em viagens adquirido por Carolina é também um ato de resistência que partiu de suas escritas em um blog e com suas experiências com a plataforma *Couchsurfing*. “Eu fiquei um tempo morando na Europa por causa do doutorado e reparei que a prática do *couchsurfing* era realizada por pessoas brancas, a maioria das meninas pretas não sabia o que era” (CAROLINA, em entrevista). A ideia dela era então justamente a de aproximar essas mulheres negras, por acreditar que elas têm limitações de acesso a viagens por diversos fatores.

A população preta no Brasil é uma população majoritariamente pobre, então a gente viaja menos mesmo. Mas existe também uma bagagem que é cultural e intelectual. A nossa origem não é uma origem de pessoas que viajam. A pessoa branca tem um pai que já viajou, tem uma tia que já viajou. Ela tem uma origem de pessoas que viajam, que ensinam isso. A gente não aprende isso porque nossos ancestrais não viajaram turisticamente. Nossos ancestrais viajaram de outro jeito, infelizmente. Então a minha geração, provavelmente é a primeira geração de mulheres negras que tem conseguido fazer isso. Então eu acho que tem um elemento, tanto financeiro, material, como o

elemento cultural também, uma cultura que a gente não teve acesso. (CAROLINA PINHO, em entrevista)

As interações na rede incluem tanto a oferta e pedido de hospedagem, quanto dicas e informações sobre viagens, além da possibilidade de buscar companhia umas das outras. Assim, Carolina acredita que o grupo pode contribuir para que essas mulheres viajem mais, por se atentarem ao fato de que podem e têm o direito de acessar mobilidades que não se colocavam em um horizonte possível, como foi o processo dela mesma para se entender como viajante.

Elucubração que tem sido realizada por mulheres como a estudante de psicologia Joana⁴⁵, de 22 anos, que viveu uma experiência de *couchsurfing* com a interlocutora Roberta. Ela afirma usufruir das informações sobre viagens econômicas dispostas no grupo, assim como ofertas de *couch*, oportunidades que seus familiares não tiveram.

E é bem doido, porque essa questão de viajar pra minha família quase não existe, de poder viajar. Minha mãe quase não fez isso na vida. Eu acho que ela só foi viajar depois de muito tempo pra ir ver os parentes dela, sabe? Que ela não via faz muitos anos. Eu acho que essa é a viagem que minha mãe faz. E eu agora venho quebrando isso. Mas, a partir dessas alternativas. (JOANA, em entrevista)

As restrições de mobilidades da mãe também se estendem à grande parte da vizinhança, segundo Joana. A ideia de não ter o direito de consumir produtos ou serviços como os das viagens é ainda uma realidade bastante comum entre a população negra no Brasil. A atividade turística nem mesmo é considerada por muitos nesta condição social. Não somente pelas mais visíveis limitações financeiras, como pelas amarras sociais, sendo o status de consumidor negado muitas das vezes, como salienta Barbosa (2004).

A cor e a carência material de grande parte da população de não-brancos são os elementos que definem, para a sociedade brasileira, a identidade deste grupo como um todo, neutralizando inteiramente outras dimensões, como por exemplo, a de consumidores, a de cidadãos, em suma, de pessoas que na mesma medida que os seus pesquisadores, pensam criticamente o mundo, fazem escolhas, rejeitam comportamentos e ideias etc. (BARBOSA, 2004, p.60-61)

A rede então propõe uma reação a uma dupla situação de discriminação dessas integrantes. Com o recorte de etnia e gênero, os discursos ressaltam uma valorização tanto da cultura afro diaspórica, ressaltando características fenotípicas, quanto da condição de ser mulher em uma sociedade que se estrutura em uma supremacia branca e masculina. Realidade em que a figura da mulher negra é inferiorizada e relegada à subserviência e sexualização, no que Gonzalez (1984) aponta como neurose cultural, especialmente no Brasil.

⁴⁵Entrevista realizada no dia 19 de março de 2020 por videoconferência.

O sentimento de reparação dos danos se materializa também nos lugares em que visitam e na forma como se apropriam deles. Assim, qual atrativo ir, com quem viajar ou quais os serviços utilizar para as viagens são escolhas que dialogam com suas subjetividades e que figuram estes modos de consumo ainda muito marginalizados no mercado turístico. Nos discursos e práticas dessas mulheres estão imbuídas afirmações étnicas que politizam substancialmente as noções de viajante e de turismo.

A invisibilidade desses grupos sociais, segundo Mbembe (2014), está associada aos próprios termos negro e raça, que denotam subalternidade e uma negação da humanidade, fato que se caracteriza como um exercício de biopoder, em termos foucaultianos. E eles se incluem no discurso moderno sobre a humanidade. "Desde o início do século XVIII, constitui, no conjunto, o subsolo (inconfessado e muitas vezes negado), ou melhor, o núcleo complexo a partir do qual o projeto moderno de conhecimento - mas também de governação - se difundiu" (MBEMBE, 2014, p. 10).

A história do racismo possui relações intrínsecas com a história do capitalismo moderno, estendendo-se em um regime neoliberal, que ainda vê o negro como mercadoria (MBEMBE, 2014). Por essa razão, esses movimentos precisam romper com a ideia de inferiorização. O que é parte de um processo bastante complexo que envolve não somente a participação em grupos específicos como o *Couchsurfing das Pretas*, como também das interlocuções em outros grupos, como o *Couch das minas e trans #ELENÃO* e o *Couchsurfing das minas na Europa*. Os constantes posicionamentos dessas mulheres pretas em um grupo heterogêneo como esse produz atritos, ao mesmo tempo que importantes reflexões e mudanças de pensamento.

Dentre as motivações das integrantes para participar da rede, estão principalmente as relações de confiança por quem fez a indicação e as afinidades identitárias. A criadora do grupo, Carolina, foi inclusive bastante citada em várias entrevistas como uma referência importante. A estudante de comunicação social de 21 anos, Silvia, relata em entrevista⁴⁶ sua satisfação com o ambiente acolhedor do grupo. Ao comentar sobre como foi recebida por outra integrante do grupo em sua casa, explica que se preocupa muito com a segurança nos deslocamentos.

Por isso, acredita que a relação de confiança com outra mulher preta possa ser maior do que por uma pessoa com outro perfil, já que ela passa por situações semelhantes. "Até mesmo por questões de identificação e de empatia. Por exemplo, quando eu perguntei a ela, quando eu sabia que ia chegar tarde da noite, ela enquanto outra mulher negra, saberia me orientar bem

⁴⁶ Entrevista realizada presencialmente no Rio de Janeiro em abril de 2018.

sobre os riscos ou não de chegar na casa dela”. Para ela, o recorte, tanto racial, quanto de gênero é fundamental ao buscar esse tipo de hospedagem.

Silvia disse não participar de outros grupos colaborativos de viagens e não viajar com muita frequência, fato que começou a ser mudado a partir das possibilidades que encontrou no grupo. A escolha dela como interlocutora ocorreu devido a uma de suas publicações no grupo agradecendo e contando mais de sua primeira experiência como hóspede por uma das integrantes da rede, ressaltando aspectos identitários importantes para o seu acolhimento na cidade. As questões mais sensíveis neste processo extrapolam as inquietações com a segurança e eventuais atitudes explícitas de racismo.

Mas, não sei, essas micro operações do dia a dia, sabe? O que vai acontecer, o que a pessoa vai achar. Ou, às vezes, umas coisas pequenas. É eu chegar na casa da pessoa e a pessoa vier com algum tipo de estereótipo por conta da minha aparência. Tipo, “Ah, você veio aqui pra fazer coisa X, claro, porque você é negra”, sabe? Esse tipo de coisa, assim. Eu chegar na casa da pessoa e a pessoa vai lá e, “não, porque eu acho que você deveria ir nesse samba aqui”. E não necessariamente eu vou querer. Então é esse tipo de coisa assim que, eu tento evitar a fadiga e vou fazendo esses filtros. (SILVIA, em entrevista)

A desconstrução de estereótipos e de atos discriminatórios relacionados ao que é ser mulher e ao que é ser uma mulher negra se revela então como uma das questões principais do grupo. Apesar de não haver consenso sobre o termo estereotipia na comunidade científica, Doral (2012) aponta que de acordo com a perspectiva cognitiva, ele surge de um processo de categorização, que de uma forma racional une a informação individual com a informação dos grupos. E esses estereótipos criados podem então ter uma funcionalidade positiva, servindo à economia do psiquismo, ou negativa, contribuindo para o preconceito social. Sendo que o estereótipo “é uma ideia preconcebida e se encontra no campo das crenças, enquanto o preconceito é uma atitude”⁴⁷ (DORAL, 2012, p. 62).

Os estereótipos podem ser muito reforçados ou até mesmo construídos pelas mídias. Assim, as associações que se fazem às mulheres negras, no que se incluem suas formas de lazer e de consumo estão diretamente relacionadas às imagens que muito são reproduzidas, especialmente em meios de comunicação e que solidificam certos imaginários por séculos reverberando no preconceito.

No grupo, são notáveis as narrativas que buscam romper com a ideia de sexualização, de subserviência e de cuidado, que tanto foram relacionados a mulher negra durante muitos

⁴⁷ Tradução própria. “el estereotipo es una idea preconcebida y se encuentra dentro del campo de las creencias, mientras que el prejuicio es una actitud”.

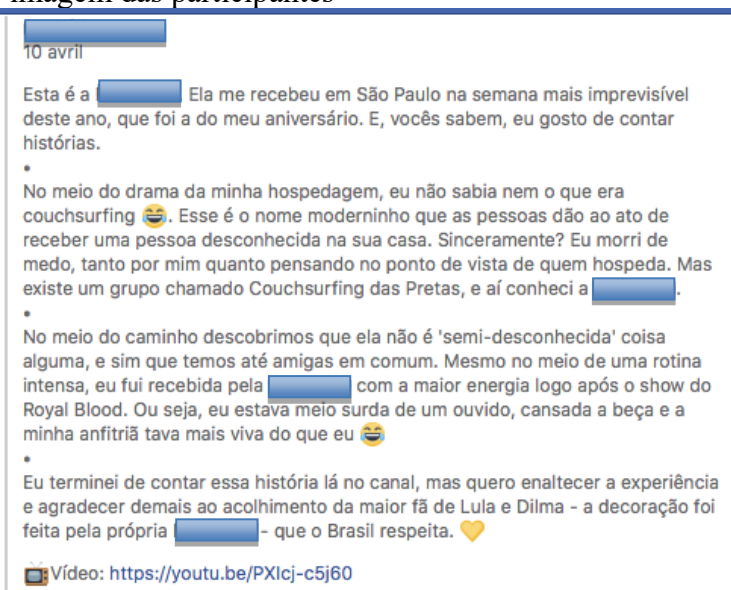
contextos históricos brasileiros, como aponta Gonzalez (1984). Dentre as categorias muito difundidas que a autora ressalta, estão as figuras da mãe-preta (cuidadora), doméstica (subserviente) e mulata (sexualizada). Sobretudo, expondo frequentemente as variadas possibilidades de espaços e atividades das quais elas podem usufruir.

Dentre as dificuldades enfrentadas na rede, Carolina informa que, por variados motivos, ainda há muitas mulheres que não disponibilizam suas residências para receber outras participantes, seja por medo, desconhecimento ou qualquer outro motivo. Mas, apesar dessas adversidades, as interlocuções se mantêm em um espaço de afirmação dessas identidades onde se constroem gradativamente a confiança, mantendo um crescimento que reverbera em uma contribuição significativa ao acesso às viagens por parte da população negra.

Silvia fez questão de publicar em seu canal no *YouTube*⁴⁸ e no grupo *Couchsurfing das Pretas* [Figura 16] um relato sobre como foi sua experiência. “É o tipo de depoimento que eu gostaria de ter lido, seja lá, em outros lugares. Saber dos bastidores, da recepção, de uma pessoa totalmente desconhecida”. E afirma que não sabia do que se tratava da prática de *couchsurfing* até ser convidada pela moderadora Carolina para participar do grupo. Apesar de já ter ficado em casa de amigos durante outras vezes em que viajou, a primeira vez que se hospedou na casa de uma pessoa desconhecida e com o intermédio de uma plataforma, a princípio, foi proporcionada pelo grupo. Ela acredita que a prática contribuirá para ela viajar mais e ficar mais tempo nos lugares que visita.

⁴⁸ Canal Nathália Braga. Uma semana sem saber. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PXIcj-c5j60>. Acesso em: 02 de agosto de 2018.

Figura 16 - Depoimento de Nathália Braga publicado no grupo - a foto não foi divulgada para preservar a imagem das participantes



Fonte: Grupo *Couchsurfing das Pretas* – Facebook

Os depoimentos por meio de vídeos, fotos e comentários nas redes ressaltam a importância desses canais para a articulação e mobilidade dessas pessoas. São muitas discussões sobre acessibilidade, casos de preconceito, aspectos identitários e organizações de encontros que têm em geral bastante visibilidade. O discurso de apoio ao pensamento de cuidado e fortalecimento mútuo é predominante no grupo e reforça o desejo de estar junto, compartilhando experiências e contribuindo para que a prática das viagens seja cada vez mais comum entre elas.

A construção de muros, nesse caso, diferentemente do que ocorre no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, ocorre como consequência de uma situação anterior de exclusão dessas mulheres. A invisibilidade delas em redes mais abrangentes as leva a busca por grupos mais restritos em que todas passam pela mesma dificuldade em razão de sua etnia. Por isso é importante para elas que haja um espaço sem a interferência de pessoas brancas ou de homens.

A rede se constrói como fruto de um acolhimento ainda muito frágil a essas mulheres em outras redes que são habitadas e, muitas das vezes, geridas por mulheres brancas. Não é somente a preocupação com a segurança nas viagens que produz essas conexões. Algo muito notável nas falas de todas as entrevistadas é o desejo de reparação, de mudança da realidade a partir de suas próprias ações. Por isso a reciprocidade política é ainda mais perceptível no caso das mulheres negras. Porque elas sabem que, se não se ajudarem, muitas provavelmente não terão acesso a essas mobilidades.

É por isso que Roberta, que já é uma referência nos grupos em que participa, tanto se aflige para ajudar outras mulheres, especialmente negras e da comunidade LGBTQIA+, a realizarem suas viagens. “A gente tem um recorte de dificuldades, então pessoas pretas às vezes podem ter mais dificuldades de serem acolhidas, eu priorizo receber pessoas pretas”. O que a leva a estabelecer uma ordem de prioridades de acordo com o perfil que ela se identifica, caso tenha que escolher quem receber em razão da limitação de espaço em sua casa. “Sou perpassada porque sou negra, porque sou LGBT, então faz sentido pra mim receber esse tipo de pessoa, mas já recebi homens brancos, homens hétero, mas tem coisas que me perpassam diretamente, que é minha própria história” (ROBERTA, em entrevista).

A identificação com esses perfis tão particulares promove as mobilidades de um modo mais familiar, ainda que viajar pressuponha uma abertura às diferenças. É positivo para elas conhecerem outras culturas e espaços, mas ser recebida por quem tem características em comum instaura uma sensação de segurança e hospitalidade muito importante para a experiência de modo geral e ainda contribui para a construção de um olhar mais próximo do destino a partir da mediação de quem já vive nele. Esse é um dos fatores que mais motiva a estudante Joana, de 22 anos, à prática de *couchsurfing* segmentada.

É a questão do acolhimento, sabe? Da escuta. Porque rola muito mais escuta entre a gente e o acolhimento, de várias questões. Ser acolhida por um casal hétero vai ser diferente do que um casal de meninas lésbicas, por exemplo. E, se for casal for de meninas brancas aí, vixe, é bem diferente de casal de mulheres brancas e mulheres negras. Então eu acho que é isso, é foda. (JOANA, em entrevista)

Por isso, o entrecruzamento de semelhanças por etnia, classe, orientação sexual e gênero é bastante valorizado. É a lógica do condomínio se fazendo presente, a partir da marginalização vivida em outros grupos. Identificação que se realiza com as interações antes, durante e após a viagem. “A gente conversou sobre várias coisas. Sobre autocuidado, alimentação, menstruação, sobre um monte de coisa. E eu acho que a gente se sentiu confortável ali por sermos pares, sabe? Em muitos sentidos” (JOANA, em entrevista). Esses arranjos ressaltam o uso das viagens não somente para conhecer lugares novos, mas também como indutor de sociabilidades.

Joana não vê essa organização por perfil como uma segregação. Para ela, o que guia esse tipo de relação entre pares é o autocuidado, principalmente. Pois, ela enquanto mulher negra se vê muito vulnerável a situações de racismo e machismo. E isso seria então minimizado a partir das interações com pessoas negras, as quais ela revela ter mais abertura para conversar, caso a pessoa aja com uma conduta reprovável, discriminando-a. Já a servidora pública

Vanessa⁴⁹, de 36 anos, acredita que a formação do grupo se relaciona com uma exclusão dos demais. Como um espaço criado para abrigar pessoas que não são acolhidas em outros, por isso vê na iniciativa um ambiente que faz referências a dores também.

A busca por viagens econômicas é ainda mais perceptível no *Couchsurfing das Pretas* do que no *Couch das minas e trans #ELENÃO*, em razão das limitações financeiras que atingem em maior parte a população preta, como Carolina mesmo ressaltou. Desse modo, as formas de diminuir os custos de transporte, hospedagem e alimentação são compartilhadas no grupo com frequência, no intuito de incentivar a viajar mesmo com pouco dinheiro disponível.

A *Identidade Jovem*, ou *ID Jovem*⁵⁰, é um programa do governo federal que aparece então como uma alternativa bastante importante para elas, por isentá-las do valor do transporte rodoviário. Contudo, a restrição de acesso por idade até 29 anos não permite que todas usufruam deste benefício. São muitas as publicações que se referem ao usufruto deste documento, ressaltando a relevância dele para a concretização de muitas das viagens do grupo. No intuito de apresentá-lo a quem não o conhecia ainda e explicar melhor seu funcionamento, Silvia fez um vídeo no *YouTube* e compartilhou no grupo em 15 de janeiro de 2018.

E nesse sentido o grupo vai se tornando um suporte primordial para a concretização das viagens de muitas dessas mulheres, oferecendo alternativas a muitos dos obstáculos encontrados no planejamento de uma viagem. Ao comentar sobre sua participação em um congresso que ocorreu em Florianópolis, ocasião em que conheceu Roberta, Joana explica que isso não seria possível sem a mediação do grupo. “Se a gente não tivesse o *ID Jovem* seria impossível e se não tivesse esse tipo de oferta de moradia eu acho que não, com certeza não”. Tanto as informações obtidas nas discussões do grupo, quanto a hospedagem recebida tornaram possível a realização de sua viagem.

A necessidade do *couchsurfing* por mulheres que não têm a possibilidade de pagar a estadia em uma hospedagem comercial desperta o olhar empático de outras integrantes do grupo que se unem em razão dos ideais partilhados, mas que têm uma condição financeira mais privilegiada, como é o caso de Vanessa. Ela já recebeu pessoas em casa e pensou em solicitar alojamento pelo grupo com o intuito de trocar experiências e estar junto de pessoas com quem

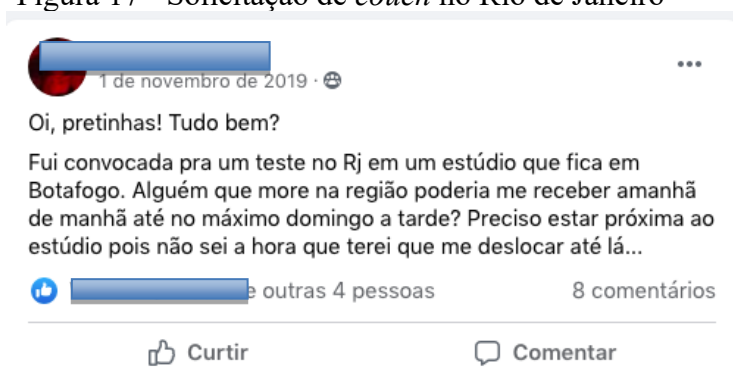
⁴⁹ Entrevista realizada no dia 25 de abril de 2020 por videoconferência.

⁵⁰ A *Identidade Jovem*, ou simplesmente *ID Jovem*, é o documento que possibilita acesso aos benefícios de meia-entrada em eventos artístico-culturais e esportivos e também a vagas gratuitas ou com desconto no sistema de transporte coletivo interestadual, conforme disposto no Decreto 8.537/2015. São milhões de brasileiros entre 15 e 29 anos que terão maior acesso aos direitos garantidos pelo Estatuto da Juventude – Lei nº 12.852/2013. Disponível em: <https://idjovem.juventude.gov.br>. Acesso em: 11 de março de 2021.

se identifica. Contudo, não o fez ainda por acreditar que estaria de certa forma tirando a oportunidade de outras mulheres que não teriam como pagar uma hospedagem, pois entende que além da filosofia do grupo está somada a questão financeira que atinge as mulheres de forma bastante desigual.

Essa questão se tornou muito nítida para mim quando recebi a modelo Lorena no meu apartamento em Botafogo, no Rio de Janeiro, de 02 a 04 de novembro de 2018. Sua publicação no grupo [Figura 17] foi de pedido de *couchsurfing* na região, pois precisaria fazer um teste para trabalhar como modelo por uma agência. Na ocasião, ela morava em Juiz de Fora e não tinha como pagar por hospedagem, o que poderia impossibilitar sua candidatura à vaga caso não conseguisse nenhuma oferta pelo grupo. Eu então me ofereci para recebê-la.

Figura 17 - Solicitação de *couch* no Rio de Janeiro



Fonte: Grupo Couchsurfing das Pretas - Facebook

O motivo da viagem de Lorena é bastante frequente no grupo. Muitas solicitam hospedagem não para fins turísticos, mas para trabalho, realização de entrevistas e participação em congressos, visto que grande parte é jovem e estudante. O contato se iniciou pelo *Facebook* na própria publicação, foi posteriormente para o *Messenger* da plataforma por permitir mensagens privadas e depois para o *Whatsapp*, a fim de dar mais fluidez à comunicação, auxiliando na sua chegada. Desde o início, Lorena foi avisada sobre meu trabalho como pesquisadora e se prontificou a contribuir com a pesquisa, embora eu não tenha posto nenhuma condição para recebê-la.

No decorrer da hospedagem, estabelecemos uma ótima relação. Não pude ficar todo o tempo com ela devido ao meu trabalho, mas passamos por momentos juntas, incluindo algumas atividades. No primeiro dia, ela me contou sobre o processo de seleção que estava participando, bem como sobre suas aspirações profissionais. Também me acompanhou no passeio diário que faço com meus cachorros pela vizinhança, ocasião em que conversamos sobre diversos

assuntos, incluindo relacionamentos amorosos que estávamos vivendo. Foram conversas bem pessoais que só podemos trocar pois havia uma relação de confiança e identificação se desenvolvendo naturalmente.

No dia seguinte, Lorena estava bastante apreensiva pelo resultado da seleção que tardou muito a chegar. Como já tinha agendado um compromisso à noite com umas amigas para uma feira de moda e apresentação musical de samba que ocorria na Lagoa, convidei-a para que pudesse usufruir um pouco da cidade e contribuir para minimizar tal ansiedade. Lorena aceitou e conheceu minhas amigas. Apesar de não ser a primeira vez que visitava o Rio de Janeiro, ela pôde passear por um lugar que não tinha ido anteriormente. Somente no dia seguinte Lorena foi noticiada que não tinha sido selecionada, o que a deixou bastante triste, compartilhando comigo sua angústia e frustração.

Passar por essa experiência me deixou mais próxima da rede em muitos sentidos. Porque pude entender melhor o processo que ocorre geralmente para a construção da sensação de confiança, que é perpassada pela plataforma digital e se fortalece no face-a-face. Por sentir como é receber uma pessoa que era então desconhecida, mas que ao expor suas vulnerabilidades e até mesmo questões íntimas, criou uma atmosfera muito confortável para que eu pudesse me abrir também. Os rituais que se estabelecem para a realização do *couchsurfing* explicam muito os vínculos de amizade que se formam a partir dessas circunstâncias.

Após chegar em casa, Lorena me enviou uma mensagem de agradecimento e contou sobre os planos traçados para seguir em frente. Também foi uma oportunidade que encontrou para me oferecer hospedagem em Juiz de Fora quando eu quisesse. Não nos falamos tanto nos meses seguintes, mas mantivemos uma relação bastante amigável.

A iniciativa que une mulheres pretas em torno da hospedagem colaborativa em uma plataforma digital conjuga ideais colaboracionistas e feministas, a partir de uma centralidade afro-brasileira que é atravessada por outras características como classe social e orientação sexual. Talvez pelo recorte mais restrito, não há tantos conflitos e dissonâncias quanto os que foram percebidos no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, mas também são nítidas as dificuldades encontradas em muitas de suas interlocuções. A formação do grupo, assim, revela a formação gradativa de uma grande rede de apoio entre essas mulheres, não somente no Brasil, como no mundo. Algo que pode ser observado de modo bastante particular também quando este recorte é pensado não por etnia, mas por geolocalização, como é o caso do grupo *Couchsurfing das minas na Europa*.

4.4 *Couchsurfing das minas na Europa: a construção de uma rede de apoio*

Dentre as tantas mobilidades que as “*manas do couchsurfing*” exercem, estão também as migrações. Seja para estudar, trabalhar ou por qualquer outro motivo, diversas mulheres que se unem por ideais colaborativos saem do Brasil e se deparam com muitas das benesses e adversidades que pairam sobre a vida de expatriada em qualquer país. E, ainda que não seja esse o foco do grupo, o tema é demasiado sobressalente dentre as interações da rede Couchsurfing das minas na Europa, sendo um dos aspectos que o torna peculiar.

Sua descrição ressalta a motivação turística, dentre mulheres cis e transgênero, incluindo não somente a hospedagem gratuita, como também outras interações que contribuam para a melhoria das viagens das integrantes. Dicas, pedidos de ajuda, companhia, são muitas as formas de participação, assim como nos grupos anteriormente descritos. Contudo, o enfoque em experiências no continente europeu, conforme ressaltado no próprio nome, contribui para a formação de uma identidade bastante específica do grupo. A organização pacífica também é uma preocupação explícita na descrição.

Sempre mantendo a ordem do grupo e seguindo o sentido do propósito. Gurias, atenham-se à finalidade do grupo: oferecer e receber hospedagens, dar dicas e ajudas! Ajudem a manter esse grupo genuinamente "das minas". Princípios de Comunicação Não-Violenta são muito bem-vindos aqui! Educação Sempre! (*Couchsurfing das minas na Europa*)

A prática de *couchsurfing* entre mulheres brasileiras é tão significativa, que muitos grupos focados no deslocamento para regiões ou continentes específicos foram surgindo. Há o *Couchsurfing* das minas na América Latina, o da América do Norte, o do Nordeste do Brasil, dentre tantos outros. Essas subdivisões contribuem para que seja mais fácil conseguir a ajuda buscada, pois está se comunicando com pessoas que têm objetivos muito parecidos. No caso, viajam, moram ou pretendem viajar ou morar em países europeus.

Sair do país pode ser então uma experiência mais viável e menos complicada para muitas delas, que encontram apoio com quem comparte não somente de muitos ideais, como também da mesma nacionalidade. Como viajar sozinha é um hábito bastante frequente e estimulado entre elas, a vontade de encontrar alguém da rede ou receber alguma referência sobre o local visitado pode facilitar muito os deslocamentos e mesmo modular comportamentos e modos de consumo.

Dentre as mulheres que participam do grupo, muitas vivem no exterior para a realização de intercâmbios estudantis, grande parte de estudantes de graduação e pós-graduação. Outra

atividade muito comum dentre as integrantes expatriadas é a participação laboral no programa *Au Pair*⁵¹. Vivências que são realizadas em geral sem a companhia de seus amigos e familiares. Assim, as interações em muito se estabelecem em torno de dicas para se estabelecer e se adaptar ao local, companhia para passeios e informações sobre os programas e bolsas, além do *couchsurfing* em si que é muito usado para viagens entre países europeus.

Por isso é tão importante acumular um capital de rede (URRY, 2007) para criar vínculos que servirão de refúgio, caso necessitem de alguma ajuda e mesmo para a troca de experiências que permitam conectá-las com outras pessoas que compartilham culturas semelhantes. Assim, relatam nas redes sobre a motivação de sair do Brasil, sobre as inquietações vividas no exterior e também sobre a excitação com os aspectos positivos. Essa expatriação compartilhada é para Franca (2014) uma

[...] experiência de deslocamento migratório para outra cultura, em função de um trabalho específico, em que as experiências pessoais cotidianas são relatadas de forma frequente e compartilhadas em redes sociais, gerando interação social, através de laços múltiplos assim como novas formas de sociabilidade em rede contribuindo para o processo de adaptação cultural. (FRANCA, 2014, p. 139-140)

Tais processos de socialização são tecidos no âmbito da solidariedade e podem criar laços afetivos duradouros. Cada vez que uma dessas mulheres se desloca para outro país e se prontifica a dar algum tipo de apoio às que intentam ir a esse determinado local, as conexões se fortalecem e contribuem para a formação de uma rede de amparo na Europa.

O papel das tecnologias no processo de integração, pertencimento e identidades é então crucial na busca por reparação de mobilidades e também na construção de um senso de sociabilidade brasileira, por meio do *Facebook*, para mulheres que estão no continente europeu. Assim, embora haja uma separação física da cultura de origem, a plataforma contribui para a criação de uma atmosfera *online* mais integrada, composta por pessoas que têm valores bastante próximos e falam o mesmo idioma. Além de permitir a transitoriedade de interações entre territórios locais e globais.

Mas, apesar de todas as potencialidades que as tecnologias digitais pensadas aqui possuem, elas também podem ser vistas como ferramentas capitalistas que seguem um regime disciplinar e cognitivo que captura e incorpora aspectos criativos, como Federici (2020) salienta. A atividade transformadora para a autora, no entanto, não se origina na informação que se passa na rede, mas das experiências reveladoras que se tecem no face a face. As primeiras

⁵¹ O programa *Au Pair* refere-se a um intercâmbio cultural que oferece trabalho remunerado em diferentes países a jovens de 18 a 29 anos. Grande parte dos serviços está relacionado ao cuidado de crianças.

interações feitas pela rede digital se entrelaçam aos contatos físicos, à resolução de problemas em conjunto, às atividades praticadas coletivamente, que trazem maior adesão à essa política dos comuns.

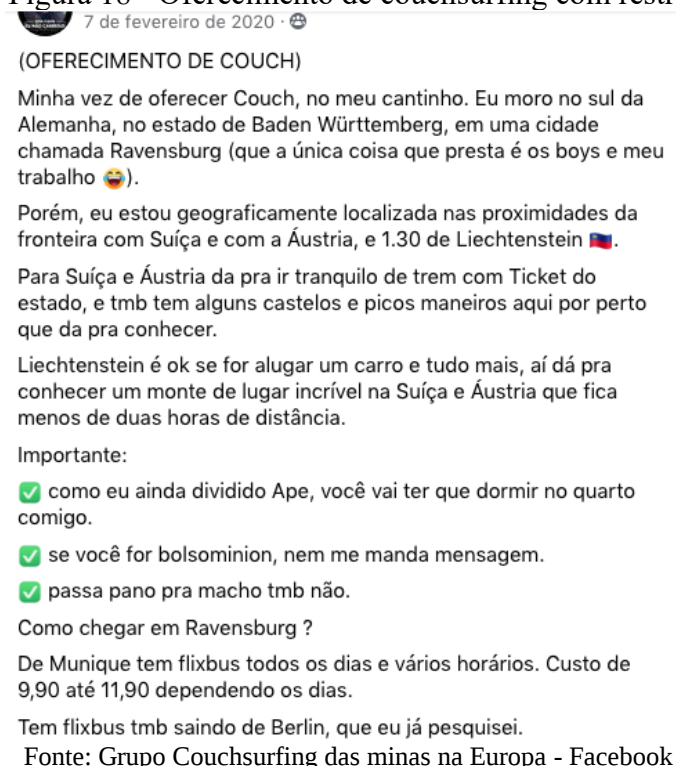
Enquanto mulheres cosmopolitas e móveis, as *couchsurfers* da Europa experienciam as localidades expandidas em uma translocalidade (APPADURAI, 2003), que negocia tempos e espaços distintos e que indica momentos de expansão do local para uma realidade externa. As experiências no grupo que abrigam aspirações e anseios concernentes à uma realidade de mulheres brasileiras coexiste, dessa forma, em diálogo com as dinâmicas globais inerentes à vida de uma expatriada.

Interações muito heterogêneas que fazem com que a estadia em um país estrangeiro tenha um tom familiar, uma base de mulheres brasileiras. Que, apesar disso, têm muitas divergências e participam de realidades bastante distintas, especialmente devido às questões interseccionais já comentadas aqui. Questões que interferem diretamente nas construções desse capital de rede, especialmente no que tange os posicionamentos políticos.

Apesar dos ideais serem compartilhados por muitas delas, há espaço também para dissonâncias nesse âmbito. Assim como no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, a manifestação política abre espaço para muitos debates e conflitos frequentes. Embora não tenha havido ainda uma decisão rígida quanto ao banimento de pessoas que se declarassem a favor de princípios defendidos pela extrema direita, há grande moção em torno de uma política mais progressista, algo que transparece desde a descrição do grupo até os tipos de publicação e regras. O posicionamento vem geralmente muito explícito nas apresentações que oferecem e/ou pedem a hospedagem, principalmente. Elas incluem condições exigidas para tal negociação e comportamentos desejáveis.

A publicação [Figura 18] da catarinense Beatriz, de 30 anos, foi um dos casos que gerou bastante repercussão pela restrição política imposta para receber outras mulheres em sua casa. Foram mais de 1100 reações e 319 comentários, uma das postagens que obteve maior visibilidade no grupo. Dentre eles, a grande maioria apoiando seu posicionamento, como em: “Amei a parte do bolsominion hahahaha” e “As recomendações de ‘exclusão’ são as melhores. Já quero ser melhor amiga de infância 😊”.

Figura 18 - Oferecimento de couchsurfing com restrições



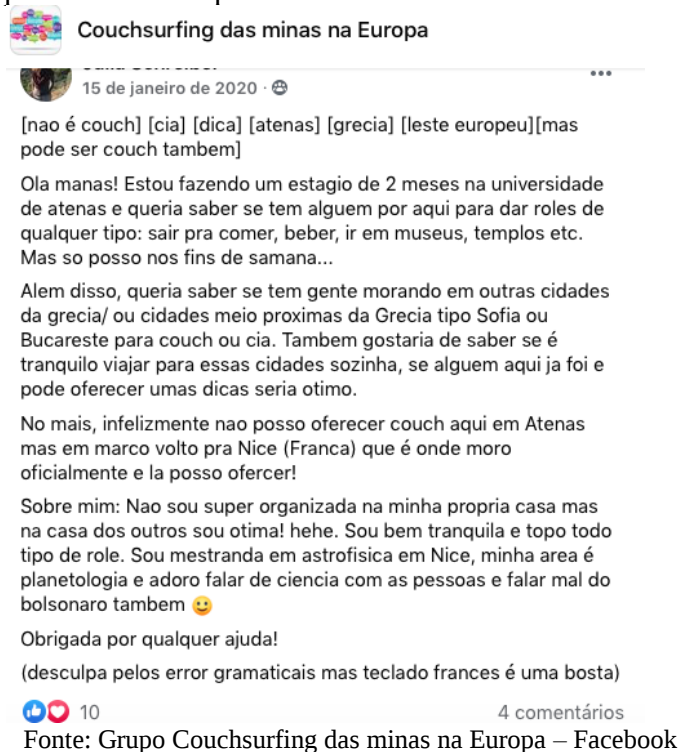
Mas também houve retaliação por parte de algumas: “Se for bolsominion nem manda msg?! 🤔 É algum tipo de doença isso?!”; “mt triste ver politica separando as pessoas nesse ponto.... respeito pra mim é o básico, ngm precisa aceitar nada”. Houve até mesmo ataques com xingamentos à Beatriz, que levaram a uma reação não só dela, como a de outras integrantes que a defendiam. Uma das moderadoras, inclusive, entrou em contato com Beatriz via mensagem privada para manifestar seu apoio.

Não se relacionar com pessoas que aprovem o governo de Bolsonaro é uma questão tão importante para Beatriz, que mesmo antes de aceitar conversar comigo em entrevista⁵² revelou ter procurado por informações no meu perfil que indicassem que não compactuo com tal política. Viu as minhas publicações, descrição, amigos. E assume também fazer investigação semelhante sempre antes de receber alguém pelo grupo, justificando: “Não é pra julgar a pessoa, porque cada um faz o que quer da sua vida, mas eu consigo realmente filtrar quem eu estou trazendo para dentro da minha casa” (BEATRIZ, em entrevista). Por isso expõe de antemão suas condições que as fazem sentir mais confortável ao receber alguém e que dizem muito sobre sua identidade, como ela mesma esclarece.

⁵² Entrevista realizada em 04 de dezembro de 2020, por videoconferência.

E não é somente Beatriz que tem essa necessidade de distanciamento de apoiadores do atual presidente. Em um misto de sentimentos de raiva, desprezo, medo e preocupação com a discriminação, muitas outras integrantes adotam estratégias parecidas para se preservarem de um maior contato com essas pessoas. O posicionamento ocorre dos dois lados da negociação de hospedagem, tanto por quem oferece quanto por quem procura o tão desejado *couchsurfing*. A questão é semeada no grupo de modo que muitas reforçam as ideologias políticas nas apresentações que fazem de si [Figura 19].

Figura 19 - Pedido de *couchsurfing* com posicionamento político



Esse tipo de informação então contribui para fortalecer a relação de confiança necessária neste processo, a partir da construção da reputação dessa *persona* apresentada no ambiente *online*. “Nos espaços sociais da Internet sublinhados por uma cultura da divergência identitária encontramos formas sociais de distribuição e administração da informação e do conhecimento marcadas pela segmentação” (RAMOS, 2015). São aspectos que vigoram em uma cultura de formação de comunidades de pertencimento *online*.

Assim, mesmo que não sejam banidas do grupo, as mulheres que não se identificarem com o posicionamento político geral não se sentem acolhidas: não há possibilidade de pertencimento, a menos que mudem a forma de pensar. O ideal político as une por questões identitárias, por não compactuarem com pautas racistas, homofóbicas, negacionistas em relação à atual pandemia de coronavírus, dentre fatores relacionados que elas acreditam representar a

política de Bolsonaro. Não há explicitamente a defesa de um candidato em especial, somente a oposição o atual presidente. E, sobretudo, há a ênfase nos discursos de uma necessidade de empatia com pessoas que por razões ligadas à classe, gênero, orientação sexual sofrem mais com as ações e discursos do presidente e de seus apoiadores.

A tônica da diversidade em muito se faz presente em virtude da grande heterogeneidade do grupo, ainda que seja bem menos que a do *Couch das minas e trans #ELENÃO*. Apesar de ter foco em viagens e moradia na Europa, o que muitas das vezes requer um grande investimento financeiro, há a participação de mulheres de diferentes classes sociais que viajam ou buscam viajar de modo mais econômico. E também há a participação de pessoas de diversas etnias e orientação sexual. Por essa razão, são frequentes as afirmativas contra um discurso de ódio à diversidade, que tem sido associado ao presidente.

Beatriz, por exemplo, vive na Alemanha desde 2017, quando iniciou seu trabalho pelo programa *AuPair*. Ela declarou que saiu do Brasil após viver um relacionamento abusivo com seu ex-namorado, que a violentou fisicamente. Após essa experiência traumática, quis mudar de vida e encontrou essa possibilidade de trabalho a partir de buscas pelo tema de autoajuda em redes sociais como o *Instagram* e o *Facebook*. A Alemanha foi o local escolhido, já que tinha certa familiaridade com a cultura do país por sua ascendência. Ela vivia em Itapiranga, uma colônia alemã do estado de Santa Catarina.

Como não tinha ainda experiências com viagens e nem condições financeiras para realizar grandes deslocamentos, ela encontrou nas redes sociais uma oportunidade para construir seu capital de rede e adquirir informações para pôr em prática seu objetivo. Seu plano se realizou pouco tempo após suas buscas. Ela partiu então “sozinha, com três malas e cento e quarenta euros”, como comentou aos risos em entrevista e salientando as razões de sua pouca mobilidade até então. Além de alegar grandes restrições financeiras que a impediam de viajar, havia também um entendimento de que esse tipo de prática era algo que não poderia fazer parte de sua realidade, dentro do que ela percebia como mundo e como estrutura social limitante.

Mas a experiência como *Au Pair* foi somente o ponto de partida para sua vida como expatriada. Mesmo após a finalização do contrato de trabalho, Beatriz continua vivendo na Alemanha, trabalhando em outro local e morando sozinha. Conquistou sua independência financeira e diz já ter se adaptado à cultura local. Agora quer ajudar outras mulheres a ampliarem suas mobilidades usando a internet e o grupo para isso, assim como ocorreu com ela. “Não sou a única que está aqui procurando um lugar ao sol, então o grupo para mim é isso, não é nem economia, é apoiar as mulheres, fazer isso por elas” (BEATRIZ, em entrevista). Sua atitude resvala novamente na motivação política dessas interações.

O desejo de reciprocidade entre as integrantes é bastante comum, apesar de não ser compactuado por todas. Para Beatriz, essa retribuição é tão necessária, que ela não se sentia confortável para pedir hospedagem quando não tinha a possibilidade de receber alguém em sua casa. Há uma recorrência muito grande de mulheres que fazem o pedido ao mesmo tempo que oferecem o *couchsurfing*, como uma espécie de contrapartida e congruência à dinâmica do grupo, por isso ela se sentiu na obrigação de oferecer algo em troca.

Contudo, as formas de retribuição podem ser diversas, assim como nos outros grupos. Dentre jantares, conversas, passeios. Como muitas das que vivem na Europa compartilham apartamento com outras pessoas, nem sempre é possível receber alguém. Por isso criam outras formas de retorno ao grupo. No caso de Beatriz, inicialmente havia algumas restrições onde ela morava e achava importante que a retribuição ocorresse com a mesma ‘moeda’ de hospedagem. Com o passar do tempo, pôde fazer a oferta mais de uma vez, como já era desejo desde que se instalou no continente europeu.

Maria⁵³, outrossim, diz não solicitar hospedagem pelo grupo, por entender as diversas dificuldades e limitações financeiras e de espaço que são enfrentadas pelas expatriadas brasileiras em muitas das situações. Ela morava no Rio de Janeiro e se mudou para a França em 2017 para realizar um curso de francês para estrangeiros. Atualmente é estudante de Artes e Conservação da *École du Louvre*, em Paris. Sua participação é então majoritariamente por meio de publicações pedindo e recebendo informações e dicas.

O desejo de entrar e permanecer no grupo está voltado, sobretudo, para a socialização, pois queria fazer contato com brasileiras que estão ou estavam na Europa para formar uma rede de pessoas próximas a ela. “Eu acho que os canais dos grupos do *Facebook* são mais acessíveis para falar com pessoas da mesma nacionalidade, as mulheres praticam mais a sororogia, não sei como fala [risos]” (MARIA, em entrevista).

A sororidade que Maria quis se referir é um termo associado a outro criado pela escritora estadunidense Kate Millett em 1970 – *sisterhood* (irmandade) - e que vem sendo bastante utilizado pelo movimento feminista na contemporaneidade, indicando uma união de mulheres em torno de objetivos comuns. Ele é empregado com frequência nos três grupos, tanto em publicações quanto em comentários, e geralmente vem acompanhado também da ideia de empatia, pois colocar-se no lugar da pessoa que te recebe ou da que é recebida é um dos princípios da filosofia *couchsurfing*.

⁵³ Entrevista realizada em 07 de novembro de 2020, por videoconferência.

Se encontrar alguém com disponibilidade e vontade para sair junto tem sido um grande desafio para Maria, uma rede que reúne mulheres com necessidades tão parecidas torna-se uma opção muito mais prática para conhecer novas pessoas e lugares. E o fator nacionalidade influencia diretamente nesse bem-estar, como Maria salienta. “Eu já tenho amizades, posso considerar já meus amigos, com alguns franceses. Mas eu sinto falta de verdade do estilo de amizade brasileira que eu posso falar, ligar, que eu tenho mais proximidade”.

A imersão em uma cultura diferente, a exploração de um lugar novo e o olhar estrangeiro são permeados pelo desejo de certo tom familiar, que muito é buscado nesta rede de brasileiras que aprendem a lidar com a solidão e com as provocações múltiplas que se inserem na vida de expatriada. Por estarem sozinhas, aprendem a “se virar”, a serem menos dependentes de outras pessoas, porém ainda com necessidades de vínculos com pessoas próximas fisicamente e com as quais se identificam. Procuram essas conexões como possibilidade de terem certo refúgio, por ter com quem contar quando precisarem.

Eu já me acostumei, é uma vida solitária, eu demorei muito tempo para perceber isso, mas agora eu estou aceitando a minha solidão, não tem outro jeito, também não estou triste por ser solitária, é uma coisa que eu tive que aceitar e eu aceito, e tem pontos positivos porque eu aprendo com isso, eu fico mais independente. Enfim, eu aceito, é um estilo de vida. (MARIA, em entrevista)

Apesar do ar melancólico no qual Maria me descrevia sua experiência no exterior, foi também visível a satisfação em seu rosto quando me contava dos contatos que fez pela rede. Afinal, seu chamado gerou bons resultados. Propiciou encontros não somente presenciais, mas também conversas por telefone e interações via internet que contribuem para que ela consiga lidar melhor com a solidão.

Uma experiência comunitária que se estende às vidas particulares e que articulam relações sociais onde elas estão fragilizadas, consoante ao que Federici (2020) se refere como política dos comuns. Algumas participantes a convidaram para visitá-las, outras se propuseram ir à Paris para saírem juntas, outras já estavam por lá e se disponibilizaram em marcar encontros e algumas também contavam sobre dificuldades parecidas que viviam.

A publicação de Beatriz, por sua vez, que tinha um tom muito mais positivo, também incitou nas participantes a vontade de conhecer o lugar onde mora em razão de como a mensagem foi transmitida, pelas fotos e pelo discurso utilizado. A afetação que esses dois textos ocasionaram dentre tantas participantes estimulou não somente o desejo de viajar em muitas, como também o de socializar. Chegando até mesmo a ser a interação a motivação maior do deslocamento. Beatriz comentou sobre uma experiência muito positiva que teve a partir dessa

publicação, com a ida de uma das integrantes à sua casa. O acolhimento se transformou em uma relação de amizade e é uma experiência que ela intenta repetir com outras mulheres do grupo.

Quando cheguei em Madri para realizar o estágio doutoral, em outubro de 2020, passei também por certas dificuldades de adaptação. Por ser a primeira vez na Espanha, por não ter pessoas conhecidas por perto e por não ter ainda o domínio do idioma me vi em uma situação de solidão, assim como Maria relatou. Foi quando vi no grupo não somente uma oportunidade de investigação, como também um importante recurso de apoio para essa experiência. Apesar de não ter podido me hospedar na casa de nenhuma delas, em razão das restrições concernentes à pandemia de COVID-19, pude me aproximar de algumas, pois estava vivendo uma situação muito semelhante, ainda que por um curto período.

Fui ao mesmo tempo postulante de companhia e apoio para algumas das mulheres expatriadas e seus fluxos, o que ocorreu em diversas situações. Quando me escreveram para perguntar sobre as restrições na cidade, sabendo que eu estava em Madri por ocasião de uma publicação minha solicitando companhia. Também quando uma participante me questionou sobre apartamento para alugar, sobre melhores locais para se viver e custo de vida, pois assim como eu, estava indo realizar seu doutorado sanduíche no mês seguinte. Assim como para pedidos de hospedagem.

Houve ainda a interlocução com a cearense Diana, de 24 anos, que mora em Paris e trabalha como *Au Pair* desde 2019. Ela publicou no grupo um pedido de companhia em Madri e eu a respondi positivamente. Logo após, formamos um grupo de *WhatsApp*, com outra expatriada que vive em Barcelona, pois sua intenção era a de visitar a Espanha em uma de suas semanas de folga. Assim, poderíamos informá-la sobre a situação sanitária e de mobilidade no país, assim como combinarmos melhor como seriam os encontros. Diana se preocupava muito em ter alguém com ela durante a viagem, pois queria tomar um café junto, almoçar e tirar fotos nas atrações turísticas.

Apesar de não ter podido realizar tal desejo, visto que não era possível se locomover entre comunidades autônomas da Espanha, nós três estabelecemos um vínculo bastante particular durante esse período. Com partilhas sobre a vida no exterior, o desejo de retornar ao Brasil e as frustrações trazidas com a pandemia que incidiram no cancelamento daquela e de outras sonhadas viagens. Meses depois, com a melhora nos índices de contágio e com a ampliação das mobilidades no país, Diana pode conhecer a Espanha. Porém, foi quando eu já tinha retornado ao Brasil. Continuamos em contato via mídias sociais, compartilhando experiências pessoais e de viagem.

A grande mudança de vida pelas quais essas mulheres passam ao mudar de país já é por si consoante ao estilo de vida colaborativo que atravessa a rede. Ao se lançarem para um lugar desconhecido, adaptando-se a diferentes culturas, partilhando espaços de moradia e trabalho e com um alto grau de autonomia, as experiências já demonstram um modo de ver e pensar o mundo muito característico dessas redes. Muitas das vezes elas se dispõem a todas essas situações com condições financeiras limitantes, como é o caso das jovens que trabalham como *Au Pair*.

Mas, além desse cenário, elas buscam com muita frequência ampliar as mobilidades por meio das viagens. Aproveitando-se da facilidade de locomoção que há entre países vizinhos europeus, não somente pela liberação do espaço *Shengen*⁵⁴, como também pela existência de uma grande malha de transporte aéreo, rodoviário e ferroviário que interligam os diversos países. Assim, os preços se tornam muito atrativos e os deslocamentos mais ágeis, em virtude dessa variedade na oferta.

A hospedagem solidária que a rede proporciona, o compartilhamento de informações sobre métodos econômicos de viagem, promoções e mesmo a troca/venda/doação de bilhetes de ônibus entre elas são ações que mantêm a rede bastante ativa e impulsiona suas viagens. Neste sentido, a plataforma se coloca como um notável suporte para a ampliação das mobilidades, assim como potencial modulador das formas de experienciá-las. Suas regras, intenções, formato e ferramentas instituem como as interações acontecem e determinam quem pode ou não participar da rede.

⁵⁴ Zona que abrange 26 países europeus em que não há controles alfandegários e fronteiriços.

5 PROCESSOS MEDIATIZADOS: ENTRE DISCURSOS ONLINE E PRÁTICAS TURÍSTICAS

Um movimento que se lança na internet com plataformas próprias como o *Hospitality Club* e o *Couchsurfing* encontra em mídias mais amplas, como o Facebook uma oportunidade de ramificação muito prática e com larga escala. No entanto, alguns muros erguidos pelo Facebook em relação ao acesso distanciam pessoas da rede por variadas razões. A inscrição na plataforma requer o registro prévio de dados pessoais como nome, idade e e-mail. E as informações opcionais, como fotos, vídeos e preferências culturais contribuem para a construção dessa *persona* que terá a possibilidade de interagir com os demais integrantes da rede e está também controlada pelos protocolos da plataforma.

Caso não tenha os recursos necessários para integrar-se, como internet e dispositivos tecnológicos como um smartphone ou um computador, o indivíduo estará marginalizado dessas interações. Materialidades da comunicação cada vez mais plurais e interferindo nas relações sociais de modo geral. E isso em meio à discussão sobre vigilância nas redes (BRUNO, 2006) e problemáticas em torno dos mecanismos desiguais e discriminatórios nos quais os algoritmos se desenvolvem, que afastam os que não desejam compartilhar seus dados com essas empresas de comunicação global.

A entrada nos grupos de mulheres que compartilhem hospedagem, ademais, necessita de aprovação das moderadoras e adequação às normas de uso. Além de serem considerados também fatores identitários para a entrada, permanência e acolhimento nos grupos. Essas condições de certa forma atraem muitas pessoas, mas afasta outras. Dinâmicas comuns neste ambiente que interferem nas interlocuções e que são postas à prova frequentemente. E a plataforma constituída de múltiplas ferramentas e dispositivos que possibilitam seu uso não somente facilita a comunicação, como também é potencial moduladora de comportamentos e práticas em seus processos de mediatização, induzindo determinados tipos de interação de acordo com suas gramáticas, por exemplo.

E neste sentido, a comunicação nos três grupos pesquisados se desenha a partir dos recursos disponíveis e seguindo uma cultura de redes já bastante consolidada, principalmente no Facebook. As diferenças entre esse suporte e o de plataformas específicas de hospedagem colaborativa são sentidas e refletidas pelas interlocutoras que veem aspectos positivos e negativos em ambas. Assim como as diferentes formas de se pensar os modos de viajar, os

territórios visitados, os vínculos com os hospedeiros e até mesmo o comportamento diante de situações como a pandemia, a partir do que é exposto e defendido em tais grupos.

5.1 A midiaticização do “espírito couchsurfing”

As dinâmicas pelas quais as redes de hospedagem colaborativa foram passando ao longo dos anos são perpassadas não somente pelas preferências de consumo ou por práticas de viagem específicas, como também pelas tão tensionadas e desiguais relações de poder que se estabelecem nas interações. A estes emaranhados sociotécnicos se atribuem à criação dos grupos segmentados de mulheres, que unem pessoas com pensamento e características semelhantes no intuito não somente de compartilhar afinidades, como também de reforçar ideologias entre os comuns e diminuir atritos com os divergentes.

Todavia, as forças assimétricas não correspondem somente às usuárias das redes, dentre moderadoras e membros. São diversos os atores nesses processos que se associam e disputam por interesses múltiplos. O fluxo de informações é atravessado por potências, como o mercado turístico e as empresas de tecnologia que controlam as plataformas, resultando em conflitos de ordem social, política e econômica muito complexos. Tal dinâmica torna bastante compreensível os constantes desentendimentos e fragmentações expostos, já que a pluralidade de pensamentos está abrigada em uma plataforma de massa que segue a lógica neoliberal do capital.

No palco das disputas confrontam-se narrativas das mídias e dos usuários que ainda fazem frente à linguagem programada dos algoritmos. Elementos concatenados que obedecem em diferentes graus às dinâmicas do que vem se reconhecendo como capitalismo de plataforma. Forças que muitas vezes funcionam de modo antagônico, pois mesmo com a proliferação de interações mais distribuídas por meio da internet, os processos algoritmos de formação de decisões podem limitar e restringir a oportunidade da participação humana. O crescimento de sistemas algocráticos, combinados com as formas pelas quais eles se envolvem em ecossistemas orgânicos, sempre mais complexos, pode ser um modo de impulsioná-los para além do controle e compreensão de seus criadores humanos (DANAHER, 2016).

Contudo, ainda que esses sejam mecanismos que reforçam desigualdades, a tentativa de viabilizar alternativas contra injustiças sociais é um movimento que se intensifica. O desejo dessas mulheres de pertencimento à comunidade, mesmo com tais divergências, é crescente. E

constitui-se de um processo de circulação de sentidos a partir das interações midiaticizadas, veiculadas pela internet e que Sodré (2002) se refere como tecnointerações. A ação da mídia sobre a sociedade, que se faz presente desde os veículos mais tradicionais e lineares, como a televisão, o cinema e o rádio, ganha então mais potência e novos arranjos com a internet e seus fluxos informacionais que transformaram a ordem social moderna. Assim,

a sociedade que tem sua estrutura e dinâmica calcada na compressão espacial e temporal, que não só institui, como faz funcionar um novo tipo de real, e cuja base das interações sociais não mais se tecem e se estabelecem, através de laços sociais, mas de ligações sócio-técnicas. Nestas circunstâncias, a sociabilidade dá lugar a informacionalidade (FAUSTO NETO, 2006, p.04).

O desenrolar dessa comunicação ocorre de modo instantâneo e simultâneo, em um cenário onde as tecnologias midiáticas afetam diretamente as formas de ser e perceber o real, influenciando atitudes e comportamentos. Modelo distinto ao espelhamento representativo de uma realidade externa, comum entre as mídias tradicionais. Sentido que confere maior distanciamento e papéis mais definidos entre emissores e receptores.

Nos ambientes digitais, "o usuário pode 'entrar' e mover-se, graças à interface gráfica, trocando a representação clássica pela vivência apresentativa" (SODRÉ, 2002, p.23). Esse ecossistema funciona como "guia" nos processos de construção de identidades e de modos de consumo em viagens, como nos grupos de mulheres *couchsurfers*, que alimentam uma ideia de mobilidade influenciada por outras mídias, mas com uma roupagem bem particular.

É nesse espectro que Roberta se sente convidada a viver as viagens como forma de empoderamento feminino. A palavra, apesar de desgastada, ganha sentido para esta reflexão não como um lugar de poder sobre outras pessoas, mas como uma "construção interna de fortalecimento endo-cultural-político"⁵⁵ (FERREIRA, 2017). Inclui-se em um processo de reconhecimento do sujeito como ser viajante, algo que para muitas dessas mulheres não era pensado anteriormente ou era vivido de forma bastante limitada.

E como parte dessa trajetória de autoconhecimento, Roberta começou a seguir diversos perfis de viagens femininos, especialmente de negras, no *Facebook* e no *Instagram*. Muitos deles são também referências para outras mulheres dos grupos *couchsurfing* que participa, que a motivam a ampliar sua mobilidade em torno das viagens. E essas narrativas predominam nas interações midiaticizadas dos grupos.

⁵⁵ FERREIRA, Ricardo Alexino. O desgaste de termos como "empoderamento" e "protagonismo". *Jornal da USP*, 2017. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/o-desgaste-de-terminos-como-empoderamento-protagonismo/>. Acesso em: 29 de maio de 2021.

"Fiquei encantada porque elas postam mulheres negras que estão viajando e as mulheres negras também quando postarem podem marcar elas e elas repostam, então quando eu descobri, fiquei vendo mais de cem histórias de mulheres". (ROBERTA, em entrevista) Ao mesmo tempo em que há uma identificação com essas personagens, há uma projeção dela para seguir o mesmo caminho. É uma forma de se sentir representada como uma figura que alcançou um posicionamento valorizado na sociedade, apesar das condições que socialmente enfrentam restrições, que é a de ser mulher e negra.

O estilo de vida viajante associado à liberdade e autonomia do indivíduo em muito é construído pelos discursos midiáticos que servem a uma lógica de capital do mercado turístico e da indústria cultural. Mas também é influenciado pelas experiências e narrativas individuais, sem qualquer interesse monetário, reproduzidas pelas participantes e que as fazem refletir sobre como é ser uma mulher em movimento no mundo.

As influências midiáticas explicam em parte o porquê da filosofia do "espírito *couchsurfing*" ser ainda tão valorizada nos três grupos pesquisados. Ele encontra uma grande reverberação dentre as publicações na plataforma, como maneira de manter a própria organização do grupo, visto que essa é a principal ideologia defendida, mesmo se o discurso não necessariamente seja condizente com os comportamentos de parte delas. Este é um processo contínuo de formação de pensamento entre elas. E mesmo quem já segue os ideais colaborativos é convidado a refletir sobre as boas condutas no *couchsurfing*, além de construir coletivamente outros formatos e interpretações sobre a prática [Figura 21].

Figura 21 - Apelo ao espírito *couchsurfing*



Fonte: Captura de tela do grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, do Facebook

Na dinâmica prosumidora contemporânea, o agenciamento dos indivíduos se faz presente de diversas maneiras e reverbera identidades múltiplas que movem substancialmente o conceito original desse *ethos* viajante. Isso porque o fenômeno da mediatização também pode ser entendido como consequência de uma transição da cultura massiva para a cultura midiática. A produção de informações que antes era voltada para as massas, passa a reforçar o trabalho distribuído e a circulação de sentidos (VERÓN, 1997). A não linearidade e a multiplicidade de atores que tais processos mediatizados requerem na contemporaneidade incide em diversas interpretações do espírito *couchsurfing*, a partir da participação de grande parte das integrantes com experiências e realidades distintas nos debates.

As discussões que se desenrolam nesses grupos, sejam elas acaloradas ou não, contribuem para a formação de outras concepções de viajante que não necessariamente seguem à lógica dos discursos midiáticos em geral. O estilo de vida colaborativo reproduzido em redes como o *Couchsurfing*, por exemplo, apresenta dissonâncias frente às vivências das mulheres, e mais ainda das mulheres não brancas.

Sendo assim, o fato de algumas delas solicitar hospedagem somente para passar uma noite, por exemplo, pode ser um indicativo de necessidade financeira ou problema emocional pelo qual passa em determinada situação, como apontado dentre os próprios comentários de publicações sobre regras e valores do grupo. Esse comportamento não levaria a um desvio da filosofia *couchsurfing*, a princípio, mas poderia ser considerado até mesmo uma oportunidade de praticar a tão pregada sororidade na rede, ao ajudar uma mulher que esteja passando por uma situação difícil e que por razões múltiplas não seguem os rituais esperados de *couchsurfing*.

Por outro lado, esse tipo de publicação é criada no intuito de evitar experiências ruins, como a que Leila passou com sua hóspede, que não se comportou de maneira almejada. Em nossa conversa, ela comentou sua frustração ao receber uma pessoa que não tomava os devidos cuidados com sua casa e não criava um bom espaço para diálogo. "Minha sala virou uma zona, tudo dela vivia espalhado o dia inteiro. O sofá aqui é sofá-cama, de manhã eu saía, ela estava dormindo, eu voltava, ela tinha saído para festa e o sofá continuava armado" (LEILA, em entrevista). A postura de atenção e zelo umas com as outras é uma das maiores reivindicações para que as experiências de hospedagem ocorram de forma mais amigável e confortável, tanto para quem recebe quanto para quem é acolhida.

E, neste sentido, longe de defender um determinismo tecnológico e midiático, como forças que agiriam de maneira linear e a-histórica, ressalto uma abordagem subjetiva da mediatização, que se relaciona diretamente com as experiências dos indivíduos, em que se pesem suas identidades, memórias e imaginários. Pois, apesar de ser o sistema de circulação

interacional "essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia", o fator de maior relevância é a "circulação posterior à recepção". (BRAGA, 2006, p. 28) Realidades díspares que são moldadas pela mídia e por distintos aspectos econômicos, políticos e culturais, mas que também transformam culturalmente a sociedade com suas opiniões e comportamentos.

O tipo de interação nessas redes, destarte, segue o fluxo das plataformas digitais, instrumentos fundamentais da lógica capitalista contemporânea, com suas ferramentas, materialidades e elementos estéticos. De modo que os espaços disponíveis para os textos e fotos, o tamanho diferenciado entre as publicações e os comentários, a quantidade e o tipo de informação permitida, dentre muitos outros mecanismos que compõem a experiência online, participam diretamente dos modos de recepção dos usuários e de utilização dessas plataformas.

O registro dos perfis na plataforma permite, ainda, visualizar informações que não estejam diretamente ligadas ao grupo. E como um dos aspectos mais importantes nas relações de hospedagem colaborativa é a confiança, a possibilidade de verificar o máximo de dados sobre a anfitriã ou a hóspede previamente se torna um fator decisivo na escolha dos grupos a participar, bem como na forma de investida neles.

O vínculo a uma rede social digital mais abrangente, como é o *Facebook*, conduz a aspectos positivos e negativos para o funcionamento dos grupos. Dentre as elucubrações ao criar o *Couchsurfing das Pretas*, a moderadora Carolina diz ter visto na plataforma um canal mais popular e dinâmico, o que permitiria que mais pessoas pudessem conhecer e aderir à rede. Contudo, ela admite pensar na possibilidade de criar um aplicativo próprio, para possibilitar uma maior autonomia nas interações.

O *Facebook* se tornou uma mídia muito ampla, com desigualdades e políticas de uso aos quais os usuários precisam seguir. Sua lógica de programação dos algoritmos censura tipos específicos de publicação, restringe acesso a conteúdos variados e não pagos e detêm um grande número de informações pessoais de seus participantes, que são gerenciadas e controladas pelas próprias empresas, comercializando os dados. Mas, ao mesmo tempo, dispõe de facilidades e elementos que transmitem maior credibilidade, segurança e praticidade às participantes.

Para quem não conhece a ideia do *couchsurfing*, em geral é mais fácil o contato por meio do *Facebook*, que vem por meio de indicações de amigos, por exemplo. Já plataformas mais independentes, como a *Couchsurfing.org*, ainda que amplas e mantendo atualmente conexões com o *Facebook*, demandam um agenciamento maior dos integrantes para encontrá-lo. Em relação ao uso de ambas, as entrevistadas Marta, Vanessa e Viviane divergem na comparação, especialmente no que tange questões que envolvem a segurança. Para Viviane, os

recursos do Facebook atendem bem suas demandas fazendo com que se sinta mais segura do que no site *Couchsurfing* ao solicitar hospedagem, pois pode verificar informações sobre as participantes diretamente no perfil delas na rede. A quantidade de referências prévias para ela é um fator determinante nesses acordos.

A visualização do perfil permite saber quais são os amigos, interesses, ideologias da pessoa, a partir do que ela publica, nos comentários e reações que recebe. Ela ressalta, ainda, o recurso da caixa de pesquisa do Facebook, para localizar com mais facilidade as informações de que precisa dentro das interações do grupo e explica a razão de seu distanciamento com a plataforma *Couchsurfing.org*.

Eu acho que o site é muito mais internacionalizado, muito mais formal, mais fechado e ele é só para isso. E ali são pessoas que na maioria das vezes você não conhece mesmo, não tem outras ligações. Agora no grupo não, no grupo querendo ou não as pessoas estão ali com o seu próprio perfil do Facebook, então se você está a fim de oferecer, você pode entrar no perfil. Às vezes tem algum amigo em comum. E o fato de ter muito essa questão das dicas, às vezes a pessoa não pode oferecer uma hospedagem, mas pode se oferecer para sair e tomar uma cerveja, para almoçar, para fazer algum outro tipo de programa junto, não é só o fato de oferecer a casa. Acho que é mais dinâmico e o outro é mais fechado mais enrijecido. (VIVIANE, em entrevista)

Vanessa, da mesma forma, assume a preferência pelas funcionalidades do *Facebook* e acrescenta o argumento de que a presença de homens no *Couchsurfing* somada às ferramentas da plataforma oportuniza contatos com outros propósitos que não o da hospedagem, situação frequente que a deixa insegura. "Porque as mensagens que eu recebo são sempre de homens e meio que com cantadas" (VANESSA, em entrevista). Contudo, ela prefere manter seu perfil na plataforma com o intuito de usufruir da rede por meio de outras experiências. "Eu acho que eventualmente ele pode servir como uma ferramenta para treinar idioma. O *couchsurfing* tem encontros periódicos em locais públicos para a galera treinar idioma, eu nunca fui, mas está lá, um dia eu vou" (VANESSA, em entrevista).

Marta, em contrapartida, acredita que o grupo do *Facebook* tem funcionalidades limitadas e que o *Couchsurfing* possui recursos que propiciam maior sensação de segurança, como a verificação paga de dados dos usuários. Além desse fator, ela aponta que "(...) no site do *Couchsurfing* você tem alguns filtros, você vê quando foi a última vez que a pessoa acessou o perfil, você consegue ver as referências (...)". O recurso para os usuários indicarem em seus perfis se eles disponibilizam hospedagem ou não também facilita as interações, segundo ela. Mas, em geral, ela prefere fazer o contato inicial pelo *Couch das minas e trans #ELENÃO* e acessar o perfil da pessoa no *Couchsurfing.org* posteriormente para ter mais referências.

As duas plataformas, *Facebook* e *Couchsurfing*, funcionam em complemento, não só para essas entrevistadas, como para muitas outras integrantes do grupo que participam das duas. O uso em conjunto possibilita uma gama maior de informações sobre a pessoa com quem se deseja interagir e também a oportunidade de participar de atividades outras além da hospedagem colaborativa. Essa aproximação ressalta a conexão que há entre as redes colaborativas de hospedagem, em que se pese a autonomia do viajante que busca determinado grupo de acordo com interesses específicos.

A preocupação com as questões voltadas à segurança foi bastante perceptível nas entrevistas de modo geral, assim como nas discussões da plataforma em diversos âmbitos e induzindo a essas muitas estratégias de resguardo. O medo concernente à condição de ser mulher na sociedade contemporânea, em especial, participa de um comportamento comum associado ao pânico moral, que chega como fator externo aos grupos e se difunde neles, como Ramos (2015) explicita.

A noção de pânico moral serve bem para explicitar a intensa produção midiática em torno dos riscos a que mulheres e crianças estariam submetidas ao circularem nesse segmento de esfera pública constituído pela internet e interagirem com pessoas falsamente identificadas. (RAMOS, 2015, p. 71)

Esta é uma grande preocupação para Leila, principalmente após passar por problemas se hospedando anteriormente na casa de homens. Ela percebe no *Facebook* um hiato nos mecanismos de criação dos perfis que interferem na credibilidade. Ainda que admita ser mais prático frente ao *Couchsurfing.org*, que mantém um sistema de avaliação e referências dos perfis por outros participantes com quem tiveram ou têm algum vínculo.

Eu acho que se torna mais acessível e mais fácil, porque é só você entrar no grupo do Facebook. Mais fácil que você se cadastrar na plataforma e ter vários depoimentos das pessoas que já ficaram, o número de estrelas e tudo mais, eu acho que nisso o Facebook facilita, mas ao mesmo tempo eu acho que a gente não tem a confirmação dos dados corretos da pessoa, pode ter um perfil aparentemente feminino e ter um homem por trás disso. Não que no caso da plataforma oficial não tenha também, mas pelos depoimentos você sabe se é real ou não é. Pelo Facebook não, mesmo que outra menina comente "Ah, eu já fiquei na casa dessa menina, você pode ficar." Podem ser dois caras com perfis falsos e você não vai saber qual é a real. (LEILA, em entrevista)

O sistema de avaliação do *Couchsurfing* sobre o qual Leila comenta é disponibilizado a todos que integram a rede. É possível avaliar espontaneamente ou solicitar uma recomendação. Há a pergunta. "Você recomendaria [nome da pessoa]? Com duas opções de resposta. "Sim, eu recomendo" ou "Eu não recomendo". Seguidas da orientação: "Sua referência aparecerá no perfil de [Nome da pessoa]. Por isso, use apenas palavras com as quais você se sente confortável

em dizer publicamente. Depois de enviar uma referência, não é possível editá-la nem excluí-la".

Os aspectos materiais da plataforma, dessa maneira, agem diretamente na percepção de segurança e mesmo no grau de interação entre as participantes, por meio das funcionalidades e ferramentas de uso. Assim, os meios de comunicação e os dispositivos envolvidos nessas relações sociais que se delineiam nos ambientes digitais e físicos assumem um papel significativo na produção de subjetividades e nas decisões das usuárias sobre o que consumir, de que forma e com quem.

Para se transportar, empresas e meios mais econômicos, como o *Buser*, o *Blablacar*, *Flixbus* ou o programa de benefícios *ID Jovem*. Como sugestões para a organização dos roteiros, lugares que ofereçam maior segurança às mulheres, dentre tantas outras interlocuções a respeito. Assim, os arranjos midiáticos desses processos de comunicação, constituídos por meios e dispositivos articulados, como a internet, o smartphone ou o computador, a partir de suas gramáticas e linguagens, são capazes de promover novas realidades, como Pereira (2008) defende.

A cultura contemporânea, marcada pelo excesso de tecnologias digitais, desenvolve novos arranjos midiáticos que geram novos ambientes e modos de percepção e assim novos modos de comunicação que precisam ser mais bem compreendidos (PEREIRA, 2008, p.67).

Baseando-se na obra de McLuhan, que defende que "o meio é a mensagem", o autor sinaliza que embora muitas críticas tenham se dirigido a essa teoria com a alegação de um determinismo tecnológico, o pensamento do teórico precursor dos estudos sobre as materialidades considerava uma gama de dimensões agindo sobre a percepção dos indivíduos. E neste âmbito, "o sentido de meio deve ser pensado como o conjunto de expressões sinestésicas, estéticas, cognitivas e comportamentais que uma linguagem midiática pode gerar ao ser apropriada por um usuário" (PEREIRA, 2006, p.04).

Logo, os arranjos midiáticos não são os únicos fatores a provocarem efeitos nas percepções dos consumidores, mas exercem grande atividade nesses processos. O sujeito consumidor é entendido aqui como um ser social e comunicativo, que interage e recebe influências das mais diversas mediações culturais, incluindo as tecnologias, como defende Martín-Barbero (2001). Figura que experiencia o fenômeno da midiatização em sua pluralidade de aspectos, em que realidades sociais são construídas por meio das mídias, mas não somente por elas, cada qual com suas características e abordagens.

As noções de viajante são então resultado tanto do que é reproduzido nas mídias, quanto das condições sócio-econômicas de cada indivíduo, de suas oportunidades de mobilidade, das características fenotípicas, do posicionamento político, dentre tantos outros fatores. Aspectos que são demonstrados também nas diferenças entre os discursos reproduzidos nos diferentes grupos e que constroem as identidades de cada um deles continuamente. Onde o estilo de vida viajante é mais engajado à ideia de reparação étnica, como para o *Couchsurfing das Pretas*; com um viés de diversidade, como para o *Couch das minas e trans #ELENÃO*; e com uma tônica de apoio e adaptação à vida de imigrante, como no *Couchsurfing das minas na Europa*. E todos ressaltando a igualdade de direitos e oportunidades no que tange o gênero e com viés político progressista marcante.

Tanto as regras, quanto as ferramentas disponíveis para a manutenção e disponibilização de informações na plataforma, incluindo as de controle que o *Facebook* engloba, compõem as identidades que os grupos constroem continuamente. São elementos pragmáticos e objetivos, porém parciais, que contribuem para o funcionamento geral da rede. As caixas de busca que permitem as integrantes dos grupos encontrarem as informações que necessitam de forma rápida podem auxiliar para o uso maior do grupo como fonte de informação em planejamento de viagens do que outros canais menos familiares, por exemplo.

Ademais, o fato de que a programação algorítmica visibilize mais as publicações de amigos do *Facebook* no grupo e assuntos que as usuárias já demonstraram alguma afinidade em outros usos da mídia podem enviesar o modo como elas interagem e consomem. Por ser de uma amiga, reage à publicação com maior ênfase e a torna mais potente no grupo. E assim o capital de rede se coloca como extremamente relevante para que alguém consiga mais interações e benefícios. Este fator corrobora, da mesma forma, para que posicionamentos divergentes ou mesmo complementares sejam apresentados e talvez recebam engajamentos.

Por essa razão, muitas das publicações sobre pedidos de hospedagem incluem fotos, grandes textos explicativos e marcações com palavras mais utilizadas no grupo. São estratégias para que haja mais interação e aumente as probabilidades de conseguir uma resposta positiva à solicitação de *couch*. Além do acionamento de amigos para referências e dos comentários com a palavra *up*, como anteriormente explicitado, somente para deixar a postagem no topo do *feed* do grupo por mais tempo, o que também demanda um capital de rede mais fortalecido.

Toda essa discussão extrapola a ideia de consumo como mera compra e venda de produtos e serviços. Tratam-se de interlocuções que incluem debates ideológicos e fomento a um estilo de vida viajante que muito é reforçado pelas imagens que circulam nesses grupos. Tanto que as publicações que possuem fotos recebem mais reações e comentários. As relações

entre as participantes e os bens de desejo dispostos na plataforma virtual constituem, assim, o materialismo digital dessas comunidades (BARROS, 2015). Com o potencial de modular percepções, ainda que o uso da plataforma se dê meramente para a contemplação de uma figura de viajante empoderada, sem que ela de fato concretize a viagem.

No caso da realização das viagens com a interferência do grupo em algum sentido, os aparatos midiáticos podem impactar nas formas dessas práticas turísticas, nos modos de se comunicar e mesmo nas maneiras de apropriação dos espaços visitados. Como os temas de reparação, retribuição, identidades e sororidade estão frequentemente em circulação nas narrativas, o que é reproduzido nas redes também afeta os comportamentos cotidianos que não envolvem as viagens.

A ideia de reciprocidade política é acionada não somente na forma de hospedagem e informações sobre viagens, mas por meio de um discurso legitimador que intenta chamar outras mulheres a trilharem caminhos parecidos, como uma prática que pode ajudar no processo de autoconhecimento das pessoas. O chamamento vem geralmente acompanhado de um relato emocionado de gratidão e militância, muito salientado pelas entrevistadas. "As mulheres estão salvando o mundo. Eu estou vendo isso na prática" (ISABEL, em entrevista). A solidariedade no grupo é vista como ação reparatória e transformadora. Sem que isso seja necessariamente uma romantização do ato de viajar, visto que as problemáticas de ser um corpo móvel também são constantemente expostas.

Trata-se, sobretudo, de um discurso motivacional de que é possível viajar, apesar das dificuldades encontradas pelo fato de ser mulher, negra, trans e/ou homossexual. E de como a situação socioeconômica é proporcional às barreiras encontradas. Complexidades que repercutem nos lugares visitados, nas companhias e nos tipos de serviços utilizados nas viagens e que nos fazem refletir sobre como a atividade turística também pode transformar realidades e territórios, além de serem diretamente impactadas por eles.

5.2 Apropriação de territórios a partir de olhares femininos

O espírito *Couchsurfing* e todo o estilo de vida reproduzido regularmente dentre as viajantes colaborativas substanciam não somente as relações dialógicas nos rituais de troca de hospedagem, como também podem interferir nos olhares e apropriações dos destinos visitados. Se as condições sociais e as aspirações ideológicas as unem por meio da plataforma em uma

política dos comuns, suas interações ganham sentidos ainda mais complexos ao se reverberarem no face-a-face sob as configurações e dinâmicas dos diferentes territórios.

A vida e as relações sociais são o que constituem esse cenário. Transitar por múltiplos territórios que por ora se sobrepõem e formam o que Haesbaert (2005) se refere como território-rede, participam de uma fragmentada ordem social contemporânea, bem característica do modelo informacional capitalista. As mobilidades construídas revelam, deste modo, o caráter multiterritorial dessas mulheres, fundado em valores de colaboração e ativismo social. Por essa razão, os usos que fazem dos lugares onde visitam se associam diretamente com as discussões que se desenham na plataforma, seja de forma consciente ou não.

A tônica das narrativas sobre os destinos se erige a partir de uma defesa de usufruto das experiências de forma mais intensa e profunda. O desejo de vivenciar o destino de forma mais pessoalizada e profunda possível leva a explorar lugares que não se incluem nos roteiros turísticos mais tradicionais e a valorizar as relações interpessoais que se estabelecem nas viagens como fator primordial, que transforma e dá sentido à experiência. Este posicionamento é corroborado por Marta, que já assume adotar um estilo de vida colaborativo e procura em suas interlocuções de *couchsurfing* adaptar sua viagem à rotina de sua anfitriã, para experimentar o território de modo mais "imersivo".

Sim, você conhece muito mais o lugar. E o *Couchsurfing* proporciona muito isso. Porque quando você fica na casa de alguém, você também vai se adaptar um pouco à rotina dela, né. Claro que você não vai deixar a sua viagem de lado, mas você vai acabar linkando. Então, pô, as pessoas têm os horários de trabalho dela, a pessoa tem a atividade dela. Então, na casa da Jéssica que eu fiquei em Belém, ela queria sair num domingo à noite com a filha dela pra andar de bicicleta na praça. E eu falei, vamos lá. É um lugar que eu tô conhecendo, mas fora da rota turística. Eu tô vivendo com uma moradora de lá, então é uma coisa diferente. E o *couchsurfing* e as outras experiências ligadas a isso permitem esse tipo de experiência. (MARTA, em entrevista)

A motivação do deslocamento transcende o conhecimento do lugar em si quando a visitação é permeada pelas ações cotidianas da anfitriã. Esses discursos aproximam os visitantes não somente de quem os recebe, como também de onde essas relações se constituem. Evocam, assim, uma apropriação mais consciente das cidades e procuram envolver ao máximo os participantes para que eles também aspirem por esses princípios. Ainda que no momento de ingresso no grupo, a pessoa tenha uma pretensão somente de economizar com hospedagem nas viagens, esse comportamento será bastante repreendido e incitado a uma transformação em prol da conformação aos ideais do grupo. Como uma espécie de processo disciplinador com um tom, por vezes autoritário, por vezes pedagógico, que acarreta uma série de conflitos em razão da diversidade de pensamentos e realidades.

Há muitas nuances na filosofia do *couchsurfing*. Como as relações que se desenrolam *on* e *offline* são muito complexas, diversos são os entremeios que se implicam nas interlocuções de modo geral. Mesmo com a defesa dos ideais mais básicos da partilha de hospedagem, há casos em que algumas premissas se tornam inviáveis ou desconfortáveis para seguir. Como na experiência de Leila, que sentiu certa incompatibilidade com sua anfitriã e com os programas traçados por ela durante a estadia.

Ela conta que foi induzida e pressionada a participar das atividades com quem a recebeu, apesar de não desejar estar em muitos dos lugares. Não foi somente o ambiente em si que não condizia com suas expectativas, como também os valores pagos pelas refeições e atividades, que eram acima do que ela poderia pagar, causando certo constrangimento e mesmo indignação. Ainda que ela quisesse estabelecer vínculos de amizade com sua hospedeira, não estava disposta a ficar todo o tempo da viagem com ela.

A insatisfação de Leila pode ser explicada por uma falta de empatia por parte da anfitriã, de acordo com o relato. A filosofia do *couchsurfing* teria como axioma o diálogo, para que haja acordo entre as partes nas diferentes ações realizadas durante a hospedagem. O olhar para essas micro operações indica o quão sensíveis são os impasses envolvidos e no quanto a filosofia é algo ainda a ser questionada, debatida e ajustada pelas integrantes. Pois essa situação impactou a forma como Leila percebeu e vivenciou a cidade e suas relações, o que consequente muda também seu posicionamento na própria plataforma.

Ainda que tenha se frustrado ao passar por tal constrangimento com sua anfitriã, Leila continua adotando o mesmo estilo de viagem. Tampouco foi essa a única experiência negativa na prática do *couchsurfing*, visto que é algo suscetível a esse modo de viajar e a tantos outros. E para evitar que esse tipo de situação negativa se repita, ela busca focar mais no diálogo, mas ainda preza pelas relações de troca quando comenta sobre seus planos de viagem focados na autonomia do roteiro.

E nesse espectro, o termo turista que tanto vem sendo desprezado, é associado ao turismo de massa e ao consumo dos pacotes de viagem, em que as visitas são realizadas de forma mais distanciada da cultura local e, em geral, envolvem um grande quantitativo de pessoas. Augé (2010) associa o trabalho da agência turística, que em muito se refere à prática do turismo de massa, a um inventário desordenado. Onde a diversidade espacial, que envolve as paisagens em imagens como produto, absorve a diversidade temporal. É como um “canteiro sem projeto, daí a ausência de toda a ideia de exploração espacial ou temporal: não importa o quê, mas imediatamente” (AUGÉ, 2010, p. 71).

É claro que as agências não seguem necessariamente este modelo. Assim como não são somente as únicas a difundirem o turismo de massa. Como os avanços das tecnologias de comunicação e informação facilitaram muito o acesso das pessoas às viagens sem a intermediação das agências, o turismo de massa ganhou novas possibilidades de se desenvolver. Contudo, o modelo engessado de roteiros pré-planejados e superficiais, com tempos muitos demarcados e curtos para uma prática turística mais voltada ao contemplar e menos ao participar, são ainda muito relacionados a este tipo de empreendimento.

Em uma sociedade de mobilidades sobremodernas, como Augé (2010) denomina, se destaca uma superabundância de causas, a partir da comunicação instantânea, da circulação de produtos, informações e imagens. Mas, há também um movimento que busca se afastar dessa lógica, a princípio. Assim, os chamados viajantes visam não somente passar pelos destinos turísticos, como vivenciá-los. Não estão interessados em visitar esses locais, mas habitar por um tempo predeterminado.

E isso implica se comportar o mais semelhante possível a um morador, além de visitar os lugares a partir das lentes e agenciamentos do anfitrião. Esses entrelaçamentos sugerem uma complexificação ainda maior do olhar particular evidenciado por Urry (2001), quando se opõe à universalização de comportamentos e percepções do turista. Afinal, o olhar é particularizado, mas mediado pelo anfitrião e midiaticizado pela plataforma.

As formas de consumo dos territórios com viés responsável que emergem dentre os grupos colaborativos são guiadas por uma recusa a um consumismo sem consciência, que se inclui na chamada sociedade do hiperconsumo. A esse propósito está o ato de consumir com mais qualidade. Recai-se, assim, sobre um paradoxo entre uma autonomia subjetiva, em que o consumidor se responsabiliza por suas escolhas e uma indução pelo que as marcas, e até mesmo os meios, provocam nesses comportamentos. (LIPOVETSKY, 2007).

Os grupos funcionam, dessa forma, como veículos que oportunizam as relações de troca, mas que demandam como retribuição uma adesão aos ideais colaborativos tanto nas interações na plataforma, quanto em todo o ritual de *couchsurfing*. Além da constante fiscalização de temas abordados e ideologias, capitaneada pelas moderadoras e sustentada pelas integrantes. E esta é uma forma que elas encontram de mantê-lo ativo, preservando valores entendidos como primordiais e priorizando mecanismos de segurança e o ativismo social.

E ainda que as narrativas difundidas nas plataformas não reflitam totalmente no comportamento e nas práticas dessas viajantes nas localidades turísticas, muito do que é discutido no ambiente *online* é materializado na forma como as cidades são consumidas. Tais aproximações ocorrem nos momentos de lazer que constituem essas viagens, imbuídas no

consumo de bens e serviços turísticos específicos, nas interlocuções múltiplas com moradores e outros viajantes ou em uma simples caminhada pela cidade. O caminhar torna prática a cidade-simulacro, ressignificando-a.

E se, de um lado, ele torna efetivas algumas somente das possibilidades fixadas pela ordem construída (vai somente por aqui, mas não por lá), do outro, aumenta o número dos possíveis (por exemplo, criando atalhos ou desvios) e dos interditos (por exemplo, ele se proíbe de ir por caminhos considerados lícitos ou obrigatórios) (DE CERTEAU, 2007, p. 178).

Essas trajetórias ganham contornos particulares nas relações entre as mulheres, que compartilham preocupações concernentes a sua condição social que intersecciona dimensões físicas, políticas e econômicas. Os caminhos seguidos por elas em viagens são então construídos com base nas suas experiências pessoais, nos medos e no desejo de ruptura de estigmas perpetrados socialmente. E isso interfere diretamente nas decisões em viagens, como Isabel relata sobre suas intervenções no grupo.

E recebi vários relatos que foram bons, que foram ruins, mas valiosos também para ter esses relatos de mulheres, para eu tomar minhas próprias decisões, ficar mais alerta a coisas que se eu fosse sem nenhum tipo de informação eu não teria nenhum tipo de ideia, então eu já vou mais atendida. É uma rede de troca muito grande, mulheres do Brasil inteiro com as mais diferentes histórias e backgrounds, então eu acho muito válido, ouço muito o que me falam. (ISABEL, em entrevista)

Os percursos se constroem coletivamente a partir de um imaginário da localidade que se forma com uma série de elementos dispostos, especialmente, nas plataformas e em diversas outras mídias, às quais os viajantes têm acesso. É a partir dessas informações que as viagens são idealizadas e organizadas por elas. Mas também é por meio de uma construção conjunta que se realiza nesses grupos.

Tais agenciamentos podem ser vistos nas publicações com pedidos de ajuda para planejamento de roteiros, por exemplo. Ocasão em que as contribuições nos comentários incluem as experiências de cada uma delas condensadas e debatidas em um mesmo lugar. Outras pessoas que também tenham pretensão de visitar o lugar se unem a discussão e, da mesma forma, ajustam seus roteiros e pretensões de viagem de acordo com as dicas e avaliações com as quais mais se identificou.

Caminhos que incluem, em grande parte, os múltiplos espaços de lazer, qualificados como espaços “de encontro, de convívio, do encontro com o ‘novo’ e com o diferente, lugar de práticas culturais, de criação, de transformação e de vivências diversas, no que diz respeito a valores, conhecimentos e experiências” (PELLEGRIN, 2004, p. 74). Mas, ao mesmo tempo, há a busca do que é familiar ao ser recebida por uma semelhante. Dimensões que se cruzam

continuamente nessas vivências, salientando que o turismo pode ser motivado pelas diferenças, mas que também se fundamenta nas identidades.

Assim, o desejo de pertencimento emerge em todo o território-rede. Entre interlocuções *online*, com narrativas colaborativas e feministas que contribuem para a organização e planejamento das viagens e na busca de apropriações dos destinos como se fossem moradoras, a partir das práticas defendidas nos grupos. Ainda que temporariamente, ser habitante de determinado território reitera a figura de viajante tão reproduzida e aspirada por muitas, dando mais sentido à experiência.

Ao se inserirem em estruturas organizadas das cidades, os espaços de lazer explorados se constroem a partir de relações sociais, políticas e econômicas que se transformam constantemente. Cada um é formado pelos usos que a população faz dele, assim como pelo modo de vida e pelas sociabilidades que nele se estabelecem (DUMAZEDIER, 2008). Neste sentido, a escolha sobre quais espaços ocupar e quais usos fazer deles pode ser entendida também como um ato político que se relaciona às experiências próprias dos indivíduos e suas interações com grupos sociais variados.

A forma como essas pessoas consomem viagens é diretamente influenciada pelo uso que elas fazem dessas plataformas digitais. Fatores como a valorização à identidade e cultura negra se relacionam com o fato de ser recebido por uma pessoa que entende e passa por situações semelhantes e pode dialogar melhor com os interesses dos hóspedes, como foi relatado por Carolina, Silvia, Roberta e Joana.

No grupo *Couchsurfing das Pretas* é comum, ademais, ressaltar lugares turísticos que explicitem a história e cultura de sociedades afro-diaspóricas⁵⁶. O estímulo a viagens que mantenham uma centralidade na cultura e história negra não somente para países da diáspora africana, especialmente na América Latina, como também para os próprios países do continente africano são frequentes. E incluem relatos de experiências passadas, indicações de agências e empresas do ramo que facilitem e promovam atividades relacionadas [Figura 22].

⁵⁶ Segundo a Fundação Palmares, a diáspora africana é o nome dado a um fenômeno caracterizado pela imigração forçada de africanos, durante o tráfico transatlântico de escravizados. Junto com seres humanos, nestes fluxos forçados, embarcavam nos tumbeiros (navios negreiros) modos de vida, culturas, práticas religiosas, línguas e formas de organização política que acabaram por influenciar na construção das sociedades às quais os africanos escravizados tiveram como destino. Disponível em: <http://www.palmares.gov.br/?p=53464>. Acesso em: 25 de abril de 2021.

Figura 22 - Viagens Afrocentradas



Esse movimento de valorização da cultura afro-diaspórica no âmbito das viagens não é novo e muito menos restrito ao grupo de mulheres *couchsurfers*. Pinho (2018) sinaliza que há uma procura crescente por destinos turísticos com motivações referentes a construções de memórias, identidades e histórias por membros das comunidades diaspóricas, que podem ser não somente africanas, como ligadas a outras etnias e culturas. Desta demanda convencionou-se o Turismo de Diáspora, que:

abrange uma variedade de subtipos, incluindo, entre outros, o turismo genealógico, em que se procuram informações sobre os ancestrais mais diretos, e o turismo de raízes, inspirado pela busca de um passado mais remoto e muitas vezes mitificado. (PINHO, 2018, p. 113)

O segmento se diferencia do chamado turismo étnico, em que a motivação está na visitação à outras etnias e onde a diferença predomina. O turismo diaspórico se funda na conexão com as identidades. E como o ativismo social do grupo em prol de causas associadas à etnia e ao feminismo negro é tão pungente, o discurso de empoderamento passa pelo viés de pertencimento ao território-rede - onde se incluem territórios *online* e *offline*, ancestralidade, relações sociais e mobilidades turísticas.

O turismo de raízes, que é um subtipo do turismo diaspórico (BASU, 2006), pode ser entendido então, como uma forma de consumo politizado, que se alia à "construção de identidades raciais, étnicas, nacionais, de gênero, sexualidade e classe" (PINHO, 2018). Que no universo das pretas *couchsurfers* se insere em um modelo colaboracionista, em que as trocas

de ideias, hospedagem e informação são vistas como primordiais para a ampliação do acesso de negros às viagens.

A partir deste pensamento, as pretas que dispõem de maior capital de rede e de meios para viajar, contribuem com o grupo no intuito de possibilitar que outras mulheres possam receber as informações necessárias para usufruírem de tais mobilidades. Acima de tudo, se permitirem viajar. E cooperam para a composição do "mapa da africanidade" (PINHO, 2018), que inclui os destinos de raízes africanas procurados pelos viajantes que buscam conectar-se com identidades ancestrais em outros territórios.

A iniciativa transforma não somente o entendimento das mulheres pretas como potenciais viajantes, como também contribui para refletirem sobre os diálogos entre esses territórios e suas identidades. A memória étnica representada pelas mídias tradicionais de forma condicionada em sua própria estrutura e forma configura a cultura midiática da memória e organiza sentidos (BONIN, 2005). Por isso essas mulheres veem como importante assumir um protagonismo na construção de discursos de memória, ainda que seja em um grupo construído por e para elas.

Ao acionar esses lugares de memória, há uma revisão do grupo social de pertencimento, no que Halbwachs (1990) se refere como memória coletiva. Essa dimensão social da memória, no entanto, é atravessada pelos agenciamentos individuais que reinterpretam e analisam por múltiplas perspectivas as representações do passado, incidindo em disputas de poder e conflitos.

No esforço conjunto de salientar certos acontecimentos e lugares que as levem a se conectar a outros tempos e espaços, proliferam-se e fragmentam-se os relatos na rede, estrutura inerente às lógicas midiáticas contemporâneas. Simultaneidade midiática que também se transpõe para as experiências *offline*, pois essas viajantes "muitas vezes projetam as suas identidades sobre os lugares que visitam, de maneira que o tempo presente do visitado passa a ser entendido como o tempo passado, quando não mesmo 'ultrapassado', do visitante" (PINHO, 2008, p.127).

O desejo de pertencimento e os trânsitos espaço-temporais se alargam ainda aos pedidos de companhia e amizade dentre as brasileiras *couchsurfers* que vivem na Europa. A tentativa de se articular a elementos identitários que se traduzem nas amizades entre brasileiras para explorar o novo em seus fluxos migratórios unem realidades espaciais distintas. O estabelecimento das relações sociais com quem é proveniente do mesmo país e tem inclinações ideológicas muito semelhantes, além da questão de gênero, traz maior conforto e contribui para a adaptação ao lugar de moradia.

Como uma tentativa de minorar as diversas situações de choques culturais que se desdobram em suas novas rotinas e compartilhar costumes brasileiros em outros territórios, elas buscam fortalecer as interlocuções por meio da plataforma, como salienta Maria em entrevista. "Eu acho que a plataforma é bem importante para fazer a aproximação de meninas que tenham os mesmos hábitos. As estudantes, a vida mais simples, que estão nas mesmas lutas e batalhas com dificuldades de adaptação". As interlocuções coadjuvam na transformação dos lugares e culturas ao contraporem realidades distintas e constroem espaços outros de sociabilidade a partir de adversidades e descobertas vivenciadas com a migração.

As dicas de viagem compartilhadas pelas integrantes das redes, da mesma forma, contribuem para modular essas caminhadas e se fortalecem a partir de uma relação de confiança. Ainda que os lugares sugeridos façam parte dos roteiros turísticos mais tradicionais, muitos participantes preferem seguir as recomendações dispostas nessas redes por uma questão de identificação de perfil e estilos de vida. A construção dos roteiros ocorre de maneira coletiva: muitos participantes solicitam as informações, mudam percursos e adicionam atrativos em função do que é comentado e sugerido nas publicações.

Apesar de recorrer a sites institucionais de destinos turísticos para planejar suas viagens, Viviane, em entrevista, alega preferir se basear nas informações do grupo. "Eu acho que é mais seguro. É um monte de pessoas que tem, mais ou menos, os mesmos objetivos numa viagem. Eu me baseio muito, influencia pra onde que eu vou, onde vou ficar".

Essas informações são disponibilizadas nas plataformas de maneiras distintas, por meio de fóruns, em páginas de discussão dos grupos e por meio de mensagens diretas entre os perfis, por exemplo. São relatos de viagem, baseados nas experiências dos que já visitaram determinadas localidades e que desejam compartilhar com os potenciais viajantes. E são esses relatos que De Certeau (2007) identifica como práticas do espaço, que estruturam a caminhada.

O tecido narrativo descreve itinerários e percursos realizados. Eles vão além das dicas de onde passear ou se hospedar, já que envolvem aspectos sobre os deslocamentos de maneira geral, ressaltando mobilidades e imobilidades que se desdobram de acordo com o perfil deste caminhante, incluindo suas características físicas e socioeconômicas.

A experiência de Silvia no grupo *Couchsurfing das Pretas* em sua viagem sozinha para São Paulo se iniciou ainda enquanto estava no Rio de Janeiro, por meio de suas conversas com a anfitriã, que como ela, passava por situações muito comuns entre as mulheres negras no Brasil. Seu perfil e sua interação com uma moradora do grupo a fizeram estabelecer uma relação particular com a cidade.

Além de propiciar uma economia nos gastos com hospedagem, o grupo a possibilitou viajar com maior sensação de segurança e com mais informações sobre o destino, possibilitando percorrer espaços antes não imaginados e entender melhor sobre a rotina e hospitalidade da cidade que interferiram em suas ações e em seu comportamento. A relação do viajante com as regras da cidade, no seio de seu anonimato, transita entre gestos de aceitação e recusa do contato na urbanidade, numa hospitalidade ensaiada (CAMARGO, 2015). A forma de perceber esses territórios, hospitaleiros ou hostis, passa então pela forma como ele é vivenciado.

As relações entre os grupos que perpassam o acolhimento no lar, a companhia em um passeio ou uma simples recomendação de lugar para visitar podem facilitar o acesso a lugares outros, estimulando uma sensação de pertencimento à cidade, a partir de elementos identitários que perpassam questões locais. Criam-se caminhos e constroem-se mobilidades para quem, em muitos casos, a cidade as dificulta e cerceia, seja por questões de segurança, de aceitação ou por fatores culturais.

Esse tipo de relação é característico de um novo espírito do capitalismo, conforme Boltanski e Chiapello (2009) sugerem. Um modelo que se estrutura por meio de uma sociedade organizada em redes, mantém relativa autonomia nas relações de trabalho e moldam as cidades a partir de uma perspectiva de projetos. E dessa maneira, cada projeto

[...] reúne temporariamente pessoas muito diferentes e apresenta-se como um segmento de rede fortemente ativado durante um período relativamente curto, mas que permite criar laços mais duradouros, que permanecerão adormecidos, mas sempre disponíveis (Boltanski e Chiapello, 2009, p. 135).

Nas cidades por projeto, os produtos e serviços turísticos, dentre eles os espaços de lazer, são transformados pelas interlocuções. E as comunicações que promovem os vínculos são realizadas por pequenos grupos, criando elos com pessoas específicas baseadas em determinados interesses. Essas características, presentes nas redes colaborativas de mulheres e nas consequentes apropriações das cidades que fazem, destoam-se da lógica fordista e industrial e da padronização do mercado turístico voltado para as massas. São práticas que se aproximam da estrutura flexível e dinâmica inerente ao capitalismo informacional, conforme Boltanski e Chiapello (2009) defendem.

Os modos como cada uma delas recebe as informações reproduzidas nas redes e as internaliza são certamente díspares, mas compõem esse emaranhado de ideias direcionadas às práticas colaborativas. O desejo pelas trocas culturais, pela apropriação das cidades de modo responsável e consciente, restringe-se às integrantes mais ativas e envolvidas com os princípios traçados.

Contudo, as narrativas constantemente apresentadas nas plataformas em torno desses valores contribuem para uma mudança de comportamento dos participantes que não estão ainda tão envolvidos com os ideais colaborativos. São convites para explorar os territórios de maneira mais imersiva e consciente. Processos que se intensificaram em um período pandêmico, em que as restrições de mobilidades físicas impactaram significativamente as interações online, gerando conflitos e mecanismos de controle bem mais rígidos.

5.3 Novos ordenamentos em um contexto pandêmico

Apesar de ter seus primeiros indícios ainda em finais do ano de 2019 na China, a pandemia de COVID-19 se disseminou pela Europa e Américas somente no ano seguinte. Em março, as medidas restritivas de mobilidade se acentuaram em diversos países, incluindo o Brasil, onde foi sugerida a realização da quarentena como meio de isolamento social. Os processos discursivos marcam a trajetória da pandemia por diferentes imaginários. As instâncias de mediação que se interpenetram em torno dessa nova realidade fazem circular conhecimento de ordem política, médico-sanitária, jurídica e midiática (FAUSTO NETO, 2020).

Já em 2021, com significativas expectativas de resolução do problema, a partir dos planos de vacinação principalmente, ainda há em jogo muitas disputas narrativas que incluem desde a negação completa da doença até sua constante reafirmação em defesa da manutenção das medidas que promovem o isolamento social. O tema atravessa preocupações com outros cuidados sanitários, mas que também inclui debates sobre a importância da ciência e da coletividade. Afinal, respeitar as medidas que reduzem o contágio, como usar máscara, manter-se distante fisicamente uns dos outros e higienizar constantemente as mãos, pressupõe uma preocupação não somente consigo mesmo, mas também com as outras pessoas.

Tais mudanças no regime de mobilidades mundial afetaram a todos, mesmo que de formas e intensidades bastante distintas. Com a diminuição dos deslocamentos físicos, as interlocuções *online* via plataformas se tornaram ainda mais evidentes e mesmo necessárias. Apesar de não ser a solução e de não satisfazer todas as necessidades comunicativas e sociais, a internet foi a alternativa encontrada por muitos para encontros e realização de atividades das mais variadas esferas.

As viagens – e a própria pesquisa – foram, certamente, muito impactadas com toda essa problemática. Diversos países fecharam suas fronteiras para o turismo e, mesmo com posteriores flexibilizações nas regras de mobilidades, os altos níveis de contágio em diversas regiões até hoje limitam muito a atividade turística. Com o passar dos meses e com os graves efeitos econômicos que a pandemia gerou, as viagens foram aos poucos voltando e se transformando com algumas das necessidades que surgiram com a pandemia. Novas exigências surgiram, como a realização de testes anteriormente ao embarque ou a certificação de imunidade por meio da vacina.

As transformações que a pandemia gerou na atividade turística motivaram os veículos de mídia sobre viagens a enfatizarem uma segmentação que já existia anteriormente, o turismo de isolamento, ou *isocation* (*isolation* + *vacation*), como alternativa viável para esse momento. Tal tipologia pode ser definida “como uma oportunidade de “mudança de ares”, principalmente para indivíduos ou grupos/famílias que estão isolados juntos durante a quarentena”⁵⁷. A experiência envolve o mínimo contato possível com outras pessoas que não estejam viajando junto.

Para o grupo de mulheres *couchsurfers*, as mudanças foram não somente nos modos de viajar. A pandemia incidiu, ainda, nas gramáticas e processos de mediação da própria plataforma, novamente atingindo um teor político e ideológico, porém com base em outras instâncias. O aumento no nível de contágios e as incertezas provocadas por uma doença que ainda não se sabia muito a respeito e a divergência de pontos de vista provocaram alterações nos tipos de interações e práticas dos três grupos.

Em um primeiro momento, eram bastante frequentes as interações em torno das experiências na quarentena e do fortalecimento dos grupos como rede de apoio. Como cada uma se sentia a respeito, suas angústias e dificuldades pelas quais estavam passando com a nova realidade que se instaurava. Além do compartilhamento de outras publicações que fugiam à temática das viagens, mas que eram referentes a serviços prestados pelas integrantes e que geram renda especialmente nesse período. Os depoimentos, em geral, repercutiam com muitas reações e comentários de apoio.

Uma das integrantes do grupo *Couchsurfing da minas na Europa* chegou a narrar uma situação de abuso que sofreu com seu ex-namorado em Amsterdam e pedia ajuda com

⁵⁷ Mari Campos, 20 de julho de 2020. Turismo de isolamento em tempos de pandemia. Estadão. Disponível em: <https://viagem.estadao.com.br/blogs/sala-vip/turismo-de-isolamento-em-tempos-de-pandemia/>. Acesso em: 08 de maio de 2021.

hospedagem, pois não tinha para onde ir. Foram mais de duzentos comentários em resposta à sua publicação. Muitos deles com oferecimento de hospedagem e com a proposta de realização de uma “vaquinha” (um financiamento coletivo por meio de plataforma), para arrecadar dinheiro que subsidiasse uma passagem de retorno ao Brasil. Ela se hospedou na casa de uma das integrantes do grupo e editou a publicação posteriormente agradecendo todo o apoio recebido rapidamente pelas integrantes.

No *Couchsurfing das Pretas*, uma postagem-guia que aborda muito o posicionamento político defendido no grupo foi criada por uma das participantes para contribuir com informações sobre o momento de quarentena. Ela apresenta os seguintes dizeres:

[Dica] O que fazer durante a quarentena??

1º precisamos tentar manter a calma e remarcar nossas viagens. rrsrrs (rindo de nervoso, pois tinha um intercâmbio marcado pro 1º semestre).

2º Ficar em casa, ok. Quarentena não é férias... Não vale pegar o carro é ir pra casa de praia, de campo ou casa de parentes...Vamos pensar no coletivo, certo??

3º Aproveitar para viajar pelas redes, conhecer museus, mapear lugares que gostaria de conhecer, planejar suas futuras e possíveis viagens, ok.

4º Que tal compartilharmos boas ideias e ações ligados a viagens????!...Por exemplo: museus que abriram suas portas virtuais para tours; pessoas e instituições que estão oferecendo cursos de idiomas gratuitos/onlines, dentre outros...

Vou listar abaixo, alguns museus que abriram as portas virtuais e outras dicas...Qualquer contribuição é super bem-vinda.

Museus de Portas Abertas

Museu Casa de Portinari <https://www.museucasadeportinari.org.br/TOUR-VIRTUAL/>

Galeria Nacional de Arte - <https://www.nga.gov/>

Museu Metropolitano de Nova York - <https://www.metmuseum.org/>

Museu Britânico - <https://www.britishmuseum.org/collection>

Museu do Louvre em Paris - <https://www.louvre.fr/en/visites-en-ligne>

Museu do Prado em Madri - <https://l.facebook.com/l.php...>

Museu da Imagem e do Som de São Paulo - <https://l.facebook.com/l.php...>

Museu Arqueológico de Atenas - <https://l.facebook.com/l.php...>

Galeria Uffizi em Florença - <https://www.uffizi.it/mostre-virtuali>

Museu do Vaticano - <https://l.facebook.com/l.php...>

Cursos de Idiomas gratuitos

Rhavi Carneiro liberou 5 aulas gratuitas de Inglês, espanhol, alemão, francês e italiano - <https://l.facebook.com/l.php...>

Outros cursos

Nesse link eu fiz um compilado de cursos gratuitos/onlines em várias áreas - <https://www.linkedin.com/.../.../...>

(Publicação no grupo *Couchsurfing das Pretas*, em 19 de março de 2020)

Neste posicionamento de tom amigável e mesmo pedagógico, há defesa da suspensão das práticas de viagem, sem abertura até mesmo ao turismo de isolamento. A ênfase está nas atividades *online* como forma alternativa viável de turismo. Possibilidades advindas com o que Feifer (1985) intitulou de pós-turismo. O termo evidencia a demanda por novos padrões de viagens, muito motivados pelo uso das tecnologias e pelo desejo de transitar por experiências distintas. Desse modo, os pós-turistas podem visitar lugares também por meio de vídeos e com

menos noção do “autêntico”. Eles possuem grande variedade de escolhas e desejam expansão para sair de um estado tedioso, com ciência de que não estão vivendo uma experiência singular.

O pós-turismo, então, incide em efeitos sobre as práticas de turismo contemporâneas e especialmente no contexto pandêmico, em que "derivam de processos complexos de produção e consumo" (URRY, 2001, p.140). As tecnologias de comunicação e informação contemporâneas, por seu caráter dinâmico e global, favorecem a flexibilização dos processos de interação, produção e consumo, permitindo o surgimento dessas iniciativas complexas e diversificadas. Nessa ótica, o turismo pelas telas se intensificou porque, como muitas instituições culturais e de lazer estavam fechadas, elas disponibilizavam visitas virtuais a pessoas em qualquer lugar do mundo, aproveitando o tempo maior dentro de casa que muitas pessoas tinham.

Mas, aos poucos, o isolamento foi ganhando menos adeptos no Brasil e as opções de atividades *online* não eram suficientes para suprir o desejo do encontro e das mobilidades. O discurso médico-sanitário, do qual o midiático dos *mass media* faz correferência, perdia espaço para o político presidencial, que segue a lógica da produção econômica e comercial e que vai contra as ações que limitam as mobilidades, principalmente as que afetam o consumo (FAUSTO NETO, 2020). Discurso político esse que também é ancorado por mídias controladas por seus apoiadores.

Mesmo as pessoas que não pactuam com as ideias governistas passaram a desrespeitar algumas das normas de prevenção defendidas por cientistas. As disputas interdiscursivas que se instauraram no tecido social e se intensificaram com o passar do tempo, mesmo com o aumento no número de mortes e casos, tiveram seus reflexos nos grupos de mulheres *couchsurfers*. Publicações que envolviam atividades com qualquer tipo de contato físico sofriam retaliação em diferentes graus. As angústias compartilhadas, por vezes vinham com pedidos de companhia ou mesmo de *couch*. E se convertiam em estopim para as constantes querelas.

As mensagens que antes mantinham um tom mais educativo, passaram a ser mais repreensivas e, por vezes, agressivas. Em uma das publicações no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, o pedido por uma companhia feminina de uma pessoa que estava passando a quarentena fora de sua casa causou muita repulsa. A ideia que inicialmente poderia se encaixar na segmentação de turismo de isolamento, com o pedido poderia incluir a aproximação de pessoas desconhecidas, rompendo com as orientações de isolamento.

(TAMANDARÉ - PE) (companhia)
Oi meninas!

Estou passando a quarentena com meu companheiro em Tamandaré, Pernambuco. Ele é uma pessoa ótima mas convivência demais as vezes gera a vontade de ficar só ou ter contato com outras pessoas né! Aí com essa onda de vírus o contato já fica bastante restrito. Mas eu venho sentindo muita falta de uma companhia feminina, de ter alguém só para ir à praia ou fazer qualquer coisa e para dar um tempo da convivência diária com homem kkk

Alguma mana por aqui? Alguma mana que não tá aqui mas que conhece outra mana que está aqui? Hehe

Espero que siiim, bjo grande 

(Publicação no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO*, em 10 de junho de 2020)

Um dos comentários recebidos condenava o pedido por companhia que ia contra os discursos médico-sanitário e midiático. “Gente, estamos chegando a 40 mil mortos no Brasil. Como acham razoável propor encontros?!” Posteriormente, a autora da publicação a respondeu, alegando que na região a doença ainda estava controlada e que ela e o companheiro estavam tomando os devidos cuidados e não se relacionando com mais ninguém.

Esses argumentos, contudo, já não fazem mais efeito nas redes. As diretrizes gerais que guiam as interações estão voltadas para o isolamento, ainda que nem todas o estejam seguindo. Diversas outras publicações do tipo foram surgindo e os atritos, pouco a pouco, aumentando. E incluíam ofensas e acusações dos dois lados. Entre manter um discurso em prol do isolamento e não o cumprir de fato e a carência de cuidado com os demais, em razão da continuidade da pandemia.

Neste ínterim, o debate sobre racismo no grupo *Couch das minas e trans #ELENÃO* foi retomado. A discussão se estendeu após a publicação de uma mulher negra pedindo hospedagem ser rechaçada. Outra integrante, também negra, questionou o fato de que postagens similares de mulheres brancas não tinham um retorno tão hostil quanto o que as mulheres negras recebiam. A queixa existia apesar de ela compactuar com a suspensão dos pedidos de *couch*.

As questões se aliam à ideologia política dos grupos, que são contra o atual presidente e pregam a diversidade cultural e étnica. Os comentários educativos ou repreensivos reforçam o argumento de que não é coerente continuar viajando e encontrando pessoas sob qual justificativa seja. Esses conflitos e dissonâncias nas formas de ver e pensar a pandemia levaram, inclusive, a mudanças nas regras dos grupos, que restringiam as interações. O papel das moderadoras foi decisivo na organização e manutenção do discurso. Elas agiam tanto na mediação dos comentários das publicações, quanto no banimento de quem não respeitava as regras e na recusa de certos tipos de postagem [Figura 23].

Figura 23 - Novas regras no CS das Pretas devido à pandemia



Fonte: Captura de tela do grupo *Couchsurfing das Pretas*, no Facebook

Diferentemente do tom amigável da moderação do grupo *Couchsurfing das Pretas*, a moderação do grupo *Couch da minas e trans #ELENÃO* reagiu com mais rigidez, restringindo todo e qualquer tipo de publicação desde o início de 2021, além de não aceitar mais novas integrantes. A decisão veio após muitas mulheres reclamarem contra os constantes pedidos de [couch] e [cia] que estavam sendo feitos, ignorando a situação pandêmica. Elas questionavam um posicionamento da moderação quanto essa prática e clamavam por uma conscientização maior do grupo em prol de um bem-estar coletivo. Incluindo a acusação política de uma ideologia que rege o grupo: “Vocês são iguais ou pior do que a galera que votou no Bolsonaro. Pq sabem que está errado e que o vírus tá aí”.

O grupo *Couchsurfing das minas na Europa* seguiu um caminho bastante parecido com o das Pretas, recusando somente os pedidos de hospedagem desde outubro de 2020. Vale ressaltar que as regras de mobilidade estabelecidas pela maioria dos países europeus eram bem mais restritas que as adotadas no Brasil e que o controle dos contágios tem ocorrido de forma muito mais eficaz. Assim como o cumprimento das medidas, que era mais fiscalizado.

Já que outras publicações ainda são permitidas, o grupo tem sido bastante usado com motivações que não envolvem o deslocamento físico no momento atual. Como para revenda de

passagens compradas antes da pandemia e que não serão mais utilizadas devido o fechamento das fronteiras com o Brasil; para o planejamento de viagens futuras; para compartilhamento de oportunidades de emprego e estudo no continente; para dúvidas em relação às novas regras de mobilidade e; sobretudo, para buscar companhia, ainda que online. Para serem aprovadas, as publicações vêm na maioria das vezes iniciadas com a marcação [não é *couch*]. Estratégia que legitimava, de certa forma, a mensagem. E, assim, pode obter mais reações positivas na rede.

Os três grupos, nesse sentido, seguiram os caminhos de um discurso midiático em prol do médico-sanitarista, e se transformaram em espaços de conversação pedagógica (FAUSTO NETO, 2020) por meio das muitas mensagens com regras e discursos de conscientização. Dessa maneira, os grupos buscaram politizar o tema em prol do cuidado umas com as outras e contrariando o discurso político do presidente, como algo já inerente às dinâmicas do grupo. E o principal argumento dessa politização se fundamenta na ideia do cuidado umas com as outras, que predominou frente ao desejo de viajar.

A reciprocidade política tão praticada na ampliação das mobilidades turísticas, agora se volta para sua limitação. As trocas então são outras, principalmente de conhecimento e imaginários, transformando a produção de sentidos e reconfigurando as gramáticas de tais redes. O discurso segue, no entanto, com uma base comum, a coletividade, que neste espectro se estabelece para prezar pela saúde.

A nova realidade que ainda vigora em nossa sociedade é de uma ordem tão transformadora, que exige novos comportamentos e práticas em múltiplos setores e esferas. O enfrentamento da pandemia está diretamente ligado ao coletivo, o que justifica a moção pela suspensão das viagens. Em meio a tantas contradições discursivas, as dinâmicas desses grupos de mulheres se adaptam ao que se apresenta como medidas mais conscientes e razoáveis. O esforço é contínuo para o cumprimento delas e para fortalecer uma rede de apoio que, apesar de todas as divergências é também uma rede de afetos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS - FLUXOS EMERGENTES E POTENTES

Fuimos a paisajes que desearon fijarse en el tiempo y ahora deshacen instantaneamente su memoria. Ahí nos convertimos en una mancha más. Y no sabemos realmente qué fue lo que trajimos de vuelta, qué fue lo que quedó. (Shaday Larios, 2020)

As distintas temáticas pelas quais esta tese se ancorou revelam um *corpus* multifacetado e em constante movimento. Os aportes dos campos da antropologia, da sociologia, da filosofia, da economia, do turismo e, sobretudo, da comunicação, contribuíram para o entendimento das práticas turísticas politizadas e calcadas em identidades a partir das plataformas digitais em grupos de hospedagem colaborativa para mulheres. Apesar do imenso desafio que a interdisciplinaridade apresenta, sua aplicação é fundamental para adentrar em espaços tão complexos e dinâmicos como os que foram circunscritos aqui.

Os entrelaçamentos dos campos do saber levaram à percepção do uso das viagens para o exercício de afirmação étnica e social e empoderamento feminino por meio das relações de colaboração midiáticas entre mulheres com diferentes situações socioeconômicas e realidades. A indagação inicial sobre as modulações que as interlocuções nas plataformas de hospedagem colaborativa para mulheres poderiam incidir em suas práticas turísticas obteve então resultados que expressaram relações entre ideologias e modos de consumo.

Apesar de toda diversidade de pensamentos, foi possível identificar importantes convergências que justificam a formação e manutenção dessas redes. Os grupos *Couch das minas e trans #ELENÃO*, *Couchsurfing das Pretas* e *Couchsurfing das minas na Europa*, os três inspirados em ideais fundantes da plataforma *Couchsurfing*, encontraram em suas interlocuções motivações políticas que interpenetram o feminismo, os movimentos negro e LGBTQIA+ às mobilidades turísticas.

O atravessamento pelos campos do saber só pôde ser explorado a partir de métodos também múltiplos e móveis, em que se destaca a etnografia. Conversar com diferentes pessoas, participar ativamente das interlocuções que se estabeleciam nas plataformas, percorrer caminhos pelos quais as mulheres *couchsurfers* adentram, experienciar as trocas e acolher em minha casa uma dessas mulheres me permitiram criar em conjunto com o objeto de pesquisa, que ao mesmo tempo se fez sujeito, trajetórias que me conduziram aos resultados desta tese.

O trânsito por territórios *online* e *offline* iluminou a correlação entre eles, aspecto crucial para que as interações aconteçam e onde se pode perceber as modulações em ambos os sentidos. O olhar empático característico de um trabalho etnográfico ocorreu a partir dessa aproximação

multiterritorial, que só foi possível em razão do acolhimento que tive como pesquisadora pelas interlocutoras. O posicionamento como tal contribuía para acessá-las, pois participar do processo da minha tese era também considerado como um ato de reciprocidade ao grupo, o que era bastante nítido nos depoimentos. Essa abertura sentida desde as primeiras entrevistas me trouxe mais atenção ao teor político que permeia as relações entre essas mulheres.

As reflexões se amparam principalmente na teoria da dádiva de Mauss (2015), fazendo uma revisão em sua tríade basilar que consiste em dar-receber-retribuir para entender os processos colaborativos contemporâneos. O paralelo com os grupos de mulheres *couchsurfers* salienta o viés ideológico, na ação social que intitula reciprocidade política. O desejo intenso de reparação às desigualdades no acesso a mobilidades turísticas associado a fatores de gênero, raça e classe é o que impulsiona e particulariza o movimento, reconfigurando a atividade turística como prática social com outros sentidos. A politização se apresenta em todas as ações da tríade, mas encontra na reciprocidade uma incisão maior como retorno do apoio recebido pelos grupos a outras integrantes que precisam de ajuda.

As práticas colaborativas, contudo, se difundem em diversas nomenclaturas inseridas em uma economia de mercado bastante promissora e que coaduna com o sistema capitalista informacional vigente. E, neste sentido, induzem a proliferação de segmentos e valores imbuídos nos modos de consumo. A reverberação do discurso da reciprocidade com o viés politizado é potencializada por meio das plataformas digitais, que atuam nos processos comunicativos não como meros suportes neutros, mas como veículos midiáticos parciais em que suas arquiteturas e gramáticas contribuem para a produção do social (VAN DIJCK; POELL, DE WALL, 2018). As interações nesses ambientes *online*, assim, deixam transparecer as assimétricas relações de poder que se estabelecem nesses grupos.

Ainda que a sociedade contemporânea experiencie ordenamentos ainda dominados por poucos atores e que a lógica capitalista informacional aponte para um protagonismo do mercado frente aos interesses coletivos, há formas de se comunicar colaborativamente que incidem em práticas de consumo mais descentralizadas e plurais. Esse movimento vem do expressivo agenciamento de pessoas que utilizam recursos, protocolos e ferramentas disponibilizadas pelas grandes empresas de tecnologia em prol de interesses menos estruturados por uma orientação mercantil.

As análises se fundamentaram, ainda, nas trajetórias pelas quais o turismo percorreu, desde sua fase mais industrial e padronizada até sua diversificação e personalização, quando as plataformas passaram a atuar com mais intensidade nessas ações sociais. Tais caminhos transformaram as práticas turísticas, com especial atenção à valorização do consumo de

experiências e à construção de um ideal de estilo de vida viajante que pressupõe autonomia nas decisões, priorização de formas colaborativas de consumo e relação dialógica com os anfitriões nos destinos escolhidos.

Inclui, além de questões mais evidentes relacionadas à prática, relações de trabalho mais flexíveis e/ou voluntário que podem oportunizar mobilidades turísticas não tradicionais. O fenômeno está inserido em um emaranhado de conexões em rede que englobam plataformas e “influenciadores digitais” que reforçam a imagem do viajante colaborativo contemporâneo. O que busca experiências novas e “autênticas”, de modo que não se pareça um turista, mas um morador.

A metáfora da rede pensada como forma para as organizações digitais é interessante para pensar as múltiplas conexões que existem não somente dentro dos próprios grupos de mulheres, como também nas relações diretas que eles mantêm com outras mídias e atores sociais. Os nós dessa rede assumem certo destaque dentre tantas conexões por convergirem e centralizarem poder. Entretanto, eles ainda permitem a criação de vínculos nessas ligações mais frágeis e o esvaimento de atores e ideias que, por motivos díspares, não podem ou não querem ficar retidos nessas teias.

Assim, o direcionamento a essa forma de ver e experimentar as viagens é proporcionado por uma condição social que permite o acesso a mobilidades distintas. Aspectos cognitivos, socioeconômicos, físicos e culturais podem ampliar ou limitar o capital de rede (ELLIOT, URRY, 2010), salientando as desigualdades na sociedade contemporânea. O trânsito entre os nós e conexões da rede, além de ser favorecido por determinadas condições, também oportuniza a criação de mais conexões e vínculos, em um sentido de construção desse ensejo. Por isso é importante pensarmos na rede como organização assimétrica.

A percepção dessas desigualdades move as mulheres *couchsurfers* a se ajudarem mutuamente. E por isso buscam compartilhar não somente as residências para hospedar umas as outras, como também informações sobre viagens, ideais feministas, diversidade étnica e de orientação sexual, dentre tantas outras pautas afins. As repreensões nas plataformas são também, em grande parte, voltadas para estimular uma mudança de comportamento que se alie a esses pensamentos. Essas interações vão (re)construindo sentidos e imaginários sobre viagens, sobre colaboração e sobre ser mulher, considerando suas interseccionalidades, por meio dessa construção coletiva.

A motivação da segmentação de mulheres que, em princípio, se remetia a mim mais por questões de segurança, se mostrou um movimento muito mais complexo e dinâmico. De certo que essa é uma preocupação preponderante para as integrantes, que veem muitos riscos ao se

hospedarem em casa de homens e que reverberam em muitas ações. Entretanto, foi durante a imersão nos grupos que pude perceber que os arranjos colaborativos em viagens se relacionam também com a apropriação de diferentes territórios mediada pelo olhar de uma semelhante e pelas mediações da plataforma, no vislumbrado imaginário do viajante-morador. A anfitriã leva a hóspede para passeios, indica lugares fora dos roteiros turísticos tradicionais, alerta sobre como é ser mulher em determinada região, sobre como é ser uma mulher negra ou sobre como é ser uma brasileira na Europa.

Os vínculos que se estabelecem entre plataformas e cidades criam uma ampla rede de apoio que perpassa os três grupos e promove um espaço de proteção entre essas mulheres. Além da praticidade que suas ferramentas propiciam às interações, a plataforma permite uma disponibilidade 24/7 desses espaços na internet, além do amplo alcance, que inclui pessoas de diferentes países e regiões do Brasil. Esses recursos transmitem maior segurança ao viajar, por saber que há alguém da comunidade por perto para uma hospedagem, um passeio, uma conversa ou para pedir ajuda quando precisar. Ainda que os constantes atritos, banimentos e assimetrias as distanciem em muitos momentos, esses movimentos paradoxalmente as aproximam e as transformam ao mesmo tempo.

A afirmação de si como um ser viajante encontra eco nos discursos motivacionais das redes e caminha no sentido de busca por uma justiça das mobilidades (SHELLER, 2017). É incidir uma série de outros sentidos a essa prática, que envolvem ações cotidianas que, em um primeiro momento, parecem não se relacionar com as viagens. As ideias, imaginários, formas de ver e pensar o mundo compõem os estilos de vida que se transformam continuamente.

Pensar a viagem com um ato político é entender um alargamento das motivações turísticas e a transformação dessa experiência e consonância com redesenhos do sistema econômico e social na contemporaneidade. Se Urry (2001) já afirmava que o turismo pode ser entendido como elemento central de diversas mudanças culturais na sociedade contemporânea corroborando com a reflexão de Cuervo que o destaca como meio de comunicação, a imersão nos grupos de hospedagem colaborativa me levou a reinscrever tal fenômeno a partir de seus usos como uma ferramenta política, de afirmação identitária e colaboracionista. Fenômeno este que não se daria sem as mediações tecnológicas e as dinâmicas e práticas comunicacionais contemporâneas, que permitem que as pesquisas em comunicação toquem diferentes e múltiplas práticas culturais, resignificando-as de tantos modos. O turismo é uma dessas práticas e a presente pesquisa revela, por fim, como este – diante das suas próprias resignificações na contemporaneidade – cabe no vasto campo dos estudos de comunicação.

REFERÊNCIAS

ALDRIGUI, Mariana. **Meios de hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2007.

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large**. Cultural Dimension of Globalization. London/New York: Routledge, 2003.

AUGÉ, Marc. **Por uma antropologia da mobilidade**. Maceió: EDUFAL UNESP, 2010.

BAIROS, Luiza. Nossos feminismos revisitados. **Revista de Estudos Feministas**. Rio de Janeiro: IFCS/UFRJ – PPCIS/UERJ. v. 3 N.2/95 6, 1995.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2004.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002 (Coleção ABC do Turismo).

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao Turismo**. 10. ed. Campinas: São Paulo, 2004.

BARROS, Carla. Consumo e “Materialismo Digital” na rede social pinterest. **Anais do COMPÓS**, 2015.

BASU, Paul. **Highland homecomings**: genealogy and heritage tourism in the Scottish diaspora. Londres: Routledge, 2006.

BAUWENS, Michel. **The Political Economy of Peer Production**. In: CTheory.net, 2005. Disponível em: <<https://journals.uvic.ca/index.php/ctheory/article/view/14464/5306>>. Acesso em: 24 de março de 2019.

BAUWENS, Michel.; KOSTAKIS, Vasilis. From the Communism of Capital to Capital for the Commons: Towards an Open Co-operativism. **tripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**, v. 12, n. 1, p. 356–361, 3 abr. 2014.

BELK, Russell. Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0. **Anthropologist**, 18(1): 7-23, 2014.

BENJAMIN, Walter. O Narrador. Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Obras Escolhidas**. Magia e Técnica, Arte e Política.

BENI, Mário. **Análise Estrutural do Turismo**. 11a edição. São Paulo: Senac, 2001.

BENZIDAN, Kenza. Qué coño es eso de la fragilidad blanca? In: MIRANDA, Leticia Rojas; VEGA, Francisco Godoy (ed.). **No existe sexo sin racialización**. Madrid: Fragma, 2017.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BONIN, Jiani Adriana. Mídia e memórias: elementos para pensar a problemática das memórias étnicas midiaticizadas. **LOGOS - Mídias, Migrações e Interculturalidades**, Rio de Janeiro, 2005, p. 38-50.

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

BOULLON, Roberto. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru: EDUCS, 2002.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Editora Paulus, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo (MTur). Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo — **Roteiros do Brasil**: Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização / Brasília: Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, 2007.

BRUNO, Fernanda. Dispositivos de vigilância no ciberespaço: duplos digitais e identidades simuladas. **Revista Unisinos**, São Leopoldo, v. 8, n. 2, 2006.

BUSCHER, Monika, VELOSO, Leticia. **Métodos Móveis**. Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 30, n. 2, 2018.

BUTLER, Judith P. **Gender trouble**: feminism and the subversion of identity. New York: Routledge, 1990.

CAILLÉ, Allain et al. Présentation. In: CAILLÉ, Allain et al. Le don hospitalité. Quand recevoir, c'est donner. **Revue du Mauss**, n. 53, 2019.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 42-69, mai. 2015.

CAMPBELL, Collin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro, Rocco: 2000.

CANCLINI, Néstor García. Los estudios sobre comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario em tiempos neoconservadores. **Diálogos de lacomunicación**, ISSN 1813-9248, No. 32, 1992.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999

COOPER, Chris et al. **Turismo princípios e práticas**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.

COSTA, Ramon Bezerra; FERNANDES, Viviane Marinho; GONÇALVES, Fernando do Nascimento. A construção da confiança em experiências de hospitalidade mediadas pela internet: os casos do Airbnb e do Couchsurfing. **Comunicação, Midia e Consumo** (Online), v. 14, p. 67-89, 2017.

COSTA, Thaís; RODRIGUES, Jarlene; GAMONAL, Lucas. Viagens, Comunicação e Trabalho Exploratório: um estudo na plataforma Worldpackers. IMMACOLATA, Maria Vassallo de Lopes et al. (orgs.) **XVI Congresso Ibercom 2019 [livro eletrônico]: comunicação, violências e transições**. AssIBERCOM Associação Ibero-Americana de Investigadores da Comunicação Pontificia Universidad Javeriana (Colômbia), 1. ed. -- São Paulo: Assibercom, 2021.

COSTANZA-CHOCK, Sacha. **Design Justice**. Community-Led Practices to Build the Worlds We Need. The MIT Press, 2020. Disponível em: <https://design-justice.pubpub.org>. Acesso em: 19 de maio de 2021.

D'ANDREA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020.

DANTAS, Marcos; CANAVARRO, Marcela; BARROS, Marina. Trabalho gratuito nas redes: de como o ativismo de 99% pode gerar ainda mais lucros para 1%. **Liinc em Revista**. Rio de Janeiro, v. 10, n.1, p. 22-43, maio 2014.

DE ALMEIDA, Maria Isabel Mendes; EUGENIO, Fernanda. Da etnografia autoral a etnografia artífice: algumas reflexões sobre o método etnográfico contemporâneo e os modos de operacionalização do encontro com o Outro. In: Ana Maria Nicolaci-da-Costa, Daniela Romão-Dias. (Org.). **Qualidade faz diferença: métodos qualitativos para a pesquisa em psicologia e áreas afins**. 0ed. Rio de Janeiro: PUC/Loyola, 2013, v. 1, p. 143-170.

DE CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2007.

DI ANGELO, Robin. White Fragility. **International Journal of Critical Pedagogy**, Vol 3 (3), 2011, pg. 54-70.

DORAL, Tamara Bueno. **Estereotipos de género en los orígenes de la publicidad: la imagen femenina en el cartel artístico**. Bajo la dirección del doctor Luis Guitérrez-Vierna Espada. Tesis. Universidade Complutense de Madrid. 2012.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **El mundo de los bienes**. Hacia una antropología del consumo. Mexico D.F.: Grijalbo, 1990.

DREDGE, Dianne; GYIMÓTHY, Szilvia (ed.). **Collaborative Economy and Tourism**. Perspectives, Politics, Policies and Prospects. Cham: Springer, 2017.

DUMAZEDIER, Joffre. **Leisure and the social system**. In J. F. Murphy (ed.) Concepts of Leisure. Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1974.

_____. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, SESC, 2008. 3a ed.

DUNKER, Christian Ingo Lenz. A Lógica do Condomínio ou: o Síndico e seus Descontentes. **Revista Leitura Flutuante**. Revista do Centro de Estudos em Semiótica e Psicanálise. PUCSP. São Paulo, Volume 1, 2009.

ELLIOTT, Anthony; URRY, John. **Mobile Lives**. London: Routledge, 2010.

EVANGELO, Naiara Silva; BRAGA, Robson da Silva. “Meeooo, isso é muito black mirror”: A nota da Uber como punição do comportamento social na sociedade da vigilância distribuída. **XXVI Encontro Anual da Compós**, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

FAUSTO NETO, Antonio. Midiatização, prática social, prática de sentido. **Anais do 15o Encontro Anual da COMPÓS** - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. UNESP-Bauru, 6 a 9 de junho de 2006.

_____. Trajetórias do coronavírus e interpenetrações de discurso sociais. FERREIRA, J. (Org.); FAUSTO NETO, Antonio (Org.); GOMES, Pedro Gilberto (Org.); BRAGA, José Luiz (Org.); ROSA, Ana Paula da (Org.). **Midiatização, polarização e intolerância** (entre ambientes, meios e circulações). 1. ed. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2020. v. 1. 358 p.

FEDERICI, Silvia. **Reencantar el mundo**. El feminismo y la política de los comunes. Madrid: Traficantes de sueños. Mapas, 2020.

_____. **Calibã e a bruxa**: Mulheres, corpos e acumulação primitiva. São Paulo: Editora Elefante, 2017, 1ª ed.

FREIRE-MEDEIROS, Bianca; PINHO, Patrícia de Santana. O turismo num mundo de mobilidades. **PLURAL**, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v.23.2, 2016, p.5-16

FINDLAY, Isobel M. Precursors to the Sharing Economy: Cooperatives. In: ALBINSSON, Pia A.; B. YASANTHI, Perera (ed.). **The rise of the sharing economy**: exploring the challenges and opportunities of collaborative consumption. Santa Barbara, California: Praeger, 2018.

FOURNIER, Susan. Consumer resistance: Societal Motivations, Consumer Manifestations, and Implications in the Marketing Domain. **Advances in Consumer Research**, v. 25, p. 88-90, 1998.

FRANCA, Ana Luísa Gallo da. **Expatriação compartilhada [manuscrito]**: a sociabilidade em rede a partir do cotidiano de brasileiros expatriados. Universidade Federal de Minas Gerais, 2014.

FUCHS, Christian. Class and exploitation on the internet. In: SCHOLZ, T. **Digital Labour**. New York, NY: Routledge, 2013.

GANSKY, Lisa. **Mesh**: porque o futuro dos negócios é compartilhar. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

GODBOUT, Jacques. Recevoir, c'est donner. In: CAILLÉ et all. **Le don hospitalité**. Quand recevoir, c'est donner. Revue du Mauss, n. 53, 2019.

GOELDNER, Charles; MCINTOSH, Robert; RITCHIE, Brent. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. 8a edição. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GONZALEZ, Lelia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. **Revista Ciências Sociais Hoje**. Anpocs, 1984, p. 223-244

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização**. Do “Fim dos Territórios” à Multiterritorialidade. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

HALBWACHS, Maurice. **A Memória Coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.

HALL, Colin Michael. Degrowing Tourism: Décroissance, Sustainable Consumption and Steady-State Tourism. **Anatolia**, v. 20, no 1, 2009, p. 46-61.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: SILVA, Tomaz Tadeu; LOURO, Guaracira Lopes. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HARAWAY, Donna. **Manifiesto Ciborgue**. Ciência, tecnologia y feminismo socialista a finales del siglo XX. E-publibre. 2019.

HARVEY, David. **O enigma do capital: e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

HESMONDHAGH, Desmond. **The Cultural Industries**. Los Angeles: SAGE, 2013.

HUI, Yuk. **Tecnodiversidade**. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

HUDSON-WEEMS, Cleonora. **Africana Womanism**: Reclaiming Ourselves. Bedford Publishers. 1994.

JENKINS, Carson; LICKORISH, Leonard. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

JIRÓN, Paola; GOMEZ, Javiera. Interdependencia, cuidado y género desde las estrategias de movilidad en la ciudad de Santiago. **Tempo Social**. Revista de sociologia da USP, v. 30, n. 2, 2018, pp. 55-72.

LAGE, Beatriz Helena Gelas. Segmentação do mercado turístico. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 61-74, 1992.

LASH, Scott; URRY, John. **The End of Organized Capitalism**. Madison: University of Wisconsin Press; 1 edition, 1987.

LECHAT, Noelle M. P.; SCHIOCHET, Valmor. Economía de la dádiva. In: CATTANI, Antonio David (Org.). **La otra economía**. Fundación OSDE, 2004.

LE MOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **Gustar y emocionar**. Ensayo sobre la sociedade de seducción. Barcelona: Editorial Anagrama, 2020.

_____. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LOHMANN, Gui; PANOSSO NETO, Alexandre. **Tourism Theory: concepts, models and systems**. Griffith University, Australia, PanossoNetto, University of São Paulo, Brazil. Wallingford, Oxfordshire, UK: CAB International, 2016.

LOCKER-MURPHY, Laurie; PEARCE, Philip L. Young Budget travelers: Backpacker in Australia. **Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 4, p. 819-843, 1995

MCLUHAN, Marshall. 1964. **Understanding Media: The Extensions of Man**. New York, The New American Library, 397 p.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia. 2ed. Rio de Janeiro: UFRJ. 2001.

MARX, Karl. O ciclo do capital-dinheiro. In: MARX, Karl. **O Capital**, Livro II, Seção I, São Paulo: Abril, 1983/1984.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

MARCUS, George. Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal. **Alteridades**, v. 11, núm. 22, julio-diciembre, 2011, p. 111-127.

MATOS, Beatriz Gondim; BARBOSA, Maria de Lourdes de Azevedo; MATOS, Mariana Bueno de Andrade Matos. Consumo Colaborativo e Relacional No Contexto do Turismo: a

proposição de um modelo entre a sociabilidade e a hospitalidade em rede. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, volume 13, n.01, p. 218-241, agosto de 2016.

MILLER, Daniel. Digital Anthropology. In: STEIN, F et all (ed.). **The Cambridge Encyclopedia of Anthropology**. 2018. <http://doi.org/10.29164/18digital>.

MUNANGA Kabengele, **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**: identidade nacional versus identidade negra. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

NEGRI, Antonio; COCCO, Giuseppe. O trabalho da multidão e o êxodo constituinte. In: PACHECO, Anelise; COCCO, Giuseppe; VAZ, Paulo (orgs.). **O trabalho da multidão**. Rio de Janeiro: Gryphus: Museu da República, 2002.

NOAM, E. Concentración de medios en el mundo. In: MOREIRA, Sônia Virgínia. **Indústria da Comunicação no Brasil**: dinâmicas da academia e do mercado. Rio de Janeiro: UERJ; São Paulo: Intercom, 2015.

NETTO, Alexandre Panosso; GAETA, Cecília. **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

OLIVEIRA, Luiz Alberto. Biontes, Bióides e Borgues. In: NOVAES, Adauto. **O Homem-Máquina**. A ciência manipula o corpo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

PEIRANO, Mariza. Etnografia, ou a teoria vivida. **Ponto Urbe** [Online], 2 | 2008, posto online no dia 06 Agosto 2014, consultado 09 Fevereiro 2015. URL: <http://pontourbe.revues.org/1890>; DOI: 10.4000/pontourbe.1890.

PELLEGRIN, Ana de. **Espaços de Lazer**. In: GOMES, Christianne Luce (org.). Dicionário crítico do lazer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

PEREIRA, Vinícius Andrade. G.A.M.E.S.2.0: gêneros e gramáticas de arranjos e ambientes midiáticos moduladores de experiências de entretenimento, sociabilidades e sensorialidade. In: ANTOUN, Henrique. **Web 2.0**: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

_____. Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos. **Razón y Palabra**, v. 52, p. 52, 2006.

PEREZ, Carlota. Technological revolutions and techno-economic paradigms. Working Papers in Technology Governance and Economic Dynamics. **The Other Canon Foundation**, Norway and Tallinn University of Technology, Tallinn. Disponível em: <http://e-tcs.org/wp-content/uploads/2012/04/PEREZ-Carlota-Technological-revolutions-and-techno-economic-paradigms1.pdf>. Acesso em: 04 de março de 2019.

PINE II, Joseph; GILMORE, James. **The experience economy**: work is theatre and every business is a stage: Goods and services are no longer enough. Harvard Business School Press: Boston, 1999.

PINE II, B. Joseph; GILMORE, James H. Differentiating hospitality operations via experiences: why selling services is not enough. **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. Elsevier: June, 2002.

PRATT, Andy C. An economic geography of the cultural industries. Londres: **LSE Research Online**, 2007. Disponível em: <http://eprints.lse.ac.uk/855>. Acesso em: 13 de julho de 2019.

PRECIADO, Paul B. **Um apartamento em Urano**: Crônicas da travessia. Zahar, 2020.

RAMOS, Jair de Souza. Subjetivação e poder no ciberespaço: da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais. **Vivência**: Revista de Antropologia, v. 1, p. 57- 76, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/8251>.

RECUERO, Raquel. Mídia social, plataforma digital, site de rede social ou rede social? Não é tudo a mesma coisa?. **Medium**, [Brasil], 9 jul. 2019. Disponível em: <https://medium.com/@raquelrecuero/m%C3%ADdia-social-plataforma-digital-site-de-rede-social-ou-rede-social-n%C3%A3o-%C3%A9-tudo-a-mesma-coisa-d7b54591a9ec>. Acesso em: 05 de maio de 2020.

RHEINGOLD, Howard. **The virtual community**: homesteading on the electronic frontier. Nova Iorque: Harper Collins, 1993. Disponível em: <http://www.rheingold.com/vc/book>.

RYAN, Chris. Ways of Conceptualizing the Tourist Experience. A Review of Literature. **Tourism Recreation Research**, 35:1, 37-46, 2010. DOI: 10.1080/02508281.2010.11081617

_____. **The Tourist Experience**. London: Continuum, 2002.

ROSS, Andrew. In search of the lost paycheck, In: SCHOLZ, T. **Digital Labour**. New York, NY: Routledge, 2013.

SANCHO, Amparo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua**. Repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Editora Paulus, 2013.

SANTOS, Patrícia Matos dos. **Nômades digitais**: um estudo etnográfico sobre trabalho móvel contemporâneo e estilo de vida. Tese defendida pelo programa de pós-graduação em comunicação da Universidade Federal Fluminense, 2020.

SENNETT, Richard. **Juntos**: os rituais, os prazeres e a política da cooperação. tradução: Clóvis Marques – Rio de Janeiro: Record, 2012.

_____. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 2005.

SCHOLZ, Trebor. Platform Cooperativism vs. the Sharing Economy. In: DOUAY, Nicolas; WAN, Annie. **Big Data and Civic Engagement**. Roma-Milão: Planum Publisher, 2017.

_____. **Cooperativismo de plataforma**: contestando a economia do compartilhamento corporativo. São Paulo: Fundação Rosa Luxemburgo, Editora Elefante, Autonomia Literária, 2016.

SHELLER, Mimi; URRY, John. The new mobilities paradigm. **Environment and Planning A**, v. 38, 2006, p. 207 - 220.

SHELLER, Mimi. Mobility justice and power. In: **1a Escola de Ciência Avançada em Mobilidades: Teoria e Métodos**. São Paulo, SP: Escola de Artes, Ciências e Humanidade, Universidade de São Paulo, 2017.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da participação**. Criatividade e generosidade no mundo conectado. Zahar: Rio de Janeiro, 2011.

SCHUMPETER, Joseph A. **The theory of Economic Development**, New York: Oxford University Press (1939:1982), Business Cycles, 2 vols., Philadelphia: Porcupine Press, 1911.

SILVEIRA, Sergio Amadeu da. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. In: **Revista da Universidade de São Paulo**. Dossiê Cibercultura. p.14 - 27, Jun./jul./ago. 2010.

_____. Cibercultura, commons e feudalismo informacional. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, no 37, 2008.

SLATER, Don. **Cultura do consume e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SLEE, Tom. **Uberização**. A nova onda do trabalho precarizado. São Paulo: Editora Elefante, 2017.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para um método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

_____. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SUNDARARAJAN, Arun. **The sharing economy**: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism. Cambridge: The MIT Press, 2016.

TOFFLER, Alvin. **A Terceira onda**. Rio de Janeiro, RJ: Record, 2007.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. A experiência do trabalho de campo no universo da comunicação. **Extraprensa (USP)** - cultura e comunicação na América Latina, v. 1, p. 15-19, 2014.

TURKLE, Sherry. **Always-on always-on-you: the tethered self**. In: James Katz (ed.) *Handbook of mobile communications and social change*. Cambridge, MA., 2006.

TURNER, Victor W. Dewey, Dilthey, and Drama: an essay in the anthropology of experience. In: TURNER, Victor W.; BRUNER, Edward M. (Eds.). **Anthropology of Experience**. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1986. p. 33-44.

URRY, John. **Mobilities**. Cambridge: Polity Press, 2007.

_____. **O Olhar do Turista**. 3a edição. Editora Studio Nobel/SESC: São Paulo. 2001.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. Oxford University Press: New York, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The Platform Society**. Public values in a connective world. Oxford University Press: New York, 2018.

VELHO, Gilberto. e VIVEIROS de CASTRO, Eduardo B. O Conceito de Cultura e o Estudo das Sociedades Complexas: uma perspectiva antropológica. **Artefato: Jornal de Cultura**. Rio de Janeiro: Conselho Estadual de Cultura, n. 1, Jan. 1978.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos**, Buenos Aires, n. 48, p. 9-16, 1997.

VIEIRA, Ariana Martins; GALDAMEZ, Edwin Vladimir Cardoza; SOUZA, Fernando Bernardi de; OLIVEIRA, Otávio José de. Diretrizes para o desenvolvimento coletivo de melhoria contínua em arranjos produtivos locais. **Gestão da Produção**, São Carlos, v. 20, n. 2, p 469-480, 2013.

VON BERTALANFFY, Ludwig. **General system theory**. New York, George Brazillier, 1968. p. 38.

VOUGA, André; CANO, Amanda; VASCO, Isabelli. **Ecos contraculturais em plataformas comunicacionais de consumo colaborativo: insights a partir do caso do Couchsurfing.com**. Rio de Janeiro: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2015.

WAJCMAN, Judy. **Feminism Confronts Technology**. The Pennsylvania State University Press: Pennsylvania, 2000.