



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO**  
**NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**FRANCISCO RODOLFO XAVIER RAMALHO**

**ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: APROXIMAÇÕES E  
DISTANCIAMENTOS ENTRE A NOÇÃO E A PRÁTICA DA  
PARTILHA**

Salvador

2019

**FRANCISCO RODOLFO XAVIER RAMALHO**

**ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: APROXIMAÇÕES E  
DISTANCIAMENTOS ENTRE A NOÇÃO E A PRÁTICA DA  
PARTILHA**

Dissertação apresentada ao Núcleo de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Administração.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Ariádne Scalfoni Rigo.

Salvador  
2019

Escola de Administração - UFBA

R165 Ramalho, Francisco Rodolfo Xavier.

Economia do compartilhamento: aproximações e distanciamentos entre a noção e a prática da partilha / Francisco Rodolfo Xavier Ramalho. – 2019.

101 f.

Orientadora: Profa. Dra. Ariádne Scalfoni Rigo.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2019.

1. Servas – Brasil. 2. Airbnb (Firma). 3. Economia compartilhada – Estudo e ensino. 4. Estudo comparado. 5. Hospitalidade. 6. Empreendedorismo social. I. Universidade Federal da Bahia. Escola de Administração. II. Título.

CDD – 658.1144

CDU – 316.64

**FRANCISCO RODOLFO XAVIER RAMALHO**

**ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: APROXIMAÇÕES E  
DISTANCIAMENTOS ENTRE A NOÇÃO E A PRÁTICA DA  
PARTILHA**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração, Universidade Federal da Bahia, pela seguinte banca examinadora:

Aprovada em 4 de fevereiro de 2019

---

**Profa. Dra. Ariádne Scalfoni Rigo – Orientadora**  
Doutora em Administração (UFBA)  
Universidade Federal da Bahia

---

**Prof. Dr. Genauto Carvalho de França Filho**  
Doutor em Sociologia (Université Paris Diderot)  
Universidade Federal da Bahia

---

**Prof. Dr. Jeová Torres Silva Júnior**  
Doutor em Administração (UFBA)  
Universidade Federal do Cariri

A  
Meus pais, José Batista e Antônia Lucivanda (Lúcia),  
Por serem o que eu chamo de lar.

## AGRADECIMENTOS

Escrevo as próximas linhas cheio de muita gratidão por todas as pessoas que estiveram comigo até aqui. Não somente durante os dois últimos anos em que fiz o mestrado, mas durante todos os 26 anos de vida que tenho e que me fizeram ser o que sou hoje. Sou muito grato a meus pais, Antônia Lucivanda (Lúcia) e José, e às minhas irmãs, Cléo e Chélida, que são minha família, as pessoas com as quais eu sei que posso recorrer a qualquer momento. Agradeço pelo apoio e por, mesmo à distância, estarem comigo.

Em maio de 2017, lembro-me que vim para Salvador cheio de excitação e também de medo pelo que me reservariam os dois anos que viriam pela frente. Cheguei em Salvador consciente de que, para fazer dos meus dois anos um tempo agradável, precisaria me relacionar, conhecer gente, fazer amigos. Não esperava encontrar aqui solo fértil para tanto amor fraternal. Conheci pessoas incríveis com as quais compartilhei diversos tipos de situações e sentimentos. Estabeleci vínculos. Vínculos esses que me levam a agradecer aqui por vossas presenças em minha vida, por serem exatamente o que são e como são. Assim, agradeço aos meus amigos por estarem comigo: André Spalenza, Carlos Eduardo, Émerson Garcia, Léo Santolli, Nino (Zvonimir Nincevic), Tamires Lordelo e Victor Oliveira. Sem vocês a minha experiência não teria sido completa. Agradeço especialmente aos queridos amigos André e Tamires, nos quais eu encontrei apoio sempre que precisei. Muito obrigado por estarem sempre comigo e por serem sempre mais do que o eu esperava.

Agradeço também a todos aqueles que foram fundamentais para o desenvolvimento da minha pesquisa e para o meu avanço como pesquisador. Aqui cabe o meu agradecimento especial à profa. Ariádne Scalfoni Rigo, que me orientou no mestrado, por se colocar sempre à disposição, por todas as conversas trocadas e por ter lançado luz em muitos caminhos que ainda estavam obscuros.

Agradeço a todos os meus professores, sem vocês eu não estaria aqui hoje. Em especial, agradeço pelo prof. Jeová Torres Silva Jr., que me orientou durante a graduação, e que é o principal responsável por ter me feito chegar ao NPGA/UFBA. Lembro-me de quando procurei o professor, ainda na graduação, e lhe disse que gostaria de fazer seleções para o mestrado. Minha gratidão, professor, por ter me mostrado o caminho.

Agradeço aos colegas do NOUS, Núcleo de Estudos Aplicados a Organizações de Utilidade Social, em especial à profa. Ariádne, André, Laerson, Tamires, Tatiana e Victor, por todas as valorosas discussões no grupo.

Também não poderia deixar de agradecer a todos no NPGA e, em especial, à Anaélia, por toda a paciência nas inúmeras vezes em que lhe procurei pessoalmente, via ligação, e-mail ou whatsapp, para tirar dúvidas.

Agradeço também a todos que dispuseram um pouco de seu tempo para por mim serem entrevistados ao longo da pesquisa. Tem um pouco de cada um de vocês nas páginas que se seguem. Minha gratidão à Alvany Santiago, Dorly Schutz e, em especial, ao José Dantas, coordenador regional do Servas, por me colocarem em contato com os membros da rede e por terem se colocado à disposição para me auxiliar no que fosse necessário.

Agradeço à Deus, por não ter deixado faltar força e crença em dias sempre melhores.

RAMALHO, Francisco Rodolfo Xavier. Economia do Compartilhamento: aproximações e distanciamentos entre a noção e a prática da partilha. 105 f. 2019. Dissertação (Mestrado) – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

## RESUMO

A presente dissertação tem como objetivo analisar as aproximações e distanciamentos existentes entre o que é a partilha e o que é praticado pelos usuários de organizações atuantes no que tem sido chamado de economia do compartilhamento. Portanto, este trabalho contribui para a melhor compreensão de como se dão tais práticas em organizações e, de como tais práticas, podem se aproximar ou se distanciar da prática da partilha. Tal contribuição se constitui em uma tentativa de desfazer uma possível falha no uso da expressão “economia do compartilhamento”. Para isso, foram estudadas as práticas da partilha em duas organizações que se propõem a compartilhar espaços físicos, como apartamentos, casas, quartos, com pessoas do mundo inteiro: o Airbnb e o Servas. A primeira delas, surgida em 2008, é uma organização com fins lucrativos que se propõe a oferecer preços abaixo do mercado tradicional de hospitalidade, e, a segunda delas, uma organização sem fins lucrativos, surgida em 1949, com o ideal de promover a tolerância e a paz por meio de uma rede de hospitalidade gratuita. Parte-se do pressuposto que, a prática da partilha existe no Servas, enquanto as práticas existentes no Airbnb mais se aproximam do que tem sido chamado de pseudo-compartilhamento. Assim, as organizações inseridas nesse contexto poderiam ser divididas em dois grupos: aquelas que efetivamente praticam a partilha como as que são representadas pelos membros do Servas; e aquelas que praticam o pseudo-compartilhamento como as que são representadas pelos usuários do Airbnb. A teoria da dádiva de Mauss foi utilizada como lente de análise para a prática da partilha em tais organizações. Foram realizadas doze entrevistas, seis com usuários do Airbnb e seis com membros do Servas, e, posteriormente, empreendeu-se a análise do conteúdo. Os resultados revelaram que, enquanto no Servas, pode-se observar grande semelhança entre a partilha a partir da dádiva e as práticas encontradas no mesmo, no Airbnb o que se observa é certo distanciamento entre a partilha e as práticas encontradas no mesmo, confirmando, assim, o pressuposto apresentado. Pela dissonância existente entre a noção e as práticas que se dão em organizações como Airbnb, sugere-se, ao final do trabalho, a utilização de termos e expressões que melhor representem as práticas de tais organizações, como economia da demanda,



economia do acesso ou economia de plataformas, para organizações como o Airbnb; ao passo que, para as que apresentarem aproximação entre a noção e a prática da partilha, possam ser chamadas de “economia do compartilhamento”. Estudos futuros podem buscar melhor apresentar e analisar o campo de práticas das organizações que praticam a partilha como forma de desmistificar as práticas de pseudo-compartilhamento de grandes empresas do mercado.

**Palavras-chave:** economia do compartilhamento; partilha; dádiva; pseudo-compartilhamento.

RAMALHO, Francisco Rodolfo Xavier Ramalho. Sharing Economy: approximations and distances between the notion and practice of sharing. (Bahia, Brazil). 105 pp. 2019. Master Dissertation – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

## **ABSTRACT**

The present dissertation aims to analyze the approximations and distances between what is the sharing and what is practiced by the users of organizations acting in what has been called sharing economics. Therefore, this work contributes to a better understanding of how these practices are given in organizations, and how these practices can be approached or distanced from the practice of sharing. Such a contribution constitutes an attempt to undo a possible failure to use the term "sharing economy". To that end, we studied the practices of sharing in two organizations that propose to share physical spaces, such as apartments, houses, rooms, with people from all over the world: Airbnb and Servas. The first of these, which emerged in 2008, is a for-profit organization that proposes to offer prices below the traditional hospitality market, and the second is a non-profit organization, founded in 1949, with the ideal of promoting tolerance and peace through a network of free hospitality. The assumption is that the practice of sharing exists in Servas, while existing practices in Airbnb more closely approximate what has been called pseudo-sharing. Thus, the organizations inserted in this context could be divided into two groups: those that actually practice sharing such as those represented by Servas members; and those practicing pseudo-sharing like those represented by Airbnb users. Mauss's gift theory was used as a lens of analysis for the practice of sharing in such organizations. Twelve interviews were conducted, six with Airbnb users and six with Servas members, and later content analysis was undertaken. The results revealed that, while in Servas, one can observe a great similarity between the sharing from the gift theory and the practices found in it, in Airbnb what is observed is a certain distance between the sharing and the practices found in the same, confirming, thus, the assumption presented. Due to the dissonance between the notion and the practices that occur in organizations such as Airbnb, it is suggested, at the end of the paper, the use of terms and expressions that best represent the practices of such organizations, such as demand economy, access economy or platform economy for organizations such as Airbnb; whereas for those that present an approximation between the notion and the practice of sharing, they can be called the "sharing economy". Future studies may better seek to present

and analyze the practice field of organizations that practice sharing as a way of demystifying the pseudo-sharing practices of large companies in the market.

**Key-words:** sharing economy; sharing; gift economy; pseudo-sharing.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	19
2.1 A CONTRADIÇÃO ENTRE O QUE SE ENTENDE POR ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO E O QUE É PRATICADO NA MESMA.....	19
2.2 AS CONTRIBUIÇÕES DE MAUSS E POLANYI PARA O ENTENDIMENTO DE SISTEMAS DE TROCAS BASEADOS NAS RELAÇÕES SOCIAIS. ....	21
<b>2.2.1 Karl Polanyi e a abordagem substantiva da economia como contexto para a dádiva.</b> ..22	
<b>2.2.2 A crítica às relações de mercado a partir da dádiva.</b> .....	25
<b>2.2.3 A equivalência e o cálculo.</b> .....	27
<b>2.2.4 A liberdade mercantil e as relações de confiança.</b> .....	27
<b>2.2.5 O vínculo: relação estabelecida por meio do laço e da memória.</b> .....	28
<b>2.2.6 Relações de reciprocidade: um convite à retribuição.</b> .....	29
<b>2.2.7 A dimensão simbólica na qual tais relações estão inseridas.</b> .....	30
<b>2.2.8 A noção de rede: onde a dádiva acontece.</b> .....	30
<b>2.2.9 A Partilha: o conjunto das relações.</b> .....	31
<b>2.2.10 A dádiva como terceira via</b> .....	31
2.3 DISCUSSÃO SOBRE O COMPARTILHAMENTO NA ERA DIGITAL. ....	33
<b>3. CARACTERIZAÇÃO DO SERVAS E AIRBNB.</b> .....	36
3.1 SERVAS .....	36
3.2 AIRBNB.....	40
<b>4. ESCOLHAS METODOLÓGICAS</b> .....	44
4.1 PARTICIPANTES E PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS.....	44
4.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	45
4.3 PROCESSAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS .....	47
<b>5. ANÁLISES E DISCUSSÕES</b> .....	48
5.1 SERVAS .....	48
<b>5.1.1 A Rede Servas como ponto de partida para o estabelecimento de relações de         confiança.</b> .....	48
<b>5.1.2 O perfil Servas e a dimensão simbólica das relações nele estabelecidas.</b> .....	50
<b>5.1.3 As relações de vínculo como um convite à reciprocidade.</b> .....	54
<b>5.1.4 A reciprocidade como o retorno espontâneo e voluntário.</b> .....	56
<b>5.1.5 A Partilha como a troca de tudo.</b> .....	59
5.2 AIRBNB.....	60

5.2.1 Relação mercadológica e a busca por equivalência.....	60
5.2.2 A busca por vantagem financeira como faceta da relação mercadológica.....	63
5.2.3 A confiança que vem da plataforma online.....	65
5.2.4 A reciprocidade como retribuição simétrica.....	66
5.2.5 A noção fragilizada da partilha nas relações de mercado. ....	67
5.3 SERVAS E AIRBNB: APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS. ....	71
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>74</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>77</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>83</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Ao fenômeno surgido a partir da disponibilização de bens e serviços de forma compartilhada através de redes físicas ou digitais dá-se o nome de economia do compartilhamento (*sharing economy*) (CANTERA; VAQUERO, 2012; CHASE, 2015; CHRISTENSEN *et al*, 2015; GANSKY, 2011; RIFKIN, 2014). Grandes organizações têm surgido ao redor do mundo, a partir da emergência do compartilhamento como fenômeno econômico, como os casos do Airbnb, BlaBlaCar, Kickstarter.

Tais práticas rapidamente se expandiram nos últimos anos e tendem a crescer ainda mais nos próximos (GANSKY, 2011; SCHOR, 2014). Exemplos disso são as práticas de compartilhamento de locais de trabalho (*coworking*), de quartos ou apartamentos (*colodging*), de carros (*carsharing* e *carpooling*), de financiamento coletivo (*crowdfunding*), entre outros. Essas práticas de compartilhamento se espalham na velocidade da Internet que, ao fornecer a infraestrutura necessária tanto para hospedar plataformas e sites quanto para fazê-los chegar a maior quantidade possível de usuários, tornou o fenômeno mundial (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2006).

No entanto, o compartilhamento por si mesmo não é um fenômeno novo (BELK, 2017; JOHN, 2013a, 2013b; MORLIGHEM, 2014). Ao contrário, desde a pré-história o homem foi habituado a compartilhar. Mesmo o compartilhamento como parte de um sistema de trocas já podia ser observado em sociedades primitivas. Conforme pode ser visto nas investigações empreendidas por Marcel Mauss acerca da organização social de alguns exemplos dessas sociedades, a partilha já era praticada com diversas finalidades: gerar vínculos, relações de reciprocidade e de confiança. Finalidades essas que criaram um complexo sistema de trocas entre tribos (MAUSS, 1950).

Mauss (1950), em seu *Ensaio Sobre a Dádiva*, lançou os fundamentos da dádiva, sistema de trocas baseado na tríade dar, receber e retribuir. Tal tríade constitui um ciclo contínuo de trocas entre tribos no qual as relações estabelecidas transcendiam qualquer valor material que os bens trocados pudessem ter. As relações de vínculo, de reciprocidade e de confiança estabelecidas na rede criada pela dádiva como sistema de trocas são permeadas por um simbolismo que permite situar a mesma para além de qualquer outro sistema de trocas que se baseie na troca monetária.

As práticas sistematizadas na economia da dádiva, ou do dom (CAILLÉ, 2002; GODBOUT 1992), estavam longe de entrar nos quadros da economia supostamente natural do

utilitarismo, uma vez que não são orientadas pela razão individualista e competitiva, lógicas dominantes nos dias de hoje (CAILLÉ, 1998; MARTINS; CATTANI, 2014). Essa crítica utilitarista constitui o cerne da produção dos teóricos reunidos em torno do Movimento Antiutilitarista das Ciências Sociais (M.A.U.S.S.). Além de homenagear Mauss, o movimento divulga o caráter antiutilitarista da teoria da dádiva e o potencial da mesma para o estabelecimento de uma crítica consistente à doutrina neoliberal.

Mauss (1950), por meio de sua análise das trocas nas sociedades arcaicas, traçou os fundamentos de nova abordagem plural da economia (MARTINS; CATTANI, 2014). De acordo com Laville (2004) e Martins e Cattani (2014), a abordagem econômica de Mauss converge muito com a de Karl Polanyi, sobretudo em suas críticas ao reducionismo da economia à economia mercantil, que explica a ação econômica apenas pelo interesse material individual (LAVILLE, 2004). Segundo Laville (2004), as contribuições de Polanyi e Mauss podem ser interpretadas como a disponibilização de uma grade de análise que permite apreender o caráter plural da economia real pela evidenciação da existência de uma diversidade de princípios econômicos de distribuição e de produção. No clássico *A Grande Transformação*, escrito em 1944, Polanyi apresenta sua tese histórica, cuja principal contribuição foi a de ter resgatado a dinâmica dos sistemas econômicos nas sociedades pré-capitalistas para explicar as motivações do homem enquanto ser social (VINHA, 2001).

De acordo com Vinha (2001), Polanyi considerava a economia de mercado uma novidade histórica, isto é, nenhuma outra sociedade além da nossa foi controlada por um padrão institucional definido como um sistema auto regulável dirigido pelos preços, não sofrendo interferência de nenhum outro fator externo. Para Polanyi (2000), a economia de mercado seria apenas uma entre outras modalidades econômicas. A existência de outros princípios econômicos além do de mercado, conforme se vê em Polanyi (2000), fornece o quadro teórico que possibilita a contextualização de práticas de trocas que se baseiem em relações outras que não somente as competitivas e materialistas presentes na economia de mercado, tal como a dádiva.

Assim, por suas abordagens econômicas, acredita-se aqui que Mauss e Polanyi possam auxiliar na compreensão da emergência do compartilhamento como uma forma organizada de se construir relações econômicas. Práticas pré-capitalistas, conforme descritas em Mauss (1950) e Polanyi (2000), podem ter alguma semelhança com o que alguns autores entendem por economia do compartilhamento. Para autores como Cornella (2012), Rifkin (2014) e Schor

(2014), a economia do compartilhamento busca promover relações cooperativas, colaborativas e sustentáveis por meio do uso da tecnologia.

Além disso, o princípio da dádiva de Mauss (1950), um sistema de trocas imerso em relações sociais se aproxima do que autores como Wittel (2011), Belk (2007) e John (2013a, 2013b), por exemplo, afirmam mais recentemente sobre o compartilhamento em si. Para John (2013b), o compartilhamento implica interdependência, confiança, senso de comunidade, doação, zelo e companheirismo, mesmo que a maioria das pessoas com quem estamos compartilhando sejam invisíveis ou desconhecidas. No entanto, segundo o mesmo autor, o compartilhamento da forma como tem sido praticado online pode produzir distorções, ilusões e desilusões. Por isso, conforme Wittel (2011), a ideia de compartilhamento, sobretudo após a popularização do uso da Internet, deve ser encarada com cautela.

Conforme pode se ver em diversos estudos, como em Martin, Upham e Budd (2017), Chang e Wang (2018), Hong e Lee (2017), Huarng (2017), entre outros, na prática, o compartilhamento tem sido utilizado como uma nova forma de chamar a disponibilização de bens e serviços no meio online com pouca ou nenhuma diferença do que se vê tradicionalmente nas práticas mercantis. Tal uso da noção de compartilhamento para designar desde um modelo de negócio à proposta de mudança social revela a confusão que permeia as discussões acerca da economia do compartilhamento.

Na tentativa de trazer mais clareza à essa discussão ainda obscura, Belk (2017) divide as organizações inseridas no contexto da economia do compartilhamento entre aquelas que praticam o compartilhamento de fato e as demais que praticam o que o autor chamou de *pseudosharing*. A ideia do *pseudosharing* em Belk (2017) se assemelha ao do *sharewashing*, primeiramente mencionado por Kalamar (2013), que seria a prática de mascarar um negócio como compartilhamento para usufruir dos benefícios que o uso do termo possa agregar ao mesmo (KALAMAR, 2013; MENA, 2016).

Assim, o que se vê hoje é a uma explosão da quantidade de organizações que se inserem no contexto de economia do compartilhamento, mas que possuem práticas que sequer se aproximam da noção de partilha. Exemplos de organizações que afirmam ser a prática do compartilhamento fundamental para as atividades das mesmas são o Servas e o Airbnb. Em ambas as organizações, pessoas se propõem a compartilhar espaços físicos, como apartamentos, casas, quartos, com pessoas do mundo inteiro.



O Servas é uma organização sem fins lucrativos que, de acordo com Molz (2011), se constitui na primeira rede de hospitalidade internacional. Fundado em 1949 por Bob Luitweiler, um pacifista que se recusou a lutar na Segunda Guerra Mundial, o Servas surge com o ideal de promover a tolerância e a paz mundial por meio da interação entre pessoas que uma rede de hospitalidade poderia propiciar (MOLZ, 2011).

Já o Airbnb, o principal exemplo do que tem sido chamado de economia do compartilhamento, segundo Blal, Singal e Temlin (2018), é uma organização com fins lucrativos fundada em 2008 que se constitui em uma plataforma online onde usuários podem disponibilizar quartos e apartamentos para locação, ou para compartilhamento, conforme afirma a empresa, com outros usuários que estejam procurando pelos mesmos. Assim, o Airbnb se caracteriza por fazer hóspedes terem experiências locais em suas viagens, por meio da estadia com moradores da localidade, com preços abaixo dos oferecidos pelo mercado de hospitalidade tradicional, representado pelos hotéis e pousadas (PWC, 2015).

Tais organizações têm em comum o fato de disponibilizarem hospedagens para serem compartilhadas por pessoas do mundo inteiro. Muito embora difiram em diversos outros aspectos, tanto o Servas quanto o Airbnb se inserem no que pode ser entendido por economia do compartilhamento, uma vez que o mesmo tem sido tratado como um conceito guarda-chuva sob o qual se abrigam uma infinidade de organizações que têm em comum o fato de se proporem a compartilhar algo de diversas maneiras. Tais práticas difusas do que as organizações inseridas nesse contexto têm chamado de compartilhamento introduzem uma reflexão mais profunda que nos leva a questionar as práticas realizadas na economia do compartilhamento: afinal, existe a prática de partilha no que atualmente denomina-se economia do compartilhamento? Quais as aproximações existentes entre o que é a partilha e ao que é praticado pelos usuários dos serviços disponibilizados pelas organizações atuantes nesse contexto?

Parte-se do pressuposto que, a prática do compartilhamento existe no Servas, enquanto as práticas existentes no Airbnb mais se aproximam do que tem sido chamado de pseudo-compartilhamento. Enquanto os princípios da partilha podem ser identificados com clareza entre os membros do Servas, tais princípios são quase imperceptíveis entre os usuários do Airbnb. Assim, as organizações inseridas nesse contexto poderiam ser divididas em dois grupos: aquelas que efetivamente praticam a partilha como as que são representadas pelos membros do Servas; e aquelas que praticam o pseudo-compartilhamento como as que são representadas pelos usuários do Airbnb.

Com a intenção de responder aos questionamentos anteriormente apresentados, o objetivo do presente trabalho se constitui em analisar as aproximações e distanciamentos existentes entre o que é a partilha e o que é praticado pelos usuários de organizações atuantes nesse contexto. Para o alcance desse objetivo geral foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Apresentar a partilha a partir da perspectiva da dádiva de Mauss;
- b) Compreender como se apresentam as práticas da partilha modernamente no que tem sido chamado de economia do compartilhamento.
- c) Analisar as práticas da partilha a partir das experiências dos usuários do Airbnb e dos membros do Servas.

Tal estudo se justifica pela clara necessidade por estudos que aprofundem o entendimento acerca do fenômeno em questão, sobretudo por abordagens que fujam do utilitarismo com o qual o mesmo é tratado predominantemente (SILVEIRA *et al*, 2016). Se, por um lado, há quantidade crescente de trabalhos que o trate a partir da visão mercadológica, como estratégia em negócios, inovação e competitividade (HUARNG, 2017; RIBEIRO-SORIANO; ZENG, 2018; OLYA *et al*, 2017; GIBS *et al*, 2018; BLAL; SINGAL; TEMPLIN, 2018); por outro, há carência por trabalhos que aprofundem a discussão acerca da compreensão das práticas realizadas e que busquem maior entendimento acerca da confusão em relação ao campo da economia do compartilhamento (PARK; ARMSTRONG, 2017; LINDBLOM; LINDBLOM, 2017; DAVIDSON; HABIBI; LAROCHE, 2018; GREGORY; HALFF, 2017; ACQUIER; DAUDIGEOS; PINKSE, 2017).

Tais discussões se fazem fundamentais quando levado em consideração o aumento do uso de expressões correlatas sobretudo a partir da atual infraestrutura trazida pela Internet. De acordo com John (2013a, 2013b), os sites da internet são permeados por referências ao compartilhamento e o termo é usado de maneira cada vez mais abrangente. Neles, os usuários são convidados a compartilhar fotos, opiniões, vídeos, ideias, experiências. Tais convites, para John (2013a) tornam o entendimento do termo ainda mais confuso. A confusão em relação ao termo pode significar a confusão em relação ao campo próprio da economia do compartilhamento.

De forma semelhante, Wittel (2011, p. 4) afirma que “a noção de compartilhamento recebeu recentemente muita atenção ao se falar sobre mídia e culturas de rede”. Para o autor, o compartilhamento pode ser dividido em duas eras: a pré-digital, na qual o mesmo foi concebido para produzir trocas sociais, e a era digital, na qual introduz a ideia de compartilhamento

disseminado em larga escala. Segundo Wittel (2011), o que torna o compartilhamento na era digital tão difícil de entender é exatamente o desfoque entre esses propósitos, o de produzir trocas sociais e o de relações massificadas pela disseminação em larga escala.

Conforme Davidson, Habibi e LaRoche (2018), há uma certa generalização nas pesquisas empíricas que tratam da economia do compartilhamento ao não estabelecer as diferenças entre compartilhamento e troca, ao passo que consideram uma vastidão de iniciativas de trocas como economia do compartilhamento. Espera-se, assim, que este trabalho contribua para a melhor compreensão de um fenômeno emergente, o da economia do compartilhamento, por meio do entendimento da prática da partilha e do olhar dos usuários dos serviços disponibilizados. Tal compreensão poderá auxiliar a reduzir a confusão com o qual a mesma é tratada, espelho do seu confuso campo de práticas, onde tudo pode ser economia do compartilhamento desde que se proponha a disponibilizar um ativo a ser utilizado por outros.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO.

Na presente seção é apresentado o referencial teórico no qual se apoia este trabalho. Inicialmente, é exposta a contradição entre o que se entende por economia do compartilhamento e o que é praticado na mesma. Conforme apresentado anteriormente, enquanto alguns autores situam a mesma como uma forma de promover relações colaborativas, cooperativas e sustentáveis, o universo de práticas parece sugerir que a lógica competitiva, materialista e acumulativa do mercado permanece intocada. Posteriormente é apresentada a teoria da dádiva de Mauss como lente de análise para a prática da partilha e a abordagem de economia substantiva de Polanyi como forma de contextualizar as relações orientadas por princípios não-mercadológicos expostos na dádiva. Por fim, nesta seção, é apresentada discussão acerca da prática da partilha na era digital.

### 2.1 A CONTRADIÇÃO ENTRE O QUE SE ENTENDE POR ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO E O QUE É PRATICADO NA MESMA.

Conforme Cornella (2012), Rifkin (2014) e Schor (2014), a economia do compartilhamento emerge no século XXI como uma proposta de mudança no seio do capitalismo, buscando promover a sustentabilidade, a cooperação e a colaboração por meio do uso da tecnologia. Para Rifkin (2014), a era do capitalismo está passando; não rapidamente, mas inevitavelmente. Segundo o mesmo autor, nós já estamos vivendo um momento de economia híbrida, parte capitalista e parte colaborativa (RIFKIN, 2014).

Tal proposta de colaboração surge a partir das ideias de conexão, criatividade e inovação (CANTERA; VAQUERO, 2012; CHRISTENSEN *et al*, 2015; GANSKY, 2011). Por meio da leitura de autores que pesquisam a economia do compartilhamento (BÉCHAUX, 2014; GANSKY, 2010; MORLIGHEM, 2014; OWYANG *et al*, 2013), torna-se possível apresentar tal fenômeno como o resultado de três revoluções gestadas a partir da década de 1970 até a atualidade: a) revolução tecnológica, representada pela evolução das tecnologias que transformaram o mundo nas últimas décadas; b) revolução ambiental: representada pelas lutas em defesa do meio ambiente e o aumento da consciência ambiental; e c) revolução econômica: representada pelas diversas crises pelas quais têm passado a economia capitalista. Conforme Ramalho e Silva Jr (2016), a convergência dessas três revoluções tornou possível o surgimento da economia do compartilhamento como um fenômeno econômico.

Bendel (2014) define a economia do compartilhamento como o empréstimo sistemático de objetos, especialmente os de posse individual. Assim, alinhado à ideia de mudanças anteriormente exposta, a economia do compartilhamento se constituiria em um fenômeno econômico que apresenta uma alternativa à posse e faz crescer o consumo consciente e a proliferação de comunidades colaborativas na web, alimentado pelo desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) (BOTSMAN, 2013; BOTSMAN; ROGERS, 2010; DEMSETZ, 2002; HAMARI; SJOKLINT; UKKONEN, 2016; KAPLAN; HAENLEIN, 2010; RICHTER *et al*, 2017; WANG; ZHANG, 2012).

Segundo Rifkin (2016) o novo caráter de compartilhamento já está promovendo mudanças de hábitos de consumo a partir das gerações mais jovens que dão prioridade a redes distributivas, colaborativas, entre pares; menos materialista, oportunista e competitiva e mais sustentável, empática e colaborativa. Tais ideais de sustentabilidade, empatia e colaboração parecem ir de encontro aos ideais do mercado, tais como a competição, o oportunismo e o materialismo.

O tom dado nas discussões por parte do referencial teórico seminal da economia do compartilhamento, conforme exposto anteriormente, parece sugerir que a mesma se constitui em um fenômeno capaz de introduzir profundas mudanças no atual modelo de produção e consumo. Entretanto, esse tom parece não ser o mesmo quando observadas as práticas de negócios incluídos nesse contexto. Exemplo disso são diversos estudos que utilizam grandes organizações, tais como as novas gigantes do setor de transporte e do setor de hospitalidade, respectivamente, a Uber e o Airbnb, como exemplos de iniciativas da economia do compartilhamento. Tais estudos apresentam uma economia do compartilhamento orientada ao mercado, com modelos de negócios inovadores, e não como proposta de mudanças no seio do capitalismo, uma vez que sua lógica é intocada (MARTIN, UPHAM, BUDD, 2017; CHANG; WANG, 2018; HONG; LEE, 2017; HUARNG, 2017; RIBEIRO-SORIANO; ZENG, 2018; OLYA; ALTINAY GAZI; ALTINAY AKSAL, 2017; GUTTENTAG; SMITH, 2017; WEBER, 2016; MUNOZ; COHEN, 2017).

O uso da noção de compartilhamento para designar desde um modelo de negócio à proposta de mudança social revela a confusão que permeia as discussões acerca da economia do compartilhamento. Isso porque o entendimento da economia do compartilhamento como uma mudança no modo de compreender e de fazer economia se desintegra quando empresas “gigantes e invisíveis” se enxergam parte do mesmo fenômeno.

A atuação de tais empresas parecem as aproximar mais das noções de competição, materialismo e acumulação, introduzidas pela economia de mercado, do que das noções de sustentabilidade, colaboração e cooperação. Conforme Polanyi (2000), o credo mercantil é complementante materialista e as relações estabelecidas no mesmo são motivadas pelo lucro, pelo ganho financeiro. O uso da ideia de compartilhamento por tais organizações transforma o mesmo na simples prestação de serviços no meio online, o que em muito se distancia das noções de relações sustentáveis, compartilhadas, colaborativas e cooperativas. Para acentuar essa contradição que envolve o que se entende por compartilhamento e a prática do mesmo nessa suposta nova forma de economia, o presente trabalho se apoia na dádiva de Mauss (1950). Conforme Godbout (1992), as relações estabelecidas na dádiva se constituem em um sistema de relacionamentos propriamente sociais na medida em que esses são irredutíveis aos relacionamentos de interesse da economia e do poder. Tais relações sociais poderiam ter em uma economia que tem sido chamada “do compartilhamento”, terreno fértil para o seu florescimento caso suas práticas tivessem maior ligação com a noção de partilha.

## 2.2 AS CONTRIBUIÇÕES DE MAUSS E POLANYI PARA O ENTENDIMENTO DE SISTEMAS DE TROCAS BASEADOS NAS RELAÇÕES SOCIAIS.

De acordo com Polanyi, Arensberg e Pearson (1957), somente o significado substantivo de economia pode ser utilizado para uma investigação das economias do passado e do presente nas ciências sociais. Tal noção substantiva de economia, parte do pressuposto que as relações admitem uma pluralidade de princípios econômicos que vão além do de mercado (LAVILLE, 2009).

Conforme Laville (2009), contrariamente a abordagem formal, ou tradicional, da economia, Polanyi propõe uma abordagem histórica e antropológica para o entendimento do fato econômico. Para Polanyi (2000), a economia do homem está submersa em suas relações sociais e em um sistema econômico dirigido por motivações não financeiras. São características de tal economia, a ausência de motivação de lucro; a ausência de trabalhar por uma remuneração; e a ausência do princípio do menor esforço (POLANYI, 2000).

Por tal abordagem, acredita-se aqui que a compreensão de Polanyi (2000) acerca do fato econômico se constitui em uma forma de introduzir a discussão acerca da dádiva de Mauss (1950) e suas possíveis expressões na atualidade. Conforme Godbout (1992), as relações

estabelecidas na dádiva, ou no dom, se constituem em um sistema de relacionamentos propriamente sociais na medida em que esses são irredutíveis aos relacionamentos de interesse da economia e do poder.

Para Godbout (1992, p.14), “o dom serve antes de mais nada para estabelecer relações”. Nas sociedades arcaicas, o foco está nas relações entre as pessoas e não nas relações entre as coisas, por isso, no dom, o laço é mais importante que o bem (CAILLÉ, 2002). Por outro lado, no mercado há a fuga do estabelecimento de tais relações, em privilégio de relações despersonalizadas (GODBOUT, 1992).

Assim, na presente subseção é apresentada mais detalhadamente a abordagem econômica de Polanyi (2000), como forma de contextualizar práticas econômicas que se baseiam nas relações sociais e se distanciam do princípio mercantil, e a dádiva de Mauss (1950), chamada também de dom por Godbout (1992) e Caillé (2002), que será utilizada como lente de análise para o que o presente trabalho se propõe a estudar, a prática da partilha no que tem se denominado de economia do compartilhamento.

### **2.2.1 Karl Polanyi e a abordagem substantiva da economia como contexto para a dádiva.**

Para Polanyi, Arensberg e Pearson (1957), o termo “economia”, ao se referir às atividades humanas, é composto por dois significados que possuem raízes independentes, os quais os autores chamam de significado substantivo e formal. O significado substantivo da economia deriva das relações estabelecidas a partir da dependência do homem e a natureza de seus semelhantes, enquanto o significado formal de economia deriva da relação meio-fim estabelecida a partir da lógica racional (POLANYI; ARENSBERG; PEARSON, 1957).

Para os autores, os dois significados não têm nada em comum. De acordo com eles, somente o significado substantivo de economia pode ser utilizado para uma investigação das economias do passado e do presente nas ciências sociais. Na concepção substantiva, a economia é um processo instituído de interação entre o homem e o seu ambiente que resulta no contínuo suprimento dos meios materiais necessitados pelo primeiro (POLANYI; ARENSBERG; PEARSON, 1957).

A noção substantiva de economia, parte do pressuposto de que as relações entre os produtores e a natureza admitem uma pluralidade de princípios econômicos que vão além do de mercado (LAVILLE, 2009), como os princípios de domesticidade, reciprocidade e redistribuição. De acordo com Polanyi (2000), a domesticidade consiste na produção para uso

próprio; a reciprocidade, na relação de trocas simétricas estabelecidas entre pessoas; e a redistribuição, no armazenamento da produção de forma central na figura de uma autoridade para que possa ser repartida (POLANYI, 2000).

Polanyi (2000) sustenta que todos os sistemas econômicos conhecidos até o fim do feudalismo na Europa Ocidental foram organizados segundo os princípios de reciprocidade ou redistribuição, ou domesticidade, ou alguma combinação dos três. Nessa estrutura, a produção e a distribuição dos bens era assegurada por meio de uma variedade de motivações, disciplinadas por princípios gerais de comportamento, dentre as quais o lucro não ocupava lugar proeminente (POLANYI, 2000).

Assim, contrariamente a abordagem formal (ou tradicional) da economia, Polanyi (2000) propõe uma abordagem histórica e antropológica para o entendimento do fato econômico. A economia, nesse sentido, seria o conjunto de fenômenos que decorre da dependência do homem ao contexto da natureza e de seus semelhantes e que são regidos por princípios econômicos plurais (POLANYI, 2000; LAVILLE, 2009).

Para Polanyi (2000), a economia do homem está submersa em suas relações sociais e em um sistema econômico dirigido por motivações não-econômicas. São características de tal economia a ausência de motivação de lucro; a ausência do princípio de trabalhar por uma remuneração; e a ausência do princípio do menor esforço. Já na abordagem formal da economia, da qual o mercado e a auto-regulação são símbolos, há uma “mudança de motivação da ação por parte dos membros da sociedade: a motivação do lucro passa a substituir a motivação da subsistência” (POLANYI, 2000, p.60).

De acordo com Polanyi (2000), uma economia de mercado significa um sistema auto-regulável de mercados, ou seja, uma economia dirigida pelos preços do mercado e nada além dos preços do mercado. Essa condição por si só, para o mesmo autor, já é suficiente para revelar a natureza inteiramente sem precedentes de tal acontecimento na história da raça humana.

Segundo Polanyi (2000, p. 89), “uma economia de mercado é um sistema econômico controlado, regulado e dirigido apenas por mercados; a ordem na produção e distribuição de bens é confiada a esse mecanismo auto-regulável”. Para o autor, uma economia desse tipo se origina da expectativa de que os seres humanos se comportem de maneira tal a atingir o máximo de ganhos monetários (POLANYI, 2000).



Conforme o mesmo autor, nenhuma sociedade sobreviveu em qualquer período de tempo sem que possuísse uma economia de alguma espécie. Entretanto, anteriormente à nossa época, nenhuma economia existiu, mesmo em princípio, que fosse controlada por mercados (POLANYI, 2000). Ou seja, para Polanyi (2000) o ganho e o lucro nas trocas comerciais jamais desempenharam um papel tão importante na economia humana como na nossa época. Daí a afirmação do autor de que tal acontecimento não tem precedentes na raça humana.

Assim, anteriormente à nossa época, de acordo com Polanyi (2000), os mercados nada mais eram que acessórios da vida econômica. O sistema econômico era absorvido pelo sistema social e, qualquer que fosse o princípio de comportamento predominante na economia, a presença do padrão de mercado sempre era compatível com ele. Os princípios subjacentes a esse padrão não revelavam, até então, qualquer tendência de expandir-se ao resto do sistema (POLANYI, 2000).

Para Polanyi (2000), a afirmação de Adam Smith de que o homem possui propensão para barganhar, permutar e trocar uma coisa por outra, e que mais tarde se tornou o conceito do *homo economicus*, induziu o pensamento dos seus contemporâneos e sucessores a descartar todo interesse no homem primitivo, uma vez que já se sabia que o mesmo não possuía tal propensão, e, ao mesmo tempo, deu mais peso à “psicologia de mercado” no pensamento econômico da época.

Assim, segundo Polanyi (2000), a tradição dos economistas clássicos, que tentaram basear a lei do mercado na alegada propensão do homem no seu estado natural, foi substituída por um completo desinteresse na cultura do homem dito não-civilizado, visto a partir daí como não relevante para compreensão dos problemas da nossa era (POLANYI, 2000). Para Polanyi (2000), as diferenças existentes entre os povos ditos “civilizados” e os “não-civilizados” foram demasiadamente exageradas sobretudo no que diz respeito à esfera econômica.

Segundo Polanyi (2000, p. 76), “a permuta, a barganha e a troca constituem um princípio de comportamento econômico que depende do padrão de mercado para sua efetivação”. O mercado, por sua vez, é o local de encontro para a finalidade da permuta ou da compra e venda. Nele, todas as transações se transformam em transações monetárias e estas, por sua vez, exigem que seja introduzido um meio de intercâmbio em cada articulação da vida industrial (POLANYI, 2000). De acordo com Polanyi (2000), no mercado todas as rendas devem derivar da venda de alguma coisa e, qualquer que seja a verdadeira fonte de renda de uma pessoa, ela

deve ser vista como resultante de uma venda. É isso o que significa o termo “sistema de mercado” e nisso que se constitui a auto-regulação.

Assim, para Polanyi (2000, p.58), “o novo credo era totalmente materialista, e acreditava que todos os problemas humanos poderiam ser resolvidos com o dado de uma quantidade ilimitada de bens materiais”. No sistema econômico controlado pelo mercado a sociedade se torna somente um acessório do mesmo. Em vez de a economia estar embutida nas relações sociais, são as relações sociais que estão embutidas no sistema econômico, o que leva o mesmo a afirmar que, “uma economia de mercado só pode funcionar numa sociedade de mercado” (POLANYI, 2000, p.77).

Assim, para que funcione, o mercado auto-regulável necessita subordinar o sistema social ao seu julgo, e o faz por meio do controle exercido a partir do controle dos mercados do trabalho, da terra e do dinheiro. A sociedade do século XIX revelou-se um ponto de partida no qual a atividade econômica foi isolada e imputada a uma motivação econômica distinta, um padrão institucional que subordinou a sociedade às suas exigências (POLANYI, 2000). Segundo Polanyi (2000), a redução do campo do pensamento econômico acarretou uma ruptura total entre o econômico e o ser vivo. De acordo com Laville (2009), foi conferida autonomia à esfera econômica ao mercantil. A ocultação do sentido plural da economia resulta da redução da economia à economia mercantil (LAVILLE, 2009).

Crítica semelhante à economia de mercado pode ser encontrada em Godbout (1992) e Caillé (2002) ao estudarem o dom. As noções desses autores e de Polanyi (2000) convergem ao criticarem a redução das relações sociais às relações de mercado. Para Godbout (1992) e Caillé (2002), a economia de mercado busca submeter todas as relações de troca àquelas baseadas na troca mercantil. Segundo Godbout (1992), na sociedade mercantil a produção passa de meio a fim. O produtor passa a ignorar o destino final das suas atividades; o seu objetivo já não é mais o de adaptar o bem produzido aos desejos do seu destinatário, mas o de escoar a maior quantidade possível do bem pelo melhor preço. Para Godbout (1992), o mercado vem substituir as relações baseadas nas pessoas por relações baseadas nas coisas. Tais relações serão melhor apresentadas na subseção a seguir.

### **2.2.2 A crítica às relações de mercado a partir da dádiva.**

Segundo Godbout (1992), a partir da economia de mercado, a produção transformou-se na própria definição de utilidade no sistema e fundamento do valor das pessoas. A utilidade é

toda a produção que tenha um valor monetário, sem relação com a sua utilidade no sentido do uso por alguém (GODBOUT, 1992). A economia de mercado produz as pessoas como se fossem coisas. Inversamente, a sociedade arcaica privilegia as relações entre as pessoas em detrimento das relações entre as coisas.

Assim, Godbout (1992) questiona: o que vem o mercado substituir? Para ele, o mercado vem substituir as relações baseadas nas pessoas por relações baseadas nas coisas. “Na sociedade feudal, como na sociedade arcaica, as coisas circulam inseridas nas relações pessoais, no interior dos laços comunitários diretos, personalizados, regulados por normas sociais” (GODBOUT, 1992, p.217). Tais relações, de acordo com Godbout (1992), podem ser de dois tipos: as relações comunitárias, representadas pela família, vizinhança, aldeia, e as relações de servidão que, sendo também pessoais, comportam uma dimensão de subordinação e de dependência perante os membros de um outro grupo social. O mercado, conforme Godbout (1992), afetará sobretudo o segundo tipo de relações, instaurando a despersonalização do ato de produzir, a sua descontextualização, a transformação de um ato social em um ato econômico livre da relação social e inscrito num contexto de produção.

Ao contrário do que acontece nas sociedades pré-mercantis, a coisa que circula já não transporta o laço social, está dissociada dele. Conforme Godbout (1992), a relação social nessas sociedades primeiras não flui segundo os parâmetros do mercado ou do contrato. Ela não se inscreve em uma lógica de toma-lá-dá-cá, que postula que tudo o que pode existir em sociedade resulta de uma produção efetuada em vista de satisfazer uma utilidade (GODBOUT, 1992).

Ao invés disso, as relações nestas sociedades primeiras se fundam no que liga uns aos outros, no laço, para o qual o dom está a serviço. Conforme Godbout (1992, p.30), o dom é “toda a prestação de bens ou serviços efetuada, sem garantia de retribuição, tendo em vista criar, alimentar ou restabelecer laços sociais entre as pessoas”. Godbout (1992) fornece exemplos do dom na modernidade: quando uma avó toma conta dos seus netos, deve-se-lhe atribuir o salário de uma ama para nivelar a situação? Não, pois a avó o faz pelo valor do laço com seu neto, não pelo recebimento de uma equivalência, como ocorre nas relações de mercado. Da mesma forma, conforme Godbout (1992), a doação de órgãos e o trabalho voluntário se inserem na lógica do dom, pois estão a serviço do laço e não da equivalência mercantil.

Conforme Leite (2009), o mercado introduz os mecanismos que permitem a instauração de relacionamentos despersonalizados entre indivíduos que se tornam agentes neutros. O mercado estabelece um espaço que constitui um lugar sem vínculos pessoais nos quais as coisas

se trocam entre elas graças ao mecanismo de preços. “A dádiva, ou o dom, por sua vez, conserva os traços dos relacionamentos anteriores, para além da transação imediata” (LEITE, 2009, p. 42).

Dessa forma, o que está em jogo na dádiva não é o valor de uso nem o valor de troca, mas o valor das pessoas (CAILLÉ, 1998). Nas subseções a seguir estão expostas alguns dos conceitos-chave necessários para a compreensão da dádiva e de como a mesma pode ser utilizada como lente de análise para o fenômeno em questão.

### **2.2.3 A equivalência e o cálculo.**

A equivalência mercantil, conforme Godbout (1992) é expressa por meio do pagamento pelo bem ou pelo serviço prestado. Em tais relações, o interesse está no retorno financeiro enquanto que no dom, o interesse está na criação, ou manutenção do laço.

Retornando aos exemplos dados por Godbout (1992), da avó que toma conta dos seus netos sem que haja necessidade de retribuição financeira, da doação de órgãos e do trabalho voluntário, que também se situam sob a mesma égide da não retribuição financeira por seus atos, percebe-se que os mesmos acontecem fora do raciocínio utilitário onde se pesam os prós e os contras, fora da equivalência, o que implica dizer que não houve cálculo. Ou seja, o indivíduo inserido na prática do dom não faz o cálculo dos prós e dos contras, sempre presente nas relações de mercado. Para Godbout (1992, p.137), “quem calcula tende a excluir-se do sistema do dom”.

Exclui-se, pois, onde há cálculo mercantil há a busca por equivalência, há o raciocínio de toma-lá-dá-cá, no qual a cada ato há um equivalente financeiro, onde tais atos se transformam em bens e serviços inseridos em uma relação mercadológica. Conforme Godbout (1992), o dom introduz a igualdade e a paridade que não são ditadas nem reguladas por relações monetárias, mas por relações que se fundam nos laços sociais.

### **2.2.4 A liberdade mercantil e as relações de confiança.**

Em contrariedade ao laço, o mercado introduz a sua noção de liberdade (CAILLÉ, 2002; GODBOUT, 1992). Conforme Godbout (1992), a liberdade mercantil consiste essencialmente na possibilidade de sair. Ela se dá por meio da minimização da importância do laço no interior

da transação, não é necessário que haja laço para se fazer negócios, para que os bens circulem. Simplesmente se paga o preço pelo bem ou pelo serviço e a relação de mercado se encerra.

Enquanto o dom alimenta o laço, o mercado alimenta o que chama de liberdade (GODBOUT, 1992). Tal liberdade, no entanto, tem um preço. Conforme Godbout (1992), ao libertar o indivíduo do laço social, a modernidade lança o mesmo indivíduo no isolamento da ausência de laços e, conseqüentemente, na diminuição da sua noção de liberdade. Assim, no fim da estrada da liberdade mercantil não se encontra um indivíduo livre, mas um indivíduo só, frágil, dependente, vulnerável e preso no que o mercado guarda das relações: o valor das coisas, o dinheiro.

Dessa forma, a aposta no dom, de acordo com Caillé (2002) se constitui na única forma de se estabelecer a relação social e, a partir dela, o único meio de criar confiança. Caillé (2002) apresenta o dom como a única forma de se chegar a relações de confiança, enquanto nas relações monetárias a desconfiança pode ser explicada pelo aplanar do lado social. Conforme Godbout (1992, p.285), “o dinheiro simboliza essa redução porque é a essência da quantidade, porque ele não possui outras qualidades para além de sua quantidade”. A relação de confiança estabelecida no dom, por sua vez, é o meio de se chegar à aliança, ou o vínculo social, conforme Caillé (2002). O “estar-juntos” por meio da relação de confiança une desconhecidos nessa relação social. O vínculo parte da confiança e dela se alimenta para permanecer existindo.

### **2.2.5 O vínculo: relação estabelecida por meio do laço e da memória.**

Para Godbout (1992, p.14), “o dom serve antes de mais nada para estabelecer relações”. Nas sociedades arcaicas, o foco está nas relações entre as pessoas e não nas relações entre as coisas, por isso, no dom, o laço é mais importante que o bem (CAILLÉ, 2002). Por outro lado, no mercado há a fuga do estabelecimento de tais relações, em privilégio de relações despersonalizadas (GODBOUT, 1992).

Conforme Godbout (1992), a cultura moderna, em lugar de se preocupar primeiramente com o que nos liga uns aos outros, visa em primeiro lugar libertar-nos dos outros, emancipar-nos dos laços sociais. Ora, a negação dos laços sociais, no que se funda o mercado, é a negação do dom, uma vez que esse conserva o traço das relações anteriores, que são apagadas nas relações de mercado.

Para Godbout (1992), para além da transação imediata, o dom guarda a memória das relações que já se estabeleceram. E é a partir da memória das relações que as mesmas continuarão a existir. Ao invés disso, o mercado só conserva do passado o preço e o laço entre as coisas. Enquanto a dinâmica do dom possui extensão temporal, o mercado tende a eliminar o passado (GODBOUT, 1992).

Assim, sendo o laço resultado da relação estabelecida e a memória a responsável por manter viva tal relação através do tempo, o vínculo, exposto em Mauss (1950) se constitui na manutenção de tal relação de laço através da memória, da dimensão temporal. Para Godbout (1992), o vínculo exprime a intensidade da relação entre o donatário e o doador, chamados de parceiros do dom (GODBOUT, 1992). Tal relação de vínculo, de acordo com Leite (2009), estimula a “reciprocção”, que seria o estabelecimento de relação de reciprocidade entre o donatário e o doador.

### **2.2.6 Relações de reciprocidade: um convite à retribuição.**

Conforme Godbout (1992), a retribuição não se dará no sentido contabilístico, econômico, no sentido do cálculo de equivalência entre as coisas que circulam, como no mercado. Segundo o autor, tal retribuição pode se dar, inclusive na maior parte das vezes, fora do sentido material. A transformação pela qual passa o doador já pode se constituir na retribuição esperada. Retornando ao exemplo da doação de órgãos, ao fazê-lo o doador tem sua vida transformada ao saber que foi capaz de salvar uma outra vida por meio do seu gesto.

Tal relação de retribuição que transcende o material não entra em nenhuma equação quantificável e, mais do que isso, a mesma é negada pelas teorias modernas do utilitarismo (GODBOUT, 1992). Para Godbout (1992), essa relação de transformação do doador e do receptor não tem equivalentes na sociedade moderna e nem se insere na lógica do cálculo mercantil.

Acerca de tal relação de retribuição na dádiva, Godbout (1992) vem afirmar que, os três momentos do ciclo – dar, receber e retribuir – se confundem frequentemente. Segundo o autor, dar é retribuir e vice-versa. Toma-se aqui mais um exemplo anteriormente apresentado, o voluntariado. Conforme Godbout (1992), no voluntariado, considerado muitas vezes o próprio tipo de dom gratuito, quem dá recebe muito em retorno, muitas vezes mais do que os que literalmente recebem. Dessa forma, conforme Godbout (1992), na dádiva, o termo “retribuir” significa, de fato, dar. Quem retribui efetivamente dá; dá-se a si mesmo por meio do gesto.

Assim, a relação de reciprocidade mantém o sistema da dádiva, fazendo com que, ao retribuir, se dê, e se mantenha o ciclo.

### **2.2.7 A dimensão simbólica na qual tais relações estão inseridas.**

Conforme Caillé (2002, p.37), “símbolos e dons são sem dúvida para Mauss idênticos. Ou pelo menos coextensivos”. Segundo Caillé (2002), o dom, por sua dimensão simbólica, excede a dimensão utilitária e funcional das relações. Ao transcender a dimensão utilitária, o dom tem todas as relações estabelecidas no mesmo permeadas pela dimensão simbólica. Nada no dom se prende à dimensão utilitária (CAILLÉ, 2002).

Conforme Caillé (2002), da mesma forma que os dons são símbolos, os símbolos, ao não se inserirem na dimensão utilitária das relações, são dons. Enquanto no dom, as relações valem pelo que elas simbolizam para o indivíduo, no mercado, as relações valem pelo que as mesmas equivalem. Conforme Caillé (2002), no dom, as relações simbolizam aliança. Para o autor, pode-se então ler os símbolos como meio de comemorar e renovar as alianças, o vínculo, estabelecido nas trocas dos dons (CAILLÉ, 2002).

Na dádiva, todas as relações estabelecidas estão envoltas pela dimensão simbólica. As relações de confiança, de vínculo e de reciprocidade, ao se afastarem da dimensão utilitária presente nas relações de mercado, se aproximam de sua dimensão simbólica. Tais relações estão também inseridas na noção de rede, pois é nela que as mesmas são estabelecidas, conforme é exposto a seguir.

### **2.2.8 A noção de rede: onde a dádiva acontece.**

De acordo com Godbout (1992, p.105), “na perspectiva do dom, podemos encarar a sociedade como uma rede constituída pela soma das relações únicas que cada membro mantém com os outros”. Conforme Godbout (1992), tanto os dons arcaicos quanto os modernos funcionam em conformidade com a lógica de redes.

Tal lógica de redes se torna fundamental aqui, pois é nela que se faz possível o estabelecimento da confiança e, assim, da relação social (CAILLÉ, 2002). Para Caillé (2002, p.65), “a rede é conjunto de pessoas com quem o ato de manter relações, de pessoa a pessoa, de amizade, ou de camaradagem, permite conservar e esperar confiança e fidelidade”. Tais redes

não são criadas senão a partir da aposta no dom e na confiança, na busca pelo laço (CAILLÉ, 2002).

### **2.2.9 A Partilha: o conjunto das relações.**

Se o dom é percebido como um ciclo composto de três momentos, o de dar, receber e retribuir, o utilitarismo isola apenas o momento de receber, fragmentando a ideia de partilha (GODBOUT, 1992). Ao chamar o ciclo da dádiva de partilha, Godbout (1992) permite aproximar as duas noções. Ao enxergar a dádiva como uma teia de relações: relações de confiança, de vínculo, de reciprocidade que acontecem em rede e com a forte presença da dimensão simbólica em todas elas, Godbout (1992) abre caminho para que se enxergue a própria partilha como o conjunto de tais relações. Assim, as relações de partilha se dão como resultado de tais relações simbólicas em rede.

Dessa forma, a noção de dádiva de Mauss, ou como chamado por Godbout (1992) e Caillé (2002), o dom, apresenta os fundamentos do que pode ser chamado de partilha. Conforme Godbout (1992, p.70), a partilha “é o núcleo do dom mais moderno. Os valores monetários são aqui irremediavelmente imergidos no valor do laço”. Assim, no presente trabalho, utiliza-se a compreensão acerca da mesma para analisar o fenômeno moderno que tem sido chamado economia do compartilhamento.

### **2.2.10 A dádiva como terceira via**

Para Caillé (1998), a dádiva se inclui em uma terceira via de bens e serviços, para além do mercado e do Estado. Seria um equívoco limitar as motivações humanas apenas à moral do interesse e do egoísmo, ou da obrigação dominantes no mercado e no Estado, respectivamente, os dois grandes paradigmas modernos (MARTINS, 2005). Acerca desses dois grandes paradigmas, o mercado e o Estado, Mauss (1950) afirma que os mesmos não são universais, já que não há evidências da presença deles nas sociedades tradicionais, mas apenas em sociedades mais complexas como as modernas.

Para Martins (2005, p.53) a dádiva rompe “com o modelo dicotômico típico da modernidade, pelo qual a sociedade ou seria fruto de uma ação planificadora do Estado ou do movimento fluente do mercado”. Assim, ao quebrar tal dicotomia, a dádiva introduz a ideia de ação social como “inter-ação”, como movimento circular do dar-receber-retribuir (MARTINS, 2005). Além disso, de acordo com Mauss (1950), a dádiva pode ser observada em todas as



sociedades já existentes, tradicionais ou modernas, por meio de um sistema de reciprocidade proveniente do processo de dar, receber e retribuir bens simbólicos e materiais. Tal sistema de reciprocidade é fundamental uma vez que fortalece o laço estabelecido na dádiva pois, ao se retribuir, contrai-se uma dívida de relação social com o outro (FLACH; SUSIN, 2006).

Tal noção acerca da dádiva, permite a interpretação de fenômenos contemporâneos sob à luz dessa teoria. O dom, nos dias de hoje como nas sociedades antigas, continua sob a forma da tríplice obrigação. Ainda hoje se trocam presentes em relação a tudo e retribui-se. Mauss (1950) afirma que, quando alguém dá, dá a si mesmo, porque sente a obrigação de dar-se aos outros, para o seu bem. Mauss (1950) chama isso de poder do dom, pois a coisa recebida não é inerte e nem exige retorno. A princípio, toda dádiva é sempre aceita e louvada. Ao aceitarmos, nos comprometemos.

Flach e Susin (2006), exemplificam tal relação de troca. Para os autores, ao receber alguém, estou me fazendo anfitrião, mas também crio a possibilidade de vir a ser hóspede deste que hoje é meu hóspede. A mesma troca que me faz anfitrião, faz-me também um hóspede potencial. Dar e receber implicam não só uma troca material – pois, quando recebo alguém, ofereço alguma coisa, dou-lhe alguma coisa – mas uma troca espiritual, uma comunicação entre almas (FLACH; SUSIN, 2006). Ao dar, dou sempre algo de mim mesmo. Ao aceitar, o recebedor aceita algo do doador. Ele deixa, ainda que momentaneamente, de ser um outro; a dádiva aproxima-os, torna-os semelhantes pela troca de dons.

De acordo com Martins (2004), um presente ou hospitalidade, por exemplo, não é retornada necessariamente no mesmo instante da ação, senão corre o risco de ser interpretado como uma equivalência que leva à ruptura da interação, mas podem ser retribuídos em um outro momento, “fazendo circular a roda das práticas sociais das experiências de vida entre os envolvidos” (MARTINS, 2004. p. 10).

Dessa forma, para Mauss (1950), a economia da troca-dádiva estava longe de entrar nos quadros da economia supostamente natural do utilitarismo. De acordo com o autor, “todos esses fenômenos tão consideráveis da vida econômica de todos estes povos e as sobrevivências consideráveis dessas tradições em sociedades próximas das nossas ou nossos costumes, fogem aos esquemas da economia utilitária” (MAUSS, 1950, p. 183). Ao fugir dos esquemas da economia utilitária, o mecanismo da dádiva, segundo Caillé (2002), se torna capaz de explicar a existência de um imenso e variado número de experiências sociais e econômicas, baseadas na construção de laços.

Mauss (1950) atribui muitos dos usos cotidianos da nossa sociedade aos princípios antigos expressos nas sociedades tribais. Para o autor, é possível estender observações feitas às sociedades tribais às nossas próprias sociedades. Uma parte considerável da nossa moral e da nossa própria vida permanece sempre nessa mesma atmosfera da dádiva, da obrigação e ao mesmo tempo da liberdade. Para Mauss (1950, p.175):

Felizmente, nem tudo está ainda classificado exclusivamente em termos de compra e venda. As coisas têm ainda um valor de sentimento para além do seu valor venal, supondo a existência de valores que sejam apenas deste gênero. Não temos senão uma moral de mercadores. Restam-nos pessoas e classes que mantêm ainda os costumes de antigamente e quase todos nós nos sujeitamos a eles, pelo menos em certas épocas do ano ou em certas ocasiões (MAUSS, 1950, p.175).

Conforme apresentado anteriormente, a noção de economia do compartilhamento que a interpreta como uma nova forma de economia surgida a partir de iniciativas sustentáveis, colaborativas e direcionadas por uma lógica que busca alternativas à lógica mercadológica entende a noção de compartilhamento de forma pelo menos aproximada às noções do mecanismo da dádiva. No entanto, conforme também apresentado, essa noção se perdeu em meio às práticas tomadas pelos negócios que se dizem “de economia do compartilhamento”. Tais práticas têm tornado o entendimento acerca do que tem sido chamado de economia do compartilhamento cada vez mais confuso, conforme é apresentado na próxima subseção.

### 2.3 DISCUSSÃO SOBRE O COMPARTILHAMENTO NA ERA DIGITAL.

‘Compartilhamento’, de acordo com Wittel (2011, p. 4), é usado para diferentes práticas sociais com diferentes funções e diferentes motivações. É a palavra utilizada para uma vastidão de realidades sociais e éticas. Por isso, há o perigo de confundir diferentes usos sociais de compartilhamento que, por sua vez, podem produzir distorções, ilusões e desilusões. Conforme o autor, a forma como o mesmo tem sido utilizado na era digital acentua tal confusão.

Exemplo de tal uso do termo não se restringe às organizações que se inserem no contexto da economia do compartilhamento. Como John (2013a, 2013b) demonstra, os sites da internet são permeados por referências ao compartilhamento e o termo é usado de maneira cada vez mais abrangente. Facebook, YouTube, Flickr, Instagram, Twitter, *wikis*, Tumblr, Amazon, Yelp e muitos outros sites nos convidam não apenas a clicar em um botão “*share*” para chamar a atenção para o conteúdo de nossos amigos e outros, mas também para “compartilhe suas fotos”, “compartilhe suas opiniões”, “compartilhe seus vídeos”, “compartilhe suas ideias”,

compartilhe websites interessantes ”,“ compartilhe a experiência ”e“ compartilhe o amor ” (JOHN, 2013a). A noção de compartilhamento se torna ainda mais confusa, conforme John (2013a), quando sites e plataformas online convidam seus usuários a “compartilhar sua vida”, “compartilhar seu mundo”, “compartilhar seus sentimentos”, “compartilhar o seu eu real” ou simplesmente “compartilhar”.

O uso do termo “compartilhamento” se tornou a característica definidora dos sites de redes sociais. Neles, compartilhamento passou a significar participação online. Wittel (2011, p. 4) afirma que “a noção de compartilhamento recebeu recentemente muita atenção ao se falar sobre mídia e culturas de rede”. Para o autor, o compartilhamento pode ser dividido em duas eras: a pré-digital, na qual o mesmo foi concebido para produzir trocas sociais, e a era digital, na qual introduz a ideia de compartilhamento disseminado em larga escala. O desfoque entre tais propósitos, o da troca social e da disseminação em larga escala, é o que torna o compartilhamento na era digital tão difícil de entender (WITTEL, 2011).

É nesse contexto de compartilhamento na era digital de Wittel (2011) no qual surge a economia do compartilhamento. Tal noção de “compartilhamento disseminado em larga escala” de Wittel (2011), se aproxima da discussão levantada por Belk (2017) acerca do pseudo-compartilhamento que, conforme o autor, é o que muitas organizações que se inserem no contexto da economia do compartilhamento praticam hoje. Belk (2017) chama de pseudo-compartilhamento as práticas de negócios que mascaram suas atividades sob o termo compartilhamento. Ainda que beneficiem todos os lados em suas trocas e que sejam organizações sustentáveis, elas não promovem compartilhamento.

Para Belk (2017), organizações como Zipcar e Airbnb, gigantes que se propõem a compartilhar carros e apartamentos e quartos como hospedagens, respectivamente, são exemplos do que chama de pseudo-compartilhamento. Tais organizações, para o autor, não estimulam o sentimento de compartilhar, mas simplesmente a efetuação de trocas comerciais. Sites de redes sociais, como Facebook, MySpace, Flickr, Youtube e Twitter também são exemplos citados pelo autor. Estes sites de redes sociais têm por característica fomentar o que chamam de compartilhamento de informações por meio dos seus botões “*share*”. Entretanto, ao compartilhar algo nestas redes sociais você estará produzindo conteúdo para os mesmos, encorajando outros participantes a fazer o mesmo e fornecendo informações que podem ser vendidas para anunciantes e empresas de pesquisa (BELK, 2017).

Para Belk (2007), compartilhar pode ser uma alternativa à propriedade privada enfatizada pelo mercado. Em vez de distinguir o que é meu e o que é seu, compartilhar define algo como nosso (BELK, 2007). No entanto, conforme Belk (2017), o que se vê de forma muito comum hoje é a efetuação de transações comerciais através da Internet sendo chamadas de compartilhamento (BELK, 2017). De acordo com o autor, nessas transações o sentimento de propriedade fala bem mais alto que o de acesso ao mesmo.

De acordo com Bardhi e Eckhardt (2012), o acesso foi estigmatizado e visto como um modo inferior de consumo. Segundo as autoras, o acesso em sua forma “tradicional”, ou como era feito antes da era digital, por meio de empréstimo ou troca entre conhecidos, foi sempre associado à ideia de precariedade. As pessoas que optavam por tais práticas eram vistas como pessoas de baixo poder aquisitivo e status. Conforme Bardhi e Eckhardt (2012), na última década houve a proliferação de formas de acesso potencializadas pela Internet. Para as autoras, se antes o acesso era visto como uma forma inferior de consumo, hoje, se tornou um importante e crescente fenômeno que grandes organizações estão monetizando. Bardhi e Eckhardt (2012) citam o Airbnb como exemplo dessas organizações.

De acordo com Belk (2007), na forma econômica de troca de mercadorias, estranhos trocam ou usam o dinheiro como meio de troca, não havendo nenhum sentimento de vínculo entre os indivíduos. Para Belk (2017, p.19) “o dinheiro profana o compartilhamento e o transforma em uma troca de mercadorias”. Além do dinheiro, “egoísmo e falta de senso de comunidade são os principais critérios pelos quais se pode distinguir o que é compartilhamento e o que é pseudo-compartilhamento” (BELK, 2017, p.16). Wittel (2011), por exemplo, ao introduzir a expressão “compartilhamento em larga escala”, afirma que, hoje, na era digital, compartilhar é mais um negócio do que uma troca social. Ou seja, o que pode ser visto é uma clara confusão existente entre o que se configura como partilha e o que se pratica na economia do compartilhamento. Enquanto em algumas práticas o uso do termo pode se aproximar da partilha como troca social, em outras, há um distanciamento perceptível. Assim, é para melhor compreender tais aproximações e distanciamentos a que o presente estudo se propõe. Para isso, duas organizações foram escolhidas como objetos de estudo nesse trabalho, sendo elas o Servas e o Airbnb. Tais organizações são melhor apresentadas a seguir.

### 3. CARACTERIZAÇÃO DO SERVAS E AIRBNB.

A presente seção busca apresentar as organizações que foram estudadas no presente trabalho para se atingir o objetivo proposto. A primeira delas, o Servas, fundada em 1949 por Bob Luitweiler, e a segunda, o Airbnb, fundada em 2008 por Brian Chesky e Joe Gebbia.

#### 3.1 SERVAS

De acordo com página na web do Servas Internacional, o mesmo se caracteriza como uma federação de grupos Servas nacionais de caráter não lucrativo e não-governamental, que se constitui em uma rede internacional de anfitriões e viajantes. O objetivo da rede é ajudar a construir a paz mundial, a boa vontade e a compreensão, oferecendo oportunidades para contatos pessoais entre pessoas de diferentes culturas, origens e nacionalidades (SERVAS, 2018a).

O Servas surge em 1949, na Dinamarca, por meio do grupo autointitulado “Construtores da Paz” e inspirados por Bob Luitweiler e suas experiências ao redor do mundo. No livro *The Seeds Of Servas* (As Sementes do Servas, tradução nossa), Bob Luitweiler descreve como cada uma de suas experiências de viagens foram sementes para o surgimento do Servas.

Bob Luitweiler, nascido nos Estados Unidos, afirma que a sua primeira viagem ao exterior, quando foi à Suíça estudar francês, foi a responsável por mudar a sua “mentalidade complacente americana” (LUITWEILER, 1999, p.6). Segundo Luitweiler (1999), em seu retorno à América, meses após a sua partida, percebeu o quanto a sua infância havia sido protegida e como os seus antigos colegas do ensino médio estavam isolados do mundo.

Em 1942, Luitweiler recusou-se a lutar na segunda guerra mundial, não somente por ser contra matar, mas também por ser contra a postura de um governo de, ao fazer guerra, assumir que possui direito de usar a força dos jovens para matar uns aos outros (LUITWEILER, 1999). Para Luitweiler (1999), haviam outras formas de dar um basta ao despotismo que não a do uso da barbárie por meio da guerra. A partir daí, encontrar novas abordagens passou a ser uma das motivações dos estudos de Luitweiler, que usou o seu tempo encarcerado por recusar-se a lutar na guerra para essa finalidade.

Ao ser liberto, Luitweiler retorna à Europa disposto a, a partir de suas experiências conhecendo as culturas mundo a fora, lançar sementes de paz (LUITWEILER, 1999). Em sua jornada, que se iniciou na Europa e se encerrou na Índia no pós-Segunda Guerra Mundial, Luitweiler pôde observar como as diferentes culturas podiam contribuir para a construção de um mundo de paz. Segundo ele, “cada pessoa enriquecia meu conhecimento e me dava novos *insights*” (LUITWEILER, 1999, p.11).

A partir de tais experiências, Luitweiler teve a ideia de organizar uma pequena rede de hospitalidade na Europa. Para Luitweiler (1999, p. 11) “se, em vários países, fossem organizados comitês nos quais pudessem se achar os nomes e endereços de famílias, assentamentos e cooperativas de convivência, por exemplo, uma rede de hospitalidade poderia ser estabelecida sem qualquer tipo de suporte financeiro”. Conforme Luitweiler (1999), essa rede de anfitriões ao oferecer duas noites de estadia daria a oportunidade aos jovens de viajar, coisa que não tiveram durante a segunda guerra mundial, e, assim, conhecer outras pessoas, outros países e, espera-se, aprender com elas formas de melhorar a vida em suas comunidades.

Conforme Luitweiler (1999, p.11), “as pessoas que colocaram o Servas no mapa eram pessoas que compartilhavam essa fé na humanidade e nas potencialidades da paz”. Para Luitweiler (1999), estas pessoas haviam passado pelos horrores da Segunda Guerra Mundial e tiveram seu pacifismo mais provado do que o do próprio. Segundo o autor e fundador do Servas, o mesmo somente jogou as sementes. Para Luitweiler (1999, p.11), os verdadeiros fundadores do Servas são “aqueles dedicados voluntários que cultivaram essas sementes estruturando os comitês nacionais que reuniram as listas de anfitriões do *Open Door*”, forma como foi chamada inicialmente a rede.

Conforme Luitweiler (1999), um dos sonhos daqueles que fundaram o Servas era fazer com que os viajantes pudessem levar os conhecimentos adquiridos em suas experiências para suas comunidades de origem. Para Luitweiler (1999), seria interessante pedir aos viajantes que escolhessem um tema de seu interesse para que fosse o foco da sua viagem. Assim, o viajante poderia, além de conhecer uma nova cultura, levar consigo grandes aprendizados adquiridos a partir de suas observações durante. Luitweiler (1999) chama isto de “*work-study-travel system*”.

Depois de três meses no Paquistão e seis na Índia, Luitweiler recebeu uma carta de seus amigos de Birmingham anunciando o primeiro encontro internacional do Peace Builders (Construtores da Paz), a forma com o grupo se intitulava até então. Nessa primeira conferência estiveram presentes, além do próprio Bob Luitweiler, membros da rede nascente da Inglaterra,

Dinamarca e Alemanha. Na ocasião o termo “Servas”, que em esperanto significa “(eu) Sirvo”, foi escolhido para dar nome à rede. Conforme Luitweiler (1999, p.28-29), “a intenção era a de que pessoas que viajassem pudessem aprender com seus anfitriões como eles servem em suas comunidades e desenvolver programas e relações humanas que fossem livres das sementes da guerra”.

Segundo Luitweiler (1999), para a sua existência, o Servas depende de pessoas que procuram ser “mais do que turistas buscando por hospedagens baratas e superficiais, mas de pessoas que se importam com o futuro do nosso mundo e que desejam aprender como podem contribuir de forma a fazer a diferença”.

De acordo com Luitweiler (1999, p.28), “o caminho para uma paz duradoura vem principalmente de uma população desperta”. E, assim como aconteceu com ele, Luitweiler acredita que o conhecimento de outras culturas pode fazer as pessoas abrirem seus olhos e tornarem-se pessoas despertas para a ação em comunidade. Conforme Luitweiler (1999), o compartilhamento de recursos em um planeta ainda cheio deles, a aceitação da diversidade e o respeito a todos os povos são as raízes da paz.

De acordo com Santiago (2011), o Servas foi registrado em 1972, na Suíça e, no ano posterior foi incluso na lista das Organizações Não Governamentais das Nações Unidas, tendo, até hoje, representação na ONU. No Brasil, o Servas começou a expandir-se em 1979 (SANTIAGO, 2011). De acordo com informações presentes na *webpage* do Servas Internacional, hoje, a rede conta com mais de quinze mil anfitriões em mais de cem países ao redor do mundo. No Servas, “receber é compartilhar” e os anfitriões membros do Servas estão de portas abertas para compartilhar o seu dia-a-dia com os viajantes (SERVAS, 2018b).

Além das modalidades de anfitrião (*host*) e viajante (*traveller*), o membro Servas que não puder proporcionar acomodação pode ser também anfitrião por um dia (*day host*). No caso do *day host*, o membro Servas deve dispor de tempo para encontrar o viajante, fornecer informações, servir-lhe de guia, buscá-lo quando de sua chegada, acompanhá-lo em sua partida, visitar um local de trabalho ou acompanhá-lo em uma refeição ou simplesmente achar um tempo para um bate-papo ou café (SERVAS, 2018c).

Todos devem preencher um cadastro e passar por uma entrevista com um dos líderes do Servas, que ressaltará os valores, objetivo da organização e para que se possa ter a certeza de que estão cientes acerca do funcionamento e dos princípios de não discriminação por qualquer

tipo de gênero, cor, raça, orientação sexual, posição político-partidária ou por qualquer outra razão (SANTIAGO, 2011; MULDER; VIGUURS, 2001). Tais entrevistadores são voluntários e devem possuir experiência no Servas (SANTIAGO, 2011).

Para ser viajante, deve-se, além do cadastro, preencher uma “Carta de Apresentação” com informações pessoais e interesses da viagem. Tal carta deve ser selada pelo coordenador regional e apresentada ao seu anfitrião logo que o viajante chega ao seu local de acolhida. Além disso, dada a facilidade dos meios de comunicação online, tal carta atualmente é normalmente enviada com antecedência pelo viajante ao seu anfitrião, por e-mail, em PDF (J. Dantas, comunicação pessoal, outubro de 2018). No Servas, o viajante faz os próprios contatos e deve estar ciente de que nem sempre se consegue encontros e hospedagem por meio do Servas, pois dependem da disponibilidade dos anfitriões. Por isso, o Servas em sua *webpage* aconselha que o viajante entre em contato com a equipe com antecedência mínima de quatro semanas antes da partida. Os nomes e endereços dos *hosts* aparecem nas listas anuais produzidas pelos Servas nacionais e, hoje, são disponibilizadas online.

Para cobrir despesas com comunicação, divulgação, e para fomentar encontros e projetos, cada país tem seus critérios de cobrança de taxas. No Servas Brasil, é cobrada uma anuidade de R\$ 30,00. Ao ingressar na organização é solicitado o depósito dessa taxa na conta da Tesouraria do Servas Brasil (SERVAS, 2018c). A gestão do Servas é feita por voluntários que dispõem do seu tempo para fazer a organização funcionar e, assim, poder continuar existindo.

O Servas é governado por um comitê executivo (*executive committee* – EXCO) e possui um documento, o estatuto Servas, que rege o funcionamento do Servas Internacional. As decisões se dão por meio das Assembleias Gerais e do Comitê Executivo. De acordo com o estatuto, para que se tenha direito a voto, o Servas nacional precisa ter publicado uma lista de anfitriões nos dois últimos anos e submetido um informe anual em, pelo menos, um dos dois últimos anos.

Além do Comitê Executivo, o Servas é assessorado pelos Comitês de Desenvolvimento de Resolução de Conflitos, de Auditoria, de Indicação e de Descrição de Cargos e Estatuto e por uma coordenação do Servas Jovem (SANTIAGO, 2011). O EXCO é composto por presidente, vice-presidente, secretário geral, tesoureiro, coordenador de listas e secretário da paz. Os ocupantes desses cargos são eleitos durante as assembleias gerais que acontecem a cada três anos. Em nível nacional, o Servas é administrado por um Secretário/a Nacional,



Secretário/a da Paz, Coordenador Nacional de Lista, Editor de Boletim e pelos Coordenadores Regionais (SANTIAGO, 2011).

### 3.2 AIRBNB

Fundado em 2008 e com sede em São Francisco, Califórnia, Estados Unidos, o Airbnb objetiva “construir uma plataforma inclusiva para cada um de nossos anfitriões e hóspedes” (AIRBNB, 2018a). De acordo com a *webpage* do Airbnb, desde que foi criado, em um colchão de ar no apartamento de seus fundadores, até se tornar a comunidade com milhões de pessoas, o Airbnb sempre esteve em constante crescimento, assim como a responsabilidade em assegurar que anfitriões e hóspedes possam usar a plataforma sem se deparar com preconceito ou discriminação (AIRBNB, 2018a).

De acordo com Rozenbaum (2018), em 2008, a cidade de São Francisco recebia uma conferência que lotou boa parte dos hotéis da região, quando os dois estudantes de design, Brian Chesky e Joe Gebbia decidiram anunciar na internet o espaço que tinham para acolher alguns participantes. Nascia então o *Air Bed and Breakfast*, que viria a se chamar Airbnb (ROZENBAUM, 2018). Desde então, Brian Chesky e Joe Gebbia conseguiram captar 3,4 bilhões de dólares em investimentos e o valor da empresa já ultrapassou a marca de 30 bilhões de dólares, com faturamento em 2017 de US\$ 2,6 bilhões (ROZENBAUM, 2018).

Hoje, o Airbnb fornece acesso a mais de 5 milhões estadias em mais de 81 mil cidades em 191 países ao redor do mundo, isto é mais do que as cinco principais redes de hotéis juntas (AIRBNB, 2018b; 2018c). Desde 2008, já foram mais de 50 milhões de pessoas a fazerem reservas utilizando o serviço (AIRBNB, 2018d). De acordo com o próprio Airbnb (2018b), a plataforma “utiliza tecnologia para empoderar economicamente milhões de pessoas em todo o mundo, monetizando seus espaços, paixões e talentos para que se tornem empreendedores da hospitalidade”.

De acordo com o Airbnb (2018e), tudo na plataforma gira em torno da confiança. Para que os usuários se sintam tranquilos, seguros e confiantes em utilizar o serviço, o Airbnb disponibiliza recursos como o Garantia Anfitrião e o Programa de Seguro e Proteção ao Anfitrião (AIRBNB, 2018e). Tais recursos disponibilizam proteção contra danos à propriedade de até 1 milhão de dólares americanos. A garantia é válida para todas as reservas e inclui proteção a danos causados na acomodação, cômodos e bens materiais. Não ficam protegidos: danos a áreas comuns ou compartilhadas do prédio que não fazem parte da acomodação em si;

danos causados por animais domésticos; danos a joias, itens de colecionador e obras de arte podem ter proteções mais limitadas (2018f).

Além de tais recursos, o Airbnb disponibiliza: proteção das contas de seus usuários por meio de autenticação multifator; afirma possuir uma estratégia de defesa de múltiplas camadas para prevenção de fraudes; e afirma verificar se os anfitriões e hóspedes constam em listas de observação de infrações regulatórias, terrorismo e sanções. Além disso, há ainda uma central de ajuda online disponível 24 horas por dia (AIRBNB, 2018c).

Com a finalidade de auxiliar usuários a dirimir dúvidas, o Airbnb possui a “Central da Comunidade”, uma comunidade online na qual os usuários fazem perguntas e recebem respostas de outros usuários baseadas nas experiências dos mesmos (AIRBNB, 2018g). O Airbnb possui ainda, em uma área restrita aos usuários, seis “kits de ferramentas” (tradução nossa), que consistem em treinamentos online com material de leitura e vídeos que abrangem temas relacionados à experiência de receber hóspedes utilizando a plataforma (AIRBNB, 2018h). Para os potenciais anfitriões que ainda estão em dúvida quanto a anunciar um alojamento no Airbnb, a plataforma disponibiliza uma ferramenta capaz de estimar quanto dinheiro se pode ganhar sendo anfitrião utilizando informações como localização do imóvel, quantidade de hóspedes que poderia receber e dias disponíveis para hospedagem (AIRBNB, 2018i).

Além das hospedagens, o Airbnb disponibiliza também Experiências. As Experiências do Airbnb, são atividades desenvolvidas por moradores locais que, conforme o Airbnb (2018j), “vão muito além de um passeio turístico ou aulas típicas, eles fazem seus hóspedes mergulharem em um mundo único”. No serviço de experiências, assim como no de hospitalidade, aquele que disponibiliza o serviço estabelece o preço a ser pago que fica exposto no site do Airbnb na seção de “Experiências”.

O Airbnb possui ainda o programa *Open Homes*, no qual anfitriões do Airbnb abrem seus lares para dar alojamento temporário e gratuito para pessoas que deixam suas casas devido a conflitos, desastres ou tratamento médico. De acordo com o Airbnb (2018k), já foi oferecido por meio do programa, alojamento temporário a mais de 11 mil pessoas.

No entanto, apesar dos esforços do Airbnb em transmitir a ideia a seus usuários de vida em comunidade, da importância de se estabelecer conexões e de viver experiências diversas, expressos nos conteúdos produzidos pelo mesmo e anteriormente reunidos, a plataforma de

hospitalidade está frequentemente envolta em questões que põem em cheque as aparentes boas intenções da organização. São exemplos, acusações de concorrência desleal, de ser responsável pelo desaparecimento do mercado de aluguel em algumas cidades, pelo esvaziamento de bairros em outras, e até mesmo de racismo por recusar usuários com nomes árabes na França (FERNANDES, 2018; ROZENBAUM, 2018).

Para a PwC (2015), o sucesso do Airbnb é mais porque os consumidores desejam fazer um bom negócio ao viajar do que por qualquer outra coisa. Segundo o informe da PricewaterhouseCoopers (2015), a maioria dos consumidores do Airbnb escolhem alugar espaços inteiros, como casas e apartamentos, ao invés de quartos. Assim, a confiança em plataformas desse tipo está mais nas avaliações e comentários de outras pessoas, do que na interação ou na relação estabelecida durante suas experiências (PWC, 2015). Conforme O'Regan e Choe (2017), o mecanismo de confiança estabelecida online por meio de comentário e avaliações cria uma “*market-based reputation*”, ou uma reputação baseada no mercado. Para os autores, tal reputação nos diz mais sobre controle, manipulação e disciplina do que sobre transparência e responsabilidade.

De acordo com a PwC (2015), o Airbnb passou por um reposicionamento de marca, abandonando o pragmatismo do aluguel de quartos e apartamentos, e indo em direção da noção de comunidade, anteriormente exposta: o novo credo da empresa passou a ser “acreditamos em um mundo onde todos os sete bilhões de pessoas pertencem a qualquer lugar que quiserem” (PWC, p.24, 2015). Muito embora o Airbnb queira ser reconhecido como uma organização que estimula o pertencimento, a troca de experiências e o sentimento de comunidade, o fato da mesma ser um negócio com fins lucrativos e suas implicações não podem ser esquecidos ou ignorados (O'REGAN; CHOE, 2017).

De acordo com O'Regan e Choe (2017), o Airbnb cresce evitando o que eles veem como regulamentações desatualizadas que incidem sobre o setor de hospedagem. Conforme os autores, o Airbnb argumenta que os serviços são disponibilizados pela web e, portanto, não estão sujeitos a regulamentações locais, como o caso de algumas leis locais existentes para hotéis. Segundo O'Regan e Choe (2017, p.2), o Airbnb “procura cada vez mais combater qualquer regulamentação que afete sua estratégia de crescimento”.

Uma outra estratégia de crescimento da empresa californiana, segundo O'Regan e Choe (2017), é usar a ideia de compartilhamento para disfarçar sua tendência monopolista. Segundo os autores, a plataforma afirma promover questões sócio-ideológicas, tais como cuidado com o

meio ambiente, responsabilidade social, vida comunitária e proteção ambiental e dos direitos humanos, e imaginários globais, tais como colaboração, equidade social, solidariedade, comunidade, igualdade, confiança, reciprocidade e altruísmo, para legitimar o seu modelo de negócios (O'REGAN; CHOE, 2017).

Assim, os hóspedes são evocados a comprar a redenção por serem consumistas por meio do Airbnb, fazendo as transações efetuadas através do mesmo representar atos simbólicos de compromisso pessoal com as causas anteriormente citadas (O'REGAN; CHOE, 2017).

## 4. ESCOLHAS METODOLÓGICAS

O presente estudo se constitui em uma pesquisa de abordagem qualitativa. Para Bazeley (2013), o estudo qualitativo foca na observação, descrição e interpretação e análise de como as pessoas experienciam, agem, ou pensam sobre si mesmas e sobre o mundo ao redor. ”. Compreender as complexidades da condição humana levarão o pesquisador qualitativo além da descrição para o desenvolvimento de conceitos e a construção de teorias (BAZELEY, 2013).

Sendo a pesquisa qualitativa um conjunto de práticas interpretativas que não privilegia uma metodologia particular, não institui nem se acopla a um paradigma exclusivo para sua fundamentação e justificação, acaba por ser dotada de procedimentos especializados que se impõem ao arbítrio do pesquisador (COLBARI, 2014), o presente estudo tem nas entrevistas qualitativas a técnica de coleta de dados e análise do conteúdo, conforme Bardin (2011), a técnica de análise de dados.

### 4.1 PARTICIPANTES E PROCEDIMENTOS PARA COLETA DE DADOS.

Participaram da pesquisa seis membros do Servas Brasil e seis usuários do Airbnb Brasil. Eles foram identificados ao longo da pesquisa como: E1, E2, E3, E4, E5 e, assim consecutivamente, até E12 para que o anonimato fosse preservado. Para facilitar a leitura, os usuários do Airbnb serão identificados por números ímpares (E1, E3, E5, E7, E9 e E11) e os membros Servas serão identificados por números pares (E2, E4, E6, E8, E10, E12). Ressaltando que a letra E se refere à inicial da palavra entrevistado.

Os usuários do Airbnb entrevistados foram escolhidos por conveniência, três deles por serem conhecidos pelo autor do presente trabalho e outros três foram contatados após reagirem positivamente a uma postagem feita no grupo do Facebook Airbnb Brasil. Em tal postagem o autor deste trabalho apresentou a pesquisa e perguntou quais usuários estariam abertos a serem entrevistados. Dos seis entrevistados usuários do Airbnb, dois, até o momento em que foram entrevistados, foram somente anfitriões (E1 e E9); dois, somente hóspedes (E5 e E7); e outros dois já foram anfitriões e hóspedes (E3 e E11).

Para se chegar aos membros Servas foi estabelecido contato com o coordenador regional responsável pela rede na Bahia, o Sr. José Dantas. Dantas, como é chamado mais frequentemente, entrou em contato previamente com os membros Servas e forneceu a lista de

doze contatos de membros Servas da Bahia que se dispuseram a conversar com o autor do presente trabalho. Dos doze contatos da lista, foram contatados 9, dos quais seis puderam ser entrevistados. Dos seis entrevistados membros Servas, cinco já foram anfitriões e viajantes por meio do Servas e um, somente E10, foi apenas anfitrião em suas experiências Servas.

A realização de doze entrevistas se justifica pela saturação dos dados, não se fazendo mais necessário a inclusão de mais participantes. Das doze entrevistas, oito foram realizadas presencialmente e quatro foram realizadas à distância, via ligação por Skype ou Whatsapp. A decisão da realização da entrevista, presencial ou à distância, era delegada ao entrevistado. Assim, os entrevistados optaram pela forma que julgavam mais cômoda. Dos seis entrevistados usuários do Airbnb, três foram entrevistados presencialmente e outros três à distância e dos seis entrevistados membros Servas, cinco foram entrevistados pessoalmente e um à distância.

**Quadro 1** - Dados sócio-demográficos dos participantes da pesquisa.

Participante	Profissão	Gênero	Idade	Organização	Tipo de entrevista
E1	Enfermeiro	Masculino	37	Airbnb	Presencial
E2	Administrador	Masculino	52	Servas	Presencial
E3	Enfermeiro	Feminino	30	Airbnb	Presencial
E4	Administrador	Feminino	36	Servas	Presencial
E5	Psicólogo	Feminino	27	Airbnb	Distância
E6	Enfermeiro	Feminino	30	Servas	Presencial
E7	Ator e diretor	Masculino	31	Airbnb	Presencial
E8	Jornalista	Feminino	62	Servas	Presencial
E9	Psicólogo	Feminino	42	Airbnb	Distância
E10	Advogado	Feminino	62	Servas	Presencial
E11	Estudante	Feminino	29	Airbnb	Distância
E12	Professor	Feminino	57	Servas	Distância

Fonte: elaborado pelo autor (2018).

#### 4.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA

A coleta de dados foi feita por meio de entrevistas qualitativas guiadas por um roteiro. Conforme as entrevistas foram sendo realizadas, foram transcritas e um esforço inicial de

análise foi empreendido. Assim, ajustes no instrumento e o surgimento de novas questões se fez possível ao longo da coleta de dados. O roteiro (ver Apêndice A) foi dividido em sete partes.

A primeira parte (dados de caracterização) visou obter dados sobre os participantes, incluindo: nome, idade, gênero e profissão. A segunda parte buscou identificar o entrevistado por meio da organização a qual o entrevistado estava representando, se era usuário do Airbnb ou membro do Servas, e se era anfitrião ou hóspede (no caso do Servas, viajantes, como foram chamados mais frequentemente pelos entrevistados).

A terceira parte buscou conhecer melhor o entrevistado e os motivos pelos quais passou a participar da organização. Aqui, foram convidados a falar sobre suas histórias de vida, o que fez os mesmos passarem a utilizar o Airbnb ou se tornarem membros do Servas e há quanto tempo o fazem.

A quarta parte buscou investigar a familiaridade do entrevistado acerca da economia do compartilhamento, o que entende pela mesma, e se, e como, consegue inserir as práticas dos mesmos na organização que representam dentro do que entendem por economia do compartilhamento.

A quinta parte buscou compreender detalhes de como a partilha ocorre nas experiências que os entrevistados já tiveram por meio do Airbnb e do Servas. Os mesmos foram convidados a falar sobre o que entendem por partilha e se, e como, conseguem vislumbrar práticas de partilha nas suas experiências. Questionamentos acerca da reciprocidade, retribuição e como lidam com o fato de haver uma transação financeira (no caso do Airbnb) foram feitos também.

A sexta parte visou compreender como se dá a relação entre os anfitriões e hóspedes/viajantes em suas experiências, como os entrevistados descrevem tal relação, como os mesmos lidam com o fato de, até então, serem desconhecidos e se e como estas relações perduram para além das estadias. A intenção aqui foi identificar possíveis relações de vínculo e confiança em tais experiências.

E, a sétima e última parte buscou investigar o que as experiências significam para os usuários, convidando-os a destacar pontos positivos e negativos nas mesmas e como lidou com tais situações; ao fim desta parte os entrevistados eram convidados a fazer quaisquer outros comentários que julgassem necessários e que não o tivessem feito até então.

#### 4.3 PROCESSAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

As entrevistas foram gravadas e transcritas para documentos do Microsoft Word. Após a transcrição o processo de análise de dados qualitativos se dava início, conforme a análise de conteúdo de Bardin (2011). “A análise de conteúdo aparece como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (BARDIN, 2011, p. 44). Através da seleção das unidades de análise, do processo de categorização e da codificação das unidades de análise acredita-se chegar à inferência de conhecimentos, razão de ser da análise de conteúdo. Nela, “o texto é um meio de expressão do sujeito, onde o analista busca categorizar as unidades de texto (palavras ou frases) que se repetem, inferindo uma expressão que as representem” (CAREGNATO; MULTI, 2006, p. 682).

Os dados foram pré-analisados por meio da leitura das transcrições e organização dos mesmos. Já aqui foi possível, por meio das leituras, a retirada de trechos-chave e a distribuição dos mesmos seguindo os blocos criados no roteiro. Feito isso, os dados foram explorados, momento no qual a leitura analítica fez possível o surgimento de categorias temáticas. Os trechos, que estavam seguindo os blocos do roteiro foram reorganizados de acordo com os temas. Posteriormente, as categorias temáticas passaram por interpretação referencial, momento no qual os dados empíricos foram relacionados ao objeto de análise e seu contexto mais amplo.

Os temas encontrados durante as análises foram, para os dados empíricos dos usuários do Airbnb: relação mercadológica e a busca por equivalência; a busca por vantagem financeira como faceta da relação mercadológica; a confiança que vem da plataforma online; a reciprocidade como retribuição simétrica; e a noção fragilizada da partilha nas relações de mercado. E, para os dados empíricos dos membros do Servas: a Rede Servas como ponto de partida para o estabelecimento de relações de confiança; o perfil Servas e a dimensão simbólica das relações nele estabelecidas; as relações de vínculo como um convite a reciprocidade; a reciprocidade como o retorno espontâneo e voluntário; e a partilha como a troca de tudo.



## 5. ANÁLISES E DISCUSSÕES

Na presente seção são apresentadas as análises provenientes dos procedimentos expostos na seção de escolhas metodológicas à luz da teoria da dádiva, conforme exposta na seção de referencial teórico.

### 5.1 SERVAS

A seguir estão expostas as categorias temáticas surgidas após análises das falas dos entrevistados membros do Servas, à saber: a Rede Servas como ponto de partida para o estabelecimento de relações de confiança; o perfil Servas e a dimensão simbólica das relações nele estabelecidas; as relações de vínculo como um convite a reciprocidade; a reciprocidade como o retorno espontâneo e voluntário; e a partilha como a troca de tudo.

#### **5.1.1 A Rede Servas como ponto de partida para o estabelecimento de relações de confiança.**

O Servas possui uma organização em rede na qual os membros podem se conhecer por meio de suas trocas de experiências em viagens. A importância da existência do Servas como uma rede se faz presente na fala de alguns de seus membros como um possibilitador da confiança. O entrevistado E8 explica em suas falas que há troca de informações entre os membros da rede e que tal troca de informações, conforme o mesmo, facilita o estabelecimento de confiança entre os membros.

Por meio da troca de informações, os membros encontram uma forma de se conhecerem melhor e de se sentirem seguros. Os entrevistados E8 e E10 revelam que, ao ser aprovado na entrevista de entrada no Servas, o membro passa a ser reconhecido como uma pessoa que possui o que chamam de “perfil Servas”. Tal perfil faz com que essas pessoas deixem de ser meros desconhecidos e, como o entrevistado E6 afirma, passem a ser considerados amigos que moram distante.

Os entrevistados E8 e E10 destacam a importância da existência da Rede, fundamental desde a realização da entrevista para se tornar um membro, até a troca de informações que ocorre entre os membros, como forma de proporcionar segurança aos mesmos. A partir do

momento em que se sentem seguros os membros Servas se sentem à vontade para estabelecer relações sociais distantes dos medos que as relações baseadas no interesse podem causar.

Acerca de tal Rede, o entrevistado E12 afirma: “eu sempre viajo sozinha mas eu nunca estou só, tenho sempre uma família por perto” (informação verbal)<sup>1</sup>. As relações estabelecidas por meio da rede possibilitam a confiança e, a partir disso, abrem caminho para o estabelecimento do laço. Ou seja, longe de se situarem sob a égide do interesse mercantil, as relações proporcionadas pela rede Servas se situam sob a égide da criação e manutenção de laços. Conforme Caillé (2002), é para isto que as redes existem, para que as relações possam se manter por meio da confiança gerada entre os membros.

Um exemplo de como a confiança se estabelece na Rede Servas pode ser visto na fala do entrevistado E2. De acordo com o mesmo, havia recebido a incumbência de auxiliar um colega de trabalho recém-chegado a Salvador, porém o seu colega parecia demasiado independente para alguém que havia acabado de chegar a uma nova cidade. Ao ser questionado, o colega de trabalho do entrevistado E2 informou que não precisava de sua ajuda porque fazia parte de uma rede chamada Servas, na qual, embora não conhecesse os membros de Salvador, tinha plena confiança nos mesmos e nas informações que eles lhe passavam.

Para Caillé (2002, p.65), “a rede é o conjunto de pessoas com quem o ato de manter relações, de pessoa a pessoa, de amizade, ou de camaradagem, permite conservar e esperar confiança e fidelidade”. Conforme o mesmo autor, as redes são criadas a partir da aposta no dom e na confiança (CAILLÉ, 2002). Ou seja, é por meio do dom e da confiança que a rede se estabelece, uma vez que nessas redes, assim como na formada pelos membros do Servas, não está no interesse mercantil a lógica da relação.

Para o entrevistado E12, tal relação de confiança não se dá com dificuldade pois o Servas possui princípios claros e, conforme o mesmo, as pessoas más não entram no Servas pois, por não serem pessoas boas com as outras, não acreditam no tipo de relação livre de interesse estabelecida no Servas. Conforme o mesmo, essas pessoas não acreditam que esse tipo de relação possa existir pois não são capazes de as estabelecerem. Já para as pessoas boas, não há dificuldade em estabelecer relações de confiança pois conseguem compreender a existência de tais relações que não se baseiam no interesse.

---

<sup>1</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 dez. 2018.

De forma semelhante aos entrevistados E2 e E12, E8 expõe que, no Servas, a confiança parece já estar subentendida nas relações, ou internalizada, conforme apresentado no seguinte trecho:

Eles [o casal dono da casa onde se hospedou] estavam na Europa, viajando. Mas me disseram “você pode ir, a minha sobrinha está lá, no apartamento, mas ela fica fora o dia inteiro, então não tem problema. Você vai chegar e você vai a encontrar”. Pediram à sobrinha para me receber, aí a sobrinha foi cuidar da vida dela e eu fiquei com a minha sobrinha no apartamento, fiquei ali disponível. Então quer dizer, já tem ali um rastro, uma coisa, de confiança, isso já tá (sic) internalizado no servas. Quer dizer, ela tava (sic) na Europa e me entregou a casa dela. A sobrinha só chegava mais tarde, à noite (informação verbal)<sup>2</sup>.

Tal noção de confiança já internalizada nas relações estabelecidas por meio do Servas parece estar em conformidade com o que afirma Caillé (2002), de que a confiança é estabelecida por meio das relações sociais. Tais relações se solidificam por meio da rede criada no Servas que permite aos membros se abrirem para relações não baseadas no interesse mercantil.

A percepção dos membros Servas do estabelecimento de relações de confiança a partir de suas experiências se faz especialmente importante para efeitos deste trabalho pois Caillé (2002) apresenta o dom como única forma de se estabelecer relação social e, a partir dela, o único meio de criar confiança. Conforme o entrevistado E6, tal confiança se faz presente na relação “o tempo inteiro, desde que você chega e o anfitrião te dá a chave de casa, mostra como é (sic) os códigos da casa, então [a relação] é bem de confiança mesmo” (informação verbal)<sup>3</sup>.

A existência da Rede Servas, ao não se basear no interesse, fornece o ambiente no qual os seus membros se sentem seguros e confiantes o suficiente para estabelecerem as relações que integram a prática da partilha.

### **5.1.2 O perfil Servas e a dimensão simbólica das relações nele estabelecidas.**

Os entrevistados E8 e E10, conforme afirmado anteriormente, mencionaram a existência de um “perfil Servas”, determinante para que alguém faça parte da Rede. Neste tema foram reunidas as falas que revelam indícios do que poderia ser esse perfil e de como o mesmo se apresenta nas práticas dos membros. Tal perfil expõe pessoas abertas à novas experiências, à superação dos medos e à busca do entendimento do que lhes é desconhecido e diferente. Ou

<sup>2</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 out. 2018.

<sup>3</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 22 out. 2018.

seja, revela pessoas dispostas a estabelecer relações que se distanciem das relações despersonalizadas introduzidas pelo mercado (CAILLÉ, 2002).

Conforme o entrevistado E4, “quando você se propõe a entrar no Servas, você, automaticamente, tem que estar pré-disposto a abrir as portas da sua casa, a dividir o seu espaço, a receber alguém que você não conhece” (informação verbal)<sup>4</sup>. O abrir as portas da casa pode ser interpretado como uma forma de se abrir para a relação com o novo. Assim, ao entrar no Servas, a pessoa tem que estar pré-disposta a entrar em contato com novas compreensões.

Tal pré-disposição à abertura se insere no que o Servas, como organização, busca: o conhecimento de povos e culturas como forma de construir a paz; abertura ao novo, ao diferente, como forma de quebrar paradigmas, de destruir preconceitos, para construir novos conhecimentos. Tal ideologia é expressa na fala do entrevistado E8, na qual apresenta as experiências no Servas como uma forma de quebrar preconceitos, de fortalecer o caminho de tolerância, de “entender que cada povo tem sua cultura e que cada pessoa tem sua característica, sua personalidade”. Conforme o mesmo

[...] todos eles [os objetivos do Servas] vão em direção da paz, de proporcionar a paz, de abrir caminho para a paz. É, quebra de preconceitos, fortalecer o seu sentimento de tolerância, e você entender que cada povo tem sua cultura e que cada pessoa tem sua característica, sua personalidade, são individualidades que a gente procura entender. E você se aproximar de uma pessoa, conversar com uma pessoa, e você notar as diferenças é um desafio, né... um desafio que enriquece a própria pessoa e você vence um câncer, um preconceito que tem de várias ordens (informação verbal)<sup>5</sup>.

A abertura ao entendimento, a busca pela compreensão do outro, e o relacionar-se com outras pessoas, apresentam os membros Servas como pessoas dispostas a se enriquecer do que não é palpável. Conforme afirma o entrevistado E6, sair do “seu mundo” e ir a um lugar diferente, uma cultura diferente, é uma grande oportunidade para crescer e se enriquecer. Aqui o enriquecimento está na relação estabelecida, e não no valor monetário a que aquela troca equivale. Tal noção de enriquecer-se do que não é palpável se aproxima do que Caillé (2002) afirma acerca do simbólico no dom. Conforme o autor “símbolos e dons são sem dúvida para Mauss idênticos. Ou pelo menos coextensivos. Não há dom a não ser daquilo que excede por sua dimensão simbólica a dimensão utilitária e funcional dos bens e serviços” (CAILLÉ, 2002,

---

<sup>4</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

<sup>5</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 out. 2018.

p.37). Assim, para Caillé (2002), ao transcender a dimensão utilitária das relações, o dom se aproxima intimamente da dimensão simbólica das mesmas.

É nesse ambiente de troca simbólica que a relação iniciada no primeiro contato à distância ganha um novo capítulo. Nele, a aceitação se dá por meio da convivência. Conforme o entrevistado E10, “você aprende a conviver com outras pessoas, com outras culturas, que você tem que perceber, respeitar, entender e conviver” (informação verbal)<sup>6</sup>. Dessa forma, para o entrevistado E10, as experiências no Servas são um facilitador do crescimento pessoal e, segundo o mesmo, “se der algum problema, alguma coisa, é um aprendizado” (informação verbal)<sup>7</sup>. Toda a experiência Servas parece girar em torno do aprendizado.

E, por conseguinte, tal aprendizado faz abrir os olhos para a existência de realidades diferentes das dos membros Servas. Isso fica claro quando o entrevistado E10 afirma que viaja e carrega sempre na bagagem “a vontade de conhecer pessoas novas, culturas novas, movimentos novos, atitudes novas, saindo daquele núcleo que eu conheci pra (sic) me expandir um pouco mais e saber como as pessoas vivem e convivem no resto do mundo” (informação verbal)<sup>8</sup>. Ainda segundo o entrevistado E10, a convivência com outras pessoas conduz ao aprendizado.

Um outro exemplo de como as relações no Servas giram em torno de tal aprendizado é a forma como seus membros lidam com os erros. Ao se referirem aos erros, os mesmos se referem aos choques que, por vezes, acontecem enquanto recebem ou visitam pessoas de culturas diferentes. Ao contrário do que pode acontecer nas relações mercantis, nas quais tais choques podem ser considerados graves falhas, passíveis de punição, no Servas os mesmos são acolhidos como forma de construir novos conhecimentos. A auto percepção de que se pode estar errado e como se lida com isso é especialmente presente no Servas, como uma postura de abertura e acolhimento. O erro aqui, se apresenta como uma forma de, como dito anteriormente, destruir preconceitos e construir novos conhecimentos. Conforme o entrevistado E4,

[...] nem sempre a minha visão de mundo pode estar 100% correta, eu preciso entender que a minha visão não é a única que existe no mundo e não é somente ela que é certa. Então eu acho que é uma forma de você abrir o horizonte, quebrar paradigmas, tirar alguns preconceitos que você possa ter. Eu disse “poxa, não é bem assim, não é porque a pessoa é de tal religião, que todo mundo diz que é dessa forma, mas eu tô (sic) vendo que não é, então espera

---

<sup>6</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 21 nov. 2018.

<sup>7</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 21 nov. 2018.

<sup>8</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 21 nov. 2018.

aí, deixa eu rever meus conceitos de que pode não ser exatamente como todo mundo fala [...] (informação verbal)<sup>9</sup>.

Tal postura de aceitação do erro como forma de crescimento, é encarada no Servas como fundamental para o estabelecimento de relações sociais. Assim como acontece no Servas, na dádiva as relações não fluem seguindo os parâmetros do mercado (CAILLÉ, 2002). Conforme Caillé (2002), as relações na dádiva não se inscrevem em uma lógica de “toma-lá-dá-cá”, nem se inserem em um contexto de produção mercantil na qual a mesma existiria em vista de satisfazer uma utilidade. Enquanto a lógica mercantil torna o homem livre do laço social, a dádiva os une segundo o mesmo laço (GODBOUT, 1992).

Enquanto no mercado os lados da relação são envoltos em uma relação armada a partir do interesse, no Servas, conforme o entrevistado E2, “existe uma situação de desarmamento” (informação verbal)<sup>10</sup>. Segundo o E2, o Servas fornece um ambiente no qual para que haja o estabelecimento de qualquer relação, parte-se do pressuposto de que ambos os lados de tal relação podem cometer erros e esses erros devem ser aceitos de forma branda. O entrevistado E2 chama isso de “construção de um ambiente amigável” (informação verbal)<sup>11</sup>, diferente do ambiente construído a partir das relações enrijecidas baseadas no interesse mercantil.

Os membros Servas veem na aceitação do novo e dos erros uma forma de acolher suas experiências como uma forma de se transformarem em pessoas melhores. A experiência transformadora fica marcada nos membros Servas por meio da permanência das mesmas na memória. Os significados das experiências, a sua dimensão simbólica, a importância das mesmas como experiências enriquecedoras, engrandecedoras, como ditas anteriormente, fazem com que, ao contrário do que acontece nas relações de mercado, as mesmas permaneçam através do tempo. Tais relações parecem não sofrer com ação do tempo pois, por sua dimensão simbólica, o que a experiência os trouxe de positivo, permanecerá por tempo indeterminado.

Conforme Caillé (2002), o símbolo é o sinal da aliança, é por meio do que chama de “função simbólica” que a “função aliança” atua nas sociedades. Assim, para Caillé (2002, p.239), “não basta dizer que os dons são símbolos. Convém ainda especificar que aquilo que eles simbolizam e efetuam é a aliança”. Tais relações não têm valor pelo que equivalem financeiramente, mas pelo que significam para seus membros e tal significado os une.

---

<sup>9</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

<sup>10</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

<sup>11</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

### 5.1.3 As relações de vínculo como um convite à reciprocidade.

Segundo Godbout (1999, p.148) “a dádiva conserva o vestígio dos relacionamentos anteriores, para além da transação imediata. Ela tem memória, ao contrário do mercado, que só conserva do passado o preço, memória do vínculo entre as coisas, e não do vínculo entre as pessoas”. O vínculo entre as pessoas estabelecido a partir das experiências no Servas é bastante claro nas falas dos entrevistados.

O entrevistado E2 em sua fala fornece um exemplo de uma relação estabelecida no Servas na qual pôde criar um laço para a posteridade. O mesmo narra a sua história com um membro Servas que mora na Espanha e que veio visitar Salvador. Na primeira vez, o visitante foi recebido pelo entrevistado E2; na segunda vez, em seu retorno ao Brasil, foi recebido mais uma vez por E2 e sua atual esposa e, juntos, viajaram pelo interior da Bahia; na terceira vez, foi a vez do entrevistado E2 visitar o, agora, amigo, na Espanha. Em sua fala, o entrevistado E2 destaca que o membro Servas sempre se mostrou disponível a ajudar no que fosse preciso.

Esse [membro] Servas foi embora e depois voltou para Salvador e aí já se hospedou, eu já estava casado com [...], e a gente viajou para Serrinha, fomos para o Jorro, fomos para Maragogipe, tem uma feira lá, de máscaras... foi o carnaval de máscaras... quer dizer, [a relação] ficou assim... especial. E aí o contato ficou para sempre. A gente tá (sic) sempre trocando informação e, sei lá, um exemplo: um dia eu disse assim “rapaz, eu li aí um pouco e eu gostei de Caminhos de Santiago e tava (sic) pensando em...” acabou! Ele respondeu, “eu moro em Barcelona, você vem para cá, eu pego o carro, eu te levo até o início, eu acompanho você, você vai me avisando, se tiver qualquer problema...”, porque ele morava na Espanha. Quer dizer, ele tava (sic) disponível, e isso a vida inteira assim, ele sempre tava (sic), entendeu? Ele tava (sic) disposto a fazer algo, a fazer muito mais do que o esperado. [...] Então esse foi, por exemplo, uma grata surpresa e que... agora tem muitos, viu... tem muitos (informação verbal)<sup>12</sup>.

Esse, no entanto, parece ser somente um exemplo dentre tantos outros que poderiam ser dados pelos membros Servas de experiências nas quais o laço surgido na relação social permaneceu através do tempo. Como dito anteriormente pelo entrevistado E2, há muitos outros exemplos como o apresentado por ele. E, conforme dito pelo entrevistado E8, “cada pessoa que tem sua experiência é como se fosse um rizoma, aquilo vai se espalhando e vai se formando

---

<sup>12</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

uma rede, uma rede familiar, uma rede de amigos, e cada pessoa se expande com essa experiência” (informação verbal)<sup>13</sup>.

A alusão feita ao rizoma se torna especialmente interessante aqui, pois, como raízes que se entranham na terra, as relações estabelecidas no Servas se aprofundam em seus membros e formam uma rede que se perpetua por meio do vínculo formado. Ao contrário do que ocorre nas relações de mercado, nas quais o vínculo deve ser intencionalmente ignorado em nome da liberdade mercantil que instaura as relações despersonalizadas com a finalidade de fazer do homem um consumidor livre para negociar com qualquer um que o forneça a melhor relação de cálculo, nas relações estabelecidas no Servas, assim como nas da dádiva, o vínculo é celebrado.

O entrevistado E6, por exemplo, afirma que no Servas há construção de amizade ao ponto de até hoje manter contato com todos os viajantes que já ficaram em sua casa. E, ao mesmo tempo, o E4 afirma ficar muito feliz e muito grata pelas relações iniciadas no Servas. Iniciadas, pois, conforme o entrevistado E8, a experiência no Servas é um pontapé inicial. A partir dele “você vai continuar” (informação verbal)<sup>14</sup>. Para o E8, embora as pessoas fiquem pouco tempo nas casas uns dos outros, este é o tempo necessário para que o contato permaneça e o vínculo possa ser estabelecido.

Tal noção do vínculo proporcionado pela manutenção do laço através do tempo em muito se aproxima com o que expõem Mauss (1950), Godbout (1992) e Caillé (2002), ao abordarem a relação do vínculo na dádiva/dom. Conforme Godbout (1992), o dom guarda a memória das relações que já se estabeleceram. E é nessa noção da manutenção da memória das relações em que se apoia o vínculo conforme Mauss (1950).

Assim como no dom, onde se guarda a memória das relações (GODBOUT, 1992), nas experiências no Servas os membros guardam o laço gerado. É a partir da memória das relações que as mesmas continuarão a existir. Para Godbout (1992), a negação do laço social inserida pelo mercado é, ao mesmo tempo, a negação do dom. Tal negação apaga a memória das relações, fazendo com que das mesmas se guarde apenas o preço e o valor das coisas (GODBOUT, 1992). Na cultura moderna, ao invés da preocupação com o que nos liga uns aos

---

<sup>13</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 out. 2018.

<sup>14</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 out. 2018.



outros, a preocupação maior está em libertar-nos uns dos outros, emancipar-nos dos laços sociais (GODBOUT, 1992).

Contrariamente a tal emancipação, no Servas os laços são mantidos, conforme pode ser visto no seguinte exemplo. O entrevistado E8 inicialmente conheceu um casal colombiano que veio ao Brasil pelo Servas e ficou hospedado em sua casa, em Salvador. Após isso, o entrevistado E8 teve a oportunidade de ir à Colômbia, onde ficou na residência desses contatos feitos por intermédio do Servas, momento em que pôde conhecer toda a família. Tempos depois, o filho do casal colombiano estava em um intercâmbio no Brasil e ficou doente. O entrevistado E8 o levou para sua casa, onde ele recebeu os cuidados necessários e a relação de amizade com a família iniciada por meio do Servas pôde se solidificar ainda mais. Entre as idas do entrevistado E8 à Colômbia e a vinda da família colombiana à sua casa, o que fica guardado é o valor do vínculo gerado por meio de tal relação.

Já o entrevistado E12 aproxima que noventa por cento das pessoas que conheceu por meio do Servas se tornaram seus amigos verdadeiros, enquanto nove por cento teriam sido encontros bons, mas que não se tornaram amizades duradouras, e um único caso negativo, no qual afirma que os aspectos negativos sobrepujaram os positivos. Apesar da não validade científica de tais porcentagens, as mesmas revelam que a grande maioria das experiências do entrevistado E12 no Servas se constituíram depois em amizades que leva consigo até os dias de hoje. Os casos em que, apesar de terem sido boas experiências, não estabeleceram relação de vínculo são a grande minoria. Para o entrevistado E12, suas experiências com o Servas até hoje serviram para “aprender que a raça humana é uma família só, que aonde você vai é como se você tivesse uma família. É você ter amigos no mundo todo” (informação verbal)<sup>15</sup>.

Tais relações de vínculo se constituem também em convites à reciprocidade. Os membros Servas se sentem convidados em suas experiências a retribuir, ou retornar, o que foi recebido. Tal retribuição pode se dar na forma do que é intangível e também por meio de bens tangíveis, conforme é exposto a seguir.

#### **5.1.4 A reciprocidade como o retorno espontâneo e voluntário.**

Conforme explica o entrevistado E2, “a reciprocidade esperada mesmo é o respeito, a educação e a troca de experiência” (informação verbal)<sup>16</sup>. No entanto, o E2 também explica que

---

<sup>15</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 dez. 2018.

<sup>16</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

é comum muitos viajantes já saírem de seus lugares com lembrancinhas na bagagem para presentear os seus anfitriões, como uma foto, um imã de geladeira, alguma coisa que remeta o anfitrião àquele viajante e com a qual ele possa presenteá-lo durante a estadia.

Além disso, o entrevistado E2 destaca que também é comum os viajantes convidarem seus anfitriões para jantarem e assumirem a conta completa, ou mesmo, comprarem ingredientes e fazerem um jantar temático na residência do anfitrião com pratos típicos dos lugares de onde vieram os viajantes. Tais atitudes de presentear os anfitriões com lembrancinhas e pagar ou elaborar jantares, conforme explica o entrevistado E4, não se dão como uma forma de pagar a hospedagem, mas como forma de agradecer pelo acolhimento. Para o entrevistado E4, a troca de experiências durante aqueles dias de hospedagem é tão agradável que é comum os viajantes encontrarem nessas formas o agradecimento pela acolhida.

Assim, de forma diferente da existente nas relações de mercado, tal retribuição não se dá pelo cálculo mercantil, não se busca a equivalência presente no mercado, mas o agradecimento voluntário pela acolhida. Nas relações de mercado, as coisas são permutadas por meio do mecanismo de preços (GODBOUT, 1992). Contrariamente ao que ocorre no mercado, de acordo com Godbout (1992), a relação de retribuição não entra em nenhuma equação quantificável.

A relação estabelecida pelo cálculo, que ganha forma na utilização do dinheiro como pagamento, simboliza a redução da relação social à uma relação monetária (GODBOUT, 1992). Para Godbout (1992, p.285) “o dinheiro desvaloriza de alguma forma tudo aquilo a que equivale”. Ou seja, a relação caracterizada pela troca monetária como equivalente é reduzida em si mesma, nada se guarda dela a não ser o valor em dinheiro trocado. E, conforme Godbout (1992), é por isso que o dom não tem preço.

Segundo Godbout (1992), não só a noção de preço não se aplica ao dom como também é perigoso aplicar-lhe um preço, é contraindicado. A noção de preço implica procura por equivalência mercantil; no dom o que importa é o valor do laço de um objeto, e esse não possui equivalência monetária (GODBOUT, 1992).

Os entrevistados E12 e E10 expõem uma outra forma de enxergar a reciprocidade. Para o E12 “a reciprocidade nesse ambiente do Servas nem sempre é para aquela pessoa que lhe fez um bem, mas para outro ser humano qualquer que esteja precisando de uma orientação”

(informação verbal)<sup>17</sup>. Conforme o entrevistado E12, “o retorno é sempre o de conviver com aquela pessoa, de conhecer a história de vida, de colaborar com ela naquele momento que ela está precisando” (informação verbal)<sup>18</sup>. Segundo o mesmo, a retribuição às suas atitudes pode se dar com outras pessoas e em outros momentos da vida.

De forma semelhante ao entrevistado E12, para E10, na reciprocidade nada se espera. A reciprocidade pode se dar em qualquer momento da vida por meio do que a vida lhe proporciona. Para o entrevistado E10, o que é feito de bom, retorna como bem. Tal noção de reciprocidade, que o entrevistado E10 chama de “espiritualizada”, se aproxima do que Godbout (1992) chama de espírito do dom. Conforme Godbout (1992), o dom obedece a um movimento de alma, sendo essencial para que tal movimento ocorra a espontaneidade do gesto e a natureza puramente voluntária do mesmo. Como na noção de reciprocidade do entrevistado E10, na qual a mesma se dará de forma espontânea e voluntária, ou seja, sem que nada precise ser feito para que o que foi feito de bom, retorne como bem.

Como pode ser visto por meio das formas de retribuição apresentadas anteriormente e, conforme afirma Godbout (1992), há a retribuição de diversos tipos. O autor, no entanto, destaca que do ponto de vista habitual da troca a retribuição mais surpreendente é a transformação induzida no doador. Tal transformação, ou como afirma Godbout (1992), o “não ser mais o mesmo” após o dom, se torna claro em um relato do entrevistado E8 no qual o mesmo diz que o abrir as portas de sua casa é somente uma representação e que o mesmo na verdade significa uma abertura de si mesmo para o outro que chega. Assim, para E8, “a reciprocidade é esse sair de si e oferecer a sua casa, oferecer a sua pessoa, pra poder acolher, pra poder beneficiar, pra poder trocar” (informação verbal)<sup>19</sup>.

A noção de reciprocidade é também aproximada da noção de troca pelo entrevistado E6, que afirma que a reciprocidade é uma relação bilateral, na qual ambos doam, recebem e, conseqüentemente, se beneficiam dessa relação. Tal noção se assemelha em muito à exposta por Mauss (1950), na qual expõe que a dádiva é composta por três momentos – dar, receber e retribuir – que se confundem. Para Godbout (1992), retribuir é, de fato, dar. Porque aquele que retribui, efetivamente também dá. A tríade – dar, receber e retribuir – que constitui a noção da

---

<sup>17</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 dez. 2018.

<sup>18</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 dez. 2018.

<sup>19</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 out. 2018.

dádiva de Mauss (1950), introduz as relações simbólicas e em rede estabelecidas a partir da confiança, do vínculo, e da reciprocidade que constituem o que vem a se chamar de partilha.

### **5.1.5 A Partilha como a troca de tudo.**

Segundo o entrevistado E8, embora haja a partilha dos aspectos físicos, como a casa, o carro, as refeições, a partilha no Servas transcende tais aspectos materiais para uma partilha de experiências, vivências e aprendizados. Conforme E8, “você aprende e você compartilha desde a sua maneira de ser, suas opiniões, e até como você vive naquela cidade, como é que as pessoas encaram certas questões, desde questões políticas, sociais” (informação verbal)<sup>20</sup>.

Os membros Servas vêm na partilha uma troca, uma forma de doar e receber de diferentes maneiras. Para o entrevistado E2, partilhar é “doar e receber tempo” (informação verbal)<sup>21</sup>. Conforme o E2, o “passar tempo juntos” conduz à partilha de vivências e experiências. De forma semelhante, para o entrevistado E4, partilhar é trocar visões de mundo. Conforme o E4 “a partir do momento em que eu começo a ter contato com uma pessoa, começo conversar, e aí eu tô (sic) dividindo uma mesa numa refeição, um espaço na casa, e eu tô (sic) vendo como ela enxerga o mundo, como é o comportamento” (informação verbal)<sup>22</sup>.

A noção de partilha como troca é também a forma apresentada pelo entrevistado E6 de enxergar a mesma. Para o mesmo, em suas experiências no Servas pôde partilhar experiências, culturas, que o enriqueceram muito como pessoa. De forma semelhante, conforme o entrevistado E10, “quando você recebe uma pessoa no Servas, você troca conhecimento, você troca cultura, troca relacionamento humano... é uma troca geral, de basicamente tudo”. Assim, “compartilhar é uma forma de você aprender e também ensinar um pouco da sua vivência e aprender um pouco com a vivência do outro”, afirmou o entrevistado E4. Para o E4, as coisas boas e também as dificuldades que o outro já passou e o fizeram chegar até aqui se constituem em uma forma de aprendizado sobre a vida, aprendizado que o E4 leva consigo. Em consonância com o que afirma o entrevistado E6, nas experiências Servas, partilha-se bons momentos que o trazem enriquecimento como pessoa.

Os membros Servas entrevistados, ao apresentar a partilha como uma troca, na qual se dá e se recebe, a aproximam do próprio entendimento da dádiva. São nessas trocas nas quais os

---

<sup>20</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 27 out. 2018.

<sup>21</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

<sup>22</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 12 out. 2018.

membros estabelecem as relações de confiança, de vínculo e de reciprocidade anteriormente apresentadas. Tais trocas estão imersas em uma dimensão simbólica que se faz clara quando os entrevistados expõem as mesmas como forma de aprender e de se enriquecer com as vivências dos outros. Assim, a tríade dar, receber e retribuir, no que consiste a dádiva e onde se estabelecem as relações anteriormente apresentadas, é a mesma no que consiste a partilha, que conforme exposta pelos entrevistados membros do Servas pode ser sintetizada como “uma troca de basicamente tudo” (informação verbal)<sup>23</sup>.

## 5.2 AIRBNB

A seguir estão expostas as categorias temáticas surgidas após análises das falas dos entrevistados membros do Airbnb, à saber: a relação mercadológica e a busca por equivalência, a busca por vantagem financeira como faceta da relação mercadológica, a confiança que vem da plataforma online, a reciprocidade como retribuição simétrica, e a noção fragilizada da partilha nas relações de mercado.

### 5.2.1 Relação mercadológica e a busca por equivalência.

A relação estabelecida por meio do Airbnb, para o entrevistado E5, sequer pode ser chamada de “compartilhamento”. O entrevistado E5 afirma que vê o que ocorre no Airbnb apenas como o aluguel de um apartamento, ou uma casa, ou de um cômodo nos mesmos e não “essa coisa poética de compartilhar”. O mesmo complementa afirmando que o Airbnb se insere no que tem se chamado de economia do compartilhamento “pelo lado da economia, mas pelo lado do compartilhamento, não” (informação verbal)<sup>24</sup>. Ou seja, para o entrevistado E5, os usuários do Airbnb o utilizam buscando uma relação comercial baseada no menor preço oferecido pelo serviço em comparação aos hotéis e pousadas. Além disso, conforme E5, quem aluga recebe um pagamento, o que faz com que ambos os lados nessa relação mercantil se satisfaçam financeiramente.

---

<sup>23</sup> Membro Servas em entrevista concedida em 21 nov. 2018.

<sup>24</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 30 out. 2018.

De forma semelhante, para o entrevistado E3, “por ter essa questão monetária, no Airbnb, ainda parece ser uma relação de cliente e consumidor, isso dá uma seriedade maior” (informação verbal)<sup>25</sup>. A relação intermediada pelo dinheiro, para o E3, acaba se tornando mais rígida pois, conforme o mesmo, há quem paga e quem usa. Acerca de tais relações, Godbout (1992) afirma que as mesmas acabam por ser reduzidas a sua dimensão monetária.

Para Godbout (1992), onde há a relação monetária não há dom, pois há a presença do dinheiro como pagamento e, conforme o mesmo autor, “o dom manifesta uma espécie de alergia ao preço” (GODBOUT, 1992, p.252). Conforme Godbout (1992, p.252), tal alergia se dá, pois, a existência do preço “implica procura por equivalência mercantil”. Enquanto o valor do dom depende da relação entre duas pessoas, no mercado o valor é definido a partir da equivalência monetária (GODBOUT, 1992).

Conforme Godbout (1992), o valor do dom é o valor do laço. Segundo o autor, “esta realidade opõe-se ao valor quantificável, e é totalmente ocultada pelo discurso econômico, para o qual o laço é a própria troca, e nada mais” (GODBOUT, 1992, p.245). A ausência do laço em tais relações se torna clara na fala do entrevistado E7, ao afirmar que, apesar de possuir o contato das pessoas com quem se relacionou por meio do Airbnb, não mantém contato com as mesmas. Conforme o entrevistado E7, o mesmo guarda tais contatos pela possibilidade de retornar à cidade e poder utilizar a mesma hospedagem sem que se faça necessário usar o Airbnb novamente. O entrevistado E7 é claro ao afirmar que “não há relação de amizade que se continue disso; de ambas as partes, acho que há um tratamento bastante profissional, simétrico” (informação verbal)<sup>26</sup>. Para o entrevistado E7, tal relação, no entanto, não os impedem de trocar afeto.

Para o entrevistado E9, a relação estabelecida no Airbnb não exclui a amizade, mas, conforme afirma o mesmo, não é esse o intuito:

Teve (sic) uma menina de São Paulo que queria manter contato comigo, e depois ela veio falar comigo [via Whatsapp], que não viu a minha foto. Ela perguntou “você excluiu o meu contato?” e eu disse “sim...”, e ela “ah, mas eu queria ser sua amiga, manter o vínculo com você” e eu “ah tá, não tem problema nenhum”, aí eu fui e adicionei de novo. Mas o intuito não é esse (informação verbal)<sup>27</sup>.

<sup>25</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 out. 2018.

<sup>26</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 06 dez. 2018.

<sup>27</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 dez. 2018.

A relação de vínculo é evitada em nome da relação “profissional”, conforme chamaram os entrevistados E3, E7 e E9. Para o entrevistado E9 o que acontece no Airbnb é:

É uma relação profissional, uma relação financeira, eu não vejo ninguém que entra na minha casa como meu amigo. Eu procuro ser agradável, receptiva, mas eu não quero ter um vínculo. Claro, com uma pessoa ou outra, que você realmente gosta, tem afinidade, você acaba mantendo, mas, de modo geral, não. Saindo dali eu já apago o número, apago o telefone, porque a agenda fica cheia, você vai procurar alguém do Airbnb e a agenda tem mais de 100 [contatos] ali, não tem como (informação verbal)<sup>28</sup>.

A negação do vínculo em nome de uma relação despersonalizada é fundamental nas relações de mercado. Conforme Godbout (1992, p.268) “a liberdade mercantil consiste essencialmente na possibilidade de sair”. De acordo com o mesmo autor, a liberdade mercantil permite a retirada do laço por meio da minimização da importância do mesmo na transação: o mesmo não é obrigatório para que o fazer negócios aconteça, simplesmente paga-se o seu preço. Nisso consiste a libertação inserida pelas relações de mercado. Por meio de tal relação o indivíduo se ver livre para estabelecer imediatamente após o pagamento do equivalente mercantil uma outra relação (GODBOUT, 1992).

Tais relações despersonalizadas fazem as relações no Airbnb se tornarem enrijecidas. Conforme o entrevistado E1 afirma, o mesmo não inicia uma relação de proximidade com seus hóspedes logo que chegam em sua casa. De acordo com o mesmo, “você tem que sentir primeiro quando eles chegam, né... a abertura deles” (informação verbal)<sup>29</sup>. Conforme o E1, alguns de seus hóspedes são mais abertos e com eles o mesmo pôde sair junto e apresentar pontos da cidade. Já outros hóspedes, não são tão abertos e usam o quarto disponibilizado no site somente para dormir. Conforme o entrevistado E1, “eu mal tenho contato com eles”.

Tais relações são corroboradas pelo entrevistado E9, ao afirmar que “têm pessoas que são abertas e têm uma interação ótima. Outras que não são” (informação verbal)<sup>30</sup>. Conforme o entrevistado E9, apesar de sua hospedagem não incluir o café da manhã, o mesmo faz uma refeição matinal como cortesia. No entanto, até mesmo essa cortesia “depende da interação que o outro quer ter com você” (informação pessoal)<sup>31</sup>. Essas relações se aproximam do que foi anteriormente exposto pelo entrevistado E3 ao afirmar que a existência da relação monetária dá

<sup>28</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 dez. 2018.

<sup>29</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 10 out. 2018.

<sup>30</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 dez. 2018.

<sup>31</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 dez. 2018.

maior seriedade à mesma e a transforma em uma relação entre prestador de serviço e consumidor.

O relato do entrevistado E11 acerca de suas experiências no Airbnb apresenta bem uma síntese das relações que se estabelecem no mesmo. O E11 destaca uma experiência na qual teve a oportunidade de jantar com seus hóspedes e, assim, conforme o mesmo, pôde ir além da hospedagem, pôde fazer parte da experiência dos seus hóspedes. O entrevistado E11 disponibiliza um apartamento inteiro no Airbnb e, por vezes, o contato com os hóspedes acaba sendo mínimo, resolve-se tudo pelo Whatsapp. Conforme o entrevistado E11, “têm pessoas que gostam mais de dialogar, de fazer perguntas, e outras que só fazem a reserva, você resolve tudo pelo Whatsapp” (informação verbal)<sup>32</sup>. Segundo o entrevistado E11, com as pessoas que têm mais necessidades por informações acaba gerando mais vínculo. No entanto, tal vínculo, conforme expõe o mesmo, se dá somente durante a experiência de hospitalidade. Segundo o entrevistado E11, “a gente conhece aquela pessoa naquela situação, em um momento específico, não necessariamente aquela pessoa se torna um vínculo do convívio nosso, como um amigo ou colega mais próximo”. Ou seja, a relação se inicia e se encerra enquanto a experiência de hospedagem acontece, não havendo continuidade da mesma para além da relação estabelecida entre quem presta o serviço e quem o consome. Para o entrevistado E11, “é até meio chato você ficar de conversa com alguém que você só conheceu naquele momento e não vai ter mais nenhum contato”.

Ou seja, para o entrevistado E11, é claro que não haverá continuidade dessa relação e, até mesmo a tentativa de estabelecimento de laço, de um lado, pode não ser bem-vinda pelo outro. Assim, a noção de vínculo, para o entrevistado E11, em muito difere da noção de vínculo presente na dádiva, onde o mesmo deve se constituir em uma relação duradoura. Nas relações apresentadas anteriormente o valor financeiro ao qual as mesmas equivalem fala mais alto do que qualquer outro valor, conforme será melhor visto a seguir.

### **5.2.2 A busca por vantagem financeira como faceta da relação mercadológica.**

Conforme Godbout (1992), as relações intermediadas pelo dinheiro se distanciam do dom por sua natureza unicamente monetária, “quem calcula tende a excluir-se do sistema de dom” (GODBOUT, 1992, p.137). Para Godbout (1992, p.285), “o dinheiro desvaloriza de alguma forma tudo aquilo a que equivale”. Para os usuários do Airbnb, no entanto, a busca pelo mesmo

---

<sup>32</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 28 dez. 2018.



é fundamental nas relações intermediadas pelo serviço de hospitalidade. Nesta subseção serão apresentadas falas que melhor expõem a busca por vantagem financeira nas relações intermediadas pelo Airbnb. Tal busca é considerada aqui uma faceta da relação mercadológica apresentada anteriormente que, por se fazer presente em diversas falas dos entrevistados, merece ser melhor explorada.

A vantagem financeira no Airbnb se dá de duas maneiras: para o anfitrião, que recebe um pagamento pelo serviço de hospitalidade prestado, e para o hóspede, que paga menos no Airbnb do que pagaria em um hotel. Além disso, o entrevistado E1 expõe uma faceta interessante da busca por ganhos em sua fala. De acordo com o E1, o mesmo passou a utilizar o Airbnb por ser uma forma não tributada de se conseguir renda. O entrevistado E1 já havia tido experiências de trabalhar em vários empregos ao mesmo tempo como forma de elevar sua renda, porém, por serem ocupações sobre as quais incide o Imposto de Renda, tal prática não valia a pena financeiramente pois o valor da tributação se tornava demasiado elevado. Assim, o mesmo passou a ver no Airbnb a oportunidade de aumentar sua renda e, ao mesmo tempo, não elevar a sua contribuição de Imposto de Renda, por ser uma atividade não tributada.

Os entrevistados E3, E5, E7, E19 e E11 destacam a economia de recursos financeiros que o Airbnb representa em seus orçamentos. Segundo os mesmos, em suas experiências foi mais barato utilizar o aplicativo de hospitalidade do que buscar hospedagem em hotéis. O entrevistado E3, por exemplo, afirma que pagou aproximadamente três vezes menos no Airbnb por uma hospedagem de oito dias; já o entrevistado E7, em seus cálculos, afirma que, por meio do Airbnb, consegue ter uma redução de, pelo menos, 50% do orçamento; para o entrevistado E9, enquanto pagaria duzentos reais em uma pousada, paga cem reais em uma hospedagem compartilhada; e, o entrevistado E11, afirma que utilizou o Airbnb para reduzir custos em viagem que fez aos Estados Unidos.

Para o entrevistado E7, o Airbnb representa um alívio em seu orçamento, pois as diárias em hotéis representam um gasto “infinitamente superior” (informação verbal)<sup>33</sup>. O mesmo explica que utiliza o Airbnb em suas viagens de trabalho, quando está em turnê com espetáculos e com sua equipe junto. Assim, o E7, como produtor cultural, é responsável pelo orçamento da turnê e também pelo pagamento das hospedagens. Para ele, que viaja com um grupo de, pelo menos, seis pessoas e que passam semanas viajando e fazendo uso de hospedagens, o Airbnb representa uma importante economia. Em sua busca pelo melhor orçamento, o entrevistado E7

---

<sup>33</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 06 dez. 2018.

explica que a localização do anfitrião do Airbnb é fundamental, pois de nada adiantaria optar por uma hospedagem mais barata pelo Airbnb mas que fosse distante do seu local de trabalho, pois o faria gastar quantia considerável com deslocamento.

Os entrevistados E1, E9 e E11, que são também anfitriões, destacam em suas falas que foi pela oportunidade de aumentarem suas rendas que passaram a disponibilizar espaços no Airbnb. O entrevistado E1, por ser uma renda não tributada; o entrevistado E9, pois havia acabado de fechar as portas do seu negócio; e o entrevistado E11, porque queria trocar de carro. Em tais relações, o interesse está no retorno financeiro, enquanto no dom, o interesse está na criação do laço. A coisa que circula não transporta o laço social, está dissociada dele (GODBOUT, 1992). A relação construída pela equivalência, pelo cálculo, visa satisfazer uma utilidade, não o laço. Tal equivalência, conforme Godbout (1992), é expressa por meio do pagamento pelo bem ou serviço prestado.

O entrevistado E1 expõe, ainda, mais uma faceta interessante da visão de ganho financeiro: uma forma de burlar as regras do site Airbnb. Como forma de evitar o pagamento da taxa de utilização do site, alguns usuários têm o costume de reservar somente um dia pelo mesmo e reservar o restante da viagem lidando diretamente com o anfitrião. Assim, o visitante paga somente o valor cobrado pelo anfitrião e não mais o valor com taxas repassado pelo Airbnb. Segundo o entrevistado E1, metade de suas reservas são feitas dessa forma.

Ou seja, no Airbnb, os usuários que desejam, burlam a plataforma online criada pelo serviço para fazer negociações mais vantajosas financeiramente. A plataforma online que é burlada por alguns é a mesma responsável por tornar as relações estabelecidas por meio do site mais confiáveis. No Airbnb, tal confiança está nos mecanismos disponibilizados pela plataforma, como a avaliação em estrelas, as avaliações escritas e todos os demais comentários, fotos e informações presentes nos perfis dos usuários.

### **5.2.3 A confiança que vem da plataforma online.**

Para o entrevistado E1, a confiança em receber desconhecidos em seu lar vem do fato das pessoas serem cadastradas em uma rede na qual se pode ter informações sobre os mesmos. Segundo o E1, as relações com seus hóspedes até aqui foram sempre tranquilas. O mesmo atribui tais relações ao sistema de avaliações existente no site. Conforme o entrevistado E1, a presença de avaliações que são expostas publicamente nos perfis online dos usuários pode inibir comportamentos indesejados.

Em uma relação de mercado, uma vez que não há a confiança baseada no dom, outros mecanismos devem existir para que os envolvidos em tal relação possam se sentir seguros ao utilizar o serviço. No Airbnb, o sistema de comentários, avaliações e informações presente nos perfis dos usuários se constitui nesse sistema. Exemplo disso é o entrevistado E5, que afirma que sempre vê o máximo de informações sobre o lugar, no site, antes de fazer a reserva, para que possa se sentir seguro. De forma semelhante, o entrevistado E11 afirma que “ter referências, comentários de outras pessoas que puderam se hospedar com essa pessoa é essencial” (informação verbal)<sup>34</sup>.

Aqui, a confiança serve ao estabelecimento das relações utilitárias e não ao estabelecimento do laço entre as pessoas. Utiliza-se a rede online como forma de satisfazer o seu interesse em encontrar o melhor custo-benefício, não como forma de buscar vínculo. Assim, a noção de rede como “o conjunto das pessoas com quem o ato de manter relações de pessoa a pessoa, de amizade, ou de camaradagem, permite conservar e esperar confiança e fidelidade” (CAILLÉ, 2002, p.65) se perde em meio à relação de mercado.

#### **5.2.4 A reciprocidade como retribuição simétrica.**

Relações essas que apresentam formas diversas de entender a reciprocidade. Conforme Godbout (1992, p.130), a retribuição não se dá “no sentido contabilístico, econômico, no sentido do cálculo de equivalência entre as coisas que circulam”. Segundo Godbout (1992, p.130), a retribuição está no gesto, não no objeto ou no serviço prestado, pois, “no sentido material, nada há”.

Acerca disso, o entrevistado E3 chama a atenção para a dificuldade em se haver relação de reciprocidade em uma relação de mercado devido a existência do retorno financeiro. O entrevistado E3 acha “difícil essa relação de reciprocidade porque tem toda uma questão mercadológica” (informação verbal)<sup>35</sup>. O mesmo apresenta uma ideia de reciprocidade que a aproxima de uma relação de troca, onde deve haver benefício mútuo, coisa que, por vezes, não acontece no Airbnb. Segundo o entrevistado E3, “no Airbnb é possível você só ter a questão de dar o dinheiro e talvez não trocar tanto”.

Contrariamente a tal relação que se baseia na troca financeira, Godbout (1992, p.252) afirma que “o dom não tem preço”. Não porque o seu preço só pudesse ser infinito, mas porque,

---

<sup>34</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 28 dez. 2018.

<sup>35</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 out. 2018.

em sentido literal, a noção de preço, de atribuir um valor financeiro a uma troca, não se aplica ao dom (GODBOUT, 1992). Conforme Godbout (1992, p.252), “o dom manifesta uma espécie de alergia ao preço”, pois o mesmo implica busca por equivalência mercantil, ideia da qual o dom se distancia.

No entanto, para além do retorno financeiro, os entrevistados E1, E5, E7 e E9 apresentam a reciprocidade como retorno dos seus atos, ou a resposta de seus atos por outros atos simétricos. Conforme afirma o entrevistado E1, “ao mesmo tempo que eu trato bem, eles me tratam bem” (informação verbal)<sup>36</sup>. O entrevistado E7 apresenta uma ideia de reciprocidade como “troca afetiva” e expõe um exemplo no qual tal troca ocorreu. De acordo com o entrevistado E7, ao chegar de viagem em uma hospedagem do Airbnb, o mesmo foi surpreendido pelo seu anfitrião com um café da manhã. E7 afirma que:

Eu me senti na obrigação de, ao ir embora, fazer algo que fosse similar àquilo. Mas não fazer por uma obrigação de “ah, que fardo!”, mas por um cuidado com o outro, de saber que ela pensou em a gente chegando de viagem de manhã cedo e, obviamente, sem nenhum tipo de alimentação, e [eu pensei] “o que eu posso fazer por isso também?”. Então a gente comprou flores e deixou na casa. E é essa relação de troca afetiva (informação verbal)<sup>37</sup>.

Tal troca afetiva revela que, apesar de ser uma relação de mercado, outras relações que não somente as baseadas no cálculo podem ser possíveis. Enquanto o E7 apresenta o exemplo anterior em que ocorreu o que chamou de “troca afetiva”, o entrevistado E3 revela que houve experiências no Airbnb em que o único benefício foi a “questão monetária” (informação verbal)<sup>38</sup>. A noção da reciprocidade como indutora de transformação de Godbout (1992) se perde nessas relações de troca financeira. Conforme Godbout (1992, p.136), “a retribuição não entra em nenhuma equação quantificável de medidas de equivalência”, pois a transformação do doador ou do receptor não têm equivalente na sociedade moderna.

### **5.2.5 A noção fragilizada da partilha nas relações de mercado.**

Tal noção de reciprocidade é componente do entendimento da partilha na dádiva. Segundo Godbout (1992, p.70) “a partilha é o núcleo do dom mais moderno. Os valores monetários são aqui irremediavelmente imergidos no valor do laço”. Em consonância com o que afirma Godbout (1992), todos os usuários do Airbnb entrevistados situaram a partilha como

<sup>36</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 10 out. 2018.

<sup>37</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 06 dez. 2018.

<sup>38</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 out. 2018.

uma prática que se situa além da do compartilhamento de espaços físicos, ou da relação monetária estabelecida entre quem paga e quem disponibiliza o serviço, mas como uma prática de dividir com os outros também o que há de intangível.

Para o entrevistado E1, “partilhar é dividir aquilo que você tem com alguém, com os outros” (informação verbal)<sup>39</sup>. Para o mesmo, não se trata somente de compartilhar os ambientes comuns de seu apartamento, mas de compartilhar a própria personalidade. Já conforme o entrevistado E5, em suas experiências no Airbnb foi possível partilhar tanto o espaço, quanto as histórias de vida e confiança, pois, por meio de tal experiência, anfitrião e hóspede puderam se conhecer melhor e estabelecer tais relações.

Segundo o entrevistado E3, desde a chegada se partilham informações do local, refeições, tempo juntos. Para o entrevistado E3, houveram experiências no Airbnb que foram além da “economia monetária”. O mesmo destaca “a riqueza de você receber e se hospedar com uma pessoa da localidade. Diferente daquela frieza e hostilidade que hotel tem” (informação verbal)<sup>40</sup>. E3 expõe em sua noção de partilha proximidade com a noção da relação social estabelecida. Segundo sua fala, a riqueza de se hospedar usando o Airbnb está em poder partilhar o dia-a-dia da localidade com aquela pessoa que a recebe. O que o entrevistado E3 expressa, como hóspede, é o tipo de relação já apresentada anteriormente pelos entrevistados E1, E9 e E11, que são anfitriões no Airbnb, na qual o nível de contato que estabelecem com os hóspedes depende do quão os mesmos estarão abertos para tal contato. Enquanto há hóspedes que buscam afastamento de seus anfitriões, outros, como o entrevistado E3, buscam proximidade. Conforme o E3, em suas experiências no Airbnb, se estabelece “um vínculo com a pessoa e, nesse vínculo, você é convidado a partilhar” (informação verbal)<sup>41</sup>.

Tal noção de vínculo apresenta o mesmo como uma relação estabelecida ainda durante a estadia. Conforme exposto anteriormente, para o entrevistado E3, é a partir do vínculo construído durante a estadia que o mesmo se sente convidado a partilhar. Essa noção do vínculo, no entanto, se apresenta em desconformidade com o que se vê em Godbout (1992), no qual o vínculo se estabelece por meio da manutenção do laço na dimensão temporal. Ou seja, conforme Godbout (1992), o vínculo é precedido por uma relação de algum tempo. A noção de vínculo como uma relação passageira, conforme se entende a partir do que diz o entrevistado E3, pode

---

<sup>39</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 10 out. 2018.

<sup>40</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 out. 2018.

<sup>41</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 out. 2018.

ser característico das relações de mercado, que precisam ser passageiras para que as transações mercantis mantenham a sua dinâmica.

Ainda acerca do vínculo, um exemplo de relação que melhor se aproxima do que é visto na dádiva pode estar na seguinte fala do entrevistado E9:

Têm muitas pessoas que eu mantenho contato, pessoas que ligam, pessoas que me adicionam no Instagram, Facebook, me mandam mensagens todos os dias no Whatsapp... eu tenho uma hóspede que ficou em minha casa em outubro do ano passado, ela tá (sic) voltando agora sozinha pra passar o ano-novo comigo (informação verbal)<sup>42</sup>.

Tal relação descrita pelo entrevistado E9 se manteve para além da estadia do hóspede na residência do anfitrião e, por isso, se aproxima do que Mauss (1950) e Godbout (1992) apresentam sobre o vínculo. Embora a finalidade de tais relações sejam a relação monetária, a existência da possibilidade de se estabelecer relações de vínculo mostra que outras relações, para além da financeira, podem ocorrer.

Já para o entrevistado E7, o que foi partilhado em suas experiências foi o cuidado com o lugar do outro. Segundo o mesmo, ao abrir as portas de sua casa para receber desconhecidos, o anfitrião está partilhando o seu lugar. O entrevistado E7 entende que os lares dos seus anfitriões podem ser carregados de simbolismo para os mesmos e, por isso, o E7 possui “cuidado muito redobrado com o lugar do outro” (informação verbal)<sup>43</sup>. De acordo com o mesmo,

Eu nunca entrei na casa de ninguém que foi meu locatário, pensando que “ah, aqui eu vou fazer o que eu quiser, tô (sic) pagando”, eu nunca pensei dessa maneira. Eu coloco um cuidado, inclusive, muito maior do que quando eu tô (sic) hospedado em hotel, porque vem daquele lugar que eu falei anteriormente, do cuidado que tem com alguém que construiu aquilo, que colocou aquelas coisas, que comprou aqueles objetos, e que eu sei que não é meu, que aquela pessoa precisa daquilo... então, o Airbnb me ensinou muito isso, a olhar para o que o outro construiu com um olhar de cuidado muito redobrado, plenamente (informação verbal)<sup>44</sup>.

Tal simbolismo, no entanto, se situa em um lugar diferente do que Caillé (2002) apresenta no dom. Nas experiências do entrevistado E7 no Airbnb, o simbolismo está no espaço, no lugar que pertence ao outro, enquanto no dom, conforme Caillé (2002), o simbolismo está no ato, está no gesto. De maneira semelhante a E7, o entrevistado E11 afirma que “a gente tá (sic)

<sup>42</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 dez. 2018.

<sup>43</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 06 dez. 2018.

<sup>44</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 06 dez. 2018.

compartilhando um bem nosso, não é um imóvel que foi comprado para fazer esse tipo de prática, é o nosso local, onde a gente mora” (informação verbal)<sup>45</sup>.

Por outro lado, a dimensão simbólica da experiência no Airbnb pode ser vista no que afirma o entrevistado E9 acerca da partilha. De acordo com o mesmo, além do espaço, partilha também “a nossa vida, a nossa cultura, com pessoas que são de culturas diferentes, pontos de vista diferentes” (informação verbal)<sup>46</sup>, e tal troca é chamada pelo mesmo de “muito enriquecedora”. Para o entrevistado E9, estar em contato com o que há de diferente, com a diversidade, é um dos principais pontos positivos da prática de partilha que ocorre por meio de suas experiências no Airbnb. Para o mesmo, a partilha se constitui em uma troca enriquecedora tanto para ela, quanto para os seus filhos que também fazem parte de suas experiências no Airbnb. Conforme o entrevistado E9,

No início, foi meio esquisito ter sempre estranhos na sua casa, mas eu percebi que a troca era enriquecedora, tanto para mim, que sou psicóloga, quando para os meus filhos, que tinham que se desapegar de várias coisas, do próprio quarto, porque tem gente em casa toda hora..., mas também tem os estrangeiros, que eles podiam aproveitar para praticar o inglês, espanhol... essa troca realmente foi muito enriquecedora porque eu acho que constrói o caráter deles enquanto pessoas. Você não tem aquela coisa de “isso é meu, não te dou, não empresto” e você aprende também a lidar com a diversidade de uma forma muito mais ampla e aberta, isso para mim é fantástico (informação verbal)<sup>47</sup>.

A prática da partilha como transformadora, conforme relata E9, aproxima tal experiência do que Godbout (1992) vem afirmar acerca do dom, como uma experiência transformadora. Outros pontos citados pelos entrevistados como positivos em suas experiências foram: o fato de ter podido conhecer outras pessoas, exposto pelo entrevistado E5; o entrevistado E7 cita a relação interpessoal e afirma que o fato de estar em uma hospedagem que se apresenta com o formato de “família” faz muita diferença para pessoas que passam longos períodos longe de casa, como é o caso do mesmo; e o entrevistado E11 cita a interação com os anfitriões como um aspecto positivo em suas experiências com o Airbnb.

Assim, traços do dom podem ser identificados em experiências pontuais no Airbnb, como na troca enriquecedora que ocorre segundo o entrevistado E9, ou na experiência da troca de afeto de E7, ou da amizade feita com uma hóspede também por E9. No entanto, a noção de partilha exposta na dádiva, como um conjunto de relações estabelecidas a partir da tríade dar,

<sup>45</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 28 dez. 2018.

<sup>46</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 dez. 2018.

<sup>47</sup> Usuário do Airbnb em entrevista concedida em 22 dez. 2018.

receber e retribuir, se apresenta fragilizada nas experiências intermediadas pelo Airbnb. Enquanto em algumas ocorrências pontuais se estabelecem relação de confiança, ou de vínculo, ou de reciprocidade, em sua maioria, a relação mercadológica fala mais alto e se impõe sobre todas as demais. Com a finalidade de melhor expor as possíveis aproximações e distanciamentos das práticas do Airbnb e do Servas com a dádiva/dom que a próxima subseção fará uma breve comparação entre os principais pontos de aproximação e distanciamento entre os mesmos.

### 5.3 SERVAS E AIRBNB: APROXIMAÇÕES E DISTANCIAMENTOS.

Nesta subseção serão apresentados as possíveis aproximações e distanciamentos entre as práticas no Servas e no Airbnb e, desses, com a partilha, observados após as análises anteriormente expostas. O primeiro ponto a ser abordado é o ambiente onde tudo se inicia: as organizações em si. O Servas se constitui em uma rede de contatos na qual os membros trocam informações e, a partir disso, se sentem seguros para estabelecerem confiança, o ponto de partida para as relações que se seguem. O Airbnb, disponibiliza uma plataforma online baseada nas informações contidas nos perfis dos usuários, principalmente as avaliações e comentários, como forma de construir um ambiente seguro para aqueles que utilizam a plataforma.

A rede estabelecida no Servas existe para que seus membros confiem uns nos outros e possam praticar os ideais da organização, baseados em pessoas abertas à novas experiências e novos aprendizados como forma de expandirem sua compreensão e de destruir preconceitos para que, assim, um mundo de paz possa ser construído. A rede Servas está a serviço, assim, da confiança. A plataforma online disponibilizada pelo Airbnb se propõe a servir a mesma finalidade: o estabelecimento de confiança para que seus usuários possam atingir seu fim. No entanto, enquanto no Servas, o fim será a formação de laços duradouros, no Airbnb, será a melhor relação custo-benefício, o melhor negócio. Enquanto no Servas, a rede está a serviço do laço, no Airbnb, a plataforma online está a serviço do cálculo mercantil que, por sua vez, se distancia do laço. A noção de rede, conforme presente em Godbout (1992), como o local onde as trocas do sistema da dádiva ocorrem, se aproxima do ambiente concebido no Servas ao mesmo tempo em que se distancia do ambiente onde as relações no Airbnb ocorrem, uma vez que o mesmo está a serviço do cálculo mercantil.



É em tal noção de rede que a confiança no Servas é estabelecida: os membros confiam uns nos outros por fazerem parte de uma rede com um claro objetivo em comum, o da promoção da paz por meio das relações sociais. No Servas a confiança serve ao laço, enquanto no Airbnb a mesma serve à relação utilitária, distanciando-se da partilha. No Servas, é a partir da relação de confiança estabelecida desde o primeiro contato que surge a relação de vínculo. A partir das falas dos entrevistados, seria de se espantar uma relação iniciada no Servas que se dissolva com o tempo. Por mais que não se tornem íntimos amigos, o vínculo estabelecido pelo laço gerado permanece e se conserva pelo interesse na relação social estabelecida, e não por qualquer busca por vantagem financeira, como pode acontecer no Airbnb.

Enquanto no Servas as relações têm como fim o vínculo, no Airbnb o fim objetivado é o retorno financeiro. Segundo os entrevistados, embora a relação de vínculo possa se estabelecer no Airbnb, a mesma não é a finalidade. A prioridade está em se estabelecer uma relação “profissional” entre alguém que disponibiliza um serviço e aquele que o consome. Como em uma relação de mercado, aquele que disponibiliza o serviço fica atento ao que o seu cliente demonstra necessitar. Os anfitriões se mostram atentos às necessidades de seus hóspedes. Assim, quando percebem que seus hóspedes buscam maior aproximação, os anfitriões buscam satisfazer tal necessidade estabelecendo maior aproximação com os mesmos. Afirmar que a relação é “profissional” não impede a ocorrência de outras relações. Exemplos disso são as trocas afetivas, conversas informais, passeios, jantares compartilhados entre anfitriões e hóspedes, expostas por alguns entrevistados. Assim, enquanto no Servas, têm-se claramente a noção de vínculo como fundamental para o estabelecimento das relações, no Airbnb, tal noção pode existir mas não é o fim almejado.

No que diz respeito à reciprocidade, os membros do Servas entrevistados, enxergam a mesma como uma relação de retribuição espontânea e voluntária. De acordo com eles, a reciprocidade esperada é o respeito, a compreensão e a convivência. Nas experiências do Airbnb, a reciprocidade é enxergada de forma difusa: enquanto um entrevistado afirma ser a “troca afetiva” uma forma de reciprocidade, outro afirma que o fato de haver troca monetária compromete tal troca. O fato de haver um pagamento pelo serviço de hospitalidade faz com que, para alguns, o mesmo já se constitua no retorno esperado. Ou seja, a retribuição financeira se torna a retribuição esperada.

Já no que diz respeito ao entendimento da partilha, as noções dos membros do Servas e dos usuários do Airbnb, parecem apresentar certa aproximação. Os membros do Servas vêm na

partilha uma oportunidade de trocar experiências, vivências, aprendizados, conhecimento, cultura, relacionamento humano; de partilhar sua maneira de ser e suas opiniões. Os usuários do Airbnb também esclarecem que, para além dos espaços físicos, partilham confiança, a vida, cultura, pontos de vista diferentes. A partilha em si é vista repleta de simbolismo. Tal simbolismo, no entanto, ao passo que fica claro nas relações estabelecidas no Servas, aparece de forma tímida nas demais falas dos entrevistados do Airbnb. Ou seja, se, por um lado, os usuários do Airbnb compreendem a noção de partilha, por outro, a prática da mesma é, por vezes, sobrepujada por uma relação utilitária.

A relação “profissional”, ou mercadológica, nesse caso parece falar mais alto. Nesse tipo de relação, estabelecida pelos entrevistados do Airbnb, é possível observar a forte presença da busca pela vantagem financeira como o principal componente das mesmas. Seja pela economia, a partir da visão dos visitantes, seja pelo ganho financeiro, visto a partir do anfitrião, o cálculo e a busca pela equivalência, característica das relações de mercado falam mais alto nas relações intermediadas pelo Airbnb. Assim, muito embora os entrevistados usuários do Airbnb demonstrem ter percepção do que é partilha como uma prática que transcende a troca material, os mesmos admitem a não existência da mesma nas relações estabelecidas no Airbnb ao afirmarem existir uma relação de mercado que se impõe e se torna maior do que qualquer outra forma de relação.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exposto na seção anterior, e buscando responder às questões de pesquisa, pode-se afirmar que, enquanto a noção de partilha se faz presente nas práticas apresentadas pelos membros do Servas, tal noção se distancia das práticas apresentadas pelos usuários do Airbnb entrevistados. A existência dessas duas respostas para a mesma pergunta foi prevista nos pressupostos e justificada por se tratarem de duas organizações que em muito diferem no seu campo de práticas. De um lado, uma organização que representa a face mercadológica da economia do compartilhamento, que se baseia no cálculo mercantil e na equivalência como forma de prestar um serviço de melhor custo-benefício aos seus consumidores; e, do outro, uma organização que representa a face não mercadológica da economia do compartilhamento, que se baseia na troca de culturas e de experiências como forma de construir relações duradouras e mantenedoras da paz.

No Servas, pode-se observar grande semelhança entre a partilha a partir da dádiva e as práticas encontradas no mesmo. As relações de confiança, de vínculo e de reciprocidade se apresentam de forma clara e sempre presentes nas falas dos entrevistados. Tais relações são estabelecidas em rede, a Rede Servas, e permeadas de simbolismo. Por isso, essas práticas em muito se assemelham do que Mauss (1950), Godbout (1992) e Caillé apresentam na dádiva, ao entender a partilha como um conjunto de relações que se dão em rede.

Já no Airbnb, o que se pode observar é certo distanciamento entre a partilha e as práticas encontradas no mesmo. A partir dos entrevistados, as relações que se dão na plataforma de hospitalidade são, prioritariamente, “profissionais”. Afirmar que as práticas encontradas a partir dos usuários do Airbnb se distanciam da prática da partilha, no entanto, não quer dizer que não ocorram relações que tangenciem a partilha, quer dizer que tal prática não é a finalidade da relação estabelecida. Assim, troca afetiva, vínculo, relações de confiança que transcendem a relação mercadológica, podem ocorrer mas não são a finalidade dos usuários do site. Nele, a finalidade está em fazer um bom negócio ao se viajar: pagar menos por uma hospedagem e ter uma boa prestação de serviço.

Desta forma, os resultados achados confirmam o pressuposto apresentado. Segundo o mesmo, as práticas no Airbnb mais se aproximam do que tem sido chamado de pseudo-compartilhamento. Relembrando o conceito de Belk (2017), o pseudo-compartilhamento é a prática de “mascarar” um negócio como compartilhamento para usufruir dos benefícios que o

uso do termo pode agregar ao mesmo. O Airbnb, ao mesmo tempo que se insere no contexto da economia do compartilhamento e prega a confiança e a diversidade em suas ações de marketing (AIRBNB, 2018a), tem no seu campo de práticas a lógica competitiva do mercado intocada.

Ao assumir a utilidade das relações estabelecidas no Airbnb, há um importante e profícuo aspecto para os seus usuários que não pode ser ignorado: o financeiro. Tanto para os anfitriões, que enxergam no mesmo uma forma de auferir renda, quanto para os hóspedes, que economizam recursos ao optar por uma opção mais barata que os hotéis. Para essa finalidade, o uso do Airbnb é bastante comum. Assim, por mais que hajam pontos de aproximação, a busca pela satisfação de uma utilidade não deve ser confundida com a busca pelo laço.

Por tal dissonância entre um conceito há muito existente, o da partilha, e um conjunto de práticas que tem recebido tal nome, como as dos usuários do Airbnb, sugere-se aqui utilizar termos ou expressões que melhor possam representar o que tem sido chamado de economia do compartilhamento. Expressões que têm emergido neste contexto, e que parecem mais apropriadas, são economia da demanda, economia do acesso, ou economia de plataformas. Economia de plataformas, por serem nas plataformas online e nos aplicativos de telefones móveis no qual o uso da mesma se dá; economia do acesso, por se basear no acesso a bens e consumos e não na posse dos mesmos; e, economia da demanda, por deixar explícito o caráter momentâneo, passageiro e não duradouro de tais relações. Sugere-se ainda que a expressão “economia do compartilhamento” seja dedicada a organizações que realmente fundam suas práticas no estabelecimento de relações de partilha, e na promoção da colaboração e da cooperação entre comunidades, sejam elas online ou off-line, tais como o Servas.

Tal compreensão surgiu a partir de todo o esforço apresentado ao longo das páginas deste trabalho. Desde o esforço introdutório, em apresentar os principais conceitos, como se desenharam as questões de pesquisa, o objetivo proposto e justificativas. Passando pelo referencial teórico, no qual foram apresentadas a economia substantiva de Polanyi (2000) como contexto, e a dádiva de Mauss (1950), como lente de análise para a partilha. Os resultados achados revelam a contemporaneidade de tais abordagens ao ter nas práticas vistas no Servas um exemplo da aplicação das mesmas.

A partir do apresentado aqui, sugerem-se estudos que busquem melhor apresentar e analisar o campo de práticas das organizações que praticam a partilha. Tais como o Servas, um universo de outras organizações podem ser consideradas “da economia do compartilhamento” e, no entanto, as pesquisas até aqui apresentam, de forma massiva, estudos acerca das gigantes

organizações de mercado, tais como o Airbnb. Enquanto as pesquisas em economia do compartilhamento continuarem focando seus esforços em chamar grandes empresas de organizações que se baseiam na partilha, a confusão em relação ao uso do termo permanecerá. Assim, há a clara necessidade por mais estudos que aprofundem o entendimento de organizações que, efetivamente, têm na relação de partilha o seu fim e que podem estar sendo invisibilizadas.

Ao lançar luz à prática da partilha, o presente trabalho contribuiu para a melhor compreensão de como se dão as práticas em organizações que podem ser consideradas exemplos do que tem sido chamado de economia do compartilhamento e, de como tais práticas, podem se aproximar ou se distanciar da prática da partilha. Tal contribuição se constitui em uma tentativa de desfazer a presente confusão no uso da expressão “economia do compartilhamento”, onde, em boa parte das organizações que nela se inserem, tudo se “compartilha” e nada, além da transação financeira, se guarda. Finalmente, conclui-se a escrita deste trabalho entendendo-o como necessário não somente como prova concreta da conclusão do curso do mestrado em questão, mas principalmente, porque sua materialidade é um convite que espero que, assim como foi suscitado no autor, possa ser suscitado no leitor: a reflexão de práticas contemporâneas e práticas anteriores que dialogam e precisam ser melhor compreendidas por meio de tal diálogo.

## REFERÊNCIAS

- AIRBNB. Nossa comunidade global e diversa é o que torna o Airbnb possível. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018a. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/diversity>.
- AIRBNB. About us. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018b. Disponível em: <https://press.airbnb.com/about-us/>.
- AIRBNB. Sua segurança é nossa prioridade. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018c. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/trust>.
- AIRBNB. Airbnb toolkits. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018d. Disponível em: <https://www.airbnb-toolkits.com/outline/e5felkdf/activities/pr6pymuv>
- AIRBNB. Airbnb toolkits. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018e. Disponível em: <https://www.airbnb-toolkits.com/outline/e5felkdf/activities/i3m0qnv>.
- AIRBNB. Garantia ao Anfitrião do Airbnb. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018f. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/guarantee>.
- AIRBNB. A global community of hosts like you. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018g. Disponível em: <https://community.withairbnb.com/t5/Central-da-Comunidade-BrPT/ct-p/central-da-comunidade>.
- AIRBNB. Airbnb toolkits. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018h. Disponível em: [https://www.airbnb-toolkits.com/my\\_toolkits](https://www.airbnb-toolkits.com/my_toolkits).
- AIRBNB. Ganhe dinheiro como anfitrião do Airbnb. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018i. Disponível em: [https://www.airbnb.com.br/host/homes?from\\_footer=1](https://www.airbnb.com.br/host/homes?from_footer=1).
- AIRBNB. Ofereça uma experiência no Airbnb: ganhe dinheiro compartilhando atividades que você ama. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018j. Disponível em: [https://www.airbnb.com.br/host/experiences?from\\_footer=1](https://www.airbnb.com.br/host/experiences?from_footer=1).
- AIRBNB. Compartilhe sua casa para fazer o bem. **Airbnb**. Acessado em 30 de dezembro de 2018. 2018k. Disponível em: [https://www.airbnb.com.br/openhomes?from\\_footer=1](https://www.airbnb.com.br/openhomes?from_footer=1).
- ACQUIER, A.; DAUDIGEOS, T.; PINKSE, J. Promises and paradoxes of the sharing economy : An organizing framework. **Technological Forecasting & Social Change**, v. 125, p. 1–10, 2017.
- BARDHI, F.; ECKHARDT, G.M. Access-based consumption: the case of car sharing. **J Consum.**, v. 39, n. 4, p. 881-898, 2012.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAZELEY, P. **Qualitative data analysis: practical strategies**. Londres: SAGE publications, 2013.

BÉCHAUX, S. “Le partage, c’est aussi du business”, **Liassions Sociales Magazine**, No. 156, p. 22-30. 2014

BELK, R. **Why not share rather than own?** *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611: 126, Sage Publications, 2007.

BELK, R. Sharing versus pseudo-sharing in Wen 2.0. **The Antropologist**, v. 18, n.1, 7-23, 2017.

BENDEL, O. **Sharing economy**. Wiesbaden, Germany: Springer Gabler Verlag., 2014.

BLAL, I; SINGAL, M; TEMPLIN, J. Airbnb’s effect on hotel sales growth. **International Journal of Hospitality Management**, v. 73, p. 85-92, 2018.

BOTSMAN, R. The sharing economy lacks a shared definition. **FastCoexist**. Retirado de: <http://www.fastcoexist.com/3022028/th>, acesso em 2013.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R.. **What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. HarperCollins, London, UK, 2010.

CAILLÉ, A. **Antropologia do dom: o terceiro paradigma**. Petrópolis: Vozes, 2002.

CAILLÉ, A.. “Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva”. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v.13, n.38: 5-38, 1998.

CANTERA, J.; VAQUERO, P. **Networknomics: um nuevo paradigma de creación de valor em la economía de la creatividad, la conectividade y la colaboración**. Seattle: Space Independent Publishing Platform, 2012.

CAREGNATO, R.C.A.; MULTI, R. Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. **Texto Contexto Enfermagem**, 15(4), p. 679-684, Florianópolis, 2006.

CHANG, W; WANG, J. Mine is yours? Using sentiment analysis to explore the degree of risk in the sharing economy. **Electronic Commerce Research and Applications**, v. 28, p. 141-158, 2018.

CHASE, R. **Economia compartilhada: como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo**. São Paulo: Ed. HSM, 2015.

CHENG, M. Sharing economy: a review and agenda for future research. **International Journal of Hospitality Management**, 57, p. 60-70, 2016.

CHRISTENSEN, C.; RAYNOR, M.E.; MCDONALD, R. “**What is disruptive innovation?**”, *Harvard Business Review*, 15, 12, p. 1-11. 2015.

COLBARI, A. A análise de conteúdo e a pesquisa empírica qualitativa. In: SOUZA, E.M. (org.) **Metodologias e análíticas qualitativas em pesquisa organizacional**. Vitória: Edufes, 2014,

CORNELLA, A. **La solución empieza por Co-: hacia la sociedad y la economía de la colaboración**. Barcelona: Infonomia, 2012.

DAVIDSON, A; HABIBI, M.R; LAROCHE, M. Materialism and the sharing economy: a cross-cultural study of American and Indian consumers. **Journal of Business Research**, 82, p. 364-372, 2018.

DEMSETZ, H. Toward a theory of property rights II: The competition between private and collective ownership. **The Journal of Legal Studies**, 31, p.653–672, 2002.

FERNANDES, M.L. França: clientes com nomes árabes são recusados no Airbnb e exigem retratação. **RFI**. Acesso em 30 dez. 2018. Disponível em: <http://br.rfi.fr/economia/20180824-franca-clientes-nomes-arabes-recusados-airbnb-exigem-retratacao>.

FLACH, J.L.; SUSIN, L.C. O paradigma do dom. **Revista de Teologia da PUCRS**, v.36, n.151, mar. 2006, p. 179-208.

FOURNIER, S.; ECKHARDT, G.; BARDI, F. **Learning to play in the new “share economy”**. Harvard Business Review. Boston, jul-ago. 2015. Disponível em: [https://hbr.org/2013/07/learning-to-play-in-the-new-share-economy&cm\\_sp=Ar](https://hbr.org/2013/07/learning-to-play-in-the-new-share-economy&cm_sp=Ar)

GANSKY, L. **The Mesh: why the future of business is sharing**. New York: Penguin, 2010.

\_\_\_\_\_. **Mesh: porque o futuro dos negócios é compartilhar**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

GIBS, C.; GUTTENTAG, D.; GRETZEL, U.; YAO, L.; MORTON, J. Use of dynamic pricing strategies by Airbnb hosts. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v.30, n.11, p.2-20, 2018.

GODBOUT, J. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

GODBOUT, J.T. **O espírito da dádiva**. Lisboa: Instituto Piaget, 1992.

GREGORY, A; HALFF, G. Understanding public relations in the ‘sharing economy’. **Public Relation Review**, p.2-20, 2016.

GUTTENTAG, D.A.; SMITH, S.L.J. Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: substitution and comparative performance expectations. **International Journal of Hospitality Management**, 64, p.1-10, 2017.

HAMARI, J; UKKONEN, A; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. **Journal of Assoc. Inf. Sci. Technol**, 67, p.2047–2059, 2016.

HONG, S; LEE, S. Adaptive governance and decentralization: evidence from regulation of the sharing economy in multi-level governance. **Government Information Quarterly**, 35, 2, p. 299-305, 2017.



HUARNG, K. Entrepreneurship for long-term care in sharing economy. **International Entrepreneurship Management Journal**, 2017.

JOHN, N.A. Sharing and web 2.0: the emergence of a keyword. **New Media and Society**, 15(2), 167-182, 2013a.

JOHN, N.A. The social logics of sharing. **The communication Review**, 16:3, 113-131, 2013b.

KALAMAR, A. Sharewashing is the new greenwashing. **OpEdNews**. 28 de mar. 2016. Disponível em: <http://www.opednews.com/articles/Sharewashing-is-the-New-Gr-by-Anthony-Kalamar-130513-834.html>

KAPLAN, A.M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business Horizons**, 53(1), p.59–68, 2010.

LAVILLE, J.L. **Con Mauss e Polanyi: rumo a uma teoria da economia plural**. In: NUNES, B.F.; MARTINS, P.H. (orgs.). *A nova ordem social: perspectivas da solidariedade contemporânea*, Brasília: Paralelo 15, 2004.

LAVILLE, J.L. Economia plural. In CATTANI, A. D. *et. al.*(Orgs) **Dicionário Internacional da outra economia**. Coimbra-São Paulo: Editora Almedina, 2009, p. 145-149.

LEITE, K.C. Apontamentos e perspectivas teóricas derivadas do pensamento de Marcel Mauss e sua relevância para a análise sociológicas das formas alternativas de economia. **Campos**, v.10, n.8, p.41-58, 2009.

LINDBLOM, A; LINDBLOM, T. De-ownership orientation and collaborative consumption during turbulent economic times. **International Journal of Consumer Studies**, v. 41, n.4, p.431-438, 2017.

LUITWEILER, B. **The Seeds Of Servas**. Richard Piro: San Francisco, 1999.

MARTIN, C.J; UPHAM, P; KLAPPER, R. Democratising governance in the sharing economy: an analytical framework and initial empirical insights. **Journal of Cleaner Production**, 2017.

MARTINS, P.H. A dádiva e sua importância teórica para se pensar as relações entre Estado, mercado e comunidade. In: **VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais**, Coimbra, 2004

MARTINS, P.H. A sociologia de Marcel Mauss: Dádiva, simbolismo e associação. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 73, p.45-66, 2005.

MARTINS, P.H.; CATTANI, A.D. Sociologia da dádiva. **Sociologias**, v. 16, n. 36, p. 14-21, 2014.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa: Edições 70, 1950.

MENA, I. O que é sharewashing. **DRAFT**. Disponível em: <http://projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-sharewashing/>

MILLARD, D. The sharing economy is not your friend. **VICE**. Disponível em: <http://www.vice.com/read/the-case-against-airbnb-and-uber>.

MOLZ, J.G. Couchsurfing and network hospitality: ‘it’s not just about the furniture’. **Hospitality and Society**, v.1, n.3, 2011.

MORLIGHEM, A. **Économie collaborative: le nouvel art des co.** 1ed. Paris: Décisions durables, 2014.

MULDER, H.; VIGUURS, T. **Reinventing hospitality networks: research into the impact of a changing environment on the future of hospitality networks.** Tese. Erasmus University Rotterdam, 2001.

MUÑOZ, P.; COHEN, B. Mapping out the sharing economy: a configurational approach to sharing business modeling. **Technological Forecasting and Social Change**, 2017.

OLYA, H.G.T.; GAZI, Z.A.; AKSAL, F.A.; ALTINAY, M. Behavioral intentions of disabled tourists for the use of peer-to-peer accommodations: an application of fsQCA. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 2017.

O’REGAN, M.; CHOE, J. Airbnb and cultural capitalism: enclosure and control within the sharing economy. **Anatolia**, 2017.

OWYANG, J.; TRAN, C.; SILVA, C. The collaborative economy: products, services and market relationships have changed as sharing startups impact business models. San mateo: Altimeter, 2013.

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens da nossa época.** Rio de Janeiro: Compus, 2000.

POLANYI, K.; ARENSBERG, C.M.; PEARSON, H.W. **Trade and Market in the Early Empires: economies in history and theory.** Gateway: Chicago, 1957.

PWC. **Consumer Intelligence series: The Sharing Economy.** PricewaterhouseCoopers, 2015.

RAMALHO, F.R.X.; SILVA JR, J.T. A emergência do compartilhamento: o futuro da sociedade é colaborativo? **Revista NAU Social**, Salvador, v.7, n.12, 31-36, 2016.

RIBEIRO-SORIANO, D. ZENG, J. Some issues in recent entrepreneurship approaches: joining previous and current theories. **International Entrepreneurship and Management Journal**, 14, 1, p. 1-4, 2018.

RICHTER, C; KRAUS, S; BREM, A; DURST, S; GISELBRECHT, C. Digital entrepreneurship: innovative business models for the sharing economy. **Creativity and Innovation Management**, 26, p. 300-310, 2017.

RIFKIN, J. **The zero marginal cost society: the internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism.** New York: Palgrave Macmillan, 2014.

\_\_\_\_\_. **Sociedade com custo marginal zero: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo.** São Paulo: M. Books do Brasil, 2016.

ROZENBAUM, S. Airbnb completa dez anos em cenário cada vez mais regulamentado. **RFI.** Acesso em 30 dez. 2018. Disponível em: <http://br.rfi.fr/geral/20180815-airbnb-completa-10-anos-em-cenario-cada-vez-mais-regulamentad>

SANTIAGO, A.M.S. Relacionamentos e a promoção da paz mundial: a visão dos participantes de um movimento para a paz. **Tese** (Doutorado em Psicologia), 256 f. Universidade Federal do Espírito Santo – UFES, Centro de Ciências Humanas e Naturais, 2011.

SCHOR, J. **Debating the sharing economy.** Great Transition Initiative: Toward a transformative vision and praxis, 2014.

SERVAS. Peace and understanding through travel and hosting. **Servas.** 2018a. Acessado em 30 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://servas.org/>.

SERVAS. Hosting is sharing. **Servas.** 2018b. Acessado em 30 de dezembro de 2018. Disponível em: <https://servas.org/en/presentations/hosting-share>.

SERVAS. Servas, o que é?. **Servas.** 2018c. Acessado em 30 de dezembro de 2018. Disponível em: <http://www.servasbrasil.org.br/servas-o-que-e/>

SILVEIRA, L.M.; PETRINI, M.; SANTOS, A.C.M.Z. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? **Revista de Gestão**, v 23, 298-305, 2016.

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A.D. **Wikinomics: how mass collaboratiob changes everything.** New York: Portfolio, 2006.

VINHA, V. Polanyi e a nova sociologia econômica: uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social. **Econômica**, v.3, n. 2, 209-23, 2001.

WANG, C.; ZHANG, P. The evolution of social commerce: The people, management, technology, and information dimensions. **Communications of the Association for Information Systems**, 31(1), p.105–127, 2012.

WEBER, T.A. Product pricing in a peer-to-peer economy. **Journal of Management Information Systems**, 2016.

WITTEL, A. Qualities of sharing and their transformation in the digital age. **International Review of Information Ethics**, 15: 3-8, 2011.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS

Bloco 1: Dados de caracterização:

Idade – Gênero – Escolaridade – Renda individual – Profissão

Bloco 2: Identificando o entrevistado.

- Qual o serviço utilizado por você? (Airbnb ou Servas)
- Você é *host*, *guest*, ou ambos?

Bloco 3: Compreender o indivíduo e o que o motivou a utilizar o serviço.

- Fale-me um pouco sobre sua história de vida.
- O que fez você passar a utilizar o serviço?
- Está há quanto tempo na organização?

Bloco 4: Compreender o que o usuário entende por economia do compartilhamento.

- Você conhece a economia do compartilhamento? O que você entende pela mesma?
- Você consegue inserir a sua prática na organização dentro do que entende por economia compartilhada?

Bloco 5: Compreender a partilha.

- Fale-me um pouco do que você entende por partilha.
- Para você, o que é possível partilhar nessa experiência?
- O que você está partilhando nessa experiência? Por que?
- O que você entende por reciprocidade?
- Você poderia me dar exemplos de situações em que viu reciprocidade nessa experiência?
- Como é sua relação com as pessoas que já conheceu em sua experiência?

Bloco 6: Compreender a relação entre hosts/guests (membros).

- Como você descreve a sua relação com seus hosts/guests?
- Fale-me sobre como é a experiência de receber (ou estar no lar de) alguém desconhecido (no sentido de nunca terem se visto antes).
- No que consiste a sua confiança nessas pessoas?

Bloco 7: Melhor compreender o que a experiência significa para o usuário.

- O que você destaca como pontos positivos da experiência?
- Você pode me dar exemplos do que considerou positivo em experiências anteriores no Servas/Airbnb?
- O que você destaca como pontos negativos da experiência?
- Você pode me dar exemplos do que considerou negativo em experiências anteriores no Servas/Airbnb?

**APÊNDICE B – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “A REDE SERVAS COMO PONTO DE PARTIDA PARA O ESTABELECIMENTO DE RELAÇÕES DE CONFIANÇA”**

Entrevistado	Trecho da fala
E10	Se um hospede se comportar de alguma forma inconveniente, isso vai ser comunicado, ele vai ser excluído e as pessoas passam a informação, sobre como é o comportamento da pessoa que você está hospedando.
E10	Pela rede de informações que existe entre nós [membros Servas], você sabe quem é a pessoa que você tá (sic) recebendo, mais ou menos, porque não é qualquer pessoa que eles deixam entrar.
E12	Eu acho que eu me sinto muito feliz e muito rica com a rede de relacionamentos que eu tenho. Isso não tem visa que pague, porque eu vejo muitas pessoas que têm muito mais dinheiro e que não têm essa imersão internacional que eu consegui. Já conheci a Índia, a Austrália, a Colômbia, que, sem o Servas, eu não teria coragem de ir. Então assim, eu sempre viajo sozinha mas eu nunca estou só, eu sempre tenho uma família por perto.
E2	E uma vez eu tava (sic) no trabalho e tinha uma vaga pra ser preenchida, tava (sic) difícil... e essa vaga foi preenchida por um profissional do Rio de Janeiro. E eu achei muito estranho porque a empresa me deu a incumbência de cuidar do cara: ele chegar, eu mostrar a cidade, eu recepcionar ele não somente na mesa de trabalho pra (sic) gente tentar segurar aquela mão-de-obra, que estava difícil conseguir. Então, de repente, ele tava (sic) procurando lugar pra alugar um apartamento, ele tava procurando isso, procurando aquilo, e ele não me acessava. E eu, um dia, disse a ele “olha, eu tenho essa incumbência de tentar lhe ajudar e você simplesmente não quer minha ajuda” e ele me disse “eu não preciso”, e eu “por que?”, e ele “porque eu faço parte de um grupo chamado Servas e têm vários Servas aqui em Salvador que são pessoas de minha inteira confiança... que eu não conheço mas são de minha confiança, então tudo que eu preciso eu vou falando com um, vou falando com outro e eles estão me ajudando assim, me dizendo “tal bairro é melhor”, me indicando como é que eu faço, como eu faço”.
E2	Em certa feita eu recebi um alemão que morava na Espanha e foi, assim... uma experiência extremamente enriquecedora... eu tava (sic) em um processo, saindo de um casamento, preso dentro de casa e a visita dele calhou com um momento ruim que eu estava passando e... ele estava tão solto, ele estava tão livre que aquilo me contagiou. Então eu fui buscar ele no cais e ele já disse assim: “vamos pra (sic) Praia do Forte?” e eu disse “mas...” e fomos pra praia do forte, entendeu?
E6	No Servas, [a confiança] é o tempo inteiro, é desde que você chega e o anfitrião te dá a chave de casa, mostra como é os códigos da casa (sic), então [a relação] é bem de confiança.
E8	Eles [o casal dono da casa onde se hospedou] estavam na Europa, viajando. Mas me disseram “você pode ir, a minha sobrinha está lá, no apartamento, mas ela fica fora o dia inteiro, então não tem problema. Você vai chegar e você vai encontrar. Pediram à sobrinha pra (sic) me receber; aí a sobrinha foi cuidar da vida dela e eu fiquei com a minha sobrinha no apartamento, fiquei ali disponível. Então quer dizer, já tem ali um rastro, uma coisa de confiança, isso já tá (sic) internalizado no servas. Quer dizer, ela tava (sic) na Europa e me entregou a casa dela. A sobrinha só chegava mais tarde, à noite.
E4	Mas de modo geral, pra gente (sic), é tranquilo [confiar]. É como eu falei antes, quando você se propõe a entrar no Servas você, automaticamente, tem que estar pré-disposto a abrir as portas da sua casa, a dividir o seu espaço, a receber alguém que você não conhece.

E12	Primeiro, eu acho que o Servas tem princípios bem claros e eu acredito que as pessoas se auto incluem e se auto excluem. O que muda do <i>bad people</i> é que essas pessoas não entram, porque, como elas não são legais com as outras, elas acham que isso não existe também.
-----	---



**APÊNDICE C – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “O PERFIL SERVAS E A  
DIMENSÃO SIMBÓLICA DAS RELAÇÕES NELE ESTABELECIDAS”**

<b>Entrevistado</b>	<b>Trecho da fala</b>
E10	Elas [os membros Servas] não são desconhecidas, elas passam por um perfil do Servas, elas passam por uma qualificação, elas já foram pré-selecionadas. O risco delas não serem o que elas disseram que são é muito pouco... você tem que arriscar, na vida tudo é risco.
E8	Quando eu vou, eu parto do princípio de que aquela pessoa é Servas porque ela tem aquele perfil. Ela passou por uma entrevista no país dela, ou aqui em outro estado, e se ela foi aprovada é porque ela tem um pensamento como o meu.
E4	Gosto de viver aqui, gosto de conhecer outras pessoas, de conhecer outros lugares, outras culturas, de ver coisas diferentes, de conhecer pessoas diferentes. Não necessariamente que pensem igual a mim ou que tenham as mesmas ideologias que eu ou as mesmas crenças... porque se for pra (sic) ser igual a mim não vai me acrescentar muita coisa. Tem que ser alguém que tenha algo diferente pra (sic) acrescentar [...].
E4	Então assim, eu acho isso bacana, de você conhecer o outro e passar a ver um pouco a vida pelos olhos do outro, pela forma como o outro viveu, pelas coisas que o outro já passou... você olha e [pensa] “poxa, a vida é um pouco mais do que o meu mundinho fechado”.
E4	[...] nem sempre a minha visão de mundo pode estar 100% correta, eu preciso entender que a minha visão não é a única que existe no mundo e não é somente ela que é certa. Então eu acho que é uma forma de você abrir o horizonte, quebrar paradigmas, tirar alguns preconceitos que você possa ter. Eu disse “poxa, não é bem assim, não é porque a pessoa é de tal religião, que todo mundo diz que é dessa forma, mas eu tô (sic) vendo que não é, então pera aí, deixa eu rever meus conceitos de que pode não ser exatamente como todo mundo fala” [...].
E2	Com o Servas existe uma situação de desarmamento. Aonde você questiona, você fala, tem a tranquilidade de perguntar, sugerir, e isso ocorre de uma forma branda porque é justamente o ambiente que foi formado ali. A pessoa que é recebida numa casa, ela espera um ambiente amigável, e você quando recebe alguém você espera uma pessoa também amigável.
E10	Tem uma aceitação do ponto de vista de crescimento, você aprende a conviver com outras pessoas, com outras culturas que você tem que perceber, respeitar, entender e conviver... na verdade o mundo não tem porta, né, a gente que colocou.
E8	[...] todos eles [os objetivos do Servas] vão em direção da paz, de proporcionar a paz, de abrir caminho para a paz. É, quebra de preconceitos, fortalecer o seu sentimento de tolerância, e você entender que cada povo tem sua cultura e que cada pessoa tem sua característica, sua personalidade, são individualidades que a gente procura entender. E você se aproximar de uma pessoa, conversar com uma pessoa, e você notar as diferenças, é um desafio, né... um desafio que enriquece a própria pessoa e você vence um câncor, um preconceito que tem de várias ordens.
E8	Mas assim, se a pessoa tiver esse perfil ele é bem-vindo ao Servas. Não distinguir, nem maltratar, diferenciar ninguém por características de personalidade, não... é você tá (sic) aberto e isso contribui até espiritualmente com o desenvolvimento da pessoa. Isto é, se torna uma pessoa melhor se você acolhe, é um ser humano igual a nós! Então é isso, é acolher, é ter empatia, e ser solidário, ser fraterno, né... isso são posturas evangélicas, divinas, evangélicas no sentido de ser irmã, de se considerar uma família universal.
E2	E aí, vieram e cozinham [viajantes israelenses], e colocaram uns pozinhos que tinham na mochila, eu fiquei morrendo de medo, e tivemos um jantar maravilhoso [...].e eles cozinham um prato típico de Israel e com uma série de ingredientes que,

	pra (sic) mim, nem combinavam... [...] mas é mesmo a questão da cultura... e você vai se permitindo, né... você vai se exercitando [...]. Eu acho que ajuda bastante a crescer.
E10	Agora eu tô aposentada, advogo por prazer e faço outras coisas que me fazem feliz, tipo, tocar violão, tocar pandeiro, tocar pandorim, e... vivências de experiência e viagens, viajo muito, sempre carregando na bagagem a vontade de conhecer pessoas novas, culturas novas, movimentos novos, atitudes novas, saindo daquele núcleo que eu conheci pra me expandir um pouco mais e saber como as pessoas vivem e convivem no resto do mundo.
E10	O conhecimento comportamental de sociedades que diferenciam no jeito de ser de nós. A convivência propicia isso, você aprende muita coisa das outras culturas, dos outros hábitos, dos outros países, que você só observa convivendo e aprendendo com essas pessoas.
E8	Assim, eu considero minha trajetória muito focada em estudos; fui trabalhar, precisa trabalhar, né, mas eu sempre tive muita... o olho muito voltado pra isso (sic), pra conhecimento. [...] E, assim, sempre tenho interesse em buscar um novo conhecimento. Agora mesmo tô (sic) ouvindo você falar e tô (sic) encantada, que é um mundo que a gente ouve falar mas agora tem a oportunidade de saber mais detalhes. Então, bem bacana.
E8	Você gosta de receber a pessoa, porque você gosta de viajar também, e é uma forma de você entrar num mundo novo, pode até ser que você já tenha conhecido essa cidade, mas é um facilitador muito grande você ser conduzido por uma pessoa que vive aquele mundo.
E8	Eu acho que isso [as experiências no Servas] é um facilitador do crescimento pessoal; se der algum problema, alguma coisa, é um aprendizado, né. [...] então isso amplia muito, você saber que fora do seu pedacinho, fora do seu umbigo, existe muita coisa diferente. E isso vai, claro, abrindo a cabeça.
E6	Quando a gente viaja a gente já tá (sic) crescendo, a gente já tá (sic) se enriquecendo... a gente sai do nosso mundo e vai ver um lugar diferente, uma cultura diferente, uma comida diferente, então tudo é diferente.
E6	Pro Servas é muito claro, dois dias, duas noites, abro minha casa pra (sic) você. E nisso não preciso te dar alimentação, sair com você pra passear, não tem nada que diga que eu preciso fazer isso. Fica a [seu] critério. Ou, se eu não posso receber na minha casa eu falo que eu só posso passear com você. E em todas as minhas experiências isso foi muito além: [houve] trocas de refeições, saídas juntas. Eu atribuí (sic) muito isso à minha personalidade também, eu faço conexões muito rápido, faço amizades muito rápido, gosto de pessoas, de conversar, de sair, e aí eu acho que eu crio isso rápido, apesar de ser só dois dias (sic).
E6	Então, pra mim, pela minha personalidade, eu crio conexão rápido. Então eu já tô muito feliz, desde o e-mail que a pessoa manda, com a carta de apresentação, dizendo os dias que vai ficar em minha casa... eu já me preparo pra receber esse viajante, já tenho ele como alguém que eu conheço e que está vindo me visitar. – E6.

**APÊNDICE D – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “AS RELAÇÕES DE VÍNCULO  
COMO UM CONVITE À RECIPROCIDADE”**

<b>Entrevistado</b>	<b>Trecho da fala</b>
E2	Esse Servas foi embora e depois voltou para Salvador e aí já se hospedou, eu já estava casado com [...], e a gente viajou pra Serrinha, fomos pro (sic) Jorro, fomos pra Maragogipe, tem uma feira lá, de máscaras... foi o carnaval, o carnaval de máscaras... quer dizer, ficou assim... especial. E aí o contato ficou pra sempre. A gente tá sempre trocando informação e, sei lá, um exemplo: um dia eu disse assim “rapaz, eu lí aí um pouco e eu gostei de Caminhos de Santiago e tava (sic) pensando em...” acabou! “Não”, ele respondeu, “eu moro em Barcelona, você vem pra cá, eu pego o carro, eu te levo até o início, eu acompanho você, você vai me avisando aonde é que você, se tiver qualquer problema...” porque ele morava na Espanha. Quer dizer, ele tava disponível, e isso a vida inteira assim, ele sempre tava, entendeu? Ele tava disposto a fazer algo, a fazer muito mais do que o esperado. Um comentário bobo assim “rapaz, eu gostei disso...”... esse Caminho de Santiago aí eu não conhecia e ele viabilizou uma série de alternativas... “venha, faça, aconteça”, entendeu? Então esse foi, por exemplo, uma grata surpresa e que... agora tem muitos, viu... tem muitos.
E8	Mesmo que sejam só esses 2,3 dias, mas é uma coisa que pode criar vínculo, porque você já teve um contato inicial e dali você vai continuar. Normalmente as pessoas dizem “olha, se você quiser ir á minha casa, na França ou aqui no Rio Grande do Sul, também tá (sic) aberta pra lhe receber...”
E8	E cada pessoa que tem sua experiência, é como se fosse um rizoma, aquilo vai se espalhando e vai se formando uma rede, uma rede familiar, uma rede de amigos, e cada pessoa se expande com essa experiência.
E8	O Servas atualmente tem uma média de 15 mil afiliados, mais ou menos em 100 países. E em tempo de coisas não tão agradáveis para as relações humanas, de tantos perigos que a gente vive hoje, tantos problemas na segurança... as pessoas hoje têm muito medo de falar com desconhecidos, de viajar pra (sic) certos lugares...então isso acaba formando uma rede de defesa, de proteção, ou de segurança pra você se locomover pra certos lugares. É uma abertura de caminho.
E8	Depois o Otavinho ficou aqui na casa de um estudante, mas ficou doente. Eu o trouxe aqui pra (sic) minha casa, nós cuidamos dele... ficou umas duas ou três vezes doente, mas uma vez foi mais grave e eu trouxe pra aqui, e tudo isso nasceu do Servas, nasceu desse compartilhamento. E cria amizades, solidifica essas amizades depois, elas criam raízes, e a gente pode considerar assim como uma família. [Otavinho é filho de Otávio, que o entrevistado E8 conheceu no Servas, e estava em um intercambio pelo Brasil, morando na casa de um amigo]
E6	No Servas, eu acho que há uma construção maior de amizade, de confiança, de até hoje eu acho que eu tenho contato com todos os viajantes que ficaram em minha casa; e também quando eu fiquei na casa de alguém eu tenho o contato e me sinto muito feliz, muito grata por ter me recebido, por ter saído comigo, coisa que nem é do script.
E6	Parece um amigo antigo que tá (sic) vindo te visitar e que você se preparou pra (sic) receber... a gente deixa o quarto já preparado, apresenta a casa, se puder, come junto...
E12	Eu diria que 90% são amigos verdadeiros, eu teria um caso de 8 a 9% que foi um encontro bom mas que eu não tenho mais contato e, do Servas, eu tenho um caso negativo.
E12	Você aprender que a raça humana é uma família só, que aonde você vai é como se você tivesse uma família. É você ter amigos no mundo todo. – E12.

**APÊNDICE E – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “A RECIPROCIDADE COMO O  
RETORNO ESPONTÂNEO E VOLUNTÁRIO”**

<b>Entrevistado</b>	<b>Trecho da fala</b>
E2	A reciprocidade esperada mesmo é o respeito, a educação e a troca de experiência. Eu não espero mais do que isso.
E8	Você pode, no final das contas, achar que aquilo, que confiou naquela pessoa, e falar de um problema, falar sobre você tá (sic) atravessando uma fase difícil, e aí você já começa até a desabafar com aquela pessoa de uma coisa tão particular que não tem nada a ver, e aquela pessoa te dá uma ideia, te dá uma opinião sobre aquilo, e, olha só, a pessoa pode até te ajudar a resolver, você vai se sentir aliviado. Mas é como uma coisa que a própria palavra já diz, Servas, que é de servir, é abrir, abrir o seu ser, não só a casa, a casa é só uma representação, é você se abrir mesmo recebendo aquela pessoa e você tendo o cuidado com aquela pessoa, fazendo o possível pra (sic) que aquela pessoa se sinta bem, se sinta à vontade.
E6	Eu acho que reciprocidade não é só eu me beneficiar dessa circunstância... além de doar é também receber. Se eu só tô recebendo, não tá sendo recíproco, tá sendo unilateral, tá sendo só bom pra mim (sic)... e tem que ser bilateral pra ser recíproca.
E6	Já no Servas há sempre reciprocidade, quem vem se beneficia muito de você, como anfitrião, abrir sua casa, abrir sua rotina, e, inevitavelmente, você se beneficia muito de ter essa pessoa de outra cultura na sua casa, então eu acho que essa relação de reciprocidade é muito mais forte no servas e muito mais inevitável, eu acho que não tem como você ser anfitrião do Servas, passar alguém na sua casa, sem você dar e receber.
E8	Então acho que reciprocidade é esse sair de si e oferecer a sua casa, oferecer a sua pessoa, pra poder acolher, pra poder beneficiar, pra poder trocar (sic).
E2	[...] muitas vezes a pessoa já sai do seu país com várias lembrancinhas na bagagem. Então nas casas em que eles vão pingando eles vão deixando. É como se a gente estivesse em Salvador e levasse fitinhas do Senhor do Bonfim, coisas leves. Não são presentes elaborados. Mas a pessoa traz uma foto, um imã de geladeira, traz alguma coisa e, durante a estadia, ela presenteia o anfitrião.
E2	Já aconteceu de a gente estar em um passeio, demonstrar interesse em alguma coisa, e quando chegar em casa, a pessoa comprou aquilo que você demonstrou interesse.
E2	[...] eu me hospedo, não vou pagar nada, mas eu convido para um jantar, convido para um almoço. E, nesse ambiente, o viajante assume a conta. Então isso acontece, não é que ele vá pagar todas as refeições. É a questão mesmo de, pontualmente, vamos comemorar que eu estou indo embora e existe essa prática de pagar uma refeição em um restaurante.
E2	Eu recebi um casal de israelenses, a menina tinha uma restrição alimentar absurda, que não podia comer quase nada na vida porque tinha alergia a algum carboidrato básico, então ela tinha que escolher tudo o que ia comer. E, depois de dois dias bem interessantes, e uma amizade boa, ele perguntou: “a gente pode fazer um jantar pra você?” “pode” “então leva a gente a um supermercado”.
E4	A intenção é fazer isso como uma forma de agradecer pela ajuda, pela hospedagem... não pela hospedagem em si, pelo acolhimento. Por exemplo, nós estamos na sua casa e vamos almoçar hoje porque já vamos embora, vamos almoçar e vamos pagar o almoço hoje. Porque o acolhimento foi tão agradável, a conversa, o dia-a-dia daqueles três dias, foi tão agradável, tão bacana, que, às vezes, os viajantes ficam agradecidos.
E10	Eu entendo que eu faço sem esperar o retorno. A reciprocidade pode vir a qualquer tempo, a qualquer hora, a qualquer momento e não necessariamente com aquela pessoa que você deu...
E10	O meu conceito de troca vai aí para um conceito mais espiritualizado, você tem que fazer o que você deve, o que você quer, sem esperar o que vai vir em troca daquilo que

	<p>you made. It's the same thing, I host people but I don't expect that they will host me, receive me there. I host because I want to receive people and know people, but I don't expect that they will host me there or receive me in the same way, my intention is not that.</p>
E12	<p>This is a culture of distribution of solidarity for Servas (sic), because I don't want to say that I will host you and you by consequence have to host me, it's not like that. But you do this care with another person, with another traveler, that can be Servas or not.</p>
E12	<p>It would be you doing for the person the same that she did for you. And here I am not exactly for that person, it can be for another person (sic). [...] so the reciprocity in this environment of Servas is not always for that person that I did a good deed, but for another human being whatever that is needing an orientation... for me, the return is always the one of living with that person, of knowing her life story, of collaborating with her in that moment that she is needing a more qualified accommodation and that I have an empty apartment to make available.</p>

**APÊNDICE F – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “A PARTILHA COMO A TROCA DE TUDO”**

<b>Entrevistado</b>	<b>Trecho da fala</b>
E2	Compartilhar, para mim, é passar tempo juntos. Basicamente, o maior valor que eu vejo na partilha é o tempo. Compartilhar um espaço no quarto, compartilhar uma mesa, tudo isso também envolve a questão do tempo. Por uma análise na visão do Servas eu acho que é doar e receber tempo, aproveitar um tempo juntos.
E4	Para mim é muito uma troca de visão, visões de mundo. A partir do momento em que eu começo a ter contato com uma pessoa, começo a conversar, e aí eu tô (sic) dividindo uma mesa numa refeição, um espaço na casa, e eu tô vendo como é que ela enxerga o mundo, como é o comportamento.
E6	Então eu acho que eu ganhei muito como pessoa, e partilhei trocas, experiências, eu falava muito da minha cultura e ouvia muito da cultura do outro... tanto é que sempre tem assim, “ah, eu vou cozinhar alguma coisa da minha cultura pra você, cozinha algo da sua cultura pra mim”. “E lá? E aqui? Como é?” as comparações... isso é de uma riqueza imensurável.
E10	Claramente, quando você recebe uma pessoa no Servas, você troca conhecimento, você troca cultura, você troca relacionamento humano, é uma troca geral, de basicamente tudo.
E4	Então eu acho que compartilhar é uma forma de você aprender e também ensinar um pouco da sua vivência e aprender um pouco com a vivência do outro. As coisas boas que o outro já passou, as dificuldades que o outro teve pra (sic) chegar até aqui na vida. Então tudo isso eu acho que é uma forma de você aprender. Então compartilhar, pra mim, vai ser aprendido.
E6	Eu poderia dizer assim, nomeadamente, o que eu mais partilhei nessas experiências foi... eu acho que vivências. Não foi algo material, que eu possa denominar. Mas eu partilhei bons momentos, uma riqueza de momentos.
E8	Eu partilho desde os aspectos físicos... compartilhar a casa, compartilhar o carro, compartilhar o almoço, nós costumamos oferecer um almoço, o Nordeste tem vários pratos; [...] então vai desde esse compartilhamento dos itens físicos até o compartilhamento de aprendizados da cultura. [...] você aprende e você compartilha desde a sua maneira de ser, suas opiniões, e até como você vive naquela cidade, como é que as pessoas encaram certas questões, desde questões políticas, questões sociais, e da própria pessoa também; quando você fala com outra pessoa você deixa transparecer como você é, as suas opiniões sobre diversos temas na vida.
E6	Eu acho que partilha, pra (sic) mim, é dividir... eu ter algo e eu dividir esse meu algo, seja um alimento, um espaço, uma informação com o outro, com uma segunda pessoa; não ficar com isso só pra mim, recluso; seja o alimento, o espaço, ou uma informação.
E8	É dividir o que tem. O nome Servas é um nome que vem da língua esperanto, que é isso, é você abrir sua casa, é você servir, é você partilhar, é nesse sentido mesmo.
E12	Que seria ligado a conviver, a partilhar com; a gente não divide mas a gente compartilha.
E12	A minha história de vida, porque essas coisas materiais para mim não contam.

**APÊNDICE G – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “RELAÇÃO  
MERCADOLÓGICA E A BUSCA POR EQUIVALÊNCIA”**

<b>Entrevistado</b>	<b>Trecho da fala</b>
E3	Por ter uma questão monetária, no Airbnb ainda parece ser uma relação de cliente e consumidor; isso dá uma seriedade maior, tem que lidar com valores...
E3	No Airbnb, até por ser uma questão que eu tô pagando (sic), eu tô usando, eu fico mais na linha do bom senso, não invasão da privacidade...
E5	Então... eu não sei nem se isso [o Airbnb] se encaixa direito nessa questão de compartilhamento. Por exemplo, o Airbnb você subloca um cômodo da sua casa, você subloca o seu apartamento ou sua casa, e não essa coisa poética de compartilhar...
E5	Eu acho que... sim pelo lado da economia, mas se fosse somente pelo compartilhamento, não. Então eu acho que no Airbnb você introjeta isso pela questão da economia. Então você tá (sic) economizando porque a pessoa te paga... quem aluga economiza e você também...
E7	Tenho o contato dessas pessoas, mas não são pessoas que eu me comunico constantemente. Não mando nenhum tipo de mensagem. Talvez eu tenha esses contatos porque, caso eu volte à cidade, é um contato que eu tenho fechado, e vou procurar diretamente a pessoa. Mas não há uma relação de amizade que se continua disso. De ambas as partes, acho que há um tratamento bastante profissional, simétrico, mas a gente consegue achar esse lugar afetivo de como se respeitar.
E1	Você tem que sentir primeiro quando eles chegam, né... a abertura deles. Alguns são abertos e outros não são abertos. Querem conhecer a cidade, te pedem recomendação; já teve caso que a gente até saiu juntos pra (sic) mostrar os pontos da cidade. Mas tem uns que vêm a trabalho, que já conhecem a cidade, que já moraram na cidade. Só querem um lugar mesmo pra dormir. Às vezes eu mal tenho contato com eles.
E9	A minha hospedagem não tem direito a café da manhã, mas eu sempre faço um café da manhã como cortesia. Isso também da interação que o outro quer ter com você. Tem pessoas que são abertas e que têm uma interação ótima. Outras que não são.
E9	É uma relação profissional, uma relação financeira, eu não vejo ninguém que entra na minha casa como meu amigo. Eu procuro ser agradável, receptiva, mas eu não quero ter um vínculo. Claro, com uma pessoa ou outra, que você realmente gosta, tem afinidade, você acaba mantendo, mas de modo geral, não. Saindo dali eu já apago o número, apago o telefone, porque a agenda fica cheia, você vai procurar alguém do Airbnb e a agenda tem mais de 100 [contatos] ali, não tem como.
E9	Teve uma menina de São Paulo que queria manter contato comigo e depois ela veio falar comigo e não viu a minha foto. Ela perguntou “você excluiu o meu contato?” e eu disse “sim...”, e ela “ah, mas eu queria ser sua amiga, manter o vínculo com você” e eu “ah tá, não tem problema nenhum”, aí eu fui e adicionei de novo. Mas o intuito não é esse.
E11	E, às vezes, a gente já teve o contato de conhecer a família que estava lá [no apartamento]. Inclusive, essa semana a gente teve a oportunidade de jantar com eles e, assim, foi uma experiência excelente. Não foi só a questão de hospedar, mas de a gente fazer parte de algo, de um sonho que tá (sic) ali tendo a oportunidade de realizar.
E11	Nem sempre [há interação], vai muito das pessoas que se hospedam. Têm pessoas que gostam mais de dialogar, de fazer perguntas, e outras pessoas que só fazem a reserva, você resolve tudo pelo Whatsapp, e é tudo tranquilo. Mas, tem outras pessoas que têm a necessidade de ter mais informações e, conseqüentemente, acaba gerando mais vínculo.
E11	Não [mantenho contato], só durante a estadia. Porque a gente conhece aquela pessoa naquela situação, em um momento específico, não necessariamente aquela pessoa se

	torna um vínculo do convívio nosso, como um amigo ou um colega mais próximo. Então assim, é até meio chato você ficar de conversa com alguém que você só conheceu naquele momento e não vai ter mais nenhum contato. Mas, possivelmente, se aquelas pessoas voltassem, esse contato seria retomado.
--	---



**APÊNDICE H – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “A BUSCA POR VANTAGEM FINANCEIRA COMO FACETA DA RELAÇÃO MERCADOLÓGICA”**

<b>Entrevistados</b>	<b>Trecho da fala</b>
E1	Eu sempre trabalhei em mais de um emprego, já cheguei a ter cinco. Só que, financeiramente, não vale a pena. Porque a partir do momento que você tem um segundo emprego, sua contribuição do imposto de renda aumenta, o terceiro emprego é praticamente só pra (sic) pagar o imposto de renda. Se você tem um terceiro emprego que te dá, anualmente, em torno de 30 mil reais, seu imposto de renda vem em torno desse valor. Então hoje eu só tô (sic) em dois vínculos, meu imposto de renda vem em torno de 9 mil, reduziu. E eu busquei alternativas que não me comprometa (sic) tanto... minha contribuição do imposto de renda.
E1	O serviço [Airbnb] me dá uma renda que não me compromete no final do ano, que não é tributada, porque até o informe deles [Airbnb], vem toda como a origem e o recebimento nos Estados Unidos. Então eu teria que tributar se eu morasse nos Estados Unidos. É o Airbnb que me paga.
E3	No Airbnb eu fiquei 8 dias em um lugar e fiz o orçamento no hotel e fiz o mesmo orçamento no Airbnb (sic)... era, sei lá, 3 vezes menor o valor que eu ia pagar no Airbnb do que o que eu ia pagar num hotel (sic).
E5	As duas [experiências que tive no Airbnb] foram positivas principalmente pela economia.
E5	Economia... que eu achei em relação a hotéis... e experiência mesmo... pra (sic) poder conhecer outras pessoas. Mas só em uma das vezes também. Por que na outra eu aluguei o apartamento inteiro então eu não tive muito contato [com o anfitrião].
E7	Orçamento, ponto mais positivo de todos. E, além disso, relação interpessoal.
E7	Como eu sou produtor cultural também, eu sempre tô viajando com circulação de espetáculos, o Airbnb traz pra mim um alívio de orçamento. Se a gente colocar que, com diárias de hotel, o gasto é infinitamente maior do que o que eu gasto em uma semana, por exemplo, com o Airbnb, então eu sempre vou optar por esse serviço por uma questão de economia, que aí fala muito alto diante do resultado final.
E7	[...] eu acho que a questão orçamentária ela sempre fala mais alto (sic), então eu não confio, por exemplo, 100%, nos lugares onde eu me hospedo pelo <i>app</i> . Mas o orçamento é infinitamente mais barato, infinitamente. Porque, se a gente coloca aqui que a gente viaja com uma turnê, e eu não pago uma diária pra (sic) mim, eu pago diária de quarto duplo, de quarto triplo, porque a gente viaja com equipe de, pelo menos, 6 a 7 pessoas [...]. Então, viajando, eu pago pelo menos três diárias [...]. E, entendendo que em uma cidade a gente fique de 3 a 4 dias, a gente chega, monta, e nesse último projeto, por exemplo, que eram três solos circulando, eu tinha três espetáculos, eu ia ficar no mínimo três dias em cada cidade. Colocando isso na ponta do lápis, você tem uma redução de, pelo menos, 50% de orçamento. E isso é muito!
E7	Agora, obviamente, tem lugares que você observa que, por exemplo, Alagoinhas é uma cidade que a gente não conseguiu, porque a oferta de casas que tinha a gente não curti muito (sic), as vezes era muito distante do local que a gente ia apresentar, e aí é uma outra coisa que também é muito importante pra (sic) mim. Que o lugar onde eu vou fazer a locação esteja perto do meu trabalho. Pra (sic) que não saia o gato pela receita, você vai pro Airbnb e gasta uma nota com transporte, então eu sempre fico perto da imediação do teatro em que a gente vai trabalhar.
E7	E no Airbnb é pra (sic) gente se sentir em casa e eu acho que essa é a grande sacada da coisa. Principalmente pra gente que anda fazendo turnê e é um saco você ficar entrando e saindo de hotel, então você tem uma relação de casa; estou em casa, eu tenho uma cozinha pra ir, eu tenho essa relação que se torna diferente quando você tá em hotel, porque você não tem isso; pra você comer você vai no restaurante, enfim, o hotel é um quarto e como a gente fica um mês, um mês e meio em viagens,

	<p>isso traz um certo pé no chão de “voltei pra casa, tenho uma casa”, isso faz muita diferença. Você não faz ideia, de como um ambiente que se configura como um lugar de família faz diferença na relação interpessoal de pessoas que estão viajando em turnê.</p>
E1	<p>Eu não sei se é válido comentar mas tem muita gente que, pelo aplicativo, como uma forma de recompensa financeira o aplicativo cobra do usuário o cartão. Especifica um valor “x”; a pessoa reservar, pra (sic) mim, a taxa é mínima, não chega nem a 1%. Mas, pra eles [hóspedes], a taxa é um valor bem maior. E, muitos, reservam só um dia [pelo aplicativo] e já mandam uma mensagem querendo reservar mais dias por fora do aplicativo. Então se fosse fazer uma média, eu acho que 50% das reservas pelo Airbnb tentam fazer essa questão por fora, alugar por fora. Pra mim não há redução [no pagamento] mas pra eles [hóspedes], há, porque eles deixam de pagar mais porque abate a taxa do aplicativo. É bem comum isso acontecer.</p>
E1	<p>No site, quando você coloca o número do telefone no bate papo, ele chega codificado pra pessoa, mas a gente camufla. A gente bota escrito por extenso. Se meu ddd é 71, a gente coloca 7 dias e 1 noite, e aí ele já entende que é 71... 8 sóis, 4 girassóis, tudo por extenso... e a pessoa já entende, pega só os números e entra em contato com você. Acontece, no início, pelo aplicativo. Mas os detalhes [da reserva por fora] são pelo Whatsapp.</p>
E9	<p>Comecei a fazer trabalhos fora, andar com cachorro, a função de <i>dog walker</i>, que você passeia com os cachorros. Passeando com dois cachorros, eu conheci a dona delas, que fazia Airbnb na casa dela, isso tem três anos, eu tava (sic) terminando a faculdade de psicologia. E eu perguntei pra (sic) ela como que funcionava, e ela me explicou... eu achei o aluguel muito barato, pensei “não deve compensar, né” mas pensei, “poxa, você coloca 60 reais, vezes dois, que eram dois quartos que ela alugava, vezes 30, porque todos os dias ela tinha hóspedes na casa dela, dá um bom negócio”... “pode ser um pouco incomodo às vezes pra quem gosta da sua privacidade, mas...”.</p>
E9	<p>Se você vai ficar em um hotel, em uma pousada, você vai ter um custo maior, ter outros gastos, tanto pra (sic) economia da cidade, do país, quanto pra economia pessoal; numa casa, não. Por exemplo, vamos falar de energia elétrica, o que é compartilhado ali vai ser acrescentado, mas é acrescentado pouco. Eu tiro mesmo pela minha conta de luz, que se altera muito pouco. Fica econômico pra mim, eu tenho renda, por mais que ela seja pequena, mas que ajuda, né... e a outra pessoa também... vamos supor, que pagaria 200 reais em uma pousada, paga 100 reais em hospedagem compartilhada, digamos assim.</p>
E11	<p>Eu e meu marido fizemos uma viagem em maio, aos Estados Unidos, e nós optamos por usar o Airbnb porque era muito mais barato do que usar hotel. Então a gente ficou lá em Miami e em Orlando e a experiência foi maravilhosa. Fora pelo custo-benefício como pela interação com os anfitriões (sic), foram super receptivos, deram várias dicas de locais, o que a gente fazer, e foi a partir dessa experiência que a gente viu essa possibilidade de fazer isso com o nosso, aqui em João Pessoa. Porque, basicamente a gente só vai pra (sic) dormir. Então a gente já queria juntar um dinheiro pra comprar o carro e a gente viu no Airbnb a possibilidade de conseguir essa renda.</p>

**APÊNDICE I – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “A CONFIANÇA QUE VEM DA PLATAFORMA ONLINE”**

<b>Entrevistado</b>	<b>Trecho da fala</b>
E1	Eu estou dividindo um ambiente que é meu, uma coisa que é minha, que é meu lar, que é sagrado para mim, com pessoas que eu não conheço, mas que fazem parte de uma rede.
E1	Mas você tem a confiança de que é uma pessoa que é cadastrada em um site, que faz parte de uma rede.
E1	Então até hoje as relações são bem tranquilas, até porque eles são passíveis de avaliação até como eu sou passível de avaliação. Não sei se isso é um fator que inibe, né. Eles podem pensar que vão ser mal avaliados se fizerem alguma coisa que não condiz com as regras do Airbnb.
E5	Eu sempre vejo bem o máximo de informações sobre o lugar [no site] pra (sic) tentar sentir a energia da casa, do lugar, e me sentir segura.
E11	Ah, com certeza. Você tendo referências, comentários de outras pessoas que puderam se hospedar com essa pessoa é essencial. Porque aí a gente pode ter noção de como é essa pessoa, se ela cuida bem do local, se é organizada, se não causa nenhum problema...

**APÊNDICE J – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “A RECIPROCIDADE COMO  
RETRIBUIÇÃO SIMÉTRICA”**

<b>Entrevistado</b>	<b>Trecho da fala</b>
E1	É quando eu mostro empatia por eles e eles também mostram simpatia por mim. Ao mesmo tempo que eu trato bem, eles também me tratam bem.
E5	Eu acho que é devolver... devolver o que fazem por você.
E3	No caso do Airbnb, eu acho mais difícil essa relação de reciprocidade porque tem toda uma questão mercadológica ainda... eu tive uma outra experiência no Airbnb que foi bem formal bem mais formal. Em que eu chegava, comprava minhas coisas, cumprimentava as pessoas... e até por uma questão da barreira da língua também, né... não foi possível tanto compartilhamento assim. Mas, ainda assim, houve trocas de e-mails posterior e depois a gente conversar... então essa reciprocidade não existiu tanto; eu usei muito do espaço, da casa, me beneficieei desse momento e talvez o outro só se beneficiou da questão monetária, não foi tão rico assim como experiência de troca.
E3	No Airbnb eu acho que é possível você só ter a questão de dar o dinheiro e talvez não trocar tanto. Só também se beneficiar da questão do espaço, talvez ficar mais limitado.
E7	Eu faço por você o que você também pode fazer por mim... as vezes não funciona assim, mas, pra mim, reciprocidade é esse caminho.
E7	Eu lembro de um lugar que a gente ficou, acho que foi Recife, que a pessoa sabia que a gente ia chegar de manhã, de viagem, e tinha um café da manhã pra gente. Então eu me senti na obrigação de ir embora e fazer algo que fosse similar aquilo. Mas não fazer por uma obrigação de “ah, que fardo!”, mas por um cuidado com o outro de saber que ela pensou em a gente chegando de viagem de manhã cedo e, obviamente, sem nenhum tipo de alimentação, e [eu pensei] “o que eu posso fazer por isso também?”. Então a gente comprou flores e deixou na casa. E é essa relação de troca afetiva.
E9	Diferentemente da reciprocidade, em que você já faz esperando algo em troca. Então isso não pesa muito pra (sic) mim. Eu acho que tanto pra mim quanto para os meus filhos, a gente não faz esperando algo do outro. A gente faz por fazer.
E11	Eu entendo que é você se colocar no lugar de outras pessoas e ser recíproco em alguma situação inesperada mas que você entende que poderia acontecer, como numa situação indesejada e você acaba se tornando solidário à pessoa.

**APÊNDICE K – FALAS QUE INTEGRAM O TEMA “A NOÇÃO FRAGILIZADA DA  
PARTILHA NAS RELAÇÕES DE MERCADO”**

<b>Entrevista</b>	<b>Trecho da fala</b>
E1	Partilhar é dividir aquilo que você tem com alguém, com os outros. [...]eu estou dividindo um ambiente que é meu, uma coisa que é minha, que é meu lar, que é sagrado pra (sic) mim, com pessoas que eu não conheço [...].
E1	Não só o quarto, não só os ambientes comuns do apartamento, eu estou partilhando até a minha própria personalidade.
E5	Dividir... com alguém... não [envolve] dinheiro.
E5	Nós ficamos na casa de um casal de senhores em São Paulo e pudemos conhecer a vida deles... foi muito bacana. Então teve compartilhamento, sim. Tanto a partilha do espaço, como de história de vida.
E5	Eu acho que minha mãe [que estava hospedada comigo também] compartilhou confiança por causa que eles conversaram bastante (sic).
E3	No Airbnb, por exemplo, desde a chegada e partilhar informações do local, refeições, que nem tá no <i>script</i> das regras do Airbnb, mas você fazer um vínculo com a pessoa e, nesse vínculo, você ser convidado a partilhar essa refeição, esse momento, ou uma festa que meu <i>host</i> tava (sic) indo e perguntar se você quer ir junto; então, partilhar amigos, dividir o tempo, tempo junto, foi bem gratificante.
E3	Fora que eu fiquei na casa de uma pessoa local, que me recebeu super bem, que me deu dicas de lugares, que saiu, inclusive, comigo, na época eu fui com minha mãe... então, assim, não é só essa economia monetária, mas a riqueza também de você receber e se hospedar com uma pessoa da localidade. Diferente daquela frieza e hostilidade que hotel tem... você chega, só dorme, e sai sozinho, não vive, né... quando eu viajo eu gosto de viver o local, de ver a vida local, o dia-a-dia, de estar com uma pessoa daquela localidade.
E7	O que eu entendo por partilha é divisão.
E7	Se eu for filosoficamente por um caminho de partilha, quando alguém loca esse serviço para mim ele está partilhando de alguma coisa. E, principalmente, porque a casa é um lugar que você construiu com as suas coisas, então já é um lugar de partilha por um preço muito abaixo do mercado.
E7	Eu acho que o que eu partilhei foi um cuidado muito redobrado com o lugar do outro. Eu nunca entrei na casa de ninguém que foi meu locatário, pensando que “ah, aqui eu vou fazer o que eu quiser, tô pagando”, eu nunca pensei dessa maneira. Eu coloco um cuidado, inclusive, muito maior do que quando eu tô (sic) hospedado em hotel, porque vem daquele lugar que eu falei anteriormente, do cuidado que tem com alguém que construiu aquilo, que colocou aquelas coisas, que comprou aqueles objetos, e que eu sei que não é meu (sic), que aquela pessoa precisa daquilo... então o Airbnb me ensinou muito isso, a olhar para o que o outro construiu com um olhar de cuidado muito redobrado, plenamente.
E7	A outra é, enquanto produtor cultural, viajando com outras pessoas, a gente divide o mesmo lugar, a gente também está lidando com esse lugar de partilha, que é essa relação de que eu posso fazer tal coisa, eu posso ir até tal lugar, eu posso me comportar nesse ambiente de tal maneira, de tal maneira eu não posso também. Então, são as concessões sociais que a gente vai fazendo. Que aí é o que eu coloco, no hotel a minha privacidade é 100%, no hotel eu posso fechar a porta do quarto, andar pelado, falar alto, enfim, posso fazer qualquer coisa. Nessa relação de locar uma casa e as pessoas estarem todas ali é uma outra configuração. Primeiro, porque nem sempre eu sou amigo dessas pessoas com quem eu tô viajando, minha relação é profissional. Então há essas concessões, de partilha, de convivência social, que o Airbnb sempre ensina alguma coisa sobre isso.
E9	No início, foi meio esquisito ter sempre estranhos na sua casa, mas eu percebi que a troca era enriquecedora, tanto pra (sic) mim, que sou psicóloga, quando para os meus

	filhos, que tinham que se desapegar de várias coisas, do próprio quarto, porque tem gente em casa toda hora... mas também tem os estrangeiros, que eles podiam aproveitar pra (sic) praticar o inglês, espanhol... essa troca realmente foi muito enriquecedora porque eu acho que constrói o caráter deles enquanto pessoas. Você não tem aquela coisa de “isso é meu, não te dou, não empresto” e você aprende também a lidar com a diversidade de uma forma muito mais ampla e aberta, isso pra (sic) mim é fantástico.
E9	Tem aquelas pessoas que vêm, que são chatas, que nem olha pra (sic) sua cara, que nem dá bom dia e reclama de tudo e, em contrapartida, tem aquelas pessoas que são maravilhosas e que eu não queria que nem fosse embora, que ficasse ali.
E9	É você dividir, compartilhar com o outro. Você não fica só pra (sic) você.
E9	Têm muitas pessoas que eu mantenho contato, pessoas que ligam, pessoas que me adicionam no Instagram, Facebook, me mandam mensagens todos os dias pelo Whatsapp... eu tenho uma hóspede que ficou em minha casa em outubro do ano passado, ela tá voltando agora, sozinha, pra (sic) passar o ano-novo comigo. Então assim, achei isso muito bacana.
E11	Eu acho que você pode partilhar em várias situações, a gente tá (sic) compartilhando um bem nosso, não é um imóvel que foi comprado pra (sic) fazer esse tipo de prática. É o nosso local onde a gente mora lá, então acaba que a gente tá partilhando os nossos móveis, a nossa vida, a nossa cultura com pessoas que são de culturas diferentes, pontos de vista diferentes.
E11	Eu acho que pode partilhar tanto o espaço físico quanto culturas e experiências.