

UNIVERSIDADE PAULISTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

SANDRA HELENA VIEIRA MAIA

O FENÔMENO COMUNICACIONAL AIRBNB:
UMA INVESTIGAÇÃO DAS IMAGENS E DO IMAGINÁRIO
CONSTITUÍDO DA E-HOSPITALIDADE

SÃO PAULO

2018

SANDRA HELENA VIEIRA MAIA

**O FENÔMENO COMUNICACIONAL AIRBNB:
UMA INVESTIGAÇÃO DAS IMAGENS E DO IMAGINÁRIO
CONSTITUÍDO DA E-HOSPITALIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, para obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva.

SÃO PAULO

2018

Maia, Sandra Helena Vieira.

O fenômeno comunicacional Airbnb : uma investigação das imagens e do imaginário constituído da e-hospitalidade / Sandra Helena Vieira Maia. - 2018.

148 f. : il. color.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2018.

Área de concentração: Mídia e imaginário.

Orientadora: Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva.

1. Imaginário midiático. 2. Imagem. 3. Compartilhamento.
4. Hospitalidade. 5. Airbnb I. Silva, Maurício Ribeiro da (orientador).
II. Título.

SANDRA HELENA VIEIRA MAIA

**O FENÔMENO COMUNICACIONAL AIRBNB:
UMA INVESTIGAÇÃO DAS IMAGENS E DO IMAGINÁRIO
CONSTITUÍDO DA E-HOSPITALIDADE**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, para obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva.

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva
Universidade Paulista UNIP-SP

Prof. Dr. Jorge Miklos
Universidade Paulista UNIP-SP

Profa. Dra. Lucia Leão
Universidade Paulista UNIP – SP

***Dedico todo o trabalho e esforço que culminaram
nessas páginas à minha mãe, que sempre quis
estudar e só começou a se alfabetizar aos 84
anos. E segue estudando...***

AGRADECIMENTOS

Agradeço à vida e à possibilidade de estar aqui nesse espaço, lugar onde a cada dia novas transformações me fazem querer continuar a busca pelo que não sou eu.

A possibilidade de existir nesse tempo, em que as mudanças e a necessidade de adaptação se tornam um constante chamado à alteridade.

À minha mãe pela inspiração e desassento, e ao meu pai (*in memoriam*) pelo gosto e desejo do aprimoramento e dos estudos de forma contínua e prazerosa.

Às minhas amigas, companheiras de alma. Aos meus irmãos, sobrinhos e familiares pelo apoio nesse percurso que culminaram numa viagem para outros portos, outros destinos e sonhos.

Aos colegas do grupo – Mídia e Imaginário – por toda amizade, trocas e generosidade, aprendi muito com todos, em especial com Leo, João e Regina.

Meu orientador, Prof. Dr. Maurício Ribeiro da Silva, por suas considerações e ajuda ao longo de toda essa jornada. Seu incentivo e olhar hospitaleiro atualizaram minha visão de mundo.

Aos professores doutores Jorge Miklos e Malena Segura Contrera, pelas aulas inesquecíveis, pelo amor e generosidade com que me acolheram. Agradeço também ao Prof. Dr. José Eugênio de Oliveira Menezes por ser fonte de inspiração.

À Profa. Dra. Lucia Leão, por sua disponibilidade, carinho e por concordar em participar da minha banca. Seus apontamentos ajudaram sobremaneira o desenvolvimento dessa pesquisa.

Aos meus colegas do Centro Universitário Senac Santo Amaro, meus colegas do trade turismo e aos meus alunos queridos.

Por fim, à equipe da Secretaria de Pós-Graduação da UNIP pelo suporte e orientações, e a todos que, de alguma forma, me fizeram compreender que, sim, é sempre possível e sempre haverá espaço para nos tornarmos seres humanos melhores e compassivos.

***As coisas vendidas possuem ainda uma alma,
são ainda seguidas pelo seu velho proprietário e
seguem-no.***

(Marcel Mauss)

RESUMO

Esta dissertação analisa os processos comunicacionais da economia do compartilhamento ou das dádivas com recorte para Airbnb, uma empresa de serviços on-line que autodenomina-se como movimento. O objetivo do estudo é investigar os processos relacionados às imagens da hospitalidade e da e-hospitalidade, dialogando com a teoria da imagem e do imaginário. Nesse sentido, analisou-se como a imagem de hospitalidade constituída no virtual, a partir da estratégia midiática da marca, é percebida como fenômeno da experiência concreta e corporal. Além disso, espera-se compreender como o imaginário, em torno do acolhimento e da dádiva, vem sendo acionado a partir da apropriação de elementos culturais que remontam às raízes da hospitalidade no arcaico. Presentes nas narrativas e discursos dos usuários do sistema, a imagem virtual parece contribuir para a hipótese que se quer comprovar de que as imagens da hospitalidade promovidas em rede constituem e atualizam o imaginário cultural, promovendo a confiança e o resgate da ideia de aconchego e amizade e do simbolismo das trocas originárias que inflam o sentimento de solidariedade e reciprocidade, estabelecendo a e-hospitalidade – lugar onde virtual e concreto se mesclam. Posto isso, entende-se que essas imagens que querem se tornar tangíveis parecem ser o pilar central do sucesso de empresas dentro da economia do compartilhamento em face da presença global e da sua relevância econômica. O método de análise de conteúdo aplicado foi organizado em duas etapas: investigação bibliográfica exploratória e seleção de peças de comunicação Airbnb e da manifestação de seus usuários e fornecedores postados no sistema. Nesse contexto, foram observadas a plataforma, os filmes publicitários, os anúncios de anfitriões e os comentários de hóspedes. Para aprofundar no campo da hospitalidade, utilizamos os autores como Bessone, Camargo, Montandon e Lashley. Sobre a teoria da imagem e imaginário aplicou-se a reflexão de autores como: Baitello Jr., Eliade, Kamper e Silva.

Palavras-chave: Imaginário Midiático. Imagem. Compartilhamento. Hospitalidade. Airbnb.

ABSTRACT

This research analyzes the communicational processes of the shared industry with clipping for Airbnb, an online services company that calls itself as a movement. The objective of the study is to investigate the processes related to the images of hospitality and e-hospitality dialoguing with the theory of image and imaginary. In this sense, it's been analyzed how the image of experience in hospitality constituted in the virtual, from the media strategy of the brand, is perceived as a phenomenon of the concrete and corporal experience. In addition, it is had hoped to understand how the imaginary, around the gift, has been triggered from the appropriation of cultural elements that go back to the roots of the hospitality in the archaic. Present in the narratives and speeches of the users of the system, the virtual image, seems to contribute to the hypothesis that the images of the hospitality, promoted in network, constitute and update the cultural imaginary by creating the confidence and the rescue of the idea of warmth and friendship found in the symbolism of the original exchanges. This image inflame the feeling of solidarity and reciprocity that establish the e-hospitality - a place where virtual and concrete merge. In order to understand that these images, that want to become tangible, seem to be the central pillar of the success of the sharing industry in face of its global presence and its economic relevance. Organized in two stages, the analysis method of content involved: exploratory bibliographic investigation and selection of Airbnb communication pieces and the manifestation of its users and suppliers posted in the system. In this context, we observed the platform, the publicity films, the host announcements, and the guest comments. To deepen the field of hospitality we use the authors Camargo, Montandon and Lashley. On the theory of the image and imaginary was applied the reflection of authors, as: Baitello Jr., Eliade, Kamper e Silva.

Keywords: Imaginary Media. Image. Sharing. Hospitality. Airbnb.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Hospedando com Airbnb: a troca de chaves.....	35
Figura 2 – Anúncio – Como ser um anfitrião Airbnb.....	36
Figura 3 – Acomodações, Experiências, Restaurantes.....	38
Figura 4 – Acomodações para família.....	38
Figura 5 – Acomodações para viagens a trabalho.....	39
Figura 6 – Página Salvador BA, Acomodações.....	39
Figura 7 – A casa do futuro.....	41
Figura 8 – Formulário on-line para elaborar um anúncio.....	41
Figura 9 – Duplex na Praia do Forte de Frente para o Mar.....	42
Figura 10 – Assine Airbnbmag.....	43
Figura 11– Comunidade global.....	43
Figura 12 – A global community of hosts like you.....	44
Figura 13 – Férias de Julho.....	56
Figura 14 – Nuvem de Palavras 4 dimensões da comunicação Airbnb.....	60
Figura 15 – Cena, 0´11, Bahia e a Viagem dos Sonhos em Família.....	63
Figura 16 – Cena, 0´18, Novas Vibrações em Família.....	65
Figura 17 – Cena, 0´18, Uma nova dimensão chamada Bahia.....	67
Figura 18 – Cena, 0´44, Novos sons, cores e sabores.....	68

LISTA DE TABELA E GRÁFICO

Tabela 1 - Anúncio / Comentários de Hóspedes.....	57
Gráfico 1 – Análise das Dimensões Pesquisadas.....	59

SUMARIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I	15
HOSPITALIDADE DO ARCAICO AO CONTEMPORÂNEO	15
1.1 Turismo, Hospitalidade e Compartilhamento	23
1.2 Anfitrião e hóspedes no centro da cena hospitaleira: a casa	32
CAPÍTULO II	34
AIRBNB UM MOVIMENTO EM REDE	34
CAPÍTULO III	52
CASA, HÓSPEDE E ANFITRIÕES NO CENTRO DA CENA HOSPITALEIRA	52
3.1 Releases da marca	60
3.2 Filmes Publicitários	62
3.3 Filme 1	63
3.4 Filme 2	65
3.5 Filme 3	66
3.6 Filme 4	68
3.7 Anúncios de Anfitriões	70
3.8 Posts de Hóspedes	75
3.9 Análise do fenômeno comunicacional	79
CONCLUSÃO	86
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
ANEXOS	99

INTRODUÇÃO

Lançar luz sobre imagem e imaginário para compreender como as estratégias midiáticas aplicadas na cultura do compartilhamento, que representam um movimento global e inclusivo, parecem fazer sentido na medida em que, como num processo de contágio mimético, elas parecem dar vida a certa inquietação que arrasta milhares de pessoas em torno de um mesmo tema – a imagem de experiência em hospitalidade – atualizada e ressignificada no imaginário midiático.

De fato, compreender e relacionar os campos da hospitalidade, imagem e imaginário fazem parte da minha história profissional e da minha atuação em hospitalidade. Dediquei-me ao tema nos últimos vinte e cinco anos, na qualidade de gestora de comunicação, *marketing* e *branding* de marcas globais de hotelaria e, desde 2011, na docência e coordenação de cursos de graduação da área.

Nesse contexto, a hospitalidade aplicada em seus tempos – acolher, hospedar, alimentar, entreter e despedir – e também em seus espaços projetados pelo desing, conforto e integração à cultura local, fizeram-me ver que embora totalmente voltados para o humano, o encontro, foram também largamente afetados pela digitalização e virtualização dos processos midiáticos incrementados pela comunicação horizontalizada e em rede.

A hospitalidade, tema dessa pesquisa, parece ter se tornado objeto de desejo em todo o percurso da experiência do virtual ao concreto, mesclando vida e imagem de modo a fazer reviver elementos simbólicos que remontam ao arcaico e à dádiva.

Nesse sentido, tratar do tema das locações de casas compartilhadas - novas formas de hospedagem disponíveis de forma colaborativa - torna-se relevante, uma vez que este aparentemente se alimenta do imaginário cultural constituído, atualizando os rituais da comunicação e do vínculo presentes no acolhimento. Incrementados por sistemas tecnológicos e disponíveis parecem fundar comunidades globais como deflagra Castells (2017) formatando sociedades em redes, que trazem na base um discurso voltado à inclusão, à diversidade, à intimidade retomada ao acolher e ao cooperar.

Dentro desse contexto, o objetivo desta pesquisa é investigar os processos relacionados às imagens da hospitalidade e da e-hospitalidade, dialogando com a teoria da imagem e do imaginário.

O problema principal a ser discorrido recai sobre como a imagem de hospitalidade é constituída no fenômeno da experiência concreta e corporal.

Airbnb, enquanto fenômeno comunicacional, dentro do universo da hospitalidade, é o objeto sobre o qual o tema será investigado. A empresa se consolida como um sistema de fluxo de informações, controles e pagamentos com atuação no modelo da economia do compartilhamento, ao oferecer a imagem de experiência em hospitalidade e facilitar a conexão entre sujeitos, ao mesmo tempo em que amplia a oferta de hospedagem no mercado global de turismo e hospitalidade, gerando um movimento crescente no turismo.

A hipótese que se quer comprovar é que as imagens da hospitalidade constituem e atualizam o imaginário cultural promovendo a confiança e o resgate da ideia de aconchego e amizade e do simbolismo da dádiva e das trocas originárias que inflam o sentimento de solidariedade e reciprocidade, estabelecendo a e-hospitalidade.

O método utilizado nesse contexto teve como base a análise de conteúdo na teoria de Bardin com o objetivo de trazer ao leitor referências que marcaram o crescimento e a consolidação da imagem de experiência em hospitalidade, hoje, sinônimo de Airbnb.

E para compreender o fenômeno comunicacional Airbnb e de como este, em seus processos midiáticos, se manifesta na corporeidade quando sujeitos são afetados pelo imaginário cultural, atualizado pela marca, esse estudo conta com três capítulos. O primeiro disserta sobre a origem da hospitalidade e de como esta se insere no imaginário cultural. O segundo reflete sobre o sistema Airbnb. E o terceiro sobre os resultados e análise da pesquisa, com base nas teorias de imagem e imaginário das quais lançamos mão.

Para tanto, foram seguidas duas etapas principais. A primeira com foco na investigação bibliográfico-exploratória, visando organizar uma base teórica acerca da imagem de experiência em hospitalidade e da teoria da imagem em sua relação com o imaginário, a cultura e elementos simbólicos que estão presentes na cena hospitaleira. Os autores vinculados à hospitalidade, em destaque, foram: Camargo, Montandon e Lashley. Sobre a teoria da imagem e imaginário aplicou-se a reflexão de autores como: Baitello Jr., Eliade, Kamper e Silva.

Na segunda etapa, procurou-se compreender o movimento Airbnb com olhar para a estratégia midiática da empresa, situando-a dentro do universo da cibercultura,

tema com sustentação de autores como Castells, Rudger e Miklos. Para esta última análise, a pesquisa constituiu como corpus um olhar aprofundado sobre as peças de comunicação publicadas pelo sistema Airbnb e ainda pelos posts e anúncios de usuários e fornecedores – hóspedes e anfitriões – que estão enredados na comunicação.

Ao longo de todo o trabalho, os autores acima são incluídos de modo a dar sustentação à hipótese, intentando proporcionar ao leitor repertório para a compreensão do raciocínio proposto que mescla teoria e análise ao redor do tema da imagem de experiência em hospitalidade no contemporâneo, que denominou-se de e-hospitalidade.

CAPÍTULO I

HOSPITALIDADE DO ARCAICO AO CONTEMPORÂNEO

A imagem da hospitalidade, enquanto aspecto sociocultural e dom próprio do humano, é incondicional, provisória e acordada entre os atores na cena hospitaleira, a saber - hóspedes e anfitriões -, que carregam em si a figura do estrangeiro e, portanto, do estranho. Parte da cultura do acolher, a imagem de hospitalidade instituída é complexa, à medida que afeta, constitui e é constituída pelo sujeito dentro do que entende-se por cultura, como discorre Morin, em seu livro *O Método 4*:

A cultura fornece ao pensamento as suas condições de formação, de concepção, de conceitualização. Impregna, modela e eventualmente governa os conhecimentos individuais. [...] A cultura e, via cultura, a sociedade estão no interior do conhecimento humano [...]. Assim, de todas as partes, a cultura age e retroage sobre o espírito/cérebro para nele modelar as estruturas cognitivas, sendo portanto, sempre ativa como coprodutora de conhecimento (MORIN, 2011, p.24).

Tal concepção aponta para a cocriação da realidade percebida e concebida da hospitalidade enquanto traço cultural arcaico que gera conhecimento e atinge o coletivo sendo constantemente atualizada, como afirma Morin (2011, p. 26): “Os homens de uma cultura, pelo seu modo de conhecimento, produzem a cultura que produz o seu modo de conhecimento. A cultura gera os conhecimentos que regeneram o cultura”.

Nesse âmbito, quer-se acreditar que desde o paleolítico – que durou até 10.000 a.C. – os humanos tenham adotado a conduta de hospitalidade enquanto modo de vida. Esses sujeitos, então caracterizados como nômades caçadores e coletores, em época que pouco se acumulava, aparentemente adotaram o acolher, o colaborar e o compartilhar como uma das práticas possíveis de sobrevivência. E partindo dessa premissa, segundo Harari (2018, p. 41) é possível que os humanos possam mesmo ter cooperado entre si: “A capacidade de criar uma realidade imaginada com palavras possibilitou que um grande número de estranhos coopere de maneira eficaz”. Assim também aponta Marie-Claire Grassi (2011, p.45) sobre as raízes da hospitalidade:

Hospitalitas vem do substantivo hospitalis, ele mesmo derivado de hospes, ‘aquele que recebe o outro’. É um gesto de acolhida e de hospedagem gratuita. Lembremos que, ao receber o hostis, o hospes o coloca no mesmo nível que o seu, dá-lhe uma parte de seu poder de “déspota”. Na origem de toda essa família de palavras, um verbo: hostire, igualar. A noção é fundamental. A hospitalidade é gesto de compensação, de igualização, de proteção, num mundo em que o estrangeiro originalmente não tem lugar. [...]

O convite, a acolhida, a caridade, a solidariedade, parecem ser formas vizinhas e derivadas de uma forma inicial de hospitalidade (GRASSI, 2011, p.45).

E embora muitos sejam os estudos sobre a origem da hospitalidade, referenciamos a obra *Hospitalidade* do pesquisador Camargo (2005, p. 15), quando ele afirma: “Nunca saberemos ao certo se as comunidades coletoras e caçadoras foram efetivamente a representação desse paraíso que se perdeu”. Todavia, acredita-se que de forma inspiracional, o imaginário cultural de hospitalidade, por princípio, coloque o humano em outro patamar de solidariedade: a solidariedade aprendida e exercida desde o princípio de forma colaborativa e com impacto no imaginário hospitaleiro.

Nesse contexto, Montandon (2011), Camargo (2005), Grassi (2011) e Lashley (2010) tratam da hospitalidade como a arte de receber, a exemplo de John R. Walker (2002, p. 4) que afirma que o termo hospitalidade deriva de *hospice* do francês, asilo ou albergue e encontra-se aplicado em textos anteriores à Grécia e Roma antiga começando pelo código Hamurabi, 1700 a.C.. Ainda sobre o termo, Alain Montandon (2011, p.35) deixa claro o não condicionamento do exercício da hospitalidade à propriedade. De fato, segundo o autor: “[...] o anfitrião sacrifica seu bem para seu convidado; ele se desfaz de sua propriedade para que o convidado se torne seu proprietário” (como observa Klossowski num contexto bem diferente).

Para Montandon (2011), o espírito da dádiva está intrínseco ao imaginário da hospitalidade e da vida em comum, incitando a colaboração e a compaixão, isto é, aquilo que pertence a um, pertence ao outro, podendo a partir daí gerar comunicação e vínculo. O autor, ao discorrer sobre Homero, autor de *Ilíada* e *Odisséia*, afirma que o poeta já havia estabelecido o ritual e as regras de convivência da hospitalidade, com ordem determinada e clara para visitante e hospedeiro, quando o primeiro se aproximava da casa do segundo: “a hospitalidade é uma maneira de viver em conjunto regida por regras, ritos e leis. [...] a chegada, a recepção, sentar-se, banquetear-se, dizer o nome e a pátria, deitar-se, banhar-se, a entrega de presentes e despedida”. (MONTANDON, 2011, p. 31).

Do mesmo modo, Camargo (2011) reforça que embora essas leis não tenham sido escritas, pois se assim fossem deixariam de gerar vínculo humano, elas estão depositadas na confiança, na amizade e na comunicação, desvanecidas pelo aspecto religioso e constituindo-se enquanto imagem de experiência em hospitalidade.

Assim, do ponto de vista das nossas principais fontes de inspiração, a hospitalidade remete ao divino. Não por acaso, antes do direito positivo, em diversas culturas, o templo religioso era aberto a todos e aquele porventura ameaçado gozava debaixo de seu teto de uma imunidade cuja violação era equiparada a sacrilégio (CAMARGO, 2011, p.16).

Assim, do arcaico ao contemporâneo, passando pelo período medieval, aparentemente, num movimento espiral, o imaginário em torno da hospitalidade estruturou-se inculcando no sujeito o ato humano e solidário de acolher, hospedar, alimentar, entreter e despedir. E ao que tudo indica, mesmo sendo tratada enquanto serviço, desde o aumento do comércio que gerou demanda por mais acomodação e possibilidades de hospedagem para atender os viajantes, a imagem da amizade permanece intacta e atrelada ao termo. E se antes os viajantes dependiam da hospitalidade dos habitantes locais para seus deslocamentos, agora mesmo abrigados pela indústria hoteleira, a imagem de hospitalidade, enquanto dádiva e movimento inclusivo e hospitaleiro, prevalece.

Na cena hospitaleira, nesse contexto, independentemente do investimento ou da abordagem comercial, hóspedes e anfitriões se veem face a face desejosos do encontro que gera troca, isto é: [...] “Como doador, o anfitrião domina a cena, e o hóspede deve a ele se submeter. Mas, na sucessão de dádivas e contradádivas, inclusive o convite para retribuir a visita, quando hóspede passa a anfitrião, o outro deve a ele se submeter (CAMARGO, 2011, p.17-18).

Ainda nessa linha de raciocínio e ao observar a teoria da dádiva, segundo estudos de Mauss, 2017, fica implícito os estatutos da hospitalidade, vinculando-a ao humano e ao divino e, portanto, também a comunicação que pressupõe vínculo afetivo até o contemporâneo. Nesse sentido, o autor afirma que:

Assim, de uma ponta a outra da evolução humana, não existem duas sabedorias que adote então como princípio da nossa vida aquilo que sempre foi um princípio e sempre o será: sair de si, dar, livre e obrigatoriamente; não há risco de engano. Assim o diz o provérbio maori: Dá tanto quanto recebes e tudo estará bem (MAUSS, 2017, p. 202).

Nesse contexto, Camargo (2011) complementa e revela a atualidade do tema e o alcance da imagem e experiência da hospitalidade, enquanto parte do imaginário cultural, não limitada ao arcaico. Para o autor, a hospitalidade vem sendo aprendida ao longo da educação formal ou informal, de modo a manter o sujeito aprisionado a um comportamento cordial. Segundo o autor, são as leis da hospitalidade que traduzem o termo e o conceito para além de acolhimento e que incluem o - ser

hospitaleiro - nos preceitos da comunicação humana, logo, no estabelecimento de vínculo.

O dar-receber-retribuir pode permitir um melhor entendimento de fenômenos correlatos como a associação, a liderança, a solidariedade humana. Este universal socioantropológico a que se refere Caillé consiste, pois, de leis não escritas, cuja observância coloca em marcha o vínculo humano e cuja violação remete os indivíduos e as sociedades ao campo oposto, da hostilidade. Quais são essas leis? Ao menos para efeito didático, poderíamos desmembrar a dinâmica do dar-receber-retribuir nas seguintes leis: 1º. Hospitalidade começa com uma dádiva [...]; 2º. A dádiva implica sacrifício [...]; 3º. Toda a dádiva traz implícito algum interesse [...]; 4º. O dom deve ser recebido, aceito [...]; 5º. Receber implica aceitar uma situação de inferioridade diante do doador [...]; 6º. Quem recebe, deve retribuir (CAMARGO, 2005, p. 19-23).

A hospitalidade, nessa compreensão, remete à amizade, ao divino – enquanto ato de sacrifício do anfitrião que acolhe e do hóspede de quem se espera retribuição generosa. Silva (2012) reitera esse conceito e coloca o sujeito no centro, na origem do sacrifício e da cena que aproxima sagrado e profano, interno e externo, materialidade e abstração: hospitalidade e comunicação.

No latim, o significado dos termos sacer, sacra, sacrum relaciona-se ao grego hierón ostéon, qual seja: o osso que sustenta as vísceras que advém de hierá, as vísceras da vítima (BENVENISTE, op.cit.:189). Compreende-se o sentido considerando ser a ossatura do sacro a estrutura oculta que ampara os órgãos internos, cujo acesso somente é possível por meio do sacrifício (tornar exposto o osso sacro) da vítima. O sagrado, então, relaciona-se a desvelar a estrutura oculta, internalizada (portanto no espaço interno), imanente no próprio corpo. No sacrifício torna-se o corpo sagrado na medida em que é retirado do mundo dos vivos por meio dos ritos realizados pelo sacerdote (aquele que expõe o osso sacro) (BENVENISTE, p.190 apud SILVA, 2012, p. 107).

Dessa forma, o ritual hospitaleiro torna ambos – hóspedes e anfitriões sagrados – de modo a, toda vez que estiverem em cena, resgatarem a virtude e as raízes da hospitalidade encontradas no imaginário com origem no arcaico.

A civilização ocidental traz, portanto, desde a sua gênese, o imaginário do estranho, do desconhecido que bate à porta como alguém que precisa ser acolhido. Remete às ideias de não agressão, de amizade, de generosidade, de caridade. De alguma forma e em algum grau, a dimensão da virtude está presente nas três direções do estudo da hospitalidade (CAMARGO, 2011, p.16).

Aparentemente por isso, vinculada à tradição judaico-cristã, o tema esteja sendo tratado, a partir do século XVII, como um dever que quando não praticado gera sentimento de repreensão à conduta social:

Para Cornwallis, a hospitalidade era um dever 'que recaia sobre todos os cristãos [...] com base em leis da natureza, das escrituras e dos exemplos dos homens juntos' (p.8). Relativamente a suas raízes na natureza, ele observou que 'os patriarcas apelam para a nossa bondade em relação aos estrangeiros [...] humanidade [...] e baniram os homens inospitais da sociedade humana, e os colocaram entre os lobos e tigres (p.10). Cornwallis identificou uma das origens bíblicas da hospitalidade no Exodo (22:21): 'Não maltratarás o estrangeiro', um mandamento que, para ele, tinha relação com a escravidão dos antigos hebreus na terra do Egito (CORNWALLIS apud LASHLEY, 2010, p. 30).

Por isso, analisar as atividades de hospitalidade como um processo de comunicação, mesmo à medida que o acolher passe a ser monetizado, aponta para a manutenção da imagem da experiência hospitaleira positiva e a tudo o que encontra-se implícito ao ritual e ao ato solidário representada no imaginário cultural.

O comércio moderno da hospitalidade humana efetivamente abole o sacrifício implícito na dádiva, ao trocar serviços por dinheiro, mas a hospitalidade sempre foi atributo de pessoas e de espaços, não de empresas; a observação deve, pois, dirigir-se para o que acontece além da troca combinada, além do valor monetizável de um serviço prestado, para o que as pessoas e os espaços proporcionam além do contrato estabelecido. Nesse campo, permanecem vivas a hospitalidade (por que não lembrar também?) a hostilidade humana (CAMARGO, 2005, p. 45).

Nesse cenário, é importante citar Lashley (2010), sobre os domínios da hospitalidade que são independentes e sobrepostos e, dessa forma, talvez, fique mais fácil compreender que mesmo se estabelecendo dentro de critérios comerciais, a hospitalidade, independente do aspecto comercial, seja sempre imaginada como experiência que remonta à dádiva e aos dons: ao humano dentro de sua potencial divindade.

O domínio social da hospitalidade considera os cenários sociais em que a hospitalidade e os atos ligados à condição de hospitalidade ocorrem junto com os impactos de forças sociais sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação. O domínio privado considera o âmbito das questões associadas à oferta da – trindade – no lar, assim como leva em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede. O domínio comercial diz respeito à oferta de hospitalidade enquanto atividade econômica e inclui as atividades dos setores tanto privado quanto público (LASHLEY, 2010, p.6).

Ainda segundo Lashley (2010), o que diferencia cada domínio está associado à cena hospitaleira – o espaço, o hóspede e o anfitrião, ou seja, no domínio social o ato de acolher o viajante e protegê-lo como um dever sagrado com impacto social; no domínio privado a oferta para sujeitos que não fazem parte do núcleo familiar em espaço doméstico com base em obrigações mútuas e de reciprocidade; e no domínio comercial enquanto atividade voltada para relações mercadológicas.

Hospitalidade, assim, segundo Camargo (2005) ou Lashley (2010), pode ser compreendida de diferentes formas quando atrelada ao domínio social; ao domínio privado; ou ao domínio comercial, isto é, enquanto ato genuíno de amor ou como moral imposta. Talvez por isso a imagem de experiência em hospitalidade construída no imaginário cultural como ato solidário seja constantemente aplicada nos processos midiáticos da economia do compartilhamento de modo a despertar no sujeito a virtude, a civilização, o acolhimento, ressaltando a conduta moral esperada, em detrimento das relações comerciais a que também se vincula.

Qual deve ser, portanto, a natureza dessa hospitalidade cuja causa é o amor? É preciso evitar qualquer ostentação, qualquer demonstração de riquezas e de posses, que só faria sublinhar a injustiça na sociedade. É então na simplicidade que devemos receber nosso hóspede, porque ela é sinal de honestidade. Quer seja oferecido asilo ou comida, o convidado deve se adaptar às condições de vida do hospedeiro: se não há nada para um, não haverá nada para dois (BESSONE, 2011, p. 1125).

Nesse universo, acolher o estrangeiro, culturalmente, suscita o que cada sujeito tem de melhor, o que aponta para o crescimento contínuo e exponencial da cultura da hospedagem em lares, apoiada na esperança de que a hospitalidade seja a única resposta possível no imaginário cultural, quando a questão é a arte de receber em ambiente seguro e confortável.

[...] é ao acolher o convidado na intimidade da minha residência, ao partilhar um conjunto de ideias pessoais com ele, que paradoxalmente reencontramos conjuntamente a nossa dimensão pública. A dimensão comum da self-reliance, ao se manifestar, cria a comunidade dos homens, contra a justaposição de solidões silenciosas e indiferentes (BESSONE, 2011, p. 1127).

Imbricada na história humana, a hospitalidade traz em si um ato social, como um dever solidário que orienta os sujeitos, ainda que, em qualquer das extremidades do que acolhe ou do que é acolhido, possa se transformar em gestos de hostilidade, como segue:

Da ambiguidade da palavra à ambiguidade das figuras míticas e literárias que ela suscitou há só um passo, que é logo dado. Desde a Antiguidade, existe, de maneira geral, um código de acolhimento do estrangeiro, código que se reveste de uma sacralização: em ambiente pagão ou cristão, acolher o outro é ou receber Deus sem saber, ou obedecer a Deus ou aos deuses – isso se vê em Homero ou na Bíblia. Em todos os casos, é obedecer às leis sagradas do divino que regem, tal como as outras leis, a vida na cidade ou na sociedade. Mas o hóspede é, na essência, estranho e outro, e essa fundamental alteridade é perigosa. Nas duas forças em presença, o hospes e o hostis, cada uma pode se tornar refém (GRASSI, 2011, p.58).

Nesse contexto, como afirma Montandon (2011, p.35), a hostilidade possível deixa de ser hospitalidade fraterna, não destrutiva e esperada. E na literatura não faltam exemplos para comprovar uma e outra possibilidade, como alerta Camargo (2005), como que a testar a capacidade de hóspedes e anfitriões a exercerem, nos rituais da hospitalidade, a ética hospitaleira, que tem base ancestral no estabelecimento das sociedades humanas.

As religiões são, assim, a maior fonte de mitos sobre a hospitalidade que de alguma forma tentam contrapor-se eticamente aos mitos profanos sobre a hostilidade latente nos ritos da hospitalidade. O lobo é mau e não está interessado em entreter Chapeuzinho Vermelho e sim em devorá-la. A anfitriã da casa onde Joãozinho e Maria batem não é hospitaleira; lá mora uma bruxa má, que vê neles apenas petiscos. O menino do semáforo pode ser um marginal que esconde um canivete pronto a nos agredir. O mendigo que bate à nossa porta é um marginal interessado em vascular o que posteriormente irá roubar (CAMARGO, 2005, p. 32).

Hospitalidade ou hostilidade são conceitos que abarcam a contradição entre o positivo e o negativo, a compaixão ou a indiferença, os iguais ou os bárbaros: não civilizados. Parece que a imagem de hospitalidade retroceda incessantemente a essência que instaura a civilização e a humanidade em confronto com o mundo selvagem. Dessa forma, hospitalidade ou hostilidade – uma enquanto aspecto de igualização e outra de ameaça – estão avizinhas e à espreita na cena hospitaleira, em que pode-se encontrar anfitriões procustianos¹ ou não.

Por isso, se a agressão sempre existiu, enquanto possibilidade, parece ter sido exacerbada no período Neolítico, no século X, a.C. quando o homem passou por um processo de sedentarização com o surgimento da agricultura e do sentimento de posse, como reitera Leonard-Roques (2011):

A oscilação entre nomadismo e sedentarização implica numa mudança radical na concepção da hospitalidade. Com o nomadismo, o encontro se faz entre viajantes, entre errantes que conhecem uma identidade de condição. A sedentariedade, que leva a se trancar numa cidade-refúgio, induz necessariamente a noção de propriedade (LÉONARD-ROQUES, 2011, p.501).

¹ O Leito de Procusto é retratado na mitologia grega como a prática de um bandido – Procusto, que significa o esticador e que retrata a intolerância humana -, ao receber suas vítimas em sua casa, Procusto os convida a deitar em sua cama. Depois de amarrados, suas vítimas recebiam um castigo. Se menores que a cama – eram esticados até atingir o tamanho ideal. Se maiores, tinham seus pés e pernas cortadas com o mesmo objetivo, adequar-se à expectativa do bandido e de sua cama.

Aparentemente emana dessa mudança, incrementada pelo impacto social de desigualdade e aumento populacional que perdura até os dias de hoje, o sentimento de nostalgia do paraíso, como citado no início, quando a hospitalidade imaginada estava embasada na troca de dons e distantes da acolhida, enquanto gesto de distinção e segurança:

De qualquer forma, a nostalgia da solidariedade que se imaginava ter existido em outra época deve ter adoçado as lembranças e fermentado os relatos orais que chegaram aos primeiros escritores do século VIII e VII a.C. (data aproximada dos escritos de Homero e Hesíodo na Grécia e dos primeiros escritos bíblicos). Esses textos falam de uma humanidade arrogante e insensata que trocou a felicidade (o paraíso) pelo roubo dos segredos dos deuses (do fogo por Prometeu e do fruto da árvore do conhecimento por Adão) e que por isso foi castigada. Esse castigo, na Bíblia, é o pecado original, com todas as penas decorrentes: o trabalho para o homem e a dor no parto para a mulher (MONTANDON, 2011, p.14).

Consequentemente, se a hospitalidade está vinculada ao divino e à religiosidade, enquanto ato sacrificial, em sua oposição, o imaginário cultural também é povoado pela imagem de hostilidade, ou da hospitalidade negativa, que faz aflorar o que nem sempre é proteção, acolhimento e sagrado; tornando ambas, hospitalidade e hostilidade, faces de uma mesma moeda. E embora estejam estabelecidas as regras de convivência da hospitalidade, retratada por Montandon (2011) e Camargo (2005), por exemplo, a subversão dessas deve ser considerada como possibilidade dentro da cena hospitaleira.

Surge no bojo do chamado movimento civilizador², prenhe de normas reguladoras do comportamento na civis (cidade) – normas para a conversação, para o passeio, para receber, para ordenar o espaço doméstico, para servir a mesa, para comer, para se vestir, etc. Essas normas desdobram-se numa cultura material, de objetos e de espaços que, entre outras funções (afetivas, estéticas, comunicativas), passam a explicar a distinção das elites, no caso, do sangue, da nobreza (aliás, muitos objetos eram de consumo exclusivo da nobreza) (CAMARGO, 2005, p. 33-34).

Ou seja, travestida ou não de um tom mais comercial, aparentemente, enquanto imagem, a hospitalidade se sobrepõe à hostilidade e a tudo o que não seja o acolhimento enquanto dádiva, compaixão que se substancia no humano como tão bem descreve Bessone:

² ELIAS, Norbert. **O processo civilizador**: uma história dos costumes.

É preciso compreender, antes de tudo, qual é a natureza desse ‘amor humano’ que opera na hospitalidade. Devemos lembrar que o amor é um atributo divino, e cada ser humano tem uma parte do divino em si, que se expressa quando ele ama. Deus se dirige aos corações, está nos corações, cada coração é divino. É por amor que cada alma está em contato, em conversa, com cada outra alma. Portanto, é necessário, numa certa medida, amar para fazer ouvir sua voz na sociedade, e para escutar a voz do outro; o amor também é sempre social, e está estreitamente ligado à democracia (BESSONE, 2011, p. 1123).

A imagem da hospitalidade nesse cenário parece representar mais que confiança e segurança. Há uma retomada do conceito original da dádiva que – aplicado na economia do compartilhamento – parece apagar o potencial de hostilidade, e ainda, os aspectos comerciais da relação, para focar no discurso da amizade, das cores e sabores da cultura regional.

Nessa perspectiva, a imagem de hospitalidade que orbita no imaginário cultural dá ao sujeito a confiança para abraçar o que é imposto pelo imaginário midiático, sobre o qual pretende-se aprofundar, quando analisada a economia do compartilhamento.

1.1 Turismo, Hospitalidade e Compartilhamento

Colaboração e ajuda mútua em escala global despertam o imaginário da hospitalidade e dão sentido à economia do compartilhamento ou das dádivas, que surge neste século com a evolução tecnológica face a expansão da internet, alterando a dependência dos sujeitos em relação à posse e unindo-os em torno de interesses em comum num esforço coletivo e colaborativo que pode gerar sociabilidade.

Um caminho sem volta. O compartilhamento se desenha a partir de um discurso voltado à solidariedade e à generosidade, que conecta muitos em torno de novas soluções de serviços e tornam novas marcas em gigantes dentro do setor de turismo, por exemplo, a ponto de incomodar a indústria instalada, com a dinâmica de séculos passados. Nesse modelo, alteram-se as relações, a produção e o consumo, o que abre espaço para que mercados surjam de forma remodelada, inesperada e com potencial para crescimento exponencial e instantâneo.

Segundo Kaufman ³ (2017), há nesse momento um ambiente propício estimulando a colaboração, que impacta a economia global e o movimento do compartilhamento, reverberando no turismo e na hospitalidade.

O primeiro, a crise acerca da essência do capitalismo, com a intensificação do tema da sustentabilidade e da finitude do conceito de crescimento ilimitado. O segundo, as pessoas e as instituições também se encontram, do ponto de vista cultural em transformação. E o terceiro fator reside no efeito da tecnologia digital sobre os dois anteriores. Assim, a junção dessas variáveis fomenta a criação de novas janelas de oportunidades (KAUFMAN, 2017, p.10).

Alicerçado nessa mudança cultural e somadas a análise dos números do setor de turismo e hospitalidade, é possível abrir a reflexão sobre os processos que colocam em paralelo a economia tradicional e os novos modelos compartilhados do século XXI, estabelecidos entre sujeitos que se vinculam a corporações e permanecem enredados a sistemas de dados e informações. Atualizações dos sistemas de distribuição e de divulgação dos serviços a partir de plataformas de pesquisas, como nos “buscadores” Google e Trivago, ou nas agências de reservas on-line aliadas a processos midiáticos que atingem plataformas de reservas e comunicação na mídia social e digital, disponibilizadas em aplicativos com fácil navegabilidade e acesso, refletem e consolidam o mercado on-line de hospitalidade, que dentro do que se entende por modelos colaborativos, apontam para geração de relações de confiança depositadas na imagem de experiência em hospitalidade virtual difundida em rede.

Reinventada, enquanto serviço voltado ao turismo, a imagem de hospitalidade e experiência é representada, entre outras, pela marca Airbnb, empresa de serviços on-line, objeto desse estudo, que iniciou suas atividades em 2008. O sistema Airbnb atua no setor de hospedagem ao lado de outras marcas disponibilizando hospedagem em domicílios com distribuição amparada em tecnologia e plataformas on-line. É tão importante o crescimento e a consolidação da marca que, atualmente, as nove maiores redes hoteleiras do mundo, que somam o total de 4.939 milhões de quartos⁴,

³ Professora PHD, Dora Kaufman, leciona na Universidade do Estado de São Paulo (USP). Sua obra: Os impactos da economia colaborativa no setor de turismo, em entrevista para Turismo Cenários em Debate. Impactos da Economia Colaborativa. Revista da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, mar. 2018. p. 10.

⁴ SANTIAGO, Henrique. Os números de Airbnb e dos hotéis pelo mundo (Em número de quartos ofertados: Airbnb – 3 milhões; Marriott International – 1,1 milhão; Hilton Worldwide – 0,774 milhão; Intercontinental Hotels Group – 0,717 milhão; Wyndham Worldwide 0,677 milhão; Accor Hotels – 0,519 milhão; Choice Hotels International 0,511 milhão; Best Western Hotels & Resorts – 0,296; Carlson Hospitality Group 0,177 milhão; Hyatt Hotels Corporation - 0,168 milhão. Acesso em 23-AGO-2018.

competem com Airbnb, que disponibiliza, segundo o site da empresa, mais de 5 milhões de lares para hospedagem, em mais de 191 países⁵.

Como consequência dessas novas possibilidades de viagens e hospedagens, o turismo não dá sinais de cansaço, ao contrário, o setor projeta crescimento a taxa de 3,3% ao ano, para o período de 2010 a 2030, apontando incremento anual de 43 milhões de visitantes que se movimentarão pelo planeta.

Segundo a Organização Mundial de Turismo - OMT⁶, espera-se que esse deslocamento global possa totalizar 1,4 bilhão de viajantes em 2020, e 1,8 bilhão até 2030. Supostamente, viajar tornou-se o sonho de milhares de pessoas. E se como afirma Walker (2002, p. 56) que 69% das viagens domésticas, voltadas ao lazer, nos Estados Unidos, têm como principal motivação o prazer, experimentar novos destinos e possibilidades, ao que parece, tende a aumentar a partir das novas opções de hospedagem distribuídas em sistemas e plataformas digitais e móveis que facilitam o consumo da experiência. “Vivenciar novos ambientes e outras culturas, descansar e relaxar; visitar parentes e amigos; assistir ou participar de atividades esportivas e recreativas”, segundo Walker (2002, p. 57), corrobora com os números acima, impulsionados pelo aumento da expectativa de vida, a aposentadoria precoce e a facilidade de viajar. Quer-se acreditar que o desejo de consumo da imagem de bem-estar, arraigado no imaginário cultural da experiência da hospitalidade e turismo, represente a oportunidade de encontro e amizade e faça mover milhares de pessoas pelo globo.

Nesse panorama, a hospitalidade é um conceito vivo, justaposto à cultura do compartilhamento e da confiança, o que complexifica o ato de hospedar. E para compreender este fenômeno comunicacional, que aproxima estranhos, é preciso ir além das plataformas digitais e tocar o humano. Essa nova economia colaborativa e partilhada parece ter despertado nos viajantes e nos anfitriões a lembrança dos mitos românticos e do consumo da imagem do bem-estar e da hospitalidade, sempre “solidária e humanizada”.

Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/viagens-corporativas/hotelaria/2017/01/os-numeros-de-airbnb-e-dos-hoteis-pelo-mundo-veja-estudo_143585.html?related>.

⁵ SITE AIRBNB, Fast Facts. Disponível em: <<https://press.airbnb.com/fast-facts/>>. Acesso em: 23 ago. 2018.

⁶ KESTER, John. Diretor de Competitividade da Organização Mundial de Turismo – OMT. Em entrevista para Turismo Cenários em Debate. Impactos da Economia Colaborativa. Revista da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. mar, 2018, p. 12.

E se até início dos anos 2.000 a hospitalidade era tratada como uma preocupação real de oferta de hospedagem, do ponto de vista social ou mesmo comercial, e voltada para alimentação e hospedagem fora do lar, nos últimos anos, essa oferta volta aos lares em movimentos colaborativos e de compartilhamento com um discurso e atitudes que a diferenciam da hotelaria tradicional, ocultando as questões de segurança social e da origem também comercial.

Hospitalidade na contemporaneidade é, dessa maneira, um tema que estende-se a setores distintos da economia. Enquanto área que desenvolve habilidades e competências voltadas para a humanização das relações, consolida-se no imaginário cultural como atividade que abrange a empatia, a diversidade e a inclusão, fazendo eco em uma sociedade cada vez mais dependente da tecnologia.

Temas como *high tech*, *high touch*, tornam-se atuais na demanda pelo bem viver e por afeto. Nesse universo, a hospitalidade se encaixa como a profissão do futuro e vem sendo requerida para modificar comportamentos e atuação de profissionais em áreas como administração, gestão, arquitetura, design, marketing, entre outras, que esperam encontrar na experiência e nas novas possibilidades de interação social a consolidação da imagem e reputação de marca. Como bandeira da cultura do compartilhamento, que desperta no sujeito o desejo de pertencer e viver em um mundo mais inclusivo, empático e sustentável, bebe na fonte do dar, receber e retribuir – encaixando-se, ao que tudo indica, perfeitamente no modelo colaborativo e compartilhado.

Nesse cenário, a nova economia torna-se fonte de inspiração para marcas hoteleiras e de serviços preocupadas em também sair do padrão higienizado e seguro, tão comuns à sua forma de atuação até então, e passam a incorporar à imagem da hospitalidade a interação social, bem como a integração à comunidade e cultura local.

Até a década de 60 a hotelaria era reconhecidamente desenvolvida com base em hotéis personalizados, ora com investimentos próprios e independentes, ora parte de redes globais, sempre visando atender a crescente demanda dos viajantes e consumidores de turismo de negócios ou lazer.

Estruturando-se enquanto segmento com a entrada de novas redes e marcas hoteleiras, as propostas de padronização e oferta de serviços excelentes aparecem com o estabelecimento de categorias hoteleiras que passam a diferenciá-los a partir das instalações e infraestrutura e dos serviços disponibilizados.

Luxo, Padrão, Econômico ou supereconômico se transformam em categorias reconhecidas pelos viajantes e que povoam o imaginário cultural, ampliando a compreensão da hospitalidade comercial, passando a também sinalizar prestígio e status.

Um mercado reconhecido passou a abrigar eventos de diferentes tipologias e a se especializar, posicionando-se dentro da cena hoteleira e ressignificando o papel do anfitrião. Em evolução constante, permanece a busca por vantagens que os tornem mais competitivos. Nesse cenário, a partir da década de 80, a oferta hoteleira se segmentou com anúncios de outras categorias e possibilidades de hospedagem. Dos home-hotel aos hotéis boutique e design tudo parece transformar a hospitalidade em espetáculo de consumo. Econômica ou sofisticada; moderna ou tradicional; personalizada ou sustentável; boutique ou mega; a hotelaria desenvolveu uma forma própria de acolher – denominada *hospitality* – vinculada à entrega de atendimento e serviços hoteleiros, aliados à segurança e à garantia de conforto e da mescla entre negócios e lazer em distintas categorias de hotéis.

Em meados dos anos 2.000, novos olhares apontam para a transformação da hotelaria tradicional, a partir de projetos inovadores e tecnológicos, mais flexíveis e integrados ao destino. Mudam nesse contexto o design, a arquitetura, a oferta de serviços e as marcas. Projetadas para a interação social e integração à cultura oferecem excelência e atenção à experiência do visitante na região.

Nessa conjuntura, o papel de hóspedes e anfitriões aponta para exceder as regras contratuais e comerciais da compra e venda da hospedagem, colocando para o hóspede - na experiência e na cena hoteleira - a possibilidade de aventurar-se pelo destino; e ao anfitrião, que representa a marca hoteleira, prover o “convidado” com facilidades personalizadas e “pessoais” que lhe permitam uma estada única, positiva e intimista.

Fazendo reviver a imagem da hospitalidade, no momento em que esta estava centrada no acolher, hospedar, alimentar e entreter amigos e familiares em casa, o compartilhamento de lares, reinventado pela Airbnb, parece ser marcado por uma pré-disposição dos sujeitos por considerarem o sistema como algo seguro e confiável. Com navegação fácil e amistosa, as plataformas são instituídas para que usuários e fornecedores se sintam acolhidos e conectados – com a marca e com outros usuários fornecedores: “A empresa construiu sua marca baseada na bondade de estranhos [...]” (GALLAGHER, 2018, p. 15).

Nesse cenário, esse tipo de locação e compartilhamento de lar vem se consolidando como uma promessa de hospedagem mais que personalizada: possível e desejada: “Ficar num Airbnb ou receber alguém na sua casa é uma troca altamente íntima; mesmo que a pessoa que more lá não esteja lá, ela preparou uma experiência para você e se esforçou por você” (GALLAGHER, 2018, p. 13).

Desde 2008, a empresa de serviços on-line, que utiliza a tecnologia de modo a facilitar a conexão entre potenciais viajantes e anfitriões, parece incomodar a hotelaria tradicional por oferecer a possibilidade de pertencer ao destino e, quem sabe, viver como um local. Com estratégia midiática em tom pessoal, informal e despretencioso, mesmo tendo como base uma troca comercial, culturalmente, é entendida como imagem que remonta ao ato solidário e de amizade próprios do imaginário cultural da hospitalidade.

Tecnologicamente amparadas, marcas como Airbnb, objeto desta pesquisa, encontram na Tecnologia Digital e Móvel, no Big Data, na Realidade Virtual e, mais recentemente, na Inteligência Artificial e nos algoritmos, a base de seu desenvolvimento e da organização de comunidades globais que inspiram e movimentam milhares de pessoas, aparentemente a partir da imagem de hospitalidade que tornam potenciais viajantes em moradores locais – mesmo que por um período de tempo. Nas estratégias midiáticas da marca, destacam-se a casa, os hóspedes e anfitriões.

A casa está no centro da cena hospitaleira de modo a abrigar o hóspede e o anfitrião em ambiente único, seguro e confortável. Nesse sentido, demanda um olhar mais atento, pois personalizada abarca histórias, memórias e certamente pode ser entendida como refúgio e espaço de encontro e amizade. De fato, a organização do espaço vai para além da arquitetura e design. A projeção dos ambientes passa pela construção de histórias de vida, ou seja, local de manifestação das emoções e, nesse sentido, carregada de carga afetiva, como reforça Abalos (2013, p. 51): “A casa é o lugar autêntico, é o refúgio que protege do exterior, da inclemência do tempo e dos agentes naturais, mas também do mundo e do superficial, dessa exterioridade sempre concebida como nociva”.

E para tratar dos elementos simbólicos e culturais que se imergem ao abrir a porta e adentrar em uma história, é interessante observar como Abalos (2013) descreve a casa de Heidegger na floresta:

A casa deste sujeito que se interroga sobre si mesmo é, assim, algo mais que um marco neutro: nela habita quem pensa a si mesmo, e este pensamento, por sua vez, é que habita a casa. A casa, a construção da habitação, não é tanto uma metáfora, mas o sujeito mesmo da filosofia existencial. Nela se pode exercer o autêntico habitar, a plenitude do ser. A casa, contudo, não é um marco inocente, imune ao reflexo de nossos conflitos, é o lugar do íntimo tanto quanto do inóspito, um espaço de alienação que vela ou esconde um desarraigamento, uma incapacidade para o pleno exercício do ser-aí (ABALOS, 2013, p. 45).

Ainda sobre o simbólico existente no espaço, ou melhor, casa, optou-se por Bachelard (2003), em sua *Poética do Espaço*. O autor contribui para o entendimento do que representa a casa no imaginário cultural, quando observados o simbolismo contido no “ninho”. Isto posto, a analogia possível entre a casa compartilhada que encanta por ser única, personalizada e, quer-se crer, marcada pela história de seu proprietário, é o elemento que liga – anfitrião e hóspede – em ambiente aparentemente seguro, confiável e privilegiado. É ele, o viajante, que por um período, pode vestir-se de uma nova pele, sendo brindado a vivenciar o regional e a tudo o que encanta e provoca o desejo de adentrar no desconhecido e, ao mesmo tempo, usufruir da hospitalidade em ambiente que concentra a cena hospitaleira: a casa, ou por que não, o ninho. “O ninho, como toda imagem de repouso, de tranquilidade, associa-se imediatamente à imagem da casa simples e compartilhada”, como ressalta Bachelard (2003, p. 110). Talvez por isso esteja ela no centro da cena hospitaleira e dos processos comunicacionais e midiáticos Airbnb, sempre ladeada por hóspedes e anfitriões que humanizam a imagem com suas histórias de vida.

“Da imagem do ninho à imagem da casa, ou vice-versa, as passagens só se podem fazer sob o signo da simplicidade”, conclui Bachelard (2003, p.110). Há por isso, possivelmente, todo um simbolismo na casa que faz o viajante – de antemão – imaginar o que está por vir na hospedagem como algo sempre positivo e pleno em felicidade e encontro. Por isso, na casa ninho de Bachelard (2003), assim como na casa compartilhada Airbnb, reavivam-se experiências prévias e que interferem no nosso modo de decidir ou escolher.

Se aprofundarmos um pouco os devaneios em que nos vemos diante de um ninho, não tardaremos a deparar com uma espécie de paradoxo da sensibilidade. O ninho - compreendemos imediatamente - é precário e no entanto desencadeia em nós um devaneio de segurança. Como é que a evidente precariedade não põe termo ao devaneio? A resposta a esse paradoxo é simples: sonhamos como fenomenólogo que se ignora. Revivemos, numa espécie de ingenuidade, o instinto do pássaro. Comprazemo-nos em acentuar o mimetismo do ninho inteiramente verde na folhagem verde (BACHELARD, 2003, p. 114-115).

Ou ainda, complementa:

Assim, contemplando do ninho, estamos na origem de uma confiança no mundo, recebemos um aceno de confiança, um apelo à confiança cósmica. O pássaro construiria seu ninho se não tivesse seu instinto de confiança no mundo? Se escutarmos esse apelo, se fizermos desse abrigo precário que é o ninho, paradoxalmente, sem dúvida, mas sob o próprio impulso da imaginação - um refúgio absoluto, voltaremos às fontes da casa onírica. Nossa casa, captada em seu poder de onirismo, é um ninho no mundo. Nela vivem com uma confiança nativa se de fato participarmos, em nossos sonhos, da segurança da primeira morada. [...] tanto o ninho como a casa onírica e tanto a casa onírica como o ninho - se é que estamos na origem de nossos sonhos - não conhecem a hostilidade do mundo. A vida começa para o homem com um sono tranquilo e todos os ovos dos ninhos são bem chocados. A experiência da hostilidade do mundo - e consequentemente nossos sonhos de defesa e de agressividade - são posteriores. Em seu germe, toda vida é bem-estar (BACHELARD, 2003, p. 115).

E se associarmos a esses conceitos a sacralidade da morada humana tão bem explorados por Eliade (1992), quando afirma que a casa é a *imago mundi*, situando-a no centro do mundo e do imaginário cultural, o mesmo acontece com a cena hospitaleira que encontra seu centro nesse mesmo ambiente.

A casa retratada nas narrativas dos sujeitos que buscam viver na pele de um outro um novo começo, uma nova vida, uma aventura, aponta para a manutenção da imagem de hospitalidade enquanto dádiva - dar, receber e retribuir - tornando mais humanos os seres que nela habitam e passam. E, por consequência, quer-se entender que, mesmo a casa dessacralizada da modernidade, aparentemente, ganha contornos especiais quando se transforma em imagem de casa hospitaleira, onde atuam anfitriões generosos e hóspedes conscientes e amistosos. Aparentemente, a imagem da casa compartilhada que proporciona experiência memorável desperta certa nostalgia do espaço sagrado e remete em um e outro – hóspede e anfitrião – a solidariedade, a amizade e a comunicação.

Para Eliade (1992), a imagem da casa constituída remete à cosmização dos territórios desconhecidos podendo ser uma consagração, ou seja, organizando-se um espaço, reitera-se a obra exemplar dos deuses, habitar em casas compartilhadas enquanto visitantes. Nesse contexto, oferece ao anfitrião a possibilidade de exercer sua hospitalidade e ao hóspede adentrar ao cenário mágico do que não é seu.

[...] Situar-se num lugar, organizá-lo, habitá-lo - são ações que pressupõem uma escolha existencial: a escolha do Universo que se está pronto a assumir ao criá-lo. [...] Tal como a cidade ou o santuário, a casa é santificada, em parte ou na totalidade, por um simbolismo ou um ritual cosmológicos. É por essa razão que se instalar em qualquer parte, construir uma aldeia ou

simplesmente uma casa representa uma decisão grave, pois isso compromete a própria existência do homem: trata-se, em suma, de criar seu próprio mundo e assumir a responsabilidade de mantê-lo e renová-lo (ELIADE, 1992, p. 23-33).

Ainda parafraseando Eliade (2012), se o homem só pode viver em um lugar sagrado, no centro; hospedar e acolher o viajante eleva o status de um e outro, colocando ambos - hóspedes e anfitriões - no centro da cena hospitaleira e no centro do mundo: a casa como habitação sagrada, o paraíso perdido, compartilhado em imagem que comove e afeta.

Parece que a apropriação dos elementos simbólicos culturais, utilizada largamente na comunicação e nas estratégias midiáticas Airbnb, aguça os sentidos que transportam o sujeito do virtual para a cena hospitaleira por vir, travestida de imagem de destinos hospitaleiros, com anfitriões acolhedores em moradas que transformam a viagem em experiência de encontro e expectativa de vínculo: casas em ninhos. Diante disso, acredita-se que os elementos simbólicos presentes no imaginário cultural do ninho estejam instituídos em tudo o que passa a imagem de segurança e confiança tão bem aplicados nos processos comunicacionais e midiáticos da marca para representar o centro da cena. É lá, na casa, que hóspedes e anfitriões se encontram atestando a imagem de intimidade e amizade.

O imaginário é um sítio sacrificial de vítimas inconscientes. Ele se concretiza em ídolos, palavras e idiosincrasias. Assim como o capital, ele “vive” da vida de pessoas, porém não sem algum voluntarismo por parte dos envolvidos. Afinal, o poder do imaginário provém do imaginário do poder (KAMPER, 2016, p. 117).

Termos como anfitriões, hóspedes, lares – propostos pelas estratégias midiáticas da marca – dentro da abordagem da imagem de hospitalidade, ampliada e atualizada, parecem despertar o desejo da experiência, sagrada e possível da hospitalidade, motivando o movimento acolhedor e inclusivo, apesar de comercial e pré-estabelecido.

A imagem da experiência em hospitalidade, construída na comunicação, aparentemente transforma o ato de locação de domicílio em imagem e ato de amor solidário, que aponta para a possibilidade do contágio psíquico que conecta sujeitos, pois quanto mais consomem a imagem hospitaleira, mais se despreocupam com sua segurança e com potenciais riscos decorrentes da hospedagem, desvinculando-a do ato comercial e possivelmente hostil.

As questões dos elementos simbólicos da experiência contida na imagem da hospitalidade, comunicada como oportunidade de aconchego e de intimidade, remontam à cultura do sagrado. Os elementos enaltecidos na cena apontam para aspectos da espacialidade e tatibilidade na construção da imagem que interfere no concreto, no acolhimento e na integração à cultura local – podendo eventualmente, ampliar a possibilidade de um olhar diverso e inclusivo.

1.2 Anfitrião e hóspedes no centro da cena hospitaleira: a casa

Se a hospitalidade é plenamente civilizada e demanda dons e contra-dons para que os serviços – que dependem de hóspedes e anfitriões – exercitem a alteridade, a empatia, a amizade na entrega, um e outro desempenham papel de igual relevância na cena hospitaleira, ambos são estranhos – acolhedor e acolhido – compõe a cena hospitaleira e cumprem seu papel, ainda com base na dádiva que implica em sacrifício, no saber aceitar, confiar e agradecer, como trata Grassi 2011):

Em francês, o termo hôte [hóspede/hospedeiro] designa ao mesmo tempo outro e eu mesmo, deus e homem, estrangeiro, ou mesmo inimigo, viajante e sedentário, acolhedor e acolhido, o hóspede é por excelência uma figura da ambiguidade (GRASSI, 2011, p.55).

Não há, entretando, como assegurar que um e outro - hóspedes ou anfitriões - possam exercer sua civilidade e entregar a ética do bom hospedeiro ou anfitrião. Ainda assim, quando a questão é hospitalidade, segundo Lashley (2010), o que se espera encontrar é a dádiva, os dons, a virtude do que está vinculado a motivos apropriados à imagem ética da experiência da hospitalidade. Segundo o autor:

Em primeiro lugar, há um grupo de motivos que envolve as seguintes condições: a consideração pelo outro, incluindo o desejo de agradar a terceiros, proveniente da amizade e da benevolência por todos ou da afeição por certas pessoas; a preocupação ou compaixão, isto é, o desejo de satisfazer a necessidade dos outros; e a obediência ao que se considera deveres da hospitalidade, como o dever habitual de ser hospitaleiro, de acolher o amigo de alguém ou de ajudar os que estão em dificuldade (LASHLEY, 2010, p. 59).

E culturalmente quer-se crer que mesmo os anfitriões profissionais que atuam de forma comercial possam ser percebidos como hospitaleiros ao ponto de serem

reconhecidos por seus hóspedes e visitantes em relação à hospitalidade oferecida, mesmo não estando presente.

Concluo que, se um hospedeiro comercial atende bem aos seus hóspedes, com um interesse autêntico por sua felicidade, cobrando um preço razoável não extorsivo por aquilo que oferece, suas atividades poderão ser chamadas de hospitaleiras. [...] Esse tipo de hospedeiro presta um serviço generoso, não mínimo, porque deseja agradar os hóspedes; os hóspedes pagam, não em hospitalidade, mas através de uma soma de dinheiro considerada equivalente a um bom negócio, a base para relações amigáveis entre o hospedeiro e o hóspede (LASHLEY, 2010, p. 63).

Nesse contexto, no imaginário cultural, perdura a imagem positiva de um e outro, hóspede e anfitrião.

CAPÍTULO II

AIRBNB UM MOVIMENTO EM REDE

Inicialmente organizada como uma plataforma de reserva – “*air beds and breakfast*” – “cama inflável e café da manhã”, Airbnb evoluiu para um sistema robusto de serviços on-line, o que a consolida como um fenômeno comunicacional. Fundada, há dez anos, por Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, três jovens sem experiência corporativa, a Airbnb tornou-se um movimento e, desde então, dobra de tamanho a cada ano e com previsão de crescimento ainda maior para a próxima década, segundo Gallagher⁷ (2018). Apesar de na época já existirem empresas ofertando locação imobiliária para curta duração como: HomeAway.com, VRBO.com, Couchsurfing.com; BedandBreakfast.com, a possibilidade de monetizar o lar e oferecer a viajantes experiência única parece ter sido o ponto central do fenômeno que tem na imagem do vínculo humano e da solidariedade, típicos da experiência da hospitalidade, a intimidade só encontrada nos encontros de familiares e de amigos em casa.

*People + Places + Love + Airbnb*⁸ é a tradução da cultura Airbnb – fenômeno comunicacional global e transnacional - que estimula o sentimento de pertencer e promete ao viajante não se sentir como um turista deslocado em destinos hoteleiros e compartilhados. A marca se propõe a facilitar a amizade, a descoberta e a intimidade em ambiente confiável e seguro - a casa -, tornando cada hóspede em morador e cada anfitrião em amigo que prepara uma experiência estética, despertando os sentidos daqueles que se permitem abraçar a possibilidade de se hospedar em lares ao redor do globo.

Dentro do setor de serviços de locação de imóveis ou acomodações para curta temporada e, mais recentemente, para venda de experiência em programas turísticos e customizados, Airbnb é um sistema de serviços on-line que atua no setor de hospedagem e experiência, a partir do compartilhamento de lares que se

⁷ Leigh Gallagher é editora assistente da Fortune e anfitriã da Fortune Live. É copresidente da Cúpula das Mais Poderosas Mulheres da Fortune e supervisiona a franquia editorial – Fortune 40 under 40. Aparece frequentemente em programas como: CBS, CNBC e outros e é autora do livro: A história da Airbnb. Como três rapazes comuns agitaram uma indústria, ganharam bilhões...e criaram muita controvérsia. Traduzido e publicado no Brasil, SP, pela Buzz editora, 2018.

⁸ Pessoas + Lugares + Amor + Airbnb.

autodenomina como movimento. De fato, a empresa parece ter se tornado uma comunidade imaginada em que milhares de sujeitos se conectam por uma causa – a experiência proporcionada pelo viajar, entreter, hospedar, alimentar, despedir e retribuir: “Airbnb, a empresa, é aquela com mais ou menos 2.500 funcionários, a maioria em São Francisco. Airbnb, o movimento, são milhares de pessoas no solo, em todo o lugar” (GALLAGHER, 2018, p. 83).

Nesse contexto, a empresa apresenta resultados e crescimento excelentes e vem se solidificando no mercado ao longo dos últimos dez anos. Com abordagem que desperta sensações, parece ter se tornado um novo fenômeno comunicacional embasado na constituição de imagem de experiência em hospitalidade. A imagem da marca se deposita sobre narrativas de sujeitos e da memória social para trazer em sua estratégia midiática elementos simbólicos e culturais inerentes ao acolhimento em ambientes domésticos: a casa compartilhada. Na imagem que segue a entrega simbólica das chaves entre anfitrião e hóspede deixa claro que hospedar é também um ato de amor, confiança e respeito mútuo.

Figura 1 – Hospedando com Airbnb: a troca de chaves



Fonte: AIRBNB, 2018

Quer se acreditar que a imagem virtual da experiência oferecida pelo sistema torna-se tangível e com provável impacto no mundo material, à medida que a marca atua contribuindo para que seus fornecedores ou anfitriões transformem suas moradas em lugar aprazível para seus usuários ou hóspedes, o que não é tarefa fácil como lembra Montandon: “A transformação de um lugar inóspito em lugar hospitaleiro é um fenômeno complexo com componentes estéticos, filosóficos, sociais e ideológicos múltiplos” (MONTANDON, 2011, p. 434).

Talvez, em diferentes momentos, a empresa direcione sua estratégia midiática para ampliar o número de anfitriões dentro do sistema, de modo que se tornem também membros do movimento Airbnb adequando seus espaços e montando seus próprios anúncios na plataforma, como descrito a seguir:

Figura 2 – Anúncio – Como ser um anfitrião Airbnb



Fonte: AIRBNB, 2018

Dentro do modelo de compartilhamento Airbnb, funciona a atuação de um modelo colaborativo que divulga mais de 5 milhões de anúncios de anfitriões em mais de 191 países, bem como hospedagem de mais de 300 milhões de hóspedes pelo mundo. Esse número cresce exponencialmente desde sua fundação, o que lhe garante a posição de destaque quando a questão é serviços e hospitalidade que acultura hóspedes e anfitriões no mercado global.

Fundado em agosto de 2008 e com sede em São Francisco, Califórnia, o Airbnb é um mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja de um computador, de um celular ou de uma tablet. Não importa se você precisa de um apartamento por uma noite, um castelo por uma semana ou um condomínio por um mês: o Airbnb conecta as pessoas às experiências de viagem únicas, preços variados, em mais de 65.000 cidades e 191 países. Com um serviço de atendimento ao consumidor de nível internacional e uma comunidade de usuários em crescimento constante, o Airbnb é a maneira mais fácil de transformar seu espaço extra em dinheiro e mostrá-lo para milhões de pessoas (AIRBNB, 2018, s/p).

Airbnb é uma empresa que oferece e facilita a hospedagem em lares, tendo na essência da estratégia midiática em rede os preceitos da hospitalidade. A marca, que se utiliza de uma comunicação horizontal, em que depoimentos e testemunhos constituem o padrão e a reputação da marca, reforça em suas peças e canais de comunicação temas voltados ao acolhimento, hospedagem, alimentação e entretenimento e, nesse sentido, se posiciona por conectar sujeitos e promover encontros.

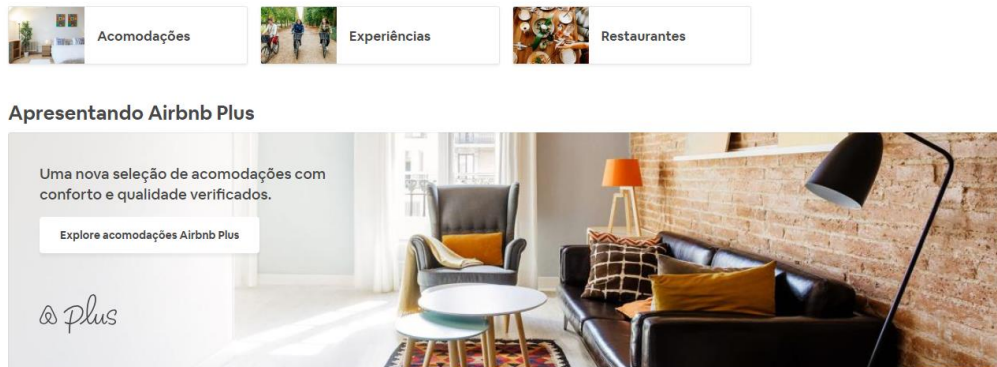
Em geral, a comunicação da marca é feita a partir da plataforma de busca que tem fácil navegação e parece concentrar a comunicação da marca com seus usuários. Além da plataforma, a empresa disponibiliza App – Aplicativo Móvel e ações voltadas para a mídia social e em outros canais da mídia digital, acrescidas de atividades de marketing, relações públicas e branding, por exemplo, que a tornam acessível a seus milhares de usuários e fornecedores pelo mundo. Nessas ações, em geral, utiliza-se de narrativas com testemunhos que retratam momentos felizes, despertando em potenciais hóspedes e anfitriões o desejo de consumo pelo bem-estar, traduzido em viagem, hospedagem e movimento. Assim, aparentemente, a empresa constantemente se atualiza ou pode-se dizer é cocriada a partir da manifestação de seus usuários e fornecedores e, mantém, para tal, investimentos em comunicação em conjunto com a aplicação de inovações em tecnologia, inteligência artificial e algoritmos para oferecer o que melhor se encaixa nas demandas e necessidades de seus consumidores que, ao que tudo indica, aprendem também com a empresa novas formas de entretenimento:

O que quer que aconteça, a Airbnb já teve um impacto enorme e durarouro. [...] Redefiniu como olhamos para o espaço ao nosso redor e como vemos o outro. Modificou a forma como viajamos, abrindo um novo mercado para – acomodações alternativas – que está atraindo o interesse de dúzias de emergentes, assim como das maiores empresas hoteleiras. E agora Airbnb almeja mudar a maneira como vivenciamos novos lugares e como vivemos nossas vidas em casa (GALLAGHER, 2018, p.20).

Com destaque para três possibilidades de produtos/serviços, a empresa realça nas imagens disponibilizadas na plataforma diferentes e complementares serviços a hóspedes e viajantes: Acomodações, Experiências ou Restaurantes⁹, ao tempo em que garante e endossa o que é proposto, como segue abaixo:

⁹ Como o objeto deste estudo estará voltado para serviços de hospedagem não considerou-se o detalhamento dos outros dois serviços disponíveis e que complementam a oferta e a experiência na cena hoteleira – Experiências e Restaurantes - estes poderão ser objeto de estudos futuros. É importante, no entanto, deixar registrado como a empresa trata os temas. Na plataforma encontra-se dicas e manuais sobre os serviços voltados para ajudar no desenvolvimento do serviço que se quer propor: “**Perspectiva** - Os hóspedes entram em contato com sua forma de olhar única e vão embora com uma nova visão sobre o lugar; **Credibilidade** - Você é apaixonado e extremamente bem informado sobre o tema da experiência; **Acesso** - Você pode fornecer acesso nos bastidores a pessoas, lugares ou atividades que os hóspedes não poderiam encontrar sozinhos”. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1451/what-are-the-quality-standards-for-experiences>>. e, <https://www.airbnb.com.br/host/experiences?from_nav=1>. Acesso em: 2 jan.2018.

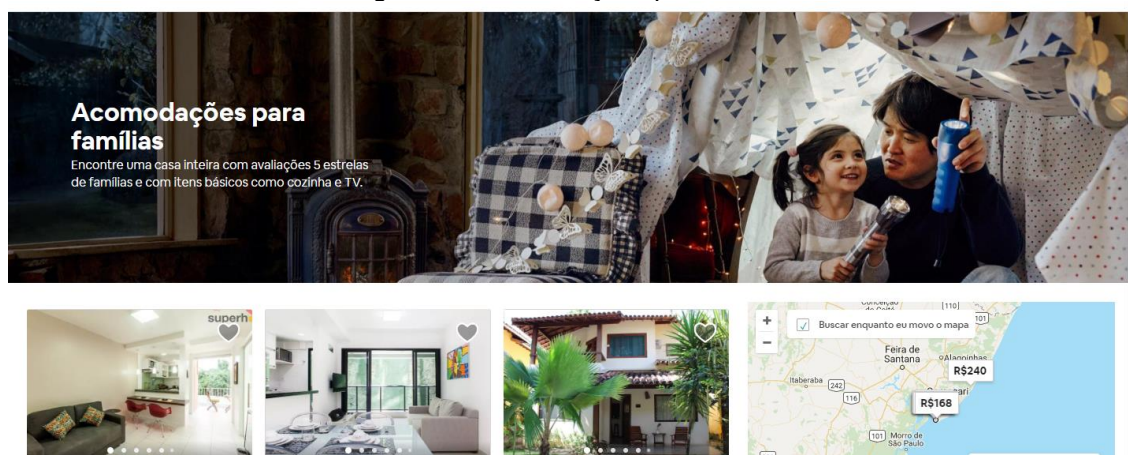
Figura 3 – Acomodações, Experiências, Restaurantes



Fonte: AIRBNB, 2018

Dentro do segmento: Acomodações, objeto de análise desse estudo, Airbnb segmenta a oferta em¹⁰: casas ou lugares inteiros; quartos privados; e quartos compartilhados; por áreas de interesse de seus hóspedes; por tipo de viagem, ou seja, acomodações para famílias em viagens de lazer, ou para profissionais liberais e executivos de empresas em viagens a trabalho, entre outros, a exemplo de: acomodações únicas, hospedando-se com *superhost*, destinos em destaque, destinos ensolarados, ou outros como: Paris, Tóquio, Los Angeles, Lisboa, São Francisco, etc. como segue em página voltada para acomodações em viagens de família, sempre com a observação de que tudo já foi testado e aprovado por outros hóspedes e viajantes, portanto, são críveis.

Figura 4 – Acomodações para família

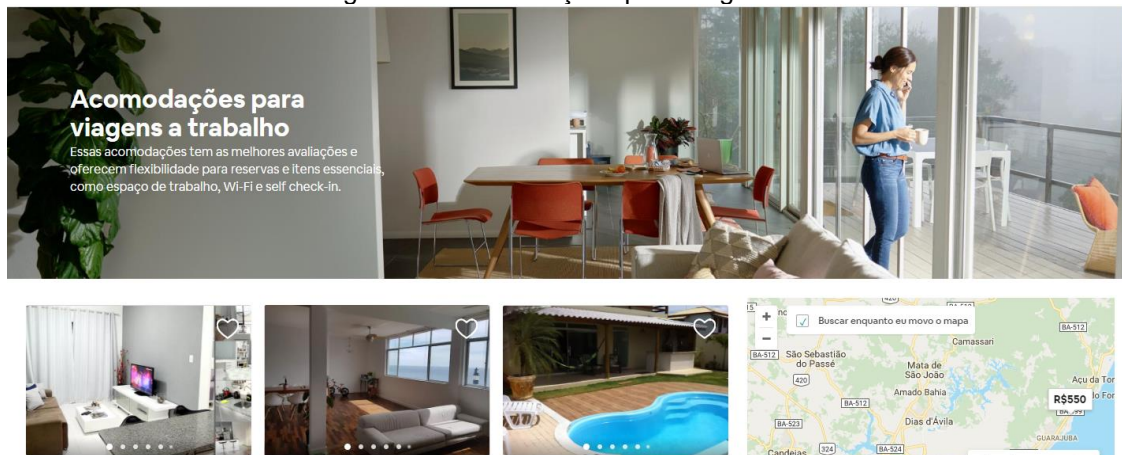


Fonte: AIRBNB, 2018

¹⁰ Tipos de Acomodação Airbnb - Detalhamento. Disponível em: <www.airbnb.com.br/help/article/317/what-do-the-different-room-types-mean>. Acesso em: 5 jun. 2017.

Existe também a opção para viagens corporativas destinada às pessoas que estão viajando a trabalho, mas que são “descolados” e atuais e estão prontas para aliar negócios e lazer, sentindo-se parte da região, com o mesmo conforto de quem se hospeda em hotéis equipados e organizados para o trabalho.

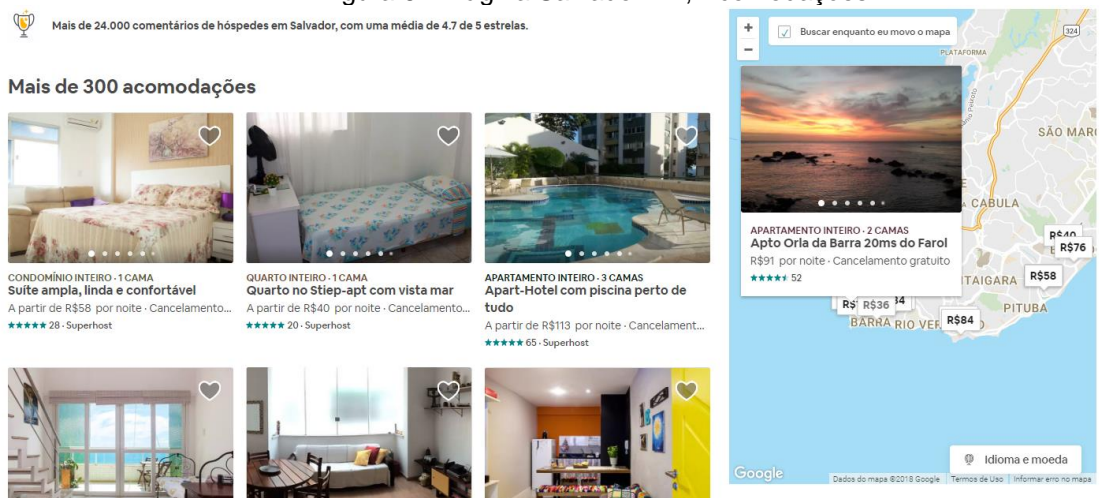
Figura 5 – Acomodações para viagens a trabalho



Fonte: AIRBNB, 2018.

Na sequência, observa-se a imagem de página modelo para o destino Salvador com o comentário de que para o destino existem mais de 300 acomodações e mais de 24 mil comentários de hóspedes com uma média de avaliação positiva entre 4,7 e 5 estrelas para as acomodações divulgadas. As casas divulgadas carregam muito da vida do anfitrião – gostos, preferências, possibilidades e histórias, o que aguça a curiosidade e o interesse por fazer parte de outras culturas.

Figura 6 – Página Salvador BA, Acomodações



Fonte: AIRBNB, 2018.

A Transnacional disponibiliza informações institucionais sobre a empresa e serviços prestados no site global da marca ou nas plataformas customizadas em sites

locais para 55 países, a exemplo de Brasil, Argentina, Japão, Portugal, Estados Unidos, Irlanda, México e outros. O site, divulgado para todo o mundo, está disponível em 27 idiomas estruturado da seguinte forma: Airbnb – carreiras, imprensa, políticas de uso, ajuda, diversidade e inclusão, dados da empresa; Descubra – confiança e segurança, convidar amigos, Airbnb citizen, viagem de negócios, guias, Airbnbmag; Hospedando – por que hospedar, hospitalidade, hospedando com responsabilidade, central da comunidade, condições, política de privacidade, mapa do *site*.

Dentre os temas propostos, aqueles voltados à hospitalidade possuem ênfase, estejam eles voltados para os anfitriões ou hóspedes inclusive com sugestões para que a acolhida seja excepcional para um e outro. A questão da segurança vem sendo aperfeiçoada desde o início da operação do sistema e está presente¹¹ na plataforma e na comunicação como um todo com a apresentação de seguros e regras que visam regular o comportamento dos usuários do sistema.

Segurança no Airbnb. Garantia ao Anfitrião de R\$ 3.000.000. No raro evento de danos causados por acidentes, a propriedade de todos os anfitriões do Airbnb ter cobertura de até um milhão de dólares americanos. Fique tranquilo sem pagar mais por isso. Seguro de Proteção ao Anfitrião. Caso seus hóspedes se machuquem ou causem algum dano à propriedade, nosso Seguro de Proteção ao Anfitrião protege você de reclamações de responsabilidade civil equivalente a até um milhão de dólares americanos, incluído gratuitamente para todos os anfitriões do Airbnb. O Airbnb baseia-se na confiança. Todos os viajantes do Airbnb devem enviar uma foto do perfil e verificar seu telefone e e-mail. Os anfitriões também podem exigir um documento de identificação oficial. Os hóspedes e os anfitriões podem publicar comentários depois do checkout, mantendo a responsabilidade e o respeito.¹²

Assim como é presente a divulgação de manuais com indicações e tutoriais para tornar o espaço mais confortável, a exemplo do projeto - a casa do futuro¹³, que apresenta o seguinte texto para ilustrar a imagem: “Nada se compara à atenção humana básica, mas as tecnologias mais simples podem fazer muito para ajudar a tornar as casas mais seguras [...]”, o que aponta para uma nova organização das

¹¹ Sua segurança é nossa prioridade, página do site que trata das questões de como se proteger sobre eventuais problemas. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/trust>>. Acesso em: 20 jan.2018

¹² Trecho de texto retirado da plataforma Airbnb em que trata do tema segurança e confiança. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/host/homes?from_nav=1>. Acesso em: 2 fev. 2018.

¹³ Texto publicado no site Airbnb sobre Casas mais seguras. “A Casa do Futuro” Nada se compara à atenção humana básica, mas as tecnologias mais simples podem fazer muito para ajudar a tornar as casas mais seguras. No Airbnb, imaginamos um futuro em que as casas inteligentes estão conectadas para nos proteger, proporcionar conforto e melhorar a nossa qualidade de vida. Conforme as tecnologias mudam através do tempo, estaremos sempre inovando e encontrando novas maneiras de tornar a sua casa cada vez mais acolhedora. Airbnb. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/home-safety>>. Acesso em: 2 mar.2018.

moradas para aqueles que quiserem se distinguir enquanto fornecedores Airbnb num futuro próximo.

Figura 7 – A casa do futuro



Fonte: AIRBNB, 2018

Além disso, para anfitriões ou potenciais anfitriões, a comunicação inclui orientações, manuais e guias em formato de vídeos e revistas on-line para ajudá-los a preparar um anúncio, como na imagem do formulário on-line abaixo, ou ainda para se tornarem superanfitriões, ou seja, fornecedores bem avaliados pelos usuários. As vantagens em ser um superanfitrião são inúmeras. Entre elas está ter o anúncio de sua propriedade em destaque e impulsionado pela empresa, o que o torna mais visível no ranking de busca, e o imóvel com uma taxa de ocupação melhor que aqueles que tem uma avaliação inferior.

Figura 8 – Formulário on-line para elaborar um anúncio

Oi, Sandra! Vamos começar a anunciar seu espaço.

ETAPA 1

Que tipo de espaço você tem?

O lugar todo

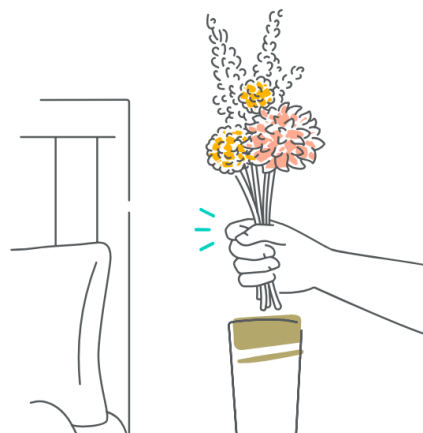
para 4 hóspedes

São Paulo, SP, Brasil

Continuar



Ao anunciar por um mês, achamos que você pode ganhar **R\$2.203**



Fonte: AIRBNB, 2018

Aos hóspedes, são incluídos anúncios de domicílios feitos pelos anfitriões em formato de posts, revistas, guias de destinos e experiências, e vídeos publicitários que simulam a experiência em hospitalidade, incluindo cenas de viagem em família, destinos, atividades lúdicas e que retratam aspectos da cultura local, como vemos na figura abaixo no anúncio de casa inteira com vista indescritível do destino Praia do Forte, Bahia.

Figura 9 – Duplex na Praia do Forte de Frente para o Mar



Fonte: AIRBNB, 2018

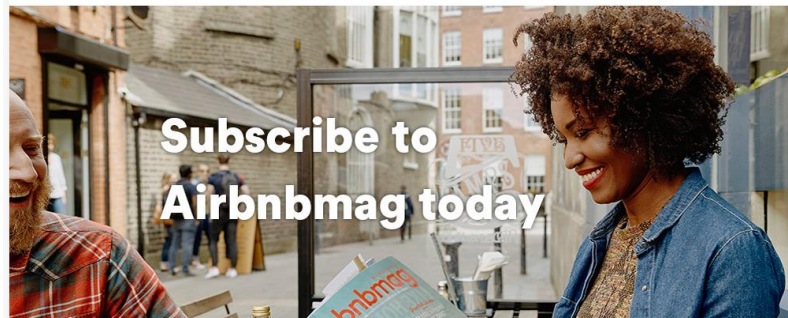
Um bom exemplo do foco da estratégia midiática da empresa é Airbnbmag, um canal impresso e comercializado dentro da plataforma para potenciais usuários e fornecedores. A revista é oferecida somente no idioma inglês e disponibilizada por assinatura a um custo de US 15 (quinze dólares) para quatro edições, àqueles que quiserem comprar on-line. Seu conteúdo é constituído por testemunhais de hóspedes e anfitriões que compartilham suas histórias e experiências de viagem. A chamada para fazer parte e estar nas páginas da revista vem com um convite: *Want to share your story for possible inclusion in an upcoming issue? Email us at stories@airbnbmag.com*. Já a apresentação da revista traz um texto também em inglês com o título: Aproxime-se do mundo!¹⁴

Para descobrir o verdadeiro caráter de um lugar, você precisa deixar de lado os locais turísticos e experimentar a história, a comida e os costumes de um destino com os olhos das pessoas que moram lá. Airbnb e Hearst fizeram por isso uma parceria para criar uma revista impressa que celebra a comunidade global à qual todos pertencemos. As histórias e dicas desta revista são hiper

¹⁴ Tradução da autora.

locais e incrivelmente universais. Algumas irão inspirá-lo a libertar seu explorador interior; e outras o levarão para um lugar de serenidade e doçura. De qualquer forma, você se encontrará um pouco mais perto do mundo à sua volta (AIRBNB, s/p).

Figura 10 – Assine Airbnbmag



Fonte: AIRBNB, 2018

Para ambos, anfitriões e hóspedes ou viajantes, toda a proposta comunicacional do sistema Airbnb, embasada nas narrativas de usuários, aponta para a humanização da marca atestando a confiabilidade da informação divulgada em possível confronto com a experiência porvir. Para esses, além dos anúncios e comentários postados na plataforma de forma colaborativa, o sistema inclui publicidade que simula a cena hospitaleira e a imagem de hospitalidade positiva em peças e discursos disponíveis na plataforma; nos canais Youtube; nos blogs; nas revistas impressas; e em outras participações em mídias sociais como Facebook, Instagram e Pinterest.

Figura 11– Comunidade global

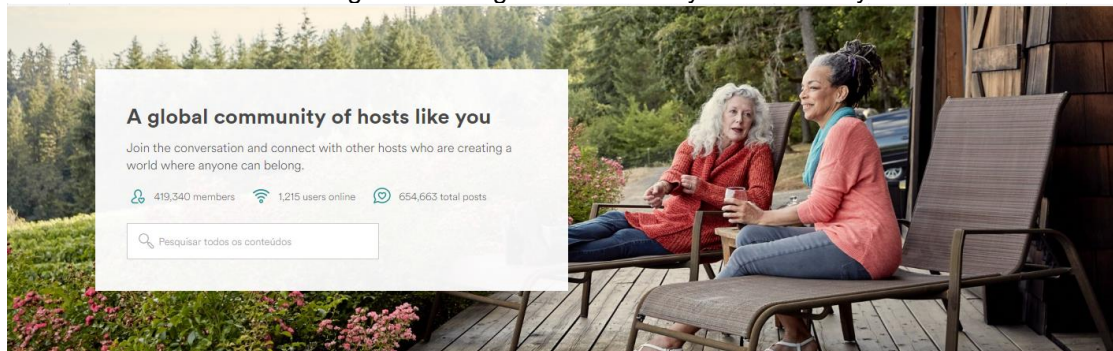


Fonte: AIRBNB, 2018

Para a comunidade, a plataforma disponibiliza também espaço de conexão e expressão voltado para as dúvidas, perguntas, críticas e sugestões, incluindo eventos pontuais, o que permite a troca de opinião e o aprendizado a partir do que é compartilhado e entendido como ajuda mútua.

Os comentários e anúncios expostos são sempre positivos e mesmo as críticas não são tão explícitas. Elas parecem receber um cuidado especial na fala que reduz pontos negativos e tornam hóspedes e anfitriões membros de uma comunidade mais condescendente, global, atual, inclusiva e em linha com seu tempo, como a chamada a seguir. A impressão que se tem é que a empresa coloca ambos – hóspedes e anfitriões - em um mesmo patamar, dentro do que entende-se como dádiva – dar, receber e retribuir – ou seja, hoje hóspede, amanhã anfitrião e vice-versa.

Figura 12 – A global community of hosts like you



Fonte: AIRBNB, 2018

A chamada para fazer parte da Airbnb, enquanto anfitriões, destaca a complementação da renda, a possibilidade de novas amizades e de pertencer à comunidade. Para os hóspedes, além do preço convidativo, que viabiliza o sonho de fazer viagens, há também a possibilidade de viver experiências únicas como um “local”, assumindo por um determinado período uma nova vida que abre as portas para um cenário hospitaleiro. Motivos que convencem e estimulam a movimentação.

Para os dois, na extremidade do sistema – hóspedes e anfitriões – a empresa é incansável na organização de discursos e ações que reconhecem aqueles que têm comportamento mais hospitaleiro e cordial. São programas de relacionamento e premiações que podem ser intensificados nos próximos anos – tornando o acesso ao sistema mais convidativo, seguro e confiável. Nesse sentido, alerta Gallagher (2018):

Então, comporte-se bem e a Airbnb vai encher você de carinhos. Se atingir uma série de métricas de desempenho – se você recebeu pelo menos dez viagens no último ano, se manteve uma taxa de resposta de 90% ou mais, se recebeu uma avaliação de cinco estrelas pelo menos em 80% das vezes e se raramente cancelou uma reserva ou só em circunstâncias atenuantes, você é automaticamente elevado ao status de – superanfitrião. Isso significa que você tem um logo especial no seu site, sua inscrição vai para o topo dos rankings, vai ter acesso a uma linha de atendimento ao consumidor exclusiva e pode até ter a chance de conhecer novos produtos e participar de eventos (GALLAGHER, 2018, p. 97).

E embora a empresa não considere sendo seus funcionários os anfitriões que representam mais de 300 milhões de lares; ou os hóspedes que avaliam e postam seus comentários no sistema, assim como desembarcam diariamente nos lares divulgados em sua plataforma; a todo momento é possível averiguar que há entre esses e a marca um contrato social com regras e alertas sobre como fazer, como preparar seu espaço, como se comportar, como anunciar, como avaliar etc., o que pode impactar na relação empresa e usuários. Ademais, quanto mais solícitos e participantes são os hóspedes e anfitriões associados à marca, melhor sua reputação e, conseqüentemente, sua avaliação dentro do universo de hospitalidade Airbnb.

Como visto acima – melhor avaliação, mais benefícios, o que cria um círculo virtuoso em que todos – aparentemente – querem ser mais e melhores de modo a garantir sua permanência junto à marca e, no virtual, serem reconhecidos com os mesmos valores difundidos, ou seja: solidariedade, amizade, hospitalidade, diversidade e inclusão. De mais a mais, é interessante observar que esses usuários e fornecedores, supostamente, não se incomodam em doar seu tempo de vida, suas histórias, talentos, bens e serviços em troca de superexposição midiática e renda extra ou, preços acessíveis; ou ainda de reconhecimento por pertencer ao movimento em rede – que lhes possibilita fornecer e usufruir dos serviços prestados.

Compreender Airbnb, nesse sentido, que tem como missão “Pertencer a qualquer lugar”¹⁵, demanda análise do contexto em que esta se encontra inserida e que entende-se como cibercultura¹⁶.

A marca, como tantas outras representantes do compartilhamento, nasceu em um ambiente propício para crescer de forma exponencial. Cocriada e alimentada de

¹⁵ A empresa, segundo seus fundadores, a partir da plataforma, oferece a possibilidade de experiência transformadora de pertencer a qualquer lugar. “Ficar em um espaço único, autêntico, que foi preparado para você por uma pessoa real [...] toca algo que talvez não tivéssemos consciência de que sentíamos falta (GALLAGHER, 2018, p.14).

¹⁶ [...] A cibercultura costuma ser relacionada com as manifestações que têm lugar no mundo virtual engendrado pelas novas tecnologias de informação, mas essa não é a visão mais adequada do ponto de vista reflexivo. Os processos de comunicação on-line, das salas de bate-papo, listas de discussão aos serviços de mensagens instantâneas; suas formas de manifestação, dos twitters e blogs aos sites e portais; mais os recursos que aqueles disponibilizam em termos de serviços, lazer e informação, formando ou não as chamadas redes de relacionamento – tudo isso pode ser bem examinado e entendido em sua estrutura e sentido quando não se perde de vista suas conexões objetivas com os blocos econômicos, os movimentos políticos e as formas de vida cotidianas mais amplas em que estão inseridos seus protagonistas. [...] Os fenômenos coletivos tanto quanto as experiências individuais se projetam com seus problemas e contradições no ciberespaço, e as expressões que esse, em sua especificidade, viabiliza, não apenas afetam, mas mediatizam os cenários off-line (MARCONDES FILHO, 2014, p. 68).

forma colaborativa, ela tem na comunicação on-line horizontalizada do boca a boca o endosso de pessoas reais, uma forma eficaz de se constituir no virtual e referendar a experiência possível no concreto. A marca faz parte do dia a dia de milhares de pessoas que permanecem na internet todo o tempo e que se deixam encantar pela estratégia midiática que encontra lastro em elementos culturais, o que lhe proporciona visibilidade e credibilidade no ambiente da cibercultura.

O termo cibercultura poderia ser objeto de um novo estudo, mas para esta pesquisa, entende-se que uma breve introdução sobre seu significado possa ser relevante, de modo a ampliar a compreensão do tecido sociocultural sobre o qual se instalam marcas como Airbnb.

A origem do termo vem do final do século XX com o crescimento da internet e dos aparatos tecnológicos e móveis, que se consolidaram como ferramentas de comunicação para homens e mulheres no uso cotidiano.

Com a promessa inicial de comunicação acessível e sustentável, originalmente preocupada com a democratização da informação, ao longo do tempo, o que vigorou apontar para o papel da comunicação on-line e da mídia como agente de entretenimento e subordinada ao interesse do capital e do consumo de massa. Essa comunicação se dá, em especial, no virtual, distanciando ao invés de aproximar sujeitos. De fato, a comunicação entre sujeitos acontece quando ambos estão no mesmo espaço e tempo: presentes. Logo, no virtual, ou no ambiente da cibercultura, o que se consolida, aparentemente é a conexão e a incomunicação que alimentam a imagem da simulação de cenas da vida, como alertava Silva (2005):

O universo da comunicação, como se vê, não se resume à mera transmissão de sinais de um ponto a outro do espaço com o menor intervalo de tempo possível. A obliteração do espaço como agente constitutivo do processo de comunicação, promovido pelo galopante desenvolvimento tecnológico, tem levado ao esvaziamento de relações de pertencimento e vínculos realizados sob sua égide. É justamente aí que encontramos a porta para percorrer o caminho da incomunicação. A suposta vitória sobre o espaço traz consigo o esgotamento de um universo sob o qual se constitui nossa cultura. Observamos suas marcas nas grandes cidades como São Paulo: vemos os encontros dissimulados, as conexões rápidas e superficiais, as imagens esvaziadas. Transformamo-nos em uma sociedade conectada mas não vinculada, incapaz de reconhecer até mesmo nosso vizinho do apartamento ao lado e, muito menos, compartilhar no cotidiano nossas alegrias e tristezas, compartilhar tanto espaço quanto tempo (SILVA, 2005, p. 65).

Talvez por isso fique enfraquecida a aplicação do termo – comunidade virtual ou movimento Airbnb – propagado pela mídia que demandaria a construção de vínculo e não conexão; comunicação e não incomunicação.

Nesse contexto, a compreensão sobre o impacto dos meios nas estratégias midiáticas de marcas como Airbnb, nas relações e consumo, é pertinente e, para tanto, recorre-se a Norval Baitello Jr. (2012, p. 61) que afirma: “há uma maneira simples de compreender os meios segundo seu grau de utilização de recursos externos ao homem”. O autor recorre ao jornalista alemão Harry Pross para essa explicação. Harry Pross (1989) apud Baitello Jr. (2012) classificou os meios em mídia primária, mídia secundária e mídia terciária. “A primeira é presencial. A segunda gerou as escritas. A terceira é fruto da eletricidade e possui suas características: é instantânea e fugaz como um raio” (BAITELLO JR., 2012, p. 61). Para o autor: “[...] mídia é o meio de campo que procura superar o abismo entre o eu e o outro”, alertando que esses abismos só podem ser transponíveis no corpo a corpo, ou melhor, na mídia primária, onde o meio ou a ponte não são necessários para que se estabeleça a comunicação.

Por isso, em função da natureza da estratégia midiática da economia do compartilhamento que se inicia na conexão entre sujeitos proposta pela mídia terciária no virtual e que passa pela mídia secundária até – viabilizar – o encontro e possível comunicação entre sujeitos na casa compartilhada, ou na mídia primária, aponta para a aplicação e acionamento de todas as formas de comunicação para constituir a marca – mas, ainda assim, com o possível estabelecimento de vínculos fragilizados e sem o aprofundamento daquele permitido pelo encontro de corpos e que demanda tempo e espaço.

Nessa perspectiva, pode-se inferir o mérito das estratégias midiáticas para a consolidação da imagem da marca na cibercultura, representada pelo simulacro da imagem de experiência em hospitalidade que representam a cena hospitaleira e como trata Miklos (2012) é complexa:

A cibercultura parece-nos um sistema complexo, híbrido e paradoxal. Complexo na medida em que a rede se situa na esfera da aglutinação do público/privado do pessoal/impessoal, do local/global. Paradoxal na medida em que opera uma lógica duplamente perversa: inclui segregando e exclui integrando (MIKLOS, 2012, p. 106).

Desse novo cenário midiático, que compõe a cibercultura e parece redefinir o espaço a partir do excessivo fluxo de informações, teoricamente, emergiu uma nova economia em escala global, originando corporações transnacionais que no modelo colaborativo se viabilizam dentro de uma dinâmica circular. Essas, por via de regra, estimulam o surgimento de movimentos de sociabilidade em rede em que o consumo

de experiência é visto como imagem de “bem-estar” de forma a retroalimentar o sistema:

As grandes transformações presenciadas no cenário da comunicação social nestes últimos anos não foram somente fenômenos causados pela internet, mas de alguma maneira concorreram para a potencialização de acontecimentos na rede. A própria noção de acontecimento, antes concreto, sofreu um significativo deslocamento para o espaço virtual da rede. Redes sociais na internet são agrupamentos. Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais). Uma rede é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. As redes digitais globais constituem a nova morfologia social na era da informação, controlando o estoque de experiência e poder (MIKLOS, 2012, p. 109).

E se a mídia como processo de incomunicação e conexão, como tratado por Silva (2005, p.63), aponta para o afastamento do que entende-se por comunicação, aparentemente, a estratégia midiática proposta pela Airbnb se torna notável e eficaz, à medida que atinge o sujeito em diferentes momentos e formas.

A primeira abordagem, na mídia terciária, como conexão; a segunda, na mídia secundária como anúncio da oportunidade de encontro; e a terceira abordagem, na mídia primária como possibilidade de comunicação. A questão que se quer discutir, portanto, e que torna mais complexas essas possibilidades de conexão e comunicação está depositada na ideia de que as imagens instituídas pela marca despertam sensações e o desejo que incentiva a ação e o movimento, ao se fazerem tangíveis e com impacto no mundo material. Nesse panorama, se há um apagamento do corpo no virtual; no mundo concreto, este apagamento reaparece e é envolvido também pela imagem que envolve e afeta.

Talvez por isso, dentro da teoria da mídia de Pross (1987), a expressão de que toda comunicação começa e termina no corpo reforça a tese de que as estratégias midiáticas que anunciam e facilitam o encontro, de certa maneira, entendam que na experiência é que se constrói marca. E, nesse contexto, as estratégias midiáticas acabam por oportunizar a conexão e a interação no virtual, que por conjectura se tangibilizam no concreto travestidas de amizade e encontro, mesmo que com laços frágeis e líquidos.¹⁷

¹⁷ O pensamento de modernidade líquida foi estruturado por Zigmund Bauman nos anos 2000. O autor publicou vários livros sobre a diluição de paradigmas e das formas como as relações são embasadas no contemporâneo e com impacto na vida, no consumo e, no sujeito que vive o efêmero das relações frágeis, frouxas e mutáveis. Para esse novo sujeito, segundo o autor, a conexão é uma forma de permanecer com o outro no mundo on-line – vinculados, sem estar vinculados.

E essa abordagem que inclui a comunicação on-line e a comunicação estimulada no tempo e espaço é explorada pelas escolas de marketing, que parecem ter se apropriado há algum tempo de atividades de experiência ao vivo e de imersão no mundo da marca, encaixando-se perfeitamente no mundo colaborativo e cocriado do compartilhamento e da experiência, o que remete à estetização do mundo como trata Lipovetsky:

Nas indústrias de consumo, o design, a moda, a publicidade, a decoração, o cinema, o show usiness criam em massa produtos carregados de sedução, veiculam afetos e sensibilidade, moldando um universo estético proliferante e heterogêneo pelo ecletismo dos estilos que nele se desenvolvem. [...] Se é verdade que o capitalismo engendra um mundo – inabitável – ou – o pior dos mundos possíveis, ele também está na origem de uma verdadeira economia estética e de uma estetização da vida cotidiana: em toda parte o real se constrói como uma imagem, integrando nesta uma dimensão estético-emocional que se tornou central na concorrência que as marcas travam entre si (LIPOVETSKY, 2018, p. 13,14).

O autor denomina essa mudança de abordagem como capitalismo artista, que cria uma paisagem paradoxal ao utilizar-se das dimensões estética-imaginárias e emocionais em prol do lucro e da construção de novos mercados.

Essa abordagem, ao que tudo indica, já faz parte de estratégias midiáticas no contemporâneo e também daquelas aplicadas pela economia do compartilhamento voltadas para a humanização das relações entre marcas e potenciais consumidores. Essas partem do princípio de que a imersão no mundo da marca demanda mais do que comunicação eficaz, demanda a criação da imagem de experiência e de sua concretização, que vem sendo viabilizada por atividades ao vivo e que tornam-se relevantes, na medida em que promovem a conexão no virtual e a interação digital, como um convite para o encontro no mundo concreto.

No caso específico das marcas do compartilhamento, o fluxo aparentemente é similar. A conexão começa no virtual, na imagem que transmite o convite para que usuários e fornecedores se encontrem na cena, na entrega do serviço, onde se dá a comunicação. É desse modo, no concreto, que hóspedes e anfitriões pré-dispostos a uma experiência positiva, anteriormente construída no imaginário midiático, movimentam-se um em direção ao outro. O que irá resultar desse “encontro” hospitalidade ou hostilidade deverá ser perseguido em cada hospedagem, como afirma Gallagher (2018, p. 13), ao falar dos problemas enfrentados por usuários e fornecedores Airbnb, por exemplo: “Claro, as coisas podem dar errado e dão. Mas

toda vez que dão certo – na maioria das vezes – geram um pequeno voto de confiança na humanidade”.

Dentro dessa cultura do compartilhamento amparada pela tecnologia que enreda sujeitos em rede, apontando para a consolidação de uma nova economia, parece que o fenômeno comunicacional Airbnb vem se tangibilizando, na medida que se utiliza da tecnologia e da internet móvel e mais recentemente da aplicação da inteligência artificial e do uso dos algoritmos, para incrementar a conexão entre seus milhares de usuários e fornecedores, em um movimento horizontal e eficaz, próprio da virtualidade, que comercializa imagem, muito antes do potencial serviço.

Ficar num Airbnb ou receber alguém na sua casa é uma troca altamente íntima; mesmo que a pessoa que more lá não esteja lá; ela preparou uma experiência para você e se esforçou por você. Entrar hesitante no espaço particular de alguém, no canto de uma cidade ao qual você não teria acesso normalmente, pode mesmo dar a sensação de ter se conectado a outra pessoa, ainda que de leve. Se o morador estiver lá, essas circunstâncias podem frequentemente ser mais intensas (GALLAGHER, 2018, p. 13).

Desse modo, o aprofundamento na análise do serviço prestado que conecta sujeitos com foco no desejo de pertencer e viver em qualquer lugar parece direcionar a estruturação Airbnb, que corrige processos, se organiza e reinventa com frequência, visando atender às novas demandas de seus usuários e fornecedores.

É essa preocupação traduzida em ações de fazer mais e melhor por seus fundadores que aponta para a manutenção da confiança e da conexão em um movimento sólido, cujo lastro está depositado, em princípio, sobre a imagem da experiência de hospitalidade. Castells trata dessa nova economia como:

Chamo-a de informacional, global e em rede para identificar suas características fundamentais e diferenciadas e enfatizar sua interligação. É *informacional* porque a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos. É *global* porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, administração, informação, tecnologia, mercados) estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. É *rede* porque, nas novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação entre redes empresariais (CASTELLS, 2017, p.135).

Nesse panorama, que fez migrar a comunicação de massa para novos sistemas com forte apelo estético, Castells (2017, p.11) ressalta que “[...] um sistema de redes horizontais de comunicação organizado em torno da internet e da comunicação sem

fio introduziu uma multiplicidade de padrões de comunicação na base de uma transformação cultural fundamental à medida que a virtualidade se torna uma dimensão essencial da nossa realidade”.

Essas marcas ¹⁸ encontram oportunidades de se consolidar a partir de estratégias midiáticas e da construção de imagem que interfere no imaginário cultural, atualizado na mídia e indo de encontro à comoditização de produtos e serviços da economia do século XX. É dessa maneira que, aparentemente, reinventa-se o consumo virtual de imagem que precede a experiência concreta, possível ou não, a exemplo do serviço ou da hospitalidade doméstica carregada de elementos culturais e estéticos. Aparentemente, marcas como Airbnb ocupam mais espaço na vida imaginada e reinventam o que é autêntico, tecem novas experiências sociais, agora afetadas pela cibercultura, como propõe Rudiger (2016), ao ponderar sobre os limites e oportunidades dela decorrentes:

Subjacente aos fenômenos da cibercultura, encontra-se portanto, o contexto de um capitalismo violento, que se tornou onipresente e planetário, quer no espaço real, quer no ciberespaço. Expressão poderosa de nossas fantasias mais primitivas, por mais que também haja lugar para a fantasia emancipatória, a cibercultura é articulada pelo racionalismo abstrato, imperioso e calculista surgido com o Ocidente Moderno. A comunicação on-line e a figura do ciborgue contêm, sem dúvida, uma ambivalência, mas antes de a agenciarem entre as massas, elas são estruturadas por determinadas forças sociais e históricas que vêm de longe (RUDIGER, 2016, p.280).

No próximo capítulo, vamos refletir sobre a hospitalidade com foco nas peças de comunicação publicadas pelo sistema, a partir de posts e anúncios, numa tentativa de compreender a consolidação da marca enquanto fenômeno comunicacional.

¹⁸ No mercado de turismo e hospitalidade diferentes marcas passaram a atuar no modelo “colaborativo” que potencializa o compartilhamento e faz de sujeitos – usuários e fornecedores – parte do sistema em rede, que transforma serviços em negócios bilionários, a exemplo de: Uber que aproxima motoristas e passageiros com necessidade de transporte; Couch-surfing que conecta moradores / anfitriões locais e viajantes, que são recebidos e acomodados no sofá da casa; Blablacar que conecta motoristas e passageiros que se dirigem a um mesmo local oferecendo percurso compartilhado com rateio de custos; Grabr que permite a compradores solicitar a viajantes pedido de produtos internacionais - o viajante compra o produto em sua viagem e o leva até o comprador que o solicitou; Bomappetour que coloca moradores e viajantes em conexão para um jantar, na casa do anfitrião. Nos últimos dez anos, além dessas marcas, outras empresas também impactaram o setor, em especial nos processos de vendas e distribuição com o surgimento das agências on-line como Trip Advisor; dos buscadores como Trivago; ou dos sistemas globais de reservas como Amadeus, Expedia e outras.

CAPÍTULO III

CASA, HÓSPEDE E ANFITRIÕES NO CENTRO DA CENA HOSPITALEIRA

Para ampliar o entendimento do movimento Airbnb vis-à-vis a imagem de experiência em hospitalidade fez-se necessário mergulhar na cena hospitaleira a casa, o hóspede e o anfitrião. Entendeu-se que um olhar aprofundado sobre as peças de comunicação publicadas pelo sistema que se articula em conjunto ou com endosso de usuários e fornecedores – hóspedes e anfitriões – a partir de posts e anúncios, parece um caminho importante por abarcar as dimensões da comunicação que mesclam a voz da marca e de seus seguidores formando um senso “comunitário” que aponta para a consolidação da marca enquanto fenômeno comunicacional.

Nesse estudo, elas foram examinadas em duas etapas principais. A primeira com foco na investigação bibliográfico-exploratória, visando organizar uma base teórica acerca da imagem de experiência em hospitalidade e da teoria da imagem em sua relação com o imaginário, a cultura e elementos simbólicos que estão presentes na cena hospitaleira. Nessa etapa, os autores elencados foram os que seguem. Sobre imagem de hospitalidade: Camargo, Montandon e Lashley. Sobre a teoria da imagem e imaginário: Baitello Jr., Eliade, Flusser, Kamper e Silva. Sobre o universo da cibercultura: Castells, Rudger e Miklos. Para a segunda etapa, foram selecionadas peças de comunicação e posts / anúncios de usuários do sistema, presentes nos canais da marca, como detalhados neste capítulo, e que constituem o corpus da pesquisa.

Nesse contexto, optou-se por trazer teoria e objeto de análise paralelamente, de modo a instituir uma visão integrada, o que eliminou a necessidade da constituição de capítulo específico sobre as teorias que lançamos mão. Nesse sentido, o método de pesquisa utilizado teve como base a análise de conteúdo na teoria de Bardin (2016), e procurou trazer ao leitor referências que marcaram o crescimento e a consolidação da imagem de experiência em hospitalidade, sinônimo da imagem constituída Airbnb. Tal configuração deverá possibilitar a aferição da existência ou não de um diálogo entre as dimensões exploradas nos processos comunicacionais e de

como estes corroboram para elucidar os problemas apontados a partir de critérios preestabelecidos, face à teoria.

Para tanto, foram pautadas quatro dimensões da estratégia midiática da marca: plataforma; filmes publicitários; anúncios de anfitriões e posts com comentários de hóspedes. Dentro desse recorte, foram observados aspectos quantitativos e qualitativos das narrativas veiculadas pela marca no ano de 2017. Como trata Bardin, sobre análise de conteúdo e análise documental, o propósito foi encontrar respostas para a hipótese levantada, refletindo sobre como as imagens da hospitalidade constituem e atualizam o imaginário cultural, promovendo a confiança e o resgate da ideia de aconchego e amizade e do simbolismo da dádiva que inflam o sentimento de solidariedade fundando a e-hospitalidade.

O peso do desenvolvimento das técnicas documentais tem-se mantido relativamente discreto no campo científico. A documentação permanece uma atividade muito circunscrita e a análise documental, pouco conhecida do profano, é assunto para especialistas. No entanto, alguns procedimentos de tratamento da informação documental apresentam tais analogias com uma parte das técnicas da análise de conteúdo que parece conveniente aproximá-los para melhor os diferenciar. A finalidade é sempre a mesma, a saber esclarecer a especificidade o campo de ação da análise de conteúdo. (BARDIN, 2016, p. 51)

Do ponto de vista quantitativo, foram levantadas as palavras e imagens que mais se repetiam nas dimensões pesquisadas, e no que diz respeito à análise qualitativa, investigou-se como o imaginário cultural se faz presente na imagem de experiência em hospitalidade que vem sendo constituída a partir do corpus estabelecido.

Para a análise das dimensões da comunicação, foram observadas as seguintes etapas: Seleção das Peças de Comunicação, Transcrição das Narrativas, Análise das Imagens e Discussão dos dados encontrados. A decisão pelo destino Bahia teve inspiração na campanha publicitária Airbnb Brasil Viva lá, composta por quatro filmes veiculados no canal Youtube, em outubro de 2017, retratando a família integrada ao destino, tendo como elemento central a casa compartilhada. A escolha por um destino de férias está também associada à campanha publicitária que mostra a experiência de viagem em família, tema que se repete em outras campanhas publicitárias da marca pelo mundo.

Na primeira dimensão direcionada para a plataforma de reservas on-line, optou-se por um olhar aprofundado sobre os releases disponibilizados. Para tanto,

selecionou-se como amostra quatro releases divulgados pela empresa no ano de 2017¹⁹, com recorte para aqueles que tratavam do tema acomodações / destinos, a saber: Airbnb revela principais destinos de viagens dos cidadãos seniores, set-2017; Caldas Nova, Canela e Fortaleza se destacam em *ranking* internacional do Airbnb para viagens em família, ago-2017; Férias de julho com o Airbnb, curtir o frio ou fugir dele?, jul-2017; Airbnb revela destinos tendência para quem viaja sozinho, jun-2017.

Apesar do foco nos releases, observou-se a navegabilidade e os serviços disponíveis como as facilidades de compra, pesquisa de destinos e acomodações, sempre com o viés de como são comunicados ao público-alvo, bem como os manuais, vídeos e textos que oferecem aos usuários padrões de serviços e que são disponibilizados também on-line. Foram ainda testados o passo a passo e os padrões de constituição dos anúncios e as formas possíveis de inserção de comentários e dúvidas que tornam o usuário também fornecedor da “comunidade global” Airbnb.

Nesse olhar, percebeu-se que as imagens postadas, seja nos releases, seja em outros momentos, estão sempre enredadas no contexto narrativas com histórias de vida e de viagem de usuários e potenciais usuários, que apontam para enaltecer temas voltados para a hospitalidade e a viagem.

Na figura abaixo, por exemplo, é possível verificar o clima de intimidade e amizade entre pais e filho nas dependências da casa voltada para o lazer e a diversão. Como essa, inúmeras outras imagens são disponibilizadas de modo a constituir no imaginário midiático os serviços propostos atrelados à família, felicidade, amizade e intimidade – permitidas pela hospedagem em casas compartilhadas, confortáveis e seguras. Importante ressaltar que foram desconsiderados, neste momento, as questões institucionais, os manuais e revistas, bem como a divulgação de pacotes de experiências e reservas em restaurantes, que embora complementam a oferta e experiência em hospedagem e do viver como um local, estes não fazem parte do nosso objeto de estudo.

¹⁹ AIRBNB. Imprensa. Disponível em: <<https://press.atairbnb.com/br/>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

Figura 13 – Férias de Julho



Na segunda dimensão, optou-se por selecionar alguns filmes publicitários da marca, composta por quatro filmes, isto é, episódios da campanha da marca no Brasil com foco no destino Bahia, intitulado Férias com a Família, Viva-la, veiculados em outubro de 2017. Desses filmes, foram analisadas as narrativas e as imagens que simulam a vida na cena hoteleira.

Airbnb está muito presente na mídia social e digital, e além dos filmes produzidos pela marca, diariamente, novos filmes são postados a partir de registros de hóspedes e anfitriões. Ao redor do mundo, a marca tem forte presença na mídia a partir de novas campanhas que abordam diferentes destinos. Atualmente, Airbnb, no canal Youtube ²⁰, conta com 96.707 inscritos e 100.859.509 visualizações. A plataforma, no Brasil, publicou no período entre 2015 e 2017 10 filmes sobre os destinos Rio de Janeiro e Bahia, com total de 26.430 visualizações até 29 de novembro de 2017.

Para a dimensão, três foram elencados anúncios de anfitriões de suas casas ou quartos compartilhados para melhor entendimento de como estes exploram a questão das experiências em hospitalidade. Nas narrativas encontradas, anfitriões se apresentam como os proprietários dos imóveis e os responsáveis pela oferta e

²⁰ Canal Airbnb no Youtube. Airbnb is made up of an amazing worldwide community of hosts and travelers. It's not just about a place to stay, but also about the unique experiences our members have. We are here to show you the people, the spaces, and the faces that make up the community. Disponível em: <www.youtube.com/playlist?list=PLe_YVMnS1oXbDqdC9p_Ws-EBW4VlrtTha>. Acesso em: 24 jan. 2018.

acolhimento ao longo da estada, garantindo ao viajante a entrega do que foi prometido.

No destino Salvador, Bahia, definido como praça para análise desse estudo, segundo site Airdna²¹, a plataforma Airbnb mantém 4.013 imóveis ativos para locação com diária média de R\$ 189,00 (cento e oitenta e nove reais). O site indica ainda taxa de ocupação da ordem de 50% nos últimos 29 meses e a distribuição, por categoria, acontece da seguinte forma: casas inteiras, 2.557 (64%); quarto inteiro, 1.305 (33%); e quartos compartilhados, 151 (4%). Dentro desse contexto, para esta pesquisa, foram observados mais de 100 anúncios e, destes, elencados nove anúncios divulgados na plataforma para destino Bahia com bairros selecionados de forma aleatória. Com o total, selecionou-se três anúncios para cada tipo de acomodação disponibilizada, isto é, casas e apartamentos inteiros, quartos inteiros e quartos compartilhados, totalizando 9 anúncios para a amostra.

Os critérios utilizados para a seleção incluíram a necessidade de estarem ativos na plataforma e possuírem comentários de hóspedes dentro do ano de 2017. Não foram consideradas as diferenças de tarifas, número de hóspedes permitidos ou regras diferenciadas da casa.

A quarta dimensão é composta pela análise de posts com comentários de hóspedes inseridos na plataforma de reservas e serviços on-line, no ano de 2017. Os critérios de inclusão para a amostra, relativa a comentários de hóspedes usuários do sistema, foram definidos levando-se em consideração os posts relativos aos nove anúncios de imóveis selecionados e analisados nessa. A proposta foi eleger até 33 comentários de hóspedes por imóvel selecionado dentro das três categorias de casas/lugares disponibilizados na plataforma.

A seleção valorizou os seguintes critérios: 3 domicílios na categoria casa ou apartamento inteiro, 3 na categoria quarto inteiro e 3 na categoria quarto compartilhado com diárias que variavam entre R\$ 30 e R\$ 399, em diferentes bairros da capital baiana e em função da categoria disponível. A grande diferença no valor das diárias se dá pelas nuances das categorias ofertadas, ainda assim entendeu-se que excluir uma ou outra categoria não alteraria o resultado ou a forma como hóspedes e anfitriões percebem-se dentro da experiência hoteleira. Os critérios de exclusão, nesse contexto, foram voltados para a supressão de imóveis novos que não

²¹ Site especializado em dados de mercado Airbnb ao redor do mundo. Disponível em: <www.airdna.co/market-data/app/br/bahia/salvador/overview>. Acesso em: 20 jan. 2018.

possuísssem comentários de usuários hóspedes, postados ao longo do tempo, sendo também descartados os comentários de hóspedes estrangeiros em outros idiomas. Para esta amostra, não foram considerados anúncios de hostels ou pousadas que compõem a oferta da plataforma.

Ao todo foram observados mais de 500 comentários de hóspedes, e destes, selecionados 121 comentários - postados na plataforma - e vinculados aos nove anúncios escolhidos. Desse total, 56 foram de hóspedes do sexo masculino, e 65 do sexo feminino, como demonstrado abaixo.

Tabela 1 - Anúncio / Comentários de Hóspedes

ANÚNCIO / COMENTÁRIOS DE HÓSPEDES	MASC	FEM	TOTAL
1. Loft com Vista ao Mar! Arcon Gym Piscina & Squash Apartamento inteiro · Salvador	9	9	18
2. Praia quase privativa. Beira mar no Rio Vermelho Apartamento inteiro · Salvador	12	16	28
3. Lindo Apartamento em Salvador – Graça Apartamento inteiro · Salvador	6	10	16
4. Quarto com banheiro privativo Quarto inteiro em apartamento	7	5	12
5. Quarto novo, lindo e aconchegante. Quarto inteiro em apartamento	2	4	6
6. Quarto com vista mar. Praia a 200 metros Quarto inteiro em apartamento	17	16	33
7. Quarto quadruplo - Aconchego e bom acolhimento! Quarto compartilhado em casa	2	4	6
8. Alugo casa loft - diária ou o mês. Quarto compartilhado em casa	1		1
9. Quarto compartilhado Casa Familiar. Quarto compartilhado Casa Familiar		1	1
TOTAL	56	65	121

Fonte: Elaborado pela autora

Os resultados quantitativos do estudo tenderam a encontrar critérios específicos de análise, facilitando na descomplexificação da compreensão do fenômeno comunicacional Airbnb. Nas quatro dimensões especificadas, inclinou-se a levantar narrativas para configurar possíveis agrupamentos e significados e, dessa forma, encontrar potenciais critérios de análise. Nesse contexto, no conjunto de textos veiculados aferiu-se, a partir de análise quantitativa, dentro da técnica de associação de palavras, três grandes grupos predominantes de imagem que mais se repetiram. A partir de então, foi possível estabelecer os critérios que poderiam dar contorno à pesquisa:

- Simulação – imagem da experiência da cena hospitaleira – sentir-se bem-vindo, confiança, segurança, satisfação, recomendação, retorno, viajante, experiência, hóspede, única, feliz, melhor, viagem, confortável, incrível, experimentar, vibração,

momentos, hospedado, uau, mágico, gostei, alegria, hóspede, acesso, aconchegante, sempre, estada, ótima, maravilhosa, excelente.

- Espacialidade – imagem da casa enquanto ninho – casa compartilhada, características do imóvel, localização, destino, viver como um local, traços da cultura local, lugar, cidades, diferente, moqueca, Bahia, descobrir, conhecer, Rio, baiana, piscina, armário, acarajé, cozinha, cidade, espaço, praia, estilo, apartamento, vista, Salvador, mar, localização, praia, local.

- Tatibilidade – imagem de amizade - intimidade, anfitrião, acolhedor, clima de intimidade e amizade, abraço, gesto, ensina, filho, filha, independente, atencioso, crescendo, tornando, gente, sinto, pessoal, orgulhoso, aprender, junto, vida, ama, e nomes dos anfitriões – agrupados enquanto anfitrião: Lucas, Ian, etc..

Dentro desses três critérios esperou-se responder quais processos envolveram a relação entre imagem, cultura e as experiências do cotidiano, tendo como base em cada critério o que segue:

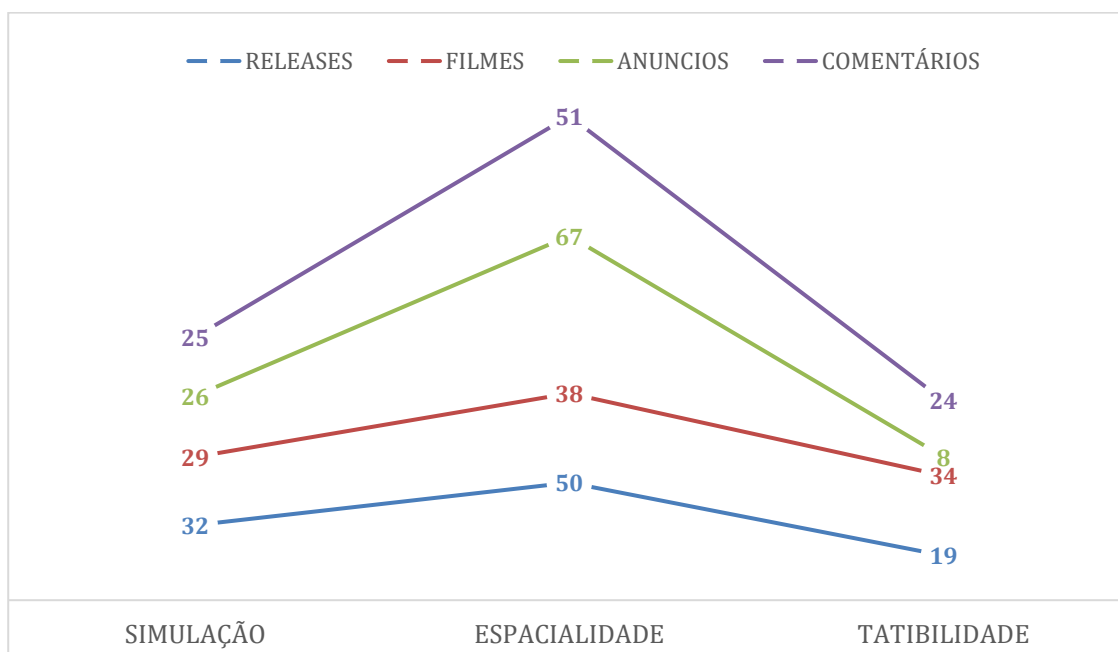
No aspecto Simulação, voltado para o simulacro da experiência da cena hospitaleira, foram observadas a representação da imagem de hospitalidade e o conteúdo das narrativas que envolvem usuários e fornecedores, a partir de estratégia voltada para a imagem idealizada da vida hiper-real. Nesse aspecto, foram observadas promessas de acolhimento que implicam em sentir-se bem-vindo em ambiente confiável e seguro.

No segundo critério relacionado, a saber: Espacialidade, estudou-se as características da casa e sua imagem enquanto refúgio, ninho. Priorizou-se ainda a localização e destino; particularidades e funcionalidades divulgadas; bem como o compromisso com a expectativa do viver como um local, e da possibilidade de aprendizado e inclusão ao ambiente e à cultura local.

No terceiro critério, voltado a aspectos da Tatibilidade, analisou-se a imagem de comunicação e dos sentidos de aproximação e distância, e de como estes são percebidos nos processos comunicacionais, ou seja, como o gesto, a fala, as imagens representadas na cena hospitaleira são dispostos para ressaltar a ideia do abraço, do aconchego, da intimidade e da amizade.

A planilha detalhada com a reunião de todas as palavras aparece no anexo 1. Abaixo, apresentamos um gráfico resumo que coloca o aspecto de espacialidade no centro, como aquele de maior incidência nas dimensões analisadas.

Gráfico 1 – Análise das Dimensões Pesquisadas



Fonte: Elaborado pela autora

A título de ilustração, segue figura decorrente da mesma distribuição de palavras na ferramenta <<https://www.wordclouds.com/>> e que representa o conjunto dos textos analisados. Nessa imagem, é possível também observar que os aspectos da Espacialidade se sobressaem na análise quantitativa que equilibra os dois outros critérios, Simulação e Tatibilidade, com destaque para o acolhimento do anfitrião, o conforto ea segurança oferecidos aos hóspedes, nas outras duas extremidades.

As palavras que mais se repetem são em ordem de importância: casa, hóspedes e anfitrião – o que aponta para a organização da cena hospitaleira e que tem a participação de hóspedes e anfitriões em ambiente doméstico e acolhedor – a casa compartilhada e, aparentemente, integrada à cultura local.

Eu estava viajando sozinha em um feriado em Londres, vinda do Texas, e o pequeno grupo que se reunia era exatamente o que eu precisava para me sentir confortável e bem-vinda na cidade. João de Quenzon City, Filipinas

Acompanhados de uma garrafa de vinho branco, aprendemos três pratos maravilhosos, e eu encontrei amigos com quem acabei saindo por todo o resto da minha viagem. Tiffany, de Washington DC

Eu estava um pouco apreensivo no começo, mas Julianne e seus amigos instantaneamente me fizeram sentir em casa. Não só a aula foi incrível, mas as vistas eram mágicas. Dançamos e observamos golfinhos e baleias na baía. Jayne de London, Reino Unido

Além disso, em diferentes momentos, a empresa traz dados e estatísticas que demonstram sua solidez como as informações abaixo, disponíveis no release – Caldas Novas, Canela e Fortaleza se destacam em ranking do Airbnb para viagens em família:

Nos últimos três meses – entre 1 de junho e 31 de agosto – cerca de 45 milhões de hóspedes ficaram em casas reservadas por intermédio do Airbnb em todo o mundo. Só no Brasil foram registradas no período mais de 395 mil chegadas de hóspedes, dessas, 75 mil foram de famílias que reservaram seus imóveis pela plataforma. [...] Confira as estatísticas e dados do Airbnb dos últimos três meses – entre 1 de junho e 31 de agosto. Estatísticas Globais, Chegadas de hóspedes 45M. Custo médio de \$50 por pessoa por noite (viagens em família nos EUA). Chegadas de famílias de 8M.

Em outros momentos, apela para descrever acomodações de forma convidativa, apontando para a imagem acolhedora do destino, do espaço e da diversidade de acomodações disponíveis na plataforma, como segue no conteúdo do release: Férias de julho com o Airbnb curtir o frio ou fugir dele:

Casa charmosa em Canela, RS - Essa casinha linda com três quartos e quatro camas tem até piso aquecido, para manter toda a família quentinha nas baixas temperaturas do Rio Grande do Sul.

Mansão nas montanhas em Campos do Jordão, SP - Com cinco suítes e a 10 minutinhos do centro de Capivari essa grande casa em Campos do Jordão tem capacidade para 12 pessoas. Para garantir que todos os convidados fiquem quentinhos, quatro lareiras estão espalhadas pela propriedade, que também conta com aquecimento central.

Apartamento de cobertura em Natal, RN - Com varanda e churrasqueira, esse apartamento de cobertura de dois dormitórios com vista para o mar ainda conta com uma bela piscina privativa.

Apartamento Beira-Mar em Maceió, AL - No bairro de Ponta Verde esse apartamento tem uma varanda com vista para o mar de Maceió.

Nesse âmbito, quando se associa as narrativas dos releases às imagens que o compõem, e ainda, às imagens disponíveis no site e incluídas ao longo desta

pesquisa quer-se acreditar que a plataforma evidencia o clima de amizade e a integração à cultura local, associada à hospedagem na casa compartilhada e na experiência de hospitalidade segura, confortável e sob medida para viagens de lazer. É importante destacar que a imagem constituída pela marca atinge o usuário a partir de suas crenças. Como aponta Baitello Jr. (2014, p. 22), a imagem vai muito além da visão. Ela atinge a todos os sentidos e acorda as imagens que trazemos conosco. As imagens endógenas povoadas com o imaginário cultural despertem uma pré-disposição para que o sujeito aceite como possíveis os registros externos ao corpo, parte da estratégia midiática e da construção da imagem da marca.

3.2 Filmes Publicitários

Sobre os filmes analisados, pode-se observar que os quatro episódios apresentam uma sequência lógica que simula a viagem de família em férias para Bahia, tendo como atores centrais Pai e Filha representando a imagem ideal e feliz da família em férias.

Os filmes, como a plataforma, ressaltam que Pessoas, Lugares, Amor e Airbnb constituem a hospitalidade contemporânea que abraça a todos que se aventuram ao movimento. Nesse panorama, no roteiro Pai e Filha, parece ser claro que felicidade está conectada ao consumo de viagens em lugares especiais – a casa compartilhada que lhes empresta a possibilidade de intimidade e amizade. Viajantes são afinal bem-vindos. Essa imagem que representa o vínculo humano, só possível a partir da viagem de férias, aponta para a construção de imagem que mantém o sujeito como parte de um imaginário e de sonhos pré-fabricados pelas estratégias midiáticas, tocando as emoções e gerando sensações e ressignificação do que se entende pela experiência de hospitalidade instituída no arcaico e agora, consumida no virtual para gerar uma pré-disposição de consumo. Assim, sujeitos se tornam, ao que tudo indica, cada vez mais parte do sistema, enredados pela comunicação midiática. E nessa virtualização da experiência, o sujeito se constitui, como afirma Baitello Jr. (2014), como parte de uma rede, de uma corrente, de um grupo, ou de um imaginário e não como sujeito:

A constituição de uma sociedade entômica requer uma crescente uniformização dos meios de comunicação, do consumo, dos hábitos, das necessidades e dos imaginários. [...] Assim como os vínculos humanos ancestrais, nascidos do movimento de uns em direção a outros e de todos em direção ao horizonte desconhecido, os vínculos constitutivos da sociabilidade primordial são construções indissociáveis das emoções que se

formaram também a partir dos múltiplos movimentos no espaço interior, também podem ser passíveis de uma crescente entomização (BAITELLO JR, 2014, p. 24).

Nesse panorama, os filmes apresentam personagens que se parecem com o consumidor e tocam o sujeito no que se configura como imagens endógenas vinculadas ao que este traz em seu interior, atualizando sua compreensão e imaginação sobre a temática – experiência em hospitalidade a partir do que vem do exterior – a mídia. Por isso, a construção da imagem registra atores que atuam como membros de uma família comum, classe média alta e não como celebridades. Nas cenas, eles aparecem compartilhando como se sentem com relação à viagem, sempre em primeira pessoa, o que empresta ao discurso um tom de amizade e intimidade testemunhal.

As narrativas parecem conduzir o expectador para dentro da cena hospitaleira, composta por elementos da cultura local que trazem implícita a possibilidade de aproximação e do encontro, que ao viajar e hospedar-se em casas compartilhadas, são oportunizadas pela plataforma. O anfitrião, embora não apareça, faz-se presente em diferentes momentos, como na cena 0'29, do filme 1, ao deixar uma mensagem na lousa, próximo à entrada da casa, com os dizeres – Bem-vindos – para o qual o ator que representa o Pai, no episódio, em resposta, desenha um sorriso.

3.3 Filme 1

Figura 15 – Cena, 0'11, Bahia e a Viagem dos Sonhos em Família



Fonte: Airbnb

Título: Bahia e a Viagem dos Sonhos em Família | Brought to You By | Airbnb.

Apresentação: O que acontece quando pai e filha descobrem uma nova vibração juntos na Bahia? Nessas férias, viva lá com o Airbnb.

O primeiro filme analisado tem linguagem coloquial, tom testemunhal e leve. Ele simula a viagem de férias em família e apresenta momentos de felicidade na cena hospitaleira. E embora coloque na voz do pai temas densos e atuais, como separação,

diversidade, encontro e desencontro; as questões da hospitalidade prevalecem. Neste primeiro episódio, na cena 0'11, por exemplo, a filha se despede da mãe que permanece na casa onde moram no Rio de Janeiro, para seguir com o pai para a viagem de férias na Bahia.

Nessa sequência de imagens entre o pai tocar a campainha da casa onde mãe e filha moram, e a filha se despedir da mãe, no áudio, o pai afirma: “Eu não tive medo de sair do armário. Muito pelo contrário. Eu achava que era urgente. Achava que ela tinha que saber disso do pai”. Na imagem, filha e pai abraçados caminham juntos para o carro quando finalmente começa a viagem de férias.

Na cena 0'15, enquanto o pai continua a narrativa se apresentando ao espectador, a filha localiza no Ipad a página da plataforma Airbnb, com imagem da casa onde se hospedarão na Bahia. Desde o início da viagem até a chegada ao local/destino, fica clara a opção pela plataforma, com a justificativa de que hospedagem em “casas compartilhadas” tornam as “coisas” mais pessoais e possíveis, como comentado na cena 0'23, em que o pai ao chegar à casa compartilhada afirma: “hospedar-se em ‘casa’ torna as coisas mais pessoais”. E é com esse enfoque que tudo transcorre ao longo da narrativa. Talvez seja esse o ponto principal da mensagem que traz a hospitalidade para o centro da cena hospitaleira, onde estão representados os valores imagéticos da casa, do hóspede e do anfitrião.

No início do filme, do traslado até a casa compartilhada Airbnb, nas cenas de 0'0 à 0'23 temas mais densos como a decisão do pai de viver sua vida, a separação, a opção sexual e a falta de tempo para aproveitar a companhia da filha, e ao se aproximarem do destino, da cena 0'23 até 0'48, quando o filme se encerra, muda-se o tema, a trilha sonora, as narrativas e as imagens, agora com assuntos mais leves como as expectativas da viagem de férias, sobre a alegria e a felicidade presentes na cena hospitaleira.

Depois do “desabafo e da apresentação do pai”, com a chegada na casa, inicia-se o tempo das desejadas férias e as possibilidades de encontro e felicidade. É lá, na “morada”, ou melhor, na casa compartilhada, que fica latente a relevância do hospedar-se em uma casa para usufruir da experiência de hospitalidade, felicidade, aconchego e intimidade, sentir-se bem-vindo, como apontado na cena 0'29, quando o pai responde à mensagem do anfitrião, “Bem-vindo”, com um sorriso.

É a partir da chegada na casa que tudo se transforma com a sensação de bem-estar, descoberta e interação local. Na cena 0'42, o pai comenta sobre as

descobertas, a vibração e o estilo de vida encontrados na casa disponibilizada pela plataforma - lugar de aconchego em família - seguro e confortável, que é diferente daquele que se habita.

A partir daí, a dinâmica se altera para pai e filha, e o vídeo passa a abordar a cultura local. Nas cenas que seguem, a partir do 0'47, a experiência toma conta da tela com cenas da cultura local. Ganham relevância temas como gastronomia, a música e a dança que são incorporadas à cena hospitaleira integrando o estrangeiro ao habitante e consolidando a imagem de viver como um local.

Ao longo de todo o vídeo, os temas que trazem as questões da tatibilidade aparecem. A cumplicidade expressada pelo pai sobre a felicidade, na cena 1'13 já perto do encerramento do filme: Pai: "Você não ensina um filho a ser feliz, dizendo seja feliz. Você ensina o seu filho a ser feliz, sendo feliz".

Seguida de cenas de intimidade, em que o abraço e o sorriso se fazem presentes, somados às narrativas que reforçam o tom de amizade em cujo centro está a hospedagem na casa compartilhada, compondo o simulacro da cena hospitaleira. A imagem da felicidade experimentada é retratada como consequência da escolha pela plataforma. Construída na medida em que há o encontro e a sensação de pertencer e experimentar viver naquele local.

3.4 Filme 2

Figura 16 – Cena, 0'18, Novas Vibrações em Família



Fonte: Airbnb

Título: Novas Vibrações em Família nas Praias da Bahia | Brought to You By | Airbnb.

Apresentação: Eles viveram juntos experiências únicas na Bahia. Você também pode curtir férias cheias de novas descobertas em família. Reserve uma casa no Airbnb.

Em parte, as imagens do primeiro episódio são reeditadas nesse segundo capítulo, e a estas são acrescentadas novas cenas e novo roteiro. E se no primeiro capítulo no centro estava a felicidade da vida na casa compartilhada, no segundo filme, a possibilidade de ser feliz e experimentar descobertas na simulação da imagem

de experiência da cena hospitaleira permanece em destaque. Os temas analisados: simulação da cena hoteleira, espacialidade e tatibilidade continuam presentes.

Na cena 0'01, o pai abre o vídeo com uma frase que aponta para a importância da vida em família, para a educação dos filhos e a felicidade de presenciar tudo isso. Pai: “Você ensina um filho a ser feliz, sendo feliz. Me sinto confortável de vê-la crescendo e se tornando independente”. Logo a seguir, a imagem veiculada é da chegada da família na casa. E, mais uma vez, o pai, na cena 0'08, reafirma estar orgulhoso com a atitude da filha. Pai: “Me sinto confortável de vê-la crescendo e se tornando independente. Nessa viagem eu comecei a vê-la fazer isso e fiquei orgulhoso disso”.

As cenas que seguem registram a interação de ambos à cultura local, com imagens num formato de video-clip e trilha incidental, apresentando elementos que remetem à integração, à cultura local e a descobertas no destino, como: o passeio a cavalo na praia, as brincadeiras e o contato com a música e a dança – características da população local que são retratadas e dão eco ao tema da campanha: “Vivá-la”.

O filme segue até que, ambos retornam à casa compartilhada em clima de felicidade, aconchego e intimidade. É na cena que se passa na cozinha da casa que valoriza a questão da espacialidade em que ambos se encontram em clima de intimidade e amizade. A cena 0'18 mostra o pai preparando uma massa e consultando a filha sobre a nota do prato, depois de degustado. Pai: “Oh, ‘Mi’, de 1 a 10 qual nota você dá para o meu macarrão, que eu fiz”. Filha: “5!” Pai: “5!!!! Ah, não, vai?!! Pai e Filha, rindo. Ambos parecem estar satisfeitos com a hospedagem e com o estilo de vida proporcionado pela estada ao longo das férias, o que aponta para total integração dos hóspedes na região e destaca o sentimento de liberdade e do agir da forma como quiserem. Nesse filme, aparentemente, os diálogos e as imagens remetem à felicidade, que é proporcionada pelo estar junto, pelo encontro que traz aprendizado ao tempo em que se desvenda a região. Na cena final, 0'25, ao anoitecer na casa, no conforto da hospedagem, parece que o dia encerrado com a preparação do jantar como “em casa”, torna tudo mais familiar, embora eles estejam experimentando a vida de outra forma, em outro cenário, outros costumes.

3.5 Filme 3

Figura 17 – Cena, 0'18, uma nova dimensão chamada Bahia



Fonte: Airbnb

Título: Uma Nova Dimensão Chamada Bahia | Brought to You By | Airbnb.

Apresentação: Isso é o que acontece quando pai e filha viajam para conhecer novas culturas, sabores, pessoas. Conheça outros mundos no Airbnb.

A simulação da cena hoteleira, quando observados do ponto de vista da espacialidade e tatibilidade, no episódio três, é ampliada em relação aos vídeos anteriores ganhando novos contornos. Nesse episódio, são acrescentados elementos simbólicos da cultura local: gastronomia, arte de rua, dança, música e arte popular, que são acionados à medida que a câmera acompanha, pai e filha, nas ruas da cidade.

É a partir dessa associação que se dá, aparentemente, a integração familiar com membros da comunidade local, ao mesmo tempo em que os aproxima permite a eles que se integrem à comunidade de modo a se sentirem como se morassem lá, como se fossem, de fato, parte da cultura orgulhosos de pertencer ao local.

A abertura do vídeo traz imagens da região onde os personagens estão hospedados na Bahia: ruas da cidade, restaurantes locais, artistas de rua, todos acompanhados pela narrativa da filha que na cena 0'02 afirma: "Se eu pudesse viajar para qualquer lugar no espaço eu iria para outra dimensão". Um lugar acolhedor onde a felicidade integraria a cena hospitaleira, como no discurso que abre a cena 0'16 trazendo imagens de artesão trabalhando, pratos da culinária regional, grupos de música e de membros da comunidade que representam o povo baiano e que fazem fundo para a narrativa da filha. Da cena 0'20 a 0,22, há quatro imagens diferentes, dois homens e duas mulheres remetem à cultura local.

No discurso da filha, a narrativa fala da imagem de um lugar utópico, único, próximo ao que estão experimentando na Bahia. Na cena 0'16, a filha diz: "Seria tipo só um lugar sem problemas, sem presidente, essas coisas, sem guerra, todo mundo com direitos iguais e com poder de divulgar sua cultura, falar sobre sua cultura, um lugar melhor".

Ao final, a imagem da filha na praia e depois no fechamento do filme acompanhada de seu pai retorna à casa onde é simulado um jantar doméstico, na cozinha. Aos 0'23 com o texto “Acho que é isso”, a filha resume a sensação de felicidade e bem-estar encontrada na cena hospitaleira que, aparentemente, atesta que hospedar-se em casas compartilhadas que refletem a cultura local permite momentos de integração e intimidade.

De fato, nesse episódio, a narrativa é feita sobre um clip de imagens com cenas marcantes dos filmes anteriores que representam a imagem de intimidade e amizade decorrentes da hospedagem e do momento de férias que compõe também os episódios 1 e 2, incluindo agora as imagens que destacam outras possibilidades para tratar da vida no destino.

Além da cultura local, neste terceiro episódio, temas como diversidade, política e qualidade de vida são colocados na voz da “filha” de forma irreverente, mas deixando claro a associação de imagem da marca a temas contemporâneos, o que empresta ao filme mais atualidade.

3.6 Filme 4

Figura 18 – Cena, 0'44, novos sons, cores e sabores



Fonte: Airbnb

Título: Novos Sons, Cores e Sabores em Família na Bahia | Brought to You By | Airbnb.

Apresentação: Um mundo de novos sons, cores e sabores esperava por eles na Bahia. Descubra o que espera por você nessas férias no Airbnb.

Na cena 0'01, quando o pai abre a porta da casa compartilhada e exclama: “Uau!!!!”, a imagem projeta a satisfação com a hospedagem em uma “casa”, o que remonta à imagem de experiência em hospitalidade, uma cena que é ao mesmo tempo parte do cenário doméstico, cotidiano e de descoberta hospitaleira. Um lugar onde ao se sentirem bem-vindos faz da escolha do destino das férias na plataforma a escolha por um lugar seguro, confiável e confortável.

Trata-se de um tipo de hospedagem “diferente” e, por isso, o discurso da filha, na cena 0’08, que diz: “A coisa mais importante para mim em viajar é conhecer a cultura do lugar”. Ela insinua que o viver como um local, hospedado em casa da região, torna a integração com a cultura local mais possível. Aparentemente é como se os hóspedes emprestassem a vida do anfitrião por alguns dias.

Nesse sentido, a imagem construída de ‘abrir a porta da casa compartilhada’ traz o significado de finalmente entrar e fazer parte da cena hospitaleira que remete à felicidade, à troca, à intimidade em lugar de aconchego, onde o abraço se faz presente e possível desde o arcaico.

Os critérios de espacialidade aparecem em diferentes momentos vinculando à hospedagem, à viagem, ao destino diferenciado e à cultura local em sua unicidade. Quando a filha afirma, na cena 0’14: “Quando eu cheguei na Bahia queria muito experimentar acarajé e moqueca, daí, quando comi, gostei muito. O gosto é muito diferente”, remonta ao que é singular. Ao que só é possível no local. Ela continua na cena 0’26: “Eu achei o ar bem diferente. Ar mágico de praia. É muito diferente do que tem no Rio”. E que reflete e instiga o espectador a também experimentar o destino, a hospedagem, a experiência da casa compartilhada e de todo o simbolismo cultural que remete.

Narrado pela “filha” tonar-se verossímil e confiável e, ao apresentar linguagem simples, aponta para ressaltar a felicidade de conhecer aspectos da cultura local como o diferencial do destino, o frescor do lugar e a possibilidade de esquecer – mesmo que por um tempo – a vida como ela é, para mergulhar na imagem das férias em família. O terceiro critério avaliado da tatibilidade está presente em muitas imagens em que pai e filha, mais próximos, como num encontro, transbordam amor e felicidade. Os gestos, as brincadeiras, o abraço, tudo remete ao afeto e à amizade.

Na cena 0’36, a filha finaliza: “Meu pai, ele ama a Bahia e ele falou assim: é o melhor lugar que a gente já viajou. A gente vai ficar mais junto em uma casa alugada, só eu e ele e esquecer um pouco do Rio”. Com enredo que complementa os vídeos anteriores reforça os diferenciais de se hospedar em uma casa compartilhada que traz a imagem de intimidade e integração local que leva a felicidade de acolher e de ser acolhido.

Neste, como nos episódios anteriores, destaca-se a imagem de experiência em hospitalidade que acontece na casa, isto é, na simulação da cena hospitaleira integrada ao destino e apontando para convidar os espectadores a experimentar a

imagem de aconchego, confiança e segurança: a hospedagem em destinos de férias compartilhados.

3.7 Anúncios de Anfitriões

O que torna atraente a análise e a escolha pela hospedagem, via plataforma, são os anúncios publicados pelos anfitriões que são os fornecedores e também usuários, dentro do sistema. A plataforma nesse sentido conecta pessoas facilitando o encontro por vir no concreto. Nesse contexto, o usuário tem o testemunho do anunciante e o endosso da marca que garante confiabilidade e credibilidade enquanto mediadora de ambos hóspedes, ou viajantes e anfitriões, constituindo a imagem positiva e hospitaleira baseada em cenas comuns àqueles que viajam e se encantam com novas descobertas.

Padronizados em função de formato e ordem dos temas, o que os diferencia são as particularidades do imóvel e o tipo de acolhimento do anfitrião, o que gera a imagem de diversidade de oferta e, por consequência, de valor para o viajante, como orientado pela plataforma no texto a seguir:

Por que hospedar no Airbnb? Não importa o tipo de casa ou quarto que você tem para compartilhar, o Airbnb torna mais fácil e seguro ganhar dinheiro e alcançar milhões de viajantes que buscam espaços únicos para ficar, exatamente como o seu. Você está no controle. Com o Airbnb, você tem controle total da disponibilidade, dos preços, das regras da casa e de como interagir com os hóspedes. Você pode definir os horários de check-in e cuidar do processo como quiser. Estamos ao seu lado em todas as etapas. O Airbnb oferece ferramentas, dicas de hospitalidade, suporte 24 horas por dia, 7 dias por semana, e uma comunidade online de anfitriões experientes que respondem a perguntas e compartilham ideias para chegar ao sucesso.²²

Entendido o formato e as possibilidades de ter o anúncio atraente basta que o anfitrião tenha uma boa avaliação para se destacar. Os anúncios em destaque são listados em função da pontuação do anfitrião e servem como estímulo para que este continue a exercer a função do bom acolhedor inspirando outros a seguirem o mesmo caminho.

Os anúncios têm espaço de destaque na plataforma com imagens e textos que apresentam o anfitrião, bem como detalham a imagem da cena hospitaleira, além de oferecer orientações de acesso, uso, etc. A partir de narrativas, tornam-se um convite

²² Texto extraído da plataforma Airbnb sobre como tornar-se um Anfitrião. Disponível em: <www.airbnb.com.br/host/homes?from_nav=1>. Acesso em: 25 jan. 2018.

à locação das casas compartilhadas e, por consequência, a geração de renda extra de forma segura e confiável, como destacado na plataforma:

Como ser um anfitrião Airbnb? 1. Crie seu anúncio. É fácil e gratuito criar um anúncio no Airbnb. Descreva seu espaço, quantos hóspedes você pode acomodar e adicione fotos e informações. Nossa ferramenta de preços pode recomendar tarifas competitivas, mas o que você cobra fica a seu critério. 2. Receba seus hóspedes. Conheça os hóspedes antes da chegada trocando mensagens com eles em nossa plataforma. A maior parte dos anfitriões limpa os espaços que os hóspedes podem usar e fornece itens essenciais como lençóis limpos, toalhas e papel higiênico. Você pode receber os hóspedes pessoalmente com uma chave ou enviar a eles um código de acesso para a porta. 3. Com sistema de pagamento seguro do Airbnb, você nunca precisa lidar com o dinheiro diretamente. Os hóspedes são cobrados antes da chegada, e você é pago automaticamente após o check-in, menos os 3% da taxa de serviço. Você pode ser pago pelo PayPal, depósito direto ou transferência internacional, entre outras formas.²³

Ainda segundo a plataforma²⁴, é possível criar um anúncio e fazer parte da comunidade em alguns minutos. Para tanto, é preciso ser proprietário, estar disponível para fazer parte da comunidade e seguir o passo a passo, proposto pelo formulário de criação de anúncios:

Você pode criar um anúncio na seção Anfitrião do seu perfil. Depois que você publicar seu anúncio, pode demorar até seis horas para que ele apareça nos resultados de busca. " Crie um Anúncio respondendo: Que tipo de espaço; residência ou hotel; número de pessoas que acomoda; tipo: condomínio, hospedaria, casa, edícula, suíte, casa de férias, barco, bangalô, casa de campo, castelo, gruta, chalé, cabana, iglu, ilha, etc.; organizado exclusivamente para hóspedes ou não; número de quartos; camas; tipos de camas; número de banheiros; endereço; comodidades oferecidas; áreas que podem ser usadas pelos hóspedes; fotos; título do anúncio, configurações de reservas; calendário; preço.

São estas as regras e formatação que ajudam o anfitrião a organizar as ideias e a divulgar o que é relevante para o hóspede, priorizando narrativas e histórias que expõem seu jeito de ser e acolher e, ainda, organizar sua morada para bem-receber.

E embora se tenha conhecimento de que há um modelo a ser seguido, a narrativa e o que se destaca em cada anúncio é de responsabilidade do anfitrião que conhece a região, a casa e estabelece como esta poderá ser utilizada ao longo da estada, fazendo com que cada anúncio tenha um texto personalizado. Nesse sentido,

²³ Texto extraído da plataforma Airbnb sobre como tornar-se um Anfitrião. Disponível em: <www.airbnb.com.br/host/homes?from_nav=1>. Acesso em: 25 jan. 2018.

²⁴ Regras de como criar e postar anúncio na plataforma. Disponível em: <www.airbnb.com.br/help/article/1336/how-do-i-create-a-listing-on-airbnb>. Acesso em: 15 jan. 2018.

mesmo tendo um formato proposto determinado previamente, tornam-se diferentes entre si e oferecem produtos que não se assemelham, mesmo dentro das categorias criadas.

Face ao exposto, a constituição da imagem da experiência em hospitalidade parece fazer parte do imaginário que é constituído a partir dos anúncios e histórias narradas por anfitriões, proprietários das casas compartilhadas.

Assim, para análise desta dimensão, selecionou-se nove anúncios de anfitriões com seus diferenciais e atrativos. Do total, seis ou 66%, por exemplo, seguem as regras sugeridas pela plataforma com informações completas sobre: imagens do imóvel; tarifa; enunciado com diferenciais da hospedagem; número de hóspedes; quartos, camas etc.; o espaço; acesso aos hóspedes; interação com os hóspedes; outras observações; e por fim, um perfil do anfitrião que é mais uma apresentação pessoal. Os outros três ou 33% deixam lacunas no formato proposto e divulgam somente parte do conteúdo sugerido como padrão ideal. Apesar disso, ao ler um e outro anúncio, do mais completo ao mais simplificado, cria-se a sensação de que os dados propostos para um bom anúncio estão lá para ajudar o potencial hóspede a tomar sua decisão. As narrativas são acolhedoras e cuidadas para reproduzir o discurso da amizade.

Por fim, diferentes entre si na forma e na narrativa, os discursos são personalizados, possuindo em comum o tom coloquial, que convida para a experiência da hospitalidade e a cultura local. Complementados por imagens do destino ou da acomodação oferecem informações e reforçam a chamada para que o viajante, ou futuro hóspede, venha sem medo e pronto para sentir-se “em casa”.

À luz dos critérios estabelecidos para a análise: Simulação, Espacialidade e Tatibilidade, observaram-se nos anúncios selecionados as seguintes questões.

Considerando o critério de simulação da cena hospitaleira, os anúncios apresentam em detalhes o que a casa, acomodação ou lugar oferecem e disponibilizam; ressaltam o que se espera do hóspede; e de forma objetiva, esclarecem como o anfitrião pode e deve ser acionado para qualquer questão relativa à hospedagem. A linguagem é direta, clara e de fácil entendimento, mantendo um clima de amizade e proximidade, que reitera que hóspedes são sempre bem-vindos, e anfitriões totalmente disponíveis. Em 100% dos anúncios, ganham destaque a localização e o acesso; as possibilidades de turismo no entorno e, ainda, dicas importantes para quem vai “morar” no lugar por um determinado tempo:

supermercados, bancos, restaurantes, parques, praia, ônibus, taxi, etc., tudo mencionado para facilitar e viabilizar o “viver como um local”.

Destaca-se, nesse sentido, narrativas presentes nos anúncios e que remontam ao critério da espacialidade proposto. Os anfitriões ao oferecer informações detalhadas sobre suas casas, incluindo, equipamentos e diferenciais exercitam a hospitalidade que desperta a confiança e a segurança. Além disso, explicam detidamente para o hóspede em potencial onde estão localizados, qual o melhor acesso e o que há nas proximidades, de modo a dar confiança e segurança para o viajante viver como se, de fato, morasse lá.

Apartamento todo reformado, moderno, aconchegante e amplo. Uma suíte, 2 quartos, 2 salas, 2 sanitários, varanda, cozinha e área de serviço. Localizado em um bairro tranquilo, fica próximo da praia, de restaurantes, bares, supermercados, shoppings e vizinho a um grande parque. (Anúncio 5)

Meu espaço é perto de o aeroporto, parques, belas paisagens, bancos, restaurantes famosos, bares, shopping, arte e cultura. Você vai amar meu espaço por causa de a área externa, a iluminação, a cama confortável, o quarto climatizado (ar condicionado) a cozinha, o bairro, conveniência, tranquilidade [...] (Anúncio 4)

Casa em local tranquilo, perto das dunas e da praia também. Simplicidade e alto astral são nossa marca registrada! (Anúncio 7)

A seguir, trechos dos anúncios selecionados que falam sobre as regras da casa e da expectativa de como o hóspede deve se comportar para ser bem avaliado e, dessa forma, bem-vindo:

Os hóspedes são como nossas visitas, então fiquem à vontade para utilizar a cozinha, deitar na rede, assistir TV ou filme. Você poderá escolher alguns dos nossos livros na nossa minibiblioteca para ler durante sua estadia (Anúncio 7)

Você vai amar meu espaço por causa da área externa, a iluminação, a cama confortável, o quarto climatizado (ar condicionado) a cozinha, o bairro, conveniência, tranquilidade. Meu espaço é bom para casais, aventuras individuais e viajantes de negócios. Ofereço toalhas e sabonete. (Anúncio 6)

Pessoas legais e que não destruam minhas coisas são bem-vindas, tudo é negociável, valores quantidade de pessoas, café da manhã, datas... até mesmo porque não pretendo mexer no espaço, é possível providenciar mais colchões. A casa é uma delícia e especial, por isso você também tem de ser especial!! (Anúncio 8)

Na sequência, trechos das narrativas que apresentam os anfitriões apontando para um discurso que se destaca pelo tom que remete à familiaridade e amizade, valorizando elementos da experiência hoteleira. Esse aspecto, dentro do critério da

Tatibilidade, foi observado em todos os anúncios analisados quando anfitriões literalmente dão as boas vindas e convidam o potencial hóspede para, ao hospedar-se, sentir-se em sua casa.

Oferecemos um lar com sorrisos, respeito e boas energias, onde cada pedacinho foi planejado para ser um recanto de paz, pois acreditamos que um meio de hospedagem deve ir além do simples abrigo. Estamos perto da praia, aeroporto, restaurantes e ponto de ônibus. Você vai amar este espaço porque é gostoso e aconchegante, ambiente tranquilo, ideal para quem quer relaxar mesmo estando em uma capital. (Anúncio 7)

Estarei em casa para recebê-los e passar todas as orientações que necessitarem como que ônibus tomar, onde comer, cuidados com segurança, lugares para visitar etc. (Anúncio 4)

Venha se sentir em casa baiana! Ficamos em Sto. Antonio, um bairro tranquilo, bonito, com bares, mercados e uma vista linda para a baía de todos os santos. Ótimo lugar para relaxar, conhecer a cultura, experimentar a comida, pertinho do centro histórico o Pelourinho! O espaço - A casa conta com vários quartos: 1 de Casal, 1 de 4 pessoas e outro de 9 pessoas. Todos com banheiro dentro, tem cozinha compartilhada, sala de estar e um quintal grande ao ar livre. Acesso dos hóspedes - WIFI, cozinha, ventilador, roupa de cama e utensílios. Interação com os hóspedes - Nossa família trabalha e fica em casa procurando o bem-estar dos hóspedes, adoramos bater papo e cozinhar comida típica baiana para vocês! (Anúncio 9)

Em quatro anúncios elencados, observou-se narrativas com as histórias de vida dos anfitriões e de como estes se sentem ao acolher o viajante. Esse comportamento, mais uma vez, aponta para a constituição da imagem de clima de amizade e intimidade que valoriza a simulação da hospitalidade, oferecendo conforto na hospedagem em lugar seguro, também encontrados em outros textos nos anúncios postados pelos anfitriões.

Sou pai e viajante da Bahia. Trabalhei remotamente em diferentes lugares, cidades e países e conheço a importância de estar conectado e disponível em todos os momentos (Anúncio 1)

Estou sempre disponível para os meus hóspedes. Estou on-line o tempo todo! Nem sempre poderemos nos encontrar pessoalmente, pois moro em Brasília! Mas não se preocupe você terá apoio sempre que precisar. Olá meu nome é Rafael Ribeiro, tenho 32 anos. Atualmente moro em Brasília-DF, mas o apartamento está disponível em Salvador-BA com todo o conforto que você precisa. Assim como você, eu adoro viajar! E acredito que viajando cada vez mais nos tornaremos sempre uma pessoa melhor! Sinta-se em casa! (Anúncio 3)

Potiguar radicado na Bahia que adora circular pelo mundo. Gosto de conhecer gente nova e trocar experiências de vida e de viagens. Estou sempre disposto a ajudar no que for possível, seja você meu hóspede ou não. (Anúncio 2)

Três amigos que compartilham uma casa com lindas energias. Gostamos de boa comida, viagens, música e longos papos. Você será bem-vindo! (Anúncio 7)

3.8 Posts de Hóspedes

Na concepção do exercício da hospitalidade em ambiente doméstico, que compreende uma série de regras, voltadas para acolher, entreter, alimentar e despedir, a plataforma divulga em seu site o padrão e a expectativa sobre a comunidade Airbnb. A partir dessas regras fica estabelecida a preocupação da plataforma sobre o bem-estar de seus usuários, compondo a imagem de hospitalidade e de experiência única, embora comercial.

Nesse âmbito, da mesma maneira que os anfitriões são estimulados a adotar em suas narrativas o que vende na imagem da cena hospitaleira; a plataforma, em diferentes momentos, aborda temas que instituem as expectativas Airbnb sobre padrões da comunidade, que auxiliam hóspedes a conhecer o que se espera do viajante, quando na cena hospitaleira, como segurança, respeito, honestidade e confiança.

Criar um mundo onde todos possam se sentir em casa exige uma base de confiança. À medida que o Airbnb cresce, é importante valorizarmos e seguirmos nossos padrões, que são a base da nossa comunidade global e servem para transmitir nossos valores e guiar comportamentos. Isso não significa que são padrões fixos; este é um documento vivo e dinâmico — estamos sempre repensando nossa abordagem à medida que aprendemos com a comunidade o que é melhor para o Airbnb. Junto com ela, definimos cinco padrões que nos guiam e trabalhamos sempre para garantir que eles sejam seguidos.²⁵

Ainda dentro da plataforma, as orientações para potenciais hóspedes vão desde a escolha do lugar, as reservas, até chegar aos critérios que devem ser observados durante a reserva de hospedagem e a experiência vivida. Temas voltados para a segurança são encontrados como alertas, a exemplo do texto a seguir que parece interferir também na forma como são elaborados depoimentos e comentários, depois da experiência.

Busque e reserve com segurança. Encontre exatamente o que procura aproveitando nossos filtros de busca, como preço, tipo de acomodação e comodidades. Achou um espaço que lhe agrada? Não esqueça de ler por completo o perfil do anfitrião e do anúncio ou das descrições das experiências — com atenção especial para as comodidades, as regras da casa, os requisitos de viagem e a política de cancelamento. Leia as avaliações e

²⁵ Texto na íntegra no *site* da empresa. Tema: Sua segurança é nossa prioridade – Padrões da Comunidade. Disponível em: <www.airbnb.com.br/trust/standards>. Acesso em: 25 jan. 2018.

comentários. Para ajudar a escolher o espaço que mais combina com você, dê uma olhada no feedback deixado pelos últimos hóspedes. Lá você encontrará as avaliações sobre a qualidade de coisas como limpeza e precisão, além de comentários detalhados com feedback real sobre a experiência. Os hóspedes só podem deixar um comentário após completarem a estadia com o anfitrião em questão, ou seja, você tem a tranquilidade de saber que cada feedback é baseado em experiências reais. Tire suas dúvidas. Nossa ferramenta de mensagens segura é uma maneira fácil e segura de você tirar suas dúvidas sobre a experiência ou acomodação de um possível anfitrião antes de realizar a reserva. Depois que a reserva for realizada, você também pode trocar mensagens com seu anfitrião para organizar o check-in e manter o contato durante a viagem. Sempre se comunique e realize pagamentos dentro do Airbnb [...] faça uma verificação de segurança. Assim que você chegar à sua acomodação ou experiência, descubra onde ficam os equipamentos de emergência relevantes e onde se encontram as informações de segurança. [...] pesquise sobre alertas e avisos de viagem da região. [...] Estamos à sua disposição 24 horas por dia, 7 dias por semana.²⁶

E se para a plataforma, “cada acomodação e experiência no Airbnb é única”, a mesma imagem impacta hóspedes e aponta para aguçar a curiosidade e o desejo de fazer do ato de viajar um estilo de vida que suscita o desejo de se mover para, a cada hospedagem, encontrar novas formas de compartilhar experiência.

Dentro deste contexto, os comentários dos hóspedes, assim como os anúncios dos anfitriões, são balizados pelas orientações da plataforma, de modo a torná-los desejáveis também dentro do sistema. Nesse sentido, o tratamento que um e outro recebe no exercício da hospitalidade, seja no acolhimento, na organização do espaço, na assistência a possíveis problemas, ou no auxílio para que se localizem na região, aproveitando o que a cultura regional tem a oferecer, automaticamente aparecem estampados nos comentários de hóspedes como observou-se.

Levando em conta os três critérios previamente definidos nesta análise: Simulação, Espacialidade e Tatibilidade, todos estão de alguma maneira representados nas dimensões analisadas sobre os posts com depoimentos, o que indica verdade e confiança nas narrativas.

Nesse contexto, em geral, os comentários são elogiosos, o que aponta para, de certa forma, estabelecer vínculo entre usuários e plataforma, visando atingir outros potenciais hóspedes a se hospedar via plataforma dentro do imaginário midiático constituído e que indica a segurança e confiança no sistema. Então, agradecimentos ao anfitrião, elogios sobre a estada, a localização e as instalações e comodidades

²⁶ Texto extraído da plataforma sobre o tema VIAJANDO com dicas para o hóspede. Disponível em: <www.airbnb.com.br/trust/standards>. Acesso em: 20 jan. 2018.

oferecidas, de algum modo, além de endossar o anúncio, explicam aos outros hóspedes em potencial o que se pode esperar da estada e da viagem futura.

Por isso, com relação ao aspecto da Simulação que trata dos temas voltados para satisfação com a cena hospitaleira e a felicidade, os comentários têm felicidade e satisfação com o serviço registradas constantemente. Do total de 118 comentários, 98,4% dos hóspedes ficaram satisfeitos com a experiência de hospedagem e se sentiram bem-vindos na cena hospitaleira. Somente 1,6% da amostra incluiu comentário negativo, mas ainda assim, se sentiram satisfeitos com a experiência total.

As moradoras têm hábitos comedidos e discretos; não há som alto ou cheiros fortes (frituras, perfumes, etc.); A vizinhança é tranquila, permitindo descanso em qualquer horário. Pontos negativos: para acessar o local a partir do ponto de ônibus ou da área comercial mais próximos é preciso subir logo de cara uma ladeira de 250m e caminhar mais 250m, o que é desconfortável para quem está a pé; O quarto é de face para o poente, o que força o hóspede a baixar o blackout a partir das 13h30 até o pôr do sol... O ar condicionado funciona bem, mas com tudo fechado no quarto tem-se a sensação de clausura. (Airton, nov2017, Anúncio 4)

Dos depoimentos publicados e inseridos na amostra, 34% recomendam a experiência para potenciais hóspedes, e 18% afirmam que retornarão à casa e ao destino.

A localização é bem adequada para quem deseja estar ao mesmo tempo próximo a uma das melhores praias da região de Salvador e também do aeroporto. Os anfitriões foram muito receptivos, sendo pontuais nos horários acordados. Assim, eu recomendo pousar na residência. (Wellington, ago2017, Anúncio 7)

Voltarei novamente e indicarei para amigos! (Tiago, abr2017, Anúncio 1)
Vou voltar! Ian Namastê! Gratidão (Natali, jan2017, Anúncio 1)
Recomendo de olhos fechados! (Sandra, ago2017, Anúncio 2)

Com relação aos indicadores de Espacialidade, as características da casa compartilhada, incluindo conforto, limpeza e organização, aparecem em 65% dos comentários. Outros 59% dizem respeito à possibilidade de viver como um local. Neste caso, os hóspedes chamam a atenção para a localização, o entorno, as possibilidades de integração à cultura elogiando as dicas e sugestões de seus anfitriões locais.

O loft do Ian é incrível, você já acorda com aquela vista para o mar incrível, o apartamento tem tudo e mais um pouco, 2 ar condicionados que propiciam um ambiente gostoso totalmente climatizado mas se você quiser pode abrir a porta que dá para a varanda e receber a brisa do mar, sem contar da rede na varanda, né, super aconchegante. A cama é muito gostosa, parece de

hotel, utensílios e eletrodomésticos todos de última geração e qualidade, bem como a Internet que é super-rápida. (Matheus, out2017, Anúncio 1)

Apartamento excepcional! É tudo o que as fotos mostram e muito mais, local privilegiado, apartamento equipado com tudo do bom e do melhor. (Mateus, dez2017, Anúncio 2)

O apartamento é bem aconchegante e tem uma vista linda! (Patrícia, set2017, Anúncio 2)

Dei 5 estrelas para o apartamento pois o Airbnb não permite mais. O apartamento é muito bonito, bem localizado, e com tudo que você precisa. O anfitrião e os funcionários do prédio são gentis e atenciosos, e você se sente realmente em casa. Eu e minha namorada adoramos o apartamento e esperamos voltar em breve. (Thiago, nov2017, Anúncio 3)

O anfitrião é extremamente atencioso e atendeu todos os nossos pedidos com muita boa vontade. A localização do apartamento também é muito boa, bem frequentada e com restaurante, padaria, farmácia nas proximidades. Indico demais e será sempre a minha primeira opção de estadia em Salvador! (Luana, mar2017, Anúncio 3)

Perto do porto da barra, próximo a supermercados, padarias, bancos e farmácias; limpeza diária; possui louças e aparelhos domésticos novos para realização de pequenas refeições. (Daniela, out2017, Anúncio 3)

Já no critério de Tatibilidade, 41% do total dos comentários fazem menção à experiência da hospedagem, e outros 73% trazem uma palavra de carinho e amizade com relação ao acolhimento e à forma como se sentiram no tocante ao anfitrião, em alguns casos chamando-o de “amigo”.

Lugar maravilhoso, tranquilo, próximo da praia...anfitriã mega atenciosa. Passa várias dicas sobre a cidade...indico senti mto a vontade... (Sabrina, fev2017, Anúncio 7)

Ela nos recebeu junto com a Dona Maria e foram solícitas conosco em todos os momentos. Nos deram dicas de passeios e até de transporte. Foi uma ótima anfitriã e ajudou muito em conhecermos Salvador. (Samuel, jul2017, Anúncio 4)

Antes de me hospedar em seu espaço, Lucas já havia me avisado que eu me sentiria como se estivesse em minha casa. Foi o que senti. Cada um dos 4 dias foi tranquilo e especialmente confortável, com energia amigável e com ambiente acolhedor, sempre com independência e privacidade. Adorei a experiência, se eu voltar para Salvador e utilizar o Airbnb vou optar pelo espaço de Lucas. (Rosa, out2017, anúncio 6)

Por isso, se o discurso existente nas narrativas dos filmes publicitários nos leva a conceitos que tratam de temas como felicidade, intimidade e aconchego, mergulhados em situações que resgatam e enaltecem a vida na cultura local; o mesmo simulacro da cena hospitaleira se faz presente nos textos e imagens dos anúncios e comentários postados na plataforma – suscitando a hospitalidade.

Observa-se, nesse contexto, que nas quatro dimensões analisadas a possibilidade de viver como um local é endossada por anfitriões que acolhem viajantes e hóspedes que usufruem do que a comunidade oferece, e por membros da comunidade que se veem enredados a contribuir e a receber o estrangeiro.

Nas imagens constituídas no *site*, nos vídeos, anúncios e comentários, os temas se repetem e se complementam, forjando a construção da imagem de experiência em hospitalidade e adensando o que antes era só publicidade, sempre tendo no centro a casa compartilhada onde ocorre a cena hospitaleira.

3.9 Análise do fenômeno comunicacional

A análise das peças de comunicação inseridas nas quatro dimensões observadas aponta para a consolidação da marca no mercado a partir de processos comunicacionais que constituem e simulam a imagem de experiência da cena hospitaleira que tem no centro a casa, o hóspede e o anfitrião, narrados por eles mesmos.

Essa imagem, ao que tudo indica, é constituída com lastro na cultura e em elementos simbólicos que a ampliam e tangibilizam a partir de testemunhos compartilhados individuais e coletivos. São, de fato, esses sujeitos, donos das histórias e narrativas divulgadas, os verdadeiros funcionários do sistema, responsáveis por alimentar a plataforma de dados em troca de alguma visibilidade midiática, de renda extra e da possibilidade do encontro e do abraço na cena hospitaleira, promovendo a continuidade do negócio e da marca e mantendo a segurança e confiança como mote dos processos comunicacionais.

O modelo colaborativo indica nesse âmbito a projeção de atividade que integra o sujeito à plataforma, conectando-o com a marca e dando a esse a possibilidade de conexão com outros milhares de proprietários e viajantes pelo mundo todo, o que aponta para a inserção do modelo do compartilhamento como estratégia contemporânea que transforma a economia em rede e a organização de destinos turísticos, corroborando para a solidificação do que é imagem de experiência em hospitalidade, a e-hospitalidade, que atualiza o imaginário midiático e interfere no concreto.

A partir desse entendimento, e ampliando a percepção sobre a imagem que se institui nos aspectos espaciais e táteis; imagem esta veiculada e tornada concreta com

provável impacto na forma de acolher e ser acolhido, espera-se refletir sobre quais processos envolvem a relação entre a imagem, a cultura e as experiências do cotidiano, em especial na cena hospitaleira, que aguça os sentidos de aproximação, comum às trocas que remontam aos rituais da hospitalidade arcaica.

E nesse âmbito, compreende-se que ampliar o conhecimento sobre o papel da plataforma, do anfitrião e do hóspede na construção da imagem simulada da cena hospitaleira que, ao gerar a ideia de respeito, confiança e vínculo, tornam o sistema confiável e a reputação da marca ilibada, relevantes para o campo mídia e imaginário.

Dessa forma, quer-se abrir esta discussão a partir do que preconizou Kamper (2001), sobre a imanência dos Media e Corporeidade Transcendental, alertando sobre a força da imagem em detrimento do humano, algo que assistimos dia a dia na comunicação dentro da economia do compartilhamento, que por não estar de fato instalada, vende a imagem e promove a entrega de serviços por outros atores, na extremidade do sistema os usuários e fornecedores, simbolicamente, tratados como hóspedes e anfitriões:

Admita-se inicialmente, que não há mais um lado de fora, não há mais um antes, nem um depois. Os novos meios impõem-se pela imanência. Eles se apresentam como instâncias totalitárias, que com o argumento de um "sempre já" breçam todas as tentativas de irrupção. Aquilo que se parece como algo externo é outra forma do medial: o livro, a linguagem, o culto, ou mesmo, o corpo. Todos os possíveis lugares de ruptura utilizados em sistemas passados estão presos com fixações resistentes. Ao mesmo tempo, as perspectivas de futuro aparecem encobertas, só um novo médium poderia substituir os antigos media. Não há mais nenhum além. Os horizontes - tomados da perspectiva interna - são obstruídos. A telematização dos espaços e do tempo torna ambos irreconhecíveis (KAMPER, 2001, p.3).

Seguindo o que o autor traz e que se aproxima do que o sujeito compartilhado experimenta ao deixar-se seduzir pela comunicação que o faz funcionário do aparelho, como alertava Kamper (1997), tornando-se parte da engrenagem da construção de marcas e sistemas bilionários, fica latente a questão apresentada por Florez (2014), quando trata do simulacro da vida potencializado pelas estratégias midiáticas de grandes marcas:

Devoradores de imagens, adoradores de ícones. Norval Baitello Junior traz nestas páginas os cenários que ele mesmo denominou – a era da iconofagia -, título que destaca os simulacros que perpassam nossa vida em uma sociedade midiaticizada, globalizadas, tele idiotizada, onde os espelhos reinam em todas as suas facetas narcisistas, e onde o ser humano encontra perenemente exilado de sua casa (sua própria pele, seu próprio corpo), porque vaga perdido em um labirinto de imagens que, em vez de refleti-lo, o inventa, o deforma, o converte em um holograma, um desenho que outros

desenham, doce sonho ou pesadelo, com que os interesses do mercado sonham para aumentar seus ganhos (FLOREZ, 2014, p.7).

Nessa conjuntura, parece-nos que o ser humano encontra-se mesmo fadado a trabalhar sem cessar para os sistemas e dentro desse novo modelo do compartilhar – atuar como lastro e imagem - de marcas que comprometem o tempo de vida e transformam o sujeito em imagem visível, parte do imaginário midiático, que simula a interação humana quando entrega aparentemente a integração homem e plataforma, distanciando sujeitos do encontro, do abraço e da amizade. Essa parece ser uma questão atual que demanda reflexão aprofundada, em especial quando o centro está nos serviços da hospitalidade que significa comunicação e, portanto, vínculo humano, distante da conexão.

Na era da visibilidade parece haver um desequilíbrio na comunicação, que como afirma Baitello Jr. (2014) transforma a todos em imagens, distantes uns dos outros e, nesse âmbito, pode-se inferir que a imagem constituída na cena hospitaleira, ao contrário da constituição do simulacro da hospitalidade, poderia atuar para despertar o sujeito e trazê-lo de volta, acordado para então usufruir do abraço, do sorriso e dos sentidos de aproximação que demandam corpo, presença e, quem sabe, narrativas.

A era da visibilidade, entretanto, nos transforma a todos em imagens, invertendo o vetor da interação humana, criando a visão que se satisfaz apenas com a visão. A comunicação de proximidade, interpessoal, familiar, fraternal, importante dispositivo de equilíbrio para as tensões e conflitos individuais, vem sendo crescentemente suprimida pelas relações escravizadoras da era da visibilidade. Os espaços da comunicação de proximidade, os rituais familiares, os encontros festivos, os contados de proximidade física em espaços de acolhimento, caminharão para a extinção se a escalada da privatização dos espaços públicos continuar seu curso se a resistência de instancias regulamentadoras responsáveis. Restará a violência bruta como única via de acesso aos contatos corporais (BAITELLO JR, 2014. p.41-42).

Nesse cenário, para compreender que processos envolvem a relação entre a imagem, a cultura e as experiências do cotidiano, a partir das dimensões analisadas e que destacam as imagens e narrativas encontradas na voz da plataforma, dos hóspedes e dos anfitriões, entende-se que a amostra é conclusiva no sentido de demonstrar a força das narrativas nos processos comunicacionais que tangibilizam a marca. Assim, ampliando o olhar para a compreensão dos imaginários acionados nas estratégias comunicacionais como uma maneira de responder sobre os valores

culturais presentes nas imagens disponibilizadas na plataforma que emprestam à marca a confiança comum nas trocas que remontam aos rituais da hospitalidade, infere-se que a estratégia utilizada possivelmente atue de modo a impactar o material.

Os elementos culturais, que dão significado à hospitalidade e simulam a cena hospitaleira, centradas na imagem da casa compartilhada e com abertura para despertar nos envolvidos a imagem que aguça os sentidos de aproximação – o abraço, a amizade e a intimidade -, possivelmente transformam a imagem da cena hospitaleira em algo seguro, confiável e tangível, e hóspedes e anfitriões conectados em antigos conhecidos solidários, compassivos, prontos a entrar e acolher.

Nos diferentes momentos das dimensões analisadas, a presença de elementos simbólicos aponta para tornar possível a imagem no concreto. Dessa forma, acredita-se que ao apropriar-se dos sujeitos e suas narrativas, estes passam de usuários e fornecedores a funcionários do sistema e ativos no processo de tangibilização da marca no modelo do compartilhamento. A base do processo comunicacional que atualiza no imaginário midiático o conceito da hospitalidade, antes enquanto ato solidário e compassivo, agora como ato comercial e monetizado, mas que ainda carrega os conceitos da dádiva.

Aparentemente, o que liga a marca ao arcaico são os elementos simbólicos do dar, receber e retribuir, e o ato sacrificial que demanda dos hóspedes e anfitriões. Esses, como afirma Camargo (2011), estão condicionados às leis da hospitalidade que, embora não tenham sido escritas, estão depositadas na confiança, na amizade e na comunicação, desvanecidas pelo aspecto religioso e solidário da ideologia do bem-viver:

Assim, do ponto de vista das nossas principais fontes de inspiração, a hospitalidade remete ao divino. Não por acaso, antes do direito positivo, em diversas culturas, o templo religioso era aberto a todos e aquele porventura ameaçado gozava debaixo de seu teto de uma imunidade cuja violação era equiparada a sacrilégio (CAMARGO, 2011, p.16).

E nesse quadro é relevante compreender que a marca parece se tornar tangível a partir da imagem e narrativas divulgadas em seus processos midiáticos, como aponta Kamper (2001) em *Imanência dos Media e Corporeidade Transcedental*. O autor declara a disposição do humano em se fazer imagem em troca de exposição e de se ver famoso, a medida que autoriza de forma voluntariosa expor sua história e vida. Esse comportamento parece ser típico do perfil do consumidor do compartilhar que se vê enredado no mundo de marcas com um único objetivo que é o de encontrar

“uma acomodação super-rápida às exigências sociais: uns desejam tornar-se imagem, outros querem fazer imagens, ambos para capturar uma única significação que ainda conta: atenção pública” (KAMPER, 2001, p. 6).

Nesse sentido, num primeiro momento, o sistema enquanto mediador entre hóspedes e anfitriões os conecta no virtual a partir dos meios virtuais que aceleram a comunicação e criam uma imagem concreta com impacto no consumo e no comportamento que os torna reféns e eternos alimentadores do sistema. Nessa relação de dependência, pois para existirem enquanto hóspedes e anfitriões necessariamente dependem deste, tornam-se também imagens.

De forma nenhuma é seguro que uma reflexão transcendental -mesmo sendo assim tão empenhada - venha surgir contra tais questões fechadas. Experimentar, contudo, tem a ver aqui com estudar. O retorno às condições da possibilidade de conhecimento vai na direção de uma corporeidade esquecida, recalcada, rejeitada. E, apesar de os corpos, por definição, não aparecerem mais no interior dos novos "meios visuais acelerados de comunicação", eles são eficazes nos pressupostos da mediação deles dependente, seja como corpos humanos, que produzem e consomem, seja como aparelhos e máquinas, que lançam, sustentam, carregam imagens. Quem acompanha a tendência da desmaterialização mediatizada já não os encontra (KAMPER, 2001, p. 2,3).

Num segundo momento, já pré-dispostos ao consumo - hóspedes e anfitriões - partem um em direção ao outro para se encontrar na cena hospitaleira, nas casas compartilhadas, certos de que a imagem constituída no virtual se tornará real no concreto. O sistema, nessa perspectiva, os coloca face a face, isto é, viabiliza o encontro de corpos, mesmo que de forma fragilizada e nem sempre segura.

De fato, as marcas da economia do compartilhamento, a exemplo da Airbnb, utilizam-se de todas as mídias para envolver seus usuários em clima hospitaleiro que oculta os riscos e a monetização da relação. Partindo da mídia terciária e passando pela secundária até a mídia primária, tema estruturado por Pross e endossado por Baitello Jr. (2012), encontram nas estratégias midiáticas uma forma de publicidade autoencenada por sujeitos que de bom grado aceitam certa exploração e fecham os olhos para o que não é imagem de amizade, intimidade, confiança, etc.

Há um meio simples de compreender os meios segundo seu grau de utilização de recursos externos ao homem. Foi proposta pelo jornalista alemão Harry Pross, ao classificar os meios primários, secundários e terciários. Os primários são aqueles que não precisam de nenhum recurso além daqueles oferecidos pelo próprio corpo, seus sons, seus movimentos, sua gestualidade, seus odores. Os secundários são aqueles que lançam mão de materiais extracorpóreos para deixar ou mandar mensagens. Um corpo imprime seus sinais em um suporte que é recebido por outro corpo. Os meios

terciários são aqueles que requerem um jogo de aparatos – um transmite e o outro que recebe os sinais (BAITELLO JR, 2012, p. 61).

Nesse contexto, se as estratégias midiáticas do sistema se iniciam com a preocupação da tangibilização da imagem de experiência em hospitalidade na mídia terciária, instantânea, eletrificada e disponível em rede; elas passam também pela mídia secundária, a partir de suportes como revistas, folheteria etc; até se encontrar na mídia primária presencial, na casa, na cena onde estão alocados hóspedes e anfitriões. Desse modo, quer-se acreditar que numa extremidade do processo comunicacional com hóspedes e anfitriões potenciais ou associados ao sistema há uma preocupação concentrada na construção da imagem virtual da experiência de hospitalidade que se utiliza do simulacro da vida hipereal, a e-hospitalidade, de outro, a marca se beneficia do encontro de corpos, onde verdadeiramente poderia se dar a comunicação.

Dentro desse panorama, aparentemente a partir das estratégias midiáticas da economia do compartilhamento, a exemplo da estratégia Airbnb, a imagem consumida interfere no concreto de forma positiva, gerando a hospitalidade e o encontro, ou de forma negativa, permitindo a hostilidade e o desencontro, possibilidade esta que é obliterada da comunicação da marca, como veremos nas peças analisadas. E se são estas que arrebatam o usuário na conexão virtual gerando uma pré-disposição positiva para o que virá a se consolidar ou não na comunicação dentro do mundo material, toda possibilidade de vínculo, também propagada, pode ou não se estabelecer em função da sua fragilidade e por estarem – hóspedes e anfitriões – na condição de continuamente mediados pelo sistema que a todos abraça.

Face ao exposto e a todas as questões que se abrem, a partir de então, compreender como a imagem de experiência em hospitalidade, o que tratamos como e-hospitalidade se manifesta na corporeidade quando sujeitos são afetados pelo imaginário midiático que atualiza elementos simbólicos da cultura, pode ser uma maneira de também entender as estratégias de outras marcas dentro da imagem do compartilhamento que a todos convida a colaborar e a cocriar, o que aponta para o espetáculo e o consumo exagerado, afastando o sujeito do seu centro, como afirma Baitello Jr. (2012) ao discorrer sobre a distinção da realidade das imagens endógenas e exógenas citadas por Belting para defini-las a partir do ambiente em que se mostram:

Experimentos e estudos médicos já comprovaram que nossas primeiras imagens são interiores, endógenas, produzidas ainda na vida intrauterina. Não são de natureza visual, mas de natureza tétel. (Essa questão, o conceito mais amplo de – imagem -, como imagem sonora ou audioimagem, imagem tátil, imagem olfativa, imagem proprioceptiva e imagem gustativa, será objeto de um dos próximos saltos). Mas as imagens visuais exteriores se tornaram tão numerosas, tão gritantes, tão chamativas, tão atraentes, tão sedutoras, que nos esquecemos de nossas próprias fantasias e sonhos (BAITELLO JR, 2012, p. 111).

Entender esse universo das imagens e de como elas impactam o imaginário cultural e, por consequência, o concreto é um convite para entrever a função das imagens midiáticas Airbnb analisadas até aqui.

CONCLUSÃO

Entende-se ser relevante para o campo que estudamos - mídia e imaginário - analisar Airbnb, apresentado como um “movimento”, pela complexidade de seus processos midiáticos e pela forma como se tangibiliza ao trazer para a comunicação com seus usuários e fornecedores elementos culturais da hospitalidade que remontam ao arcaico.

Dentro do que analisou-se nesse estudo, acredita-se que a partir do modelo do compartilhamento largamente utilizado por marcas como Airbnb, objeto deste estudo, funda-se a e-hospitalidade.

Constituída a partir do consumo de imagem de experiência hoteleira em casas compartilhadas no virtual, a e-hospitalidade aponta para uma atualização do imaginário cultural e altera os tempos e espaços da hospitalidade. Em seus processos midiáticos, a conexão que leva ao encontro mescla atividades digitais e concretas, o que direciona para a mudança de hábito no consumo de viagens e hospedagens.

Como citado anteriormente, Airbnb, foi inicialmente organizada como uma plataforma de reserva – “*air beds and breakfast*” – “cama inflável e café da manhã”. A empresa, no entanto, rapidamente evoluiu para um sistema robusto de serviços on-line, o que a consolida como um fenômeno comunicacional.

Nessa perspectiva que valoriza a comunicação e mantém a imagem da marca on e off-line, num processo simultâneo, os processos midiáticos Airbnb vão para além de sites e canais de internet tornando-se alavanca que viabiliza o serviço propagado em narrativas e testemunhos de hóspedes e anfitriões em diferentes canais, a exemplo de mídia digital e social a partir de plataforma de reservas e de suporte a usuários; Apps, canal no YouTube e Instagram; Blogs e estratégia de marketing on-line com campanhas no Google e Facebook; além de atividades de relações públicas, branding e outras de comunicação – como a divulgação de revista – Airbnbmag e outras.

Sob esse ângulo, as dimensões observadas apontam para a consolidação da marca na simulação da imagem de experiência da cena hoteleira. Essa imagem, de modo geral, constitui-se em lastro na cultura e em elementos simbólicos que a ampliam e tangibilizam a partir de narrativas compartilhadas individuais e coletivas. Esses testemunhos, que alimentam a plataforma de dados em troca de visibilidade midiática para hóspedes e anfitriões, também oferecem a esses uma renda extra e a

possibilidade do encontro e do abraço na cena hospitaleira, o que promove a continuidade da marca calcada na confiança.

Assim, acredita-se que o sucesso e o crescimento exponencial da marca estejam vinculados à imagem projetada no virtual. Aparentemente a chave que liga a marca às raízes da hospitalidade está fundamentada na constituição do imaginário, que trata do ato sacrificial aproximando anfitriões e hóspedes e colocando ambos no centro da atividade: a hospedagem doméstica e a experiência do acolhimento em lares.

A hospitalidade percebida e comunicada como dádiva, ou seja, como ato de amor e amizade, aponta para a transformação da imagem da marca de empresa de serviços on-line para um movimento “comunitário”, em que a conexão digital encaminha sujeitos para o encontro e para o vínculo potencial, o que alcança eco em torno do imaginário midiático que remonta ao imaginário cultural da hospitalidade.

Essa imagem representada no ato de hospedar ou do fornecimento de serviço aparentemente se concretiza no mundo material e amplia o conceito de hospitalidade, impactando o comportamento de viajantes e anfitriões que encontram no uso compartilhado, colaborativo e cocriado uma forma de viajar mais acessível e com a promessa de sociabilidade e integração à região. Além disso, o serviço passa a ser percebido como ato solidário que cria aproximação e amizade, o que vem sendo copiado por outras marcas de serviços. Os elementos simbólicos explorados, a saber: a casa, o anfitrião e o hóspede, são organizados de forma a valorizar o humano. O simbólico, para além da hospitalidade, desperta o sentimento da dádiva representada na imagem constituída e reforçada nas narrativas divulgadas.

O sentimento de pertencer, a confiança e a mudança de comportamento e consumo levam o sujeito para a casa compartilhada ressignificada como lugar de refúgio e morada: o ninho, um lugar onde a hospitalidade é sempre possível e positiva.

Atores principais da cena hospitaleira – hóspede e anfitrião – são referências que balizam o serviço e, de forma simultânea, constroem a imagem experiência na hospedagem. O anfitrião, anunciante e proprietário, ao preparar o lar na expectativa de oferecer o melhor acolhimento e compartilhando sua história e preferências torna visível ao outro a cultura doméstica, deixando para o hóspede um espaço de consumo e interação social, de modo que desfrute a hospitalidade partilhada.

O hóspede, aquele que chega com a perspectiva da boa experiência, representa o amigo que traz boas novas e está pronto para retribuir o acolhimento

cordial na forma de conduta exemplar, amizade ao classificar e postar sua opinião sobre o serviço, o espaço e a postura do anfitrião. É sob seu olhar que o ninho ganha força, evoca sua sacralidade e torna o entorno também especial. O olhar do hóspede ou do viajante de fato é subjetivo e, nesse sentido, distinto do olhar do anfitrião já envolvido com aquela realidade e natureza. É a partir do olhar do estrangeiro que a avaliação estética do lugar parece ganhar novos contornos que entusiasma a um e outro como a desvendar o encanto e permitir-lhes um apaixonamento que contagia e vincula-se ao destino e à cultura local.

Posto isso, e levando em conta que o julgamento do hóspede dá ao anfitrião e à morada mais valor, fica ao que tudo indica latente o convite para que ambos se mantenham conectados ao sistema e busquem novas descobertas, outras hospedagens que os coloquem também em movimento na comunidade Airbnb.

“Comunidade” ou “Movimento”, a empresa de serviços on-line instituiu uma imagem contemporânea, solidária, compassiva, sustentável que se alimenta da colaboração de muitos – os usuários e fornecedores – que cocriam a empresa constantemente. De fato, seus fundadores deixam claro que a empresa se reinventa constantemente e o que é Airbnb hoje é diferente do que foi a um ano atrás, e provavelmente do que será no próximo ano.

As grandes mudanças sofridas desde sua fundação aparentemente consideram os comentários e *posts* de hóspedes e anfitriões, bem como, de *stakeholders* preocupados com a legislação local. São essas colocações que vêm tornando o movimento mais seguro, mais confiável e por que não dizer, maior. A marca, nesse contexto, a partir de estratégias e processos midiáticos, ativa a imagem de pertencimento, toda vez que oferece a usuários e fornecedores a possibilidade de inventar e reinventar a cena hospitaleira, o que aumenta a expectativa e a curiosidade dos viajantes.

Dentro desse universo, a relevância da construção da imagem de hospitalidade e da mediação Airbnb entre hóspedes e anfitriões parece estimular um comportamento mais solidário. E se é verdade que existem ocorrências e registros de hostilidade e agressões ao longo da história da empresa – esses são utilizados para correções no sistema e, ao que tudo indica, acontecem em número infinitamente menor se comparados às experiências que dão certo e cujos testemunhos estão disponíveis no sistema ou nos canais de comunicação da empresa.

Nesse panorama, observando as peças analisadas dentro dos processos comunicacionais Airbnb, o simulacro da cena hoteleira e da vida híper real plena em amizade, conforto e segurança que trazem implícito a ideia do dar, receber e retribuir, são convincentes a ponto de levar para o sistema milhares de sujeitos que oferecem seu tempo de vida, talento e bens, compartilhando sua intimidade e tornando público o que era privado. Nesses processos parece haver um apagamento da imagem de hospitalidade negativa que aparece na plataforma em espaços específicos para os membros ou potenciais membros da “comunidade” interessados em compreender os mecanismos das reservas e uso das casas.

No que diz respeito à monetarização das relações – embora as tarifas e condições de reserva constem nos anúncios de anfitriões, todo o trâmite comercial é feito entre plataforma, anfitriões e hóspedes. Dessa forma, a impressão e a imagem da dádiva promovida parecem ocultar o caráter comercial do serviço fazendo com que no acolhimento não haja lugar para tratativas e pagamentos. Assim, o sistema conecta e estabelece as regras da aproximação podendo gerar sustentabilidade e solidariedade – se afastada a hipótese de que não há riscos para os usuários e que, para além dos dados, a empresa está verdadeiramente ocupada em gerar encontros.

Do virtual para o real, a imagem constituída da experiência em hospitalidade traz elementos culturais. Essa imagem se apoia nesses elementos para criar uma pré-disposição de consumo de imagem com aparente impacto no concreto, em que hóspedes e anfitriões se encontram.

A entrega do serviço ou da hospedagem acontece fora do sistema, em outra extremidade e sem a total validação da marca. A troca é protagonizada por hóspedes e anfitriões, sobre os quais a empresa não tem ascensão direta. E apesar de todo o esforço da marca em criar mecanismos como premiações e padrões que deveriam ser seguidos pela comunidade ou pelo movimento Airbnb, a condição da entrega da hospitalidade ou hostilidade fora do virtual e, por consequência, fora do alcance da marca, continua como uma imagem simulada e incógnita. Afinal, se é no concreto que tudo acontece, a imagem tangibilizada interfere mas não garante a hospitalidade e, sim, o comportamento de consumo. Acredita-se ser importante também mencionar que – como numa busca da solidariedade esquecida – parece haver também, impacto no acolher e hospedar que se aproximam da amizade possível.

Assim, absorvendo o conceito da dádiva, a imagem de hospitalidade Airbnb vem sendo traduzida como imagem que representa ato de amor e amizade

perpetuando-se a partir do imaginário midiático. Os processos midiáticos, de fato, parecem ir ao encontro do desejo dos sujeitos por exposição e espetáculo que são possíveis, em especial, a partir do compartilhar, o que parece ter se tornado a tônica do relacionamento contemporâneo.

Essa nova forma de se relacionar apresenta uma lógica comunitária em que sujeitos se conectam no virtual e, eventualmente, encontram-se no concreto. A marca, dessa maneira, imita os tempos e espaços da hospitalidade (acolher, hospedar, alimentar, entreter e despedir) e acresce a estes outros verbos que complementam a entrega, de modo a ressaltar aspectos da tatibilidade e espacialidade e a se tornar circular – como no conceito da dádiva – do dar, receber e retribuir.

Nesse sentido, os tempos acrescidos corroboram com a fundação da e-hospitalidade que é percebida como imagem e que carrega a possibilidade sempre positiva da experiência hospitaleira no virtual interferindo no concreto. São os tempos da e-hospitalidade, portanto: **conectar** + acolher + **compartilhar** + hospedar + alimentar + entreter + despedir + **retribuir**.

Esses tempos aparentemente vão ao encontro do que propaga a marca na comunicação para com seus usuários e fornecedores, ou seja: people + place + love + Airbnb – ao que tudo indica mantém hóspedes e fornecedores ligados ao sistema e entre si.

Nessa conjuntura, a economia do compartilhamento, representada nesse estudo, coincide com o imaginário midiático que encontra reflexo na sociedade – em especial – por essa nova maneira de “estar junto” no mundo conectado, antecipando o que pode ou não acontecer, enquanto experiência na nova lógica do relacionar-se. Nesse quadro, toda a estratégia de comunicação parece mesmo se tornar peça fundamental para o sucesso do empreendimento dentro dessa lógica do compartilhar e que faz parte do dia a dia na rede como formas contemporâneas de relacionamento, em que a comunicação horizontalizada e instantânea promove a nova lógica das relações.

Acredita-se, por isso, que a Airbnb se faz tangível ao utilizar o arcabouço cultural como lastro, para que a imagem disponível no processo midiático seja percebida como possibilidade. Ao que tudo indica é no virtual que toda a comunicação se institui levando consigo elementos simbólicos que contribuem para tangibilizar a imagem da experiência em hospitalidade, o que por consequência pauta a ação de usuários e fornecedores em rede, cada vez mais confiantes na utilização dos serviços

propostos. Além disso, e não menos importante, a análise indica que a plataforma parece afetar a comunicação que se estabelece entre sujeitos – hóspedes e anfitriões – no mundo concreto quando da experiência de consumo, na cena hospitaleira. É possível ainda que esse impacto seja positivo e que mais sujeitos abram as portas de sua casa em busca de sociabilidade e/ou de renda extra.

Nesse sentido, parece que a comunicação que abarca elementos da simulação, espacialidade e tatibilidade ao fundar a e-hospitalidade permite que estes elementos contribuam para a imagem tangível. Talvez por isso o fenômeno midiático da e-hospitalidade aponte para a atualização do imaginário midiático na medida em que é resgatado o sentido da hospitalidade, o que pode levar os sujeitos a uma reflexão sobre solidariedade e amizade, por exemplo. De fato, neste estudo, os esforços direcionados para compreender a relação que se estabelece entre “cultura”, que é algo real, com a “imagem”, que é algo intangível, e que se fez presente nas peças analisadas, trazem inúmeras contradições podendo também apontar para uma possível mudança de comportamento de viajantes e proprietários de casas, ambos, usuários em rede que escolhem o conforto e a simplicidade da casa em detrimento do consumo de hotéis em suas mais diferentes categorias, quem sabe tocados pela solidariedade e compaixão.

Os elementos simbólicos encontrados nas estratégias midiáticas da plataforma apontam para a conexão ao estabelecerem uma ligação entre as dimensões analisadas que se complementam e atestam a credibilidade do sistema a partir de narrativas e testemunhos de sujeitos vinculados à marca.

Esse processo quando analisado dentro da sua constituição em comunicação e mídia aponta para a inclusão de elementos simbólicos que são absorvidos pelos usuários promovendo a padronização do olhar que se ocupa em consumir a imagem de experiência em hospitalidade como algo concreto e disponível no mundo material, o que eventualmente pode se tornar possível.

Essa mesma imagem de experiência em hospitalidade, tornada concreta, pode levar ao exercício do acolhimento e contribuir para que mais sujeitos levem a bandeira da hospitalidade e se juntem a outros “funcionários” do sistema, criando um ciclo virtuoso capaz de alimentar e manter a plataforma com informações de seus bens e talentos, isto é, tornando-a também real. Esses sujeitos, além da manutenção do sistema, participam da comunicação ao agirem como “embaixadores” da

plataforma, compondo com seus anúncios e depoimentos a veracidade da imagem da experiência.

O clima de amizade propagado aparece nitidamente, seja nos comentários dos hóspedes ou nas narrativas dos anúncios dos anfitriões, apontando para uma familiaridade que, embora simulada, convence e dá a sensação de que ambos – hóspedes e anfitriões – são velhos conhecidos e, portanto, aptos a criar vivências reais de alegria e aconchego.

Quando analisados sobre o critério da simulação da cena hoteleira e da satisfação do cliente, que leva à consolidação da felicidade proporcionada pela estada, toda a iniciativa dos anfitriões no acolhimento e em proporcionar experiências únicas ao hóspede estão presentes e se tornam relevantes na divulgação e na construção da imagem de experiência em hospitalidade.

Explorando a análise das narrativas encontradas nas dimensões sobre a hospedagem, essas refletem o desejo do sonho de viagem vinculada à felicidade e férias em família. Parece haver certa cumplicidade entre usuários do sistema, estejam eles em qualquer das pontas, daqueles que alugam suas propriedades ou daqueles que as utilizam; e à plataforma, ao que tudo indica, contribuindo para o cumprimento da promessa de experiência única e da tangibilização da marca no mundo concreto, o que acaba por ampliar ainda mais a credibilidade da marca.

Dentro desse contexto, quando aproxima-se da análise do conceito de Espacialidade que traz todos os aspectos da atividade turística embutido, incluindo características do destino e dos cenários construídos, as perspectivas da viagem *vis-a-vis*, a compreensão da cultura local e sua influência no estilo de vida que será compartilhado por meio da “casa”, tornando mais fácil compreender o reflexo dessa modalidade de hospedagem em sua interface com a hospitalidade e com a tangibilização da cena hospitaleira no mundo material.

De fato, os depoimentos e testemunhais atestam e imprimem maior credibilidade ao que é divulgado por anfitriões e hóspedes dentro da plataforma. Ambos destacam o critério da espacialidade e, em alguns momentos, incluem a frase – “como nas fotos” – o que contribui para a migração da imagem que é virtual para a imagem concreta, real no mundo material.

O mesmo ocorre com aspectos da tangibilidade: o abraço, o sorriso, o gesto e tudo o que transforma a cena hospitaleira simulada em imagem de experiência em hospitalidade estão lá, permeando as narrativas divulgadas pelas imagens do abraço,

do aconchego, da inclusão, da hospitalidade. Todos esses aspectos se fazem presentes na comunicação e na estratégia midiática planejada para tornar tangível o que é volátil.

As atividades e as imagens relacionadas, que aguçam os sentidos de aproximação e distância, parecem ser capazes de transformar no virtual de potencial hostilidade em imagem de hospitalidade, o que aponta para desenvolver a confiabilidade no sistema, o apagamento da análise crítica esperada e os riscos do negócio, apontando sua eficácia em estratégias capazes de mobilizar milhares de sujeitos e redimir potenciais dúvidas sobre a segurança do sistema como um todo.

Dentro da comunicação estabelecida entre sujeitos e plataforma, os envolvidos parecem estar orgulhosos de fazer parte desta nova comunidade global e, desta forma, enquadrar-se nos padrões ideais de comportamento hospitaleiro proposto pela imagem simulada da vida real, tátil e tangível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁBALOS, Iñaki. **A boa vida**. Visita guiada às casas da modernidade. 4 ed. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2013.

BACHELARD, Gaston. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia**: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

_____. **O pensamento sentado**: sobre glúteos, cadeiras e imagens. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

BAITELLO JR., Norval; CONTRERA, Malena S.; MENEZES, José Eugênio. **Os meios da incomunicação**. São Paulo: Annablume, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BARDIN, Lawrence. **Análise de Conteúdo**. Edição Revista e Ampliada. São Paulo: Edições 70, 2016 (3ª reimpressão da 1ª edição de 2016).

BESSONE, Magali. A subversão heroica do público e do privado. In: MONTANDON, Alain. **O livro da hospitalidade acolhida do estrangeiro na história e na cultura**. São Paulo: Senac, 2011.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. O estudo da Hospitalidade. In: MONTANDON, Alain. **O livro da hospitalidade acolhida do estrangeiro na história e na cultura**. São Paulo: Senac, 2011.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2005.

CAPES. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. **Site Oficial**. Disponível em: <www.capes.gov.br/>. Acesso em: 10 abr. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 18ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2017.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera, imaginário e desencantamento do mundo**. São Paulo: Imaginalis, 2017.

ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

ELIADE, Mircea. **Imagens e Símbolos**. Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso. 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

FLOREZ, Margarida Arriaga. Apresentação. In: BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia**: reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

FLUSSER, Vilém. **Da religiosidade**: a literatura e o senso de realidade. São Paulo: Escrituras, 2002.

_____. **O universo das imagens técnicas**. São Paulo: Annablume, 2008.

GALLAGHER, Leigh. **A história da Airbnb**. Como três rapazes comuns agitaram uma indústria. São Paulo: Buzz, 2018.

GRASSI, Marie-Claire. Transpor a Soleira. In: MONTANDON, Alain. **O Livro da Hospitalidade Acolhida do Estrangeiro na História e na Cultura**. São Paulo: Senac, 2011.

HARARI, Y. Noah. **Sapiens**. Uma breve história da humanidade. Porto Alegre: L&PM, 2018.

KAMPER, Dietmar. **O trabalho como vida**. São Paulo: Annablume, 1997.

KAMPER, Dietmar. **Mudança de horizonte**. O sol novo a cada dia, nada de novo sob o sol, mas... 1ª ed. São Paulo: Paulus Editora, 2016.

KAMPER, D. **Imanência dos media e corporeidade transcendental**. CISC 2001. Disponível em: <www.cisc.org.br/portal/biblioteca/imanencia.pdf>. Acesso em: 12 maio 2018.

KAUFMANN, Dora. Os impactos da economia colaborativa no setor de Turismo. Conselho Empresarial do Turismo e Hospitalidade – ago 2016. In: **Turismo Cenários em Debate**. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2018.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. **Em busca da Hospitalidade, Perspectivas para um mundo globalizado**. 1 ed. São Paulo: Manole, 2010.

LEONARD-ROQUÉS, Véronique. A urbe ideal. In: MONTANDON, Alain. **O livro da hospitalidade acolhida do estrangeiro na história e na cultura**. São Paulo: Senac, 2011.

LÉVY STRAUSS, Claude. Introdução. In: MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a Dádiva**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2017, reimpressão.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2017. (reimpressão)

MIKLOS, Jorge. **Ciber-Religião**. A construção de vínculos religiosos na cibercultura. São Paulo: Editora Ideias e Letras, 2012

MONTANDON, Alain. **O livro da hospitalidade acolhida do estrangeiro na história e na cultura**. São Paulo: Senac, 2011.

MORIN, Edgar. **O método 4, as ideias habitat, vida, costumes, organização**. 5 ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

PROSS, Harry. **Medienforschung**. Darmstadt: Carl Habel, 1971.

PROSS, H.; BETH, H. **Introducción a la ciencia de la comunicación**. Barcelona: Anthropos, 1987.

RÜSCHE, Ana; SANTINI, Daniel. Apresentação - Cooperativismo de Plataforma. In: SCHOLZ, Trebor. **Plataformas de solidariedade**. São Paulo: Elefante Editora/Autonomia Literária, 2016.

SILVA, Mauricio Ribeiro da. **Na órbita do imaginário**. São Paulo: BlueCom, 2012.

SILVA, Mauricio Ribeiro da; BAITELLO JR., Norval. **Vínculos hipnógenos e vínculos culturais nos ambientes da cultura e da comunicação humana**. [recurso eletrônico]: Salvador: Compós, 2013.

SILVA, Mauricio Ribeiro da. Os caminhos da Incomunicação. In: BAITELLO JR, Norval; CONTRERA, Malena; MENEZES, José Eugênio de. **Os meios da incomunicação**. São Paulo: Annablume, 2005.

SCHOLZ, Trebor. **Cooperativismo de plataforma**: contestando a economia do compartilhamento corporativa. Tradução e comentários: Rafael A. F. Zanata. São Paulo: Elefante, 2016.

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Londrina: Eduel, 2012.

WALKER, John R. **Introdução a Hospitalidade**. 2 ed. São Paulo: Manole Editora, 2002.

SITES CONSULTADOS

AIRBNB. **Ganhe dinheiro como anfitrião do airbnb**. Disponível em: <www.airbnb.com.br/host/homes?from_nav=1>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Apresentando Airbnb Plus**. Disponível em: <www.airbnb.com.br/s/all?query=&refinement_paths%5B%5D=%2Ffor_you>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Acomodação para famílias**. Disponível em: <www.airbnb.com.br/s/bahia/homes?refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&source=hdr&allow_override%5B%5D=&collection_ids%5B%5D=1&s_tag=LWdVYSGI>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Acomodações para viagens a trabalho**. Disponível em: <www.airbnb.com.br/s/bahia/homes?refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&source=hdr&allow_override%5B%5D=&amenities%5B%5D=110&amenities%5B%5D=113&collection_ids%5B%5D=2&s_tag=_xwSuuDx>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Mais de 300 acomodações.** Disponível em:

<[www.airbnb.com.br/s/Salvador--](http://www.airbnb.com.br/s/Salvador--BA/homes?refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&place_id=ChIJvS5CUCARFgcRndtzITaEHPc&query=Salvador%20-%20BA&allow_override%5B%5D=&s_tag=LM0OjWZ_)

[BA/homes?refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&place_id=ChIJvS5CUCARFgcRndtzITaEHPc&query=Salvador%20-](http://www.airbnb.com.br/s/Salvador--BA/homes?refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&place_id=ChIJvS5CUCARFgcRndtzITaEHPc&query=Salvador%20-%20BA&allow_override%5B%5D=&s_tag=LM0OjWZ_)

[%20BA&allow_override%5B%5D=&s_tag=LM0OjWZ_](http://www.airbnb.com.br/s/Salvador--BA/homes?refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&place_id=ChIJvS5CUCARFgcRndtzITaEHPc&query=Salvador%20-%20BA&allow_override%5B%5D=&s_tag=LM0OjWZ_)>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Ajudando os anfitriões:** casas mais seguras. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/home-safety>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Ganhe dinheiro como anfitrião no Airbnb.** Disponível em:

<www.airbnb.com.br/become-a-host?from_nav=1>. Acesso em: 2 mar. 2018.

AIRBNB. **Apartamento inteiro:** duplex na praia do Forte de frente para o mar.

Disponível em: <

www.airbnb.com.br/rooms/14901141?location=Praia%20do%20Forte%2C%20BA>.

Acesso em: 5 maio 2018

AIRBNB. **Subscribe to airbnbmag today.** Disponível em: <[www.](http://www.subscribe.hearstmags.com/subscribe/airbnbmag/230376)

[subscribe.hearstmags.com/subscribe/airbnbmag/230376](http://www.subscribe.hearstmags.com/subscribe/airbnbmag/230376)>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Nossa comunidade global e diversa é o que torna o Airbnb possível.**

Disponível em: <www.airbnb.com.br/diversity>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **A global community of hosts like you.** Disponível em:

<www.community.withairbnb.com/t5/Central-da-Comunidade-BrPT/ct-p/central-da-comunidade>. Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Férias de julho com a Airbnb, curtir o frio ou fugir dele?** Disponível em: <<https://www.press.atairbnb.com/br/>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

AIRBNB. **Hospedando com o Airbnb.** Crie estadias confortáveis e receba

comentários excelentes. 2018. Disponível em: <www.airbnb.com.br/hospitality>.

Acesso em: 5 maio 2018.

AIRBNB. **Quem somos.** Disponível em: <www.airbnb.com.br/about/about-us>.

Acesso em: 28 abr. 2017.

AIRDNA. **Site dirigido a investidores Economia compartilhada focados em**

estudo de viabilidade de negócios e dados. Disponível em: <www.airdna.co/>.

Acesso em: 3 abr. 2017.

BLABLACAR. **Site da Empresa.** Caronas simplificam suas viagens. Disponível em:

<<https://www.blablacar.com.br/>>. Acesso em: 8 maio 2017.

BLABLACAR. **Compartilhe seu carro e reduza seus gastos.** Disponível em:

<https://www.blablacar.com.br/lp/ezdrnew?comuto_cmkt=br_gb_acq_all_des_brand-exact_ezdr&utm_source=gb&utm_medium=link&utm_campaign=br_gb_acq_all_des_brand-exact_ezdr&gclid=cj0keqjwrsdibrdx3jcunorr_yybeiqaih1fod-YDULqMEE_U8gJtOR3ueySBotw3NvWnVfEpb0qr8aAu-Z8P8HAQ>.

Acesso em: 8 maio 2018.

BOMAPPETOUR. **Site da Empresa.** Disponível em: <<https://www.bonappetour.com/pt>>. Acesso em: 20 maio 2017.

COUCHSURFING. **Hospede-se com moradores locais e conheça viajantes.** Disponível em: <www.couchsurfing.com/?gclid=Cj0KEQjwrsDIBRDX3JCunOrr_YYBEiQAifH1FoXo2rtmqI20t4zZ-65C_DIAMyKRD4FLT8ZTwjC4hDYaAlpn8P8HAQ>. Acesso em: 8 maio 2018.

COUCHSURFING. **Site da Empresa.** Disponível em: <<https://www.couchsurfing.com/>>. Acesso em: 8 maio. 2017.

GRABR. **Site da Empresa.** Disponível em: <<https://grabr.io/>>. Acesso em: 8 maio 2017.

LIVESTREAM.COM. **Platform Cooperativism.** Disponível em: <<https://livestream.com/accounts/686369/platformcoop/videos/105663835>>. Acesso em: 25 jan. 2018.

MENDES, Patrick. **Sharing Economy.** Vice-Presidente de Estudos & Tendências da Entidade e CEO da AccorHotels. Disponível em: <<http://fohb.com.br/wp-content/uploads/2015/08/White-Paper-O-fen%C3%B4meno-da-Sharing-Economy-e-a-Hotelaria-.pdf>>.

PENAFRIA, Manuela. **Análise de filmes, conceito e metodologia.** Publicado no VI Congresso SOPCOM, abr. 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>>. Acesso em: 30 dez.2017.

SCARDUA, Angelita Corrêa. **A Casa e seu significado.** Refúgio para o Bem-Estar Físico e Emocional. Angelita Corrêa Scardua. 2, ago, 2011. Disponível em: <<https://angelitascardua.wordpress.com/2011/08/02/a-casa-e-seu-significado-para-o-bem-estar-fisico-e-emocional/>>. Acesso em: 5 maio 2017.

SHARING ECONOMY. **O que é a economia colaborativa e como ela está moldando os negócios.** Disponível em: <<http://crowdtask.me/e-commerce/sharing-economy-o-que-e-economia-colaborativa-e-como-ela-esta-moldando-os-negocios/>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

UNWTO. **World Tourism Organization.** Sustained growth in international tourism despite challenges. PR No: PR17003, de 17 jan 2017. Disponível em: <www2.unwto.org/press-release/2017-01-17/sustained-growth-international-tourism-despite-challenges>. Acesso em: 10 abr. 2017.

UBER. **Site da Empresa.** Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/>>. Acesso em: 20 maio 2017.

ANEXOS

Anexo 1

PLANILHA AGRUPAMENTO DE PALAVRAS, ANÁLISE QUANTITATIVA

O resultado aparece na planilha abaixo que consta no Anexo 1 detalhado.

Tabela 2 - Palavras Associadas aos Critérios Simulação, Espacialidade e Tatibilidade.

CRITÉRIOS DE ANÁLISE ENCONTRADOS	DIMENSÕES DA COMUNICAÇÃO ANALISADAS											
	PLATAFORMA	No	%	FILMES PUBLICITÁRIOS	No	%	ANÚNCIOS POSTADOS POR ANFITRIÕES	No	%	COMENTÁRIOS POSTADOS POR HÓSPEDES	No	%
SIMULAÇÃO	viajante, experiência, hóspede, única	32	32	feliz, melhor, viagem, confortável, incrível, experimentar, vibração, momentos, hospedado, uau, mágico, gostei, alegria	22	29	hospede, hospedado, acesso, aconchegante, sempre	55	26	estada, sempre, ótima, confortável, maravilhosa, excelente	103	25
ESPACIALIDADE	cidades, destinos, lugar	50	50	lugar, cultura, diferente, muqu eca, Bahia, descobrir, conhecer, Rio, bahiana, piscina, armário, acarajé, cozinha, cidade, espaço, praia, casa, estilo	29	38	casa, apartamento, espaço, quarto, Salvador, banheiro, cozinha, cama, praia, prédio, mar	141	67	apartamento, vista, casa, Salvador, espaço, mar, localização, limpo, praia, local	208	51
TATIBILIDADE	férias, seniores, família	19	19	ensina, filho, independente, crescendo, tomando, gente, sinto, pessoal, orgulhoso, aprender, miranda, filha, junto, vida, ama	26	34	disponível, anfitrião	16	8	anfitrião, super, Lucas, Ian, atencioso	96	24
TOTAL		101	100		77	100		212	100		407	100

Fonte: Elaborado pela autora

Anexo 2 – Releases Airbnb²⁷

1. Release de setembro 14 2017, Acomodações, Destinos Airbnb Revela Principais Destinos de Viagem Dos Cidadãos Seniores.

Chegar aos 60 anos de idade não é nenhum impedimento para manter (ou iniciar!) a paixão por viajar. O turismo senior vai ganhando protagonismo em Portugal, especialmente porque esta faixa etária tem mais tempo livre e mais energia que outrora. Os cidadãos mais velhos de Portugal viajam cada vez mais – prova disso mesmo é o crescimento de 62 por cento do número de reservas de alojamento, através da plataforma Airbnb, no ano passado.

Longe do mediatismo, os viajantes seniores são consumidores exigentes, que não só procuram desfrutar de uma grande comodidade, como também aproveitar ao máximo a sua nova aventura para sentirem-se integrados nos locais que visitam – e precisamente, graças aos filtros de procura disponíveis na Airbnb, encontrar o alojamento perfeito e até descobrir um novo destino é mais fácil do que nunca – usufruindo de uma experiência de viagem única.

Embora se trate de um fenómeno global, Portugal também faz parte do principal circuito do turismo senior em todo o mundo. O crescimento de 62 por cento do número de viajantes seniores na Airbnb é a prova concreta disso mesmo.

Os principais destinos dos viajantes portugueses com idade superior a 60 anos encontram-se dentro do próprio país, com especial destaque para a região do Algarve e para Ponta Delgada, Açores. Outros destinos mais relevantes são algumas das grandes capitais europeias e Barcelona, em Espanha.

Principais destinos dos viajantes portugueses com mais de 60 anos que reservaram alojamento pela Airbnb: Tavira (Portugal); Ponta Delgada (Portugal); Quarteira (Portugal); Paris (França); Lisboa (Portugal); Londres (Inglaterra); Roma (Itália); Madrid (Espanha); Porto (Portugal); Barcelona (Espanha).

Portugal tem, igualmente, algumas cidades incluídas no topo das cidades mais visitadas por viajantes seniores de outros países, nomeadamente de fora da Europa, com especial destaque para os australianos e os brasileiros. Para além de Lisboa e Porto, também a cidade do Funchal, na Ilha da Madeira, consta entre os destinos mais visitados por viajantes seniores internacionais.

²⁷ AIRBNB. Imprensa. Disponível em: <<https://press.atairbnb.com/br/>>. Acesso em: 10 abr. 2018

Lisboa e Porto foram os dois destinos mais visitados por cidadãos seniores do Brasil. A cidade invicta também foi o destino mais visitado por seniores australianos, enquanto Lisboa surge no quarto lugar. A cidade do Porto está, igualmente, entre os destinos preferidos dos seniores alemães. Enquanto a capital portuguesa foi a cidade mais visitada por seniores mexicanos e consta, também, no top-10 das cidades mais visitadas por viajantes seniores oriundos de países como a Dinamarca e a África do Sul. Por seu lado, o Funchal, na ilha da Madeira, é uma das escolhas favoritas de viajantes seniores de França e Reino Unido.

2. Release de agosto 31 2017 , Destinos, Empresa, Experiências, Famílias - Caldas Novas, Canela e Fortaleza se destacam em ranking internacional do Airbnb para viagens em família.

O verão está chegando ao fim no hemisfério norte, e a estação representou a maior temporada de viagens da história do Airbnb. Nos últimos três meses – entre 1 de junho e 31 de agosto – cerca de 45 milhões de hóspedes ficaram em casas reservadas por intermédio do Airbnb em todo o mundo. Só no Brasil, foram registradas no período mais de 395 mil chegadas de hóspedes, dessas, 75 mil foram de famílias que reservaram seus imóveis pela plataforma.

O destino mais procurado pelas famílias brasileiras no período, que inclui as férias de julho, foi Caldas Novas, em Minas Gerais. A cidade aparece em 9º lugar no ranking global e em primeiro lugar na lista das mais visitadas da América Latina, onde também figuram Canela, no Rio Grande do Sul e Fortaleza, no Ceará.

A capital cearense brilha novamente dentre as que mais cresceram. A cidade é a única brasileira a aparecer no ranking de novos mercados em 9º lugar, com um aumento das reservas de 19% se comparado ao mesmo período do ano anterior. Confira as estatísticas e dados do Airbnb dos últimos três meses – entre 1 de junho e 31 de agosto:

Estatísticas Globais - Chegadas de hóspedes **45M**; Custo médio de \$50 por pessoa por noite (viagens em família nos EUA); Chegadas de famílias de **8M**; 12 de agosto maior noite da história do Airbnb, quando 2.6M de hóspedes se hospedaram em casas da plataforma simultaneamente. No Brasil - Chegadas de famílias no Brasil **75.000**; Chegadas de famílias de hóspedes brasileiras viajando para o exterior 100.400; Número total de chegadas de hóspedes no período **395.000**; Chegadas de famílias de hóspedes brasileiras viajando para o exterior 572.000;

Destinos tendência. Em comparação ao mesmo período em 2016, o Airbnb registrou seu maior crescimento na Ásia, particularmente na China. Dentre os mercados mais novos e de mais rápido crescimento, as cidades chinesas de Hangzhou (495%), Chongqing (388%) e Wuhan (371%) foram as três com melhores números. Fortaleza é a única na lista com crescimento de 192%.

3. Por Airbnb, Julho 6 2017, DESTINOS Férias de julho com o Airbnb, curtir o frio ou fugir dele?

As férias escolares de julho estão batendo à porta e muitas famílias se programam para aproveitar o tempo livre das crianças para viajar. Um levantamento do Airbnb, a maior plataforma de compartilhamento de lares do mundo, com presença em mais de 65 mil cidades e 191 países, mostra que o brasileiro tem se dividido entre a busca por fugir do frio ou aproveitar o que de melhor a temporada mais fria do ano tem a oferecer.

No ranking das 10 cidades mais procuradas para o mês de julho, Canela figura na segunda posição. O destino saiu do terceiro lugar em 2016 e passou São Paulo este ano, devido a um crescimento de 17% com relação ao mesmo período ano passado. Outra cidade bastante procurada no inverno, principalmente pelos paulistanos, é Campos do Jordão, que não fica longe e surge em quarto lugar, com um crescimento de 20% em comparação 2016. Curitiba também aumentou em 32% o número de chegadas de hóspedes para as próximas férias, se mostrando uma forte tendência dentre aqueles que querem aproveitar o frio.

Mas o grande destaque dentre as cidades mais reservadas por meio do Airbnb para o mês de julho no Brasil está entre as cidades de praia, em especial no Ceará. Uma pesquisa do Airbnb de fevereiro de 2017 revelou Fortaleza como um dos 10 destinos tendência para viagens em família para 2017, a única cidade sul-americana apareceu na lista por registrar o maior crescimento (380%) na procura para este tipo de viagem em grupo.

Dentre os viajantes que estão buscando o mês de férias para fugir das baixas temperaturas e aproveitar o que nosso litoral tem de melhor estão os que escolheram Maceió e Natal como destino. As duas cidades apresentaram crescimento de 60% e 32%, respectivamente. Confira a lista das 10 cidades mais reservadas pelo Airbnb para julho de 2017: Rio de Janeiro; Canela; São Paulo; Campos do Jordão; Fortaleza;

Curitiba;Caldas Novas; Florianópolis; Aquiraz; Brasília. Mas, apesar da grande procura, o Airbnb ainda possui uma grande diversidade de imóveis disponíveis para as férias de julho em família. Confira algumas opções:

Casa charmosa em Canela, RS - Essa casinha linda com três quartos e quatro camas tem até piso aquecido, para manter toda a família quentinha nas baixas temperaturas do Rio Grande do Sul; **Mansão nas montanhas em Campos do Jordão, SP** - Com cinco suítes e a 10 minutinhos do centro de Capivari essa grande casa em Campos do Jordão tem capacidade para 12 pessoas. Para garantir que todos os convidados fiquem quentinhos, quatro lareiras estão espalhadas pela propriedade, que também conta com aquecimento central; **Apartamento de cobertura em Natal, RN** - Com varanda e churrasqueira, esse apartamento de cobertura de dois dormitórios com vista para o mar ainda conta com uma bela piscina privativa. **Apartamento Beira-Mar em Maceió, AL** - No bairro de Ponta Verde esse apartamento tem uma varanda com vista para o mar de Maceió.

4. JUNHO 27 2017 - DESTINOS, EXPERIÊNCIAS, VIAGENS - Airbnb revela destinos tendência para quem viaja sozinho

Que seja em uma curta viagem de negócios ou uma aventura solitária prolongada, os viajantes têm encarado o mundo mais sozinhos do que nunca. E isso tem se refletido nos dados do Airbnb, onde um número crescente de reservas domésticas é realizado anualmente por pessoas sem acompanhantes. Nas cidades mais importantes para viagens por solo – que incluem destinos como Buenos Aires, Toronto e Oslo – aproximadamente entre 14% e 27% de todas as reservas são feitas por pessoas viajando sozinhas e pontos turísticos emergentes para os que pegam as malas sem acompanhantes incluem cidades em todo o mundo.

Com base no crescimento das reservas individuais no Airbnb em 2016, aqui abaixo estão alguns destinos que a plataforma identifica como tendência para quem viaja sozinho. Dentre as cidades que se destacam na lista, São Paulo, a única brasileira, surge em sexto lugar, com um crescimento de 128% no número de viajantes desacompanhados em 2016. No mesmo ano, a cidade registrou 93 mil chegadas de hóspedes, o que significou um impacto econômico de aproximadamente R\$ 192 milhões entre renda extra direta para os anfitriões e gastos dos viajantes na capital paulista.

Viajar sozinho pode ser uma experiência empolgante e emocionante, uma jornada que instiga pessoas a superarem seus limites e a ver o mundo de uma maneira totalmente nova.

Desde o lançamento da plataforma Airbnb Trips, ficou mais fácil do que nunca para os aventureiros solo navegarem por um novo destino com a ajuda de pessoas experientes. No topo das cidades mais visitadas por viajantes desacompanhados, mais pessoas estão optando pela reserva de Experiências como uma maneira de se conectar com moradores locais e outros turistas, ao mesmo tempo que aprendem algo novo, desfrutam de uma refeição ou participam de uma experiência cultural única.

As Experiências mais reservadas para pessoas viajando sozinhas incluem aulas de culinária, surfe e oficinas de artesanato. Em Londres, a Experiência mais reservada para viajantes individuais é a oficina Fabulous Fascinators, onde os hóspedes podem saborear chá, fazer chapéus e se misturar em um ambiente íntimo e criativo.

“Eu estava viajando sozinha em um feriado em Londres, vinda do Texas, e o pequeno grupo que se reunia era exatamente o que eu precisava para me sentir confortável e bem-vinda na cidade”. Sarah de Paris, Texas

Viajantes solo em Los Angeles têm adorado gravitar com a Kitesurf Malibu, uma oficina de kitesurf amigável para todos os níveis de experiência. Os convidados adoram a atmosfera social encorajadora que mostra um lado diferente da cidade.

“Eu estava viajando sozinho nos Estados Unidos ... Ryan se ofereceu me buscar e me deixar. Se você tiver apenas alguns dias em Los Angeles, eu recomendo muito a experiência de tentar kitesurf com o Ryan”. João de Quenzon City, Filipinas

Em Barcelona, a Experiência mais reservada entre viajantes individuais é Paella Maestro, uma aula na preparação de um dos mais icônicos da Espanha, acompanhado de sangria, sobremesas e excelente companhia.

“Acompanhados de uma garrafa de vinho branco, aprendemos três pratos maravilhosos, e eu encontrei amigos com quem acabei saindo por todo o resto da minha viagem”. Tiffany de Washington DC

Viajantes solitários de Paris reservaram Bike & Bites, uma viagem em duas rodas por paraísos parisienses conhecidos apenas pelos moradores locais.

“Esta foi a minha viagem mais curta para Paris, mas sinto que fiquei muito mais tempo desta vez. Foi um alívio me afastar das atrações turísticas e ver o melhor da cidade”. Tegan de St. Paul, Minnesota.

Em São Francisco, os viajantes desacompanhados deixaram seus cabelos caídos na Sunset Disco Yoga, uma maravilhosa experiência de bem-estar que mistura ioga e dança com os dramáticos marcos naturais da cidade.

“Eu estava um pouco apreensivo no começo, mas Julianne e seus amigos instantaneamente me fizeram sentir em casa. Não só a aula foi incrível, mas as visitas eram mágicas. Dançamos e observamos golfinhos e baleias na baía”. Jayne de London, Reino Unido.

Anexo 3 – Roteiros dos Filmes Publicitários

Vídeo 1

Título: Bahia e a Viagem dos Sonhos em Família | Brought to You By | Airbnb.

Apresentação: O que acontece quando pai e filha descobrem uma nova vibração juntos na Bahia? Nessas férias, viva lá com o Airbnb.

Publicado em: 26-out-2017, Youtube





Disponível em:

<www.youtube.com/watch?v=6hR0ydI7jpE&index=3&list=PLe_YVMnS1oXaqS2298CR7HeLxAtfWbhBV>. Acesso em: 17 nov.2017.






Duração: 1:29 min.

Visualizações: 3.439

Tabela 3 – Cenas do Filme Bahia e a Viagem dos Sonhos em Família

Tempo	Vídeo	Áudio
0'06		Pai: Eu não tive medo de sair do armário. Muito pelo contrário. Eu achava que era urgente. Achava que ela tinha que saber disso do pai. Filha: Tchau, Mãe!
0'08		
0'11		Pai: Como eu sou <i>freelance</i> então eu aproveitava os momentos em que eu podia para poder ficar com a Miranda mais tempo, sabe!
0'15		

0'23		Pai: Uau!!!! E ficar hospedado em lugares que são casas faz com que as coisas se tornem pessoais.
0'24		Filha: Incrível!
0'29		Pai: Estou tão feliz!!!
0'42		Pai: Eu comecei a descobrir um tipo de vibração, um tipo de alegria, um tipo de estilo de vida, que eu nunca consegui ver em lugar nenhum.
0,47		Baiana, cozinha, cidade: Vocês querem aprender a fazer uma moqueca?
0'48		Pai: Tem coragem? Filha: Tenho!

0'54		Pai: Oi!!!! Nessa viagem eu comecei a ver que ela é capaz de ir mesmo. Ela pode ir.
0'57		
1'07		
1'13		Pai: Você não ensina um filho a ser feliz, dizendo: seja feliz. Você ensina o seu filho a ser feliz, sendo feliz”.
1'16		

Fonte: Elaborado pela autora

Pai: Eu não tive medo de sair do armário. Muito pelo contrário. Eu achava que era urgente. Achava que ela tinha que saber disso do pai.

Filha: Tchau, Mãe!

Pai: Como eu sou free-lancer então eu aproveitava os momentos em que eu podia para poder ficar com a Miranda mais tempo, sabe!

Pai: Uau!!!!

E ficar hospedado em lugares que são casas faz com que as coisas se tornem pessoais.

Filha: Incrível!

Pai: Estou tão feliz!!!

Pai: Eu comecei a descobrir um tipo de vibração, um tipo de alegria, um tipo de estilo de vida, que eu nunca consegui ver em lugar nenhum.

Bahiana, cozinha, cidade: Vocês querem aprender a fazer uma muqueca?

Pai: Tem coragem?

Filha: Tenho!

Pai: Oi!!!! Nessa viagem eu comecei a ver que ela é capaz de ir mesmo. Ela pode ir.

Pai: Você não ensina um filho a ser feliz, dizendo seja feliz. Você ensina o seu filho a ser feliz, sendo feliz”.

Vídeo 2

Título: Novas Vibrações em Família nas Praias da Bahia | Brought to You By | Airbnb.

Apresentação: Eles viveram juntos experiências únicas na Bahia. Você também pode curtir férias cheias de novas descobertas em família. Reserve uma casa no Airbnb.



Publicado em: 26-out-2017, Youtube









Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=e09BbSbrddk>>. Acesso em: 17 nov.2017.

Duração: 0:40 seg.

Visualizações: 4.832

Tabela 4 – Cenas do Filme Novas Vibrações em Família

Tempo	Vídeo	Áudio
0'01		Pai: “Você ensina um filho a ser feliz, sendo feliz. Me sinto confortável de vê-la crescendo e se tornando independente.
0'03		
0'07		

0'08		Pai: Me sinto confortável de vê-la crescendo e se tornando independente. Nessa viagem eu comecei a ver ela fazer isso e fiquei orgulhoso disso.
0,10		
0'11		
0'14		
0'18		Pai: Oh, "Mini", de 1 a 10 qual nota você dá para o meu macarrão, que eu fiz".
0'21		Filha: "5? "
0'23		Pai: "5!!!! Ah, não, vai?!!
0'25		Pai e filha: rindo.

Fonte: Elaborado pela autora

Pai: “Você ensina um filho a ser feliz, sendo feliz. Me sinto confortável de vê-la crescendo e se tornando independente.

Pai: Nessa viagem eu comecei a ver ela fazer isso e fiquei orgulhoso disso.

Pai: Oh, “Mi”, de 1 a 10 qual nota você dá para o meu macarrão, que eu fiz”.

Filha: “5?”

Pai: “5!!!! Ah, não, vai?!!

Pai e filha: rindo.

Vídeo 3

Título: Uma Nova Dimensão Chamada Bahia | Brought to You By | Airbnb.

Apresentação: Isso é o que acontece quando pai e filha viajam para conhecer novas culturas, sabores, pessoas. Conheça outros mundos no Airbnb.

Publicado em 26-10-2017, Youtube.




Disponível em:


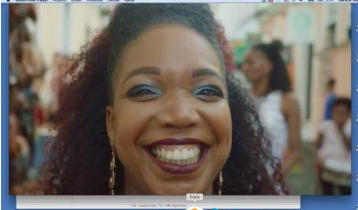
<https://www.youtube.com/watch?v=W64nhgX2r_Y&list=PLe_YVMnS1oXaqS2298CR7HeLxAtfWbhBV>. Acesso em: 17 nov.2017.






Duração: 0:39 seg.

Visualizações: 12.770

Tabela 5 – Cenas do Filme Uma Nova Dimensão Chamada Bahia

Tempo	Vídeo	Áudio
0'02		Filha: Se eu pudesse viajar para qualquer lugar no espaço eu iria para outra dimensão.
0'03		
0'10		
0'12		

0'13		
0'16		
0'16		
0'16		Filha: Seria tipo só um lugar sem problemas, sem presidente, essas coisas, sem guerra, todo mundo com direitos iguais e com poder de divulgar sua cultura, falar sobre sua cultura, um lugar melhor.
0'18		
0'19		
0'20		
0'21		

0'22		
0'22	 	
0'23		Filha: Acho que é isso.
0'24		

Fonte: Elaborado pela autora

Filha: Se eu pudesse viajar para qualquer lugar no espaço eu iria para outra dimensão.

Filha: Seria tipo só um lugar sem problemas, sem presidente, essas coisas, sem guerra, todo mundo com direitos iguais e com poder de divulgar sua cultura, falar sobre sua cultura, um lugar melhor.

Filha: Acho que é isso.

Vídeo 4

Título: Novos Sons, Cores e Sabores em Família na Bahia | Brought to You By | Airbnb. Apresentação: Um mundo de novos sons, cores e sabores esperava por eles na Bahia. Descubra o que espera por você nessas férias no Airbnb.
Publicado em 26-out-2017. Youtube.


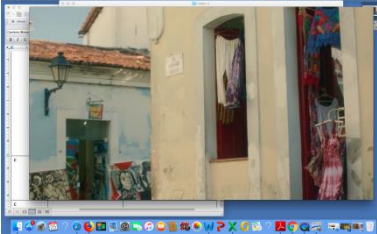





Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TThjurQ_-YU&index=4&list=PLLe_YVMnS1oXaqS2298CR7HeLxAtfWbhBV>. Acesso em: 17 nov.2017.


Duração: 1:00 min.

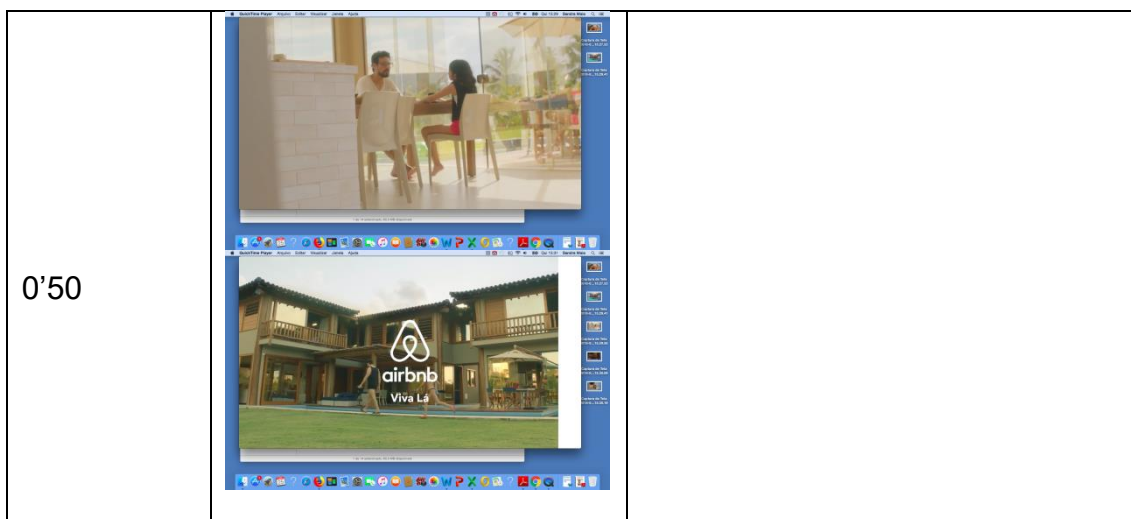
Visualizações: 2.605

Tabela 6 – Cenas do Filme - Novos Sons, Cores e Sabores em Família na Bahia

Tempo	Vídeo	Áudio
0'01		Pai: Uau!!!!
0'06		
0'07		
0'08		Filha: A coisa mais importante para mim em viajar é conhecer a cultura do lugar.
0'10		
0'12		

0'13		
0'14		
0'14		Filha: Quando eu cheguei na Bahia eu queria muito experimentar acarajé e moqueca e daí quando eu comi gostei muito. O gosto é muito diferente.
0'16		
0'23		
0'25		
0'26		Filha: Eu achei o ar bem diferente. Ar mágico de praia. É muito diferente do que tem Rio.

0'28		
0'30		
0'33		Pai: simula jogar filha na piscina Filha: Não, Não!!! (Risos)
0'36		Filha: Meu pai ele ama a Bahia, e ele falou assim: é o melhor lugar que a gente já viajou. A gente vai ficar mais junto em uma casa alugada, só eu e ele e esquecer um pouco do Rio.
0'40		
0'44		
0'47		
0'47		



Fonte: Elaborado pela autora

Pai: Uau!!!!

Filha: A coisa mais importante para mim em viajar é conhecer a cultura do lugar.

Filha: Quando eu cheguei na Bahia eu queria muito experimentar acarajé e muqueca e daí quando eu comi gostei muito. O gosto é muito diferente.

Eu achei o ar bem diferente. Ar mágico de praia. É muito diferente do que tem Rio.

Pai: Rindo. Simula jogar filha na piscina

Filha: Não, Não!!! (risos)

Filha: Meu pai ele ama a Bahia e ele falou assim: é o melhor lugar que a gente já viajou. A gente vai ficar mais junto em uma casa alugada, só eu e ele e esquecer um pouco do Rio.

Anexo 4 - Textos dos Anúncios dos Anfitriões

1. Loft com Vista ao Mar! Arcon Gym Piscina & Squash

Apartamento inteiro · Salvador²⁸

2. Praia quase privativa. Beira mar no Rio Vermelho

Apartamento inteiro · Salvador²⁹

3. Lindo Apartamento em Salvador - Graça

Apartamento inteiro · Salvador³⁰

4. Quarto com banheiro privativo

Quarto inteiro em apartamento · Rio Vermelho³¹

5. Quarto novo, lindo e aconchegante.

Quarto inteiro em apartamento · Salvador³²

6. Quarto com vista mar. Praia a 200 metros

Quarto inteiro em apartamento · Salvador³³

7. Quarto quadruplo - Aconchego e bom acolhimento!

Quarto compartilhado em casa · Salvador³⁴

8. Alugo casa loft - diária ou o mês.

Quarto compartilhado em casa · Salvador³⁵

9. Quarto compartilhado Casa Familiar. Quarto compartilhado em casa · Salvador³⁶

²⁸ Diária R\$ 352, Hospedado por Ian. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/700917?location=Salvador%2C%20Bahia&s=CBNb3Rui>. Acesso em: 2 jan. 2018.

²⁹ Diária R\$ 102, Hospedado por Anderson. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/16295986?adults=1&children=0&infants=0&location=Salvador%2C%20Bahia&s=FGX-lGrO>. Acesso em: 2 jan. 2018.

³⁰ Diária R\$ 115, Hospedado por Rafael. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/12836178?location=Salvador%2C%20Bahia&s=CBNb3Rui>. Acesso em: 2 jan. 2018.

³¹ Diária R\$ 89, Hospedado por Zobeida. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/13225467?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=mFjyqcJz>. Acesso em: 2 jan. 2018.

³² Diária R\$ 59, Hospedado por Irani. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/962474?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=mFjyqcJz>. Acesso em: 2 jan. 2018.

³³ Diária R\$ 62, Hospedado por Lucas. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/14133856?adults=1&children=0&infants=0&location=Salvador&s=hyBEkCRS>. Acesso em: 2 jan. 2018.

³⁴ Diária R\$ 71. Hospedado por Flor. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/13726496?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=K7kg9yij>. Acesso em: 2 jan. 2018.

³⁵ Diária R\$ 100. Hospedado por Juliana. Disponível em:

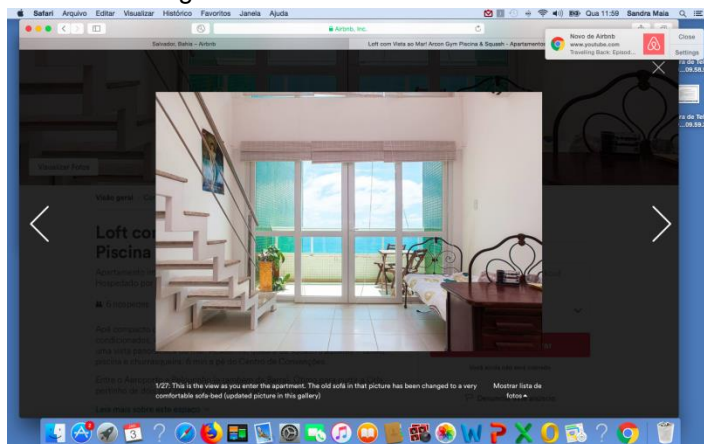
<www.airbnb.com.br/rooms/10557684?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=VUZUuStV>. Acesso em: 5 jan. 2018.

³⁶ Diária R\$ 49. Hospedado por Elenita. Disponível em:

<www.airbnb.com.br/rooms/4764721?adults=1&children=0&infants=0&location=SALVADOR%20BA&s=7cOm068c>. Acesso em: 6 jan. 2018.

ANÚNCIO 1- Loft com Vista ao Mar! Arcon Gym Piscina & Squash³⁷

Figura 1 – Foto de anúncio de Loft



Fonte: AIRBNB, 2018.

Apartamento inteiro · Salvador; Diária R\$ 352,; Hospedado por Ian: 6 hóspedes, 1 quarto, 2 camas, 1 banheiro. Apê compacto de frente para o mar, friozinho proporcionado por 2 ar-condicionados, cozinha equipada, quarto no mezanino e da varanda você tem uma vista panorâmica do mar. Academia, quadra de squash (raquetes + bolas), piscina e churrasqueira. 6 min a pé do Centro de Convenções. Entre o Aeroporto e Pelourinho (e também da Barra). Ótimo para curtir a Orla, pertinho de dois dos melhor restaurantes de comida baiana.

O espaço - Do quarto no mezanino ou da sala, a vista para a praia é espetacular. Da varanda a brisa do mar é relaxante. O apartamento oferece com qualidade o essencial para a sua estadia: 10mb internet, cozinha equipada com geladeira moderna espaçosa, máquina de lavar, 2 ar-condicionados, secador de cabelo, ferro de passar. É perfeito para casais e acomoda 4 pessoas com conforto porém tenha em mente que há apenas um banheiro.

A área comum do edifício irá atendê-lo surpreendentemente, equipados com: academia, quadra de squash, piscina, churrasqueira, lounge area e garagem. Há um wi-fi gratuito na área comum. Portaria 24h.

* Informação importante sobre acessibilidade: tanto o quarto quanto o banheiro estão localizados no mezanino (fotos da escada na galeria). Sofá-cama no piso térreo. !!! A foto principal está desatualizada: eu troquei o sofá de estrutura de ferro da foto

³⁷ Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/700917?location=Salvador%2C%20Bahia&s=CBNb3Rui>>. Acesso em: 2 jan. 2018.

por um sofá-cama, melhor e mais confortável mas menos vintage : - (tenho que esperar até poder tirar fotos profissionais (do Airbnb). Uma foto atualizada porém com qualidade baixa está disponível na galeria.

Acesso dos hóspedes - Garagem coberta, Portaria 24h (número da portaria 93), 10mb wifi internet, wifi pública, piscina do prédio, quadra de squash, academia, churrasqueira do prédio (necessário fazer reserva).

Interação com os hóspedes - Não moro perto mas estou sempre disponível via fone e apps de mensagem (wzap). Também... um dos meus irmãos ou minha mãe estarão disponíveis para qualquer ajuda.

Outras observações • A luz da manhã pode incomodar, já houve hóspede reclamando de a cortina não ser suficiente (caso você só consiga dormir em quartos escuros, traga sua máscaras para os olhos) mas recentemente escureci os vidros com uma película fumê térmica.

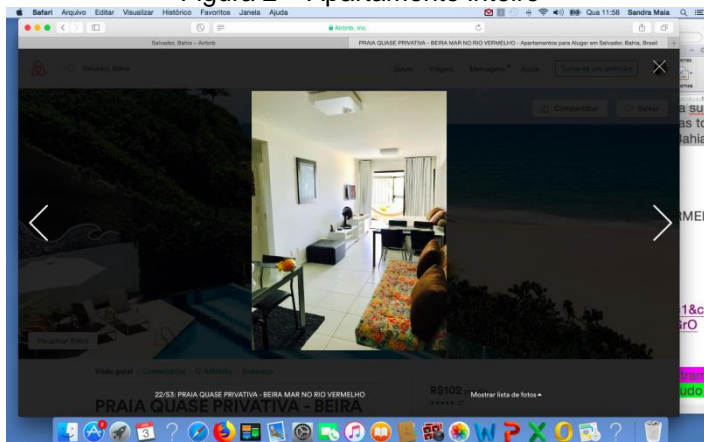
• Eu tenho um secador de cabelo pequeno, mas uma hóspede me disse ser um "sopro"

• Portaria: 93

Sobre Anfitrião - Sou pai e viajante da Bahia. Trabalhei remotamente em diferentes lugares, cidades e países e conheço a importância de estar conectado e disponível em todos os momentos. Como anfitrião, eu estarei em contato com meus convidados, quando tiverem um pedido ou para responder perguntas sobre Salvador. Eu me importo muito para tornar meu apartamento o melhor lugar não só para mim, mas especialmente para você, meu próximo convidado! Estou sempre aberto para sugestões, ouço comentários e verifico se eles não vão voltar a acontecer. E desde que eu comecei, eu aprendi muito, especialmente sobre o que é preciso para ser um bom host e para acomodar todos os tipos de pessoas, de diferentes nacionalidades. Como convidado, eu gosto de lugares com o básico, mas confortável o suficiente para se adequar à minha não rotina. É ótima quando você chega em casa e tudo o que você precisa se preocupar é relaxar e, claro, verificar a INTERNET.

ANÚNCIO 2 - PRAIA QUASE PRIVATIVA - BEIRA MAR NO RIO VERMELHO³⁸

Figura 2 – Apartamento inteiro



Fonte: AIRBNB, 2018

Apartamento inteiro · Salvador; Diária R\$ 102; Hospedado por Anderson. Excelente apartamento beira-mar no Rio Vermelho com infraestrutura completa (piscina na praia, portarias e segurança 24h, sauna, jacuzzi, salão de jogos, espaço gourmet e academia). Acesso exclusivo à praia direto da área da piscina. Dá para ir a pé a diversos pontos como Acarajé da Cira (Melhor da Cidade!), Vila Caramuru (Antigo Mercado do Peixe - Complexo de Restaurantes), supermercado, farmácias, restaurantes, bares, McDonalds, Subway, posto de combustível com loja de conveniência 24h.

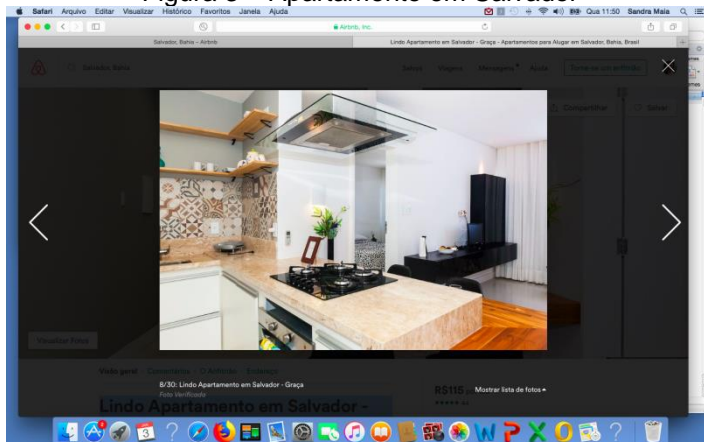
Sobre o anfitrião: Potiguar radicado na Bahia que adora circular pelo mundo. Gosto de conhecer gente nova e trocar experiências de vida e de viagens. Estou sempre disposto a ajudar no que for possível, seja você meu hóspede ou não.

³⁸ Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/16295986?adults=1&children=0&infants=0&location=Salvador%2C%20Bahia&s=FGX-IGrO>>. Acesso em: 2 jan.2018.

ANÚNCIO 3 – Lindo Apartamento em Salvador – Graça.³⁹

Figura 3 – Apartamento em Salvador



Fonte: Airbnb, 2018.

Apartamento inteiro. Salvador. Diária R\$ 115; Hospedado por Rafael.

O apartamento é perto da Faculdade de Direito da UFBA, bairro da Graça, próximo aos circuitos de carnaval 'Barra-Ondina' e 'Vitória/Campo Grande'. Restaurantes, farmácias, bancos, padarias, mercados... tudo a menos de 100 metros do apartamento. Espaço recém-reformado com toda estrutura para o seu bem-estar. Serviço de camareira inclusos, exceto domingo. Portaria 24 horas e WiFi disponível. O apartamento também é ideal para pessoas que estiverem viajando a negócios. Aqui você se sente em casa!

O espaço - O prédio possui dois elevadores, salão de festa e portaria 24 horas. Bom gosto e aconchegante! Você se sentirá realmente em casa. Quarto: Roupas de cama disponíveis; Edredom; 4 Travesseiros; Ferro de passar roupa; Ar condicionado; Armário com cabides; Secador de cabelo. Cozinha: Copos e pratos; Talheres; Cafeteira; Liquidificador; Sanduicheira; Panelas; Forno e Fogão; Micro-ondas. Sala: TV LED 32 + Apple TV (Netflix); Sofá; Internet Wi-Fi é disponível pelo prédio; Ar condicionado. Banheiro: Chuveiro Elétrico; Toalhas de banho e toalhas de rosto; Sabão líquido para as mãos. Acesso a todos os ambientes do apartamento. Quarto, Sala, Cozinha e Banheiro! As chaves do apartamento estarão disponíveis na recepção do prédio a partir das 14h. A sua reserva estará também na recepção. Se precisar de ajuda, pode me procurar pelo celular e por mensagens. Sempre que sair do

³⁹ Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/12836178?location=Salvador%2C%20Bahia&s=CBNb3Rui>>. Acesso em: 2 jan.2018.

apartamento você tem a opção de deixar as chaves na portaria, caso deseje. (Lembre sempre de apagar as luzes e desligar o ar-condicionado). Você poderá usar tudo que estiver disponível no apartamento. Inclusive terá acesso exclusivo aos filmes/seriados disponíveis do NETFLIX. Se faltar alguma coisa, por favor me avise! Assim posso melhorar sempre o atendimento dos meus hóspedes! E peço, gentilmente, que cuide bem de tudo que está no apartamento, tá bom? Agradeço de coração.

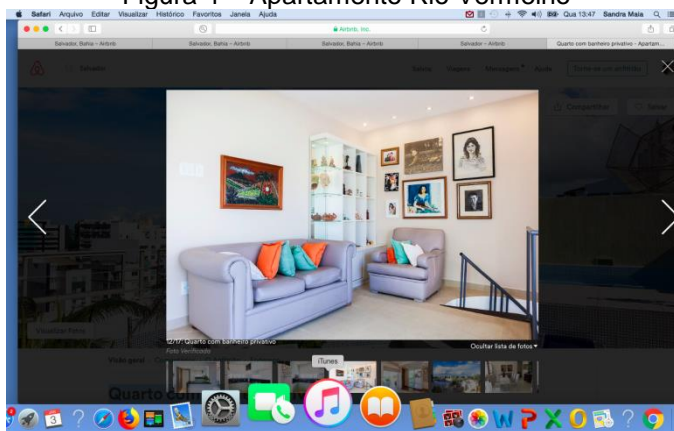
Interação com os hóspedes - Estou sempre disponível para os meus hóspedes. Estou on-line o tempo todo! Nem sempre poderemos nos encontrar pessoalmente, pois moro em Brasília! Mas não se preocupe você terá apoio sempre que precisar.

Outras observações - Os móveis são todos novos. Cuidem bem deles! No prédio tem disponível um restaurante árabe muito bom! Preço bom. E tem também um restaurante natural chamado Saúde Brasil (ao lado do prédio). Ou se preferir, uma Pizzaria bem em frente. Basta atravessar a rua. Obs.: Não nos responsabilizamos por objetos pessoais esquecidos no apartamento. Portanto, antes de sair, verifique se está levando TODOS os seus pertences. As camareiras funcionam de segunda a sábado, exceto domingo e feriados.

Sobre o anfitrião - Olá meu nome é Rafael Ribeiro, tenho 32 anos. Atualmente moro em Brasília-DF, mas o apartamento está disponível em Salvador-BA com todo o conforto que você precisa. Assim como você, eu adoro viajar! E acredito que viajando cada vez mais nos tornaremos sempre uma pessoa melhor! Sinta-se em casa!

ANÚNCIO 4 – Quarto com banheiro criativo.⁴⁰

Figura 4 – Apartamento Rio Vermelho



Fonte: AIRBNB, 2018.

⁴⁰ Disponível em

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/13225467?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=mFjyqcJz>>. Acesso em: 2 jan.2017.

Quarto inteiro em apartamento – Rio Vermelho. Diária R\$ 89. Hospedado por Zobeida. 2 hóspedes. 1 quarto. 1 cama. 1 banheiro privado. Meu espaço é perto de Supermercado, farmácia, padaria, ponto de ônibus, restaurantes, praia, vida noturna, transporte público. Você vai amar meu espaço porque é moderno, arejado, limpo, espaçoso, tem uma linda vista para o mar, o quarto é confortável e você poderá desfrutar de um terraço com piscina de outubro a maio e churrasqueira.

Você poderá preparar seu café da manhã na cozinha com utensílios da casa, bem como lanches à tarde e à noite. Não é permitido cozinhar. Há supermercado próximo.

O espaço - É importante que você se atenha ao anúncio, estou alugando uma suite no apartamento onde moro. O quarto possui banheiro privativo, roupeiro, cama de casal, e uma bela vista para o mar. O uso do ar condicionado fica restrito ao horário 19h até 10h da manhã, exceto carnaval. Não há televisão no quarto, mas você poderá assistir na sala. Se você for fumante poderá fumar no terraço, dentro de casa não é permitido. Acesso dos hóspedes - horários estabelecidos para check-in é a partir das 14h e check-out até o meio-dia. É muito importante que quando vc já tenha seus horários de voo, se comunique informando para que possamos nos programar para recebê-los.

Interação com os hóspedes - Estarei em casa para recebê-los e passar todas as orientação que necessitarem como que ônibus tomar, onde comer, cuidados com segurança, lugares para visitar etc.
Outros espaços que disponho: <<https://www.airbnb.com.br/manage-your-space/21468408/details>.

Outras observações - Eventualmente poderei não estar em casa, nesse caso, avisarei antes e vocês serão recebidos pela Maria que trabalha para mim há mais de 25 anos e mora na casa. Ela passará igualmente as informações necessárias.

Possuo mais essas opções de aluguel:

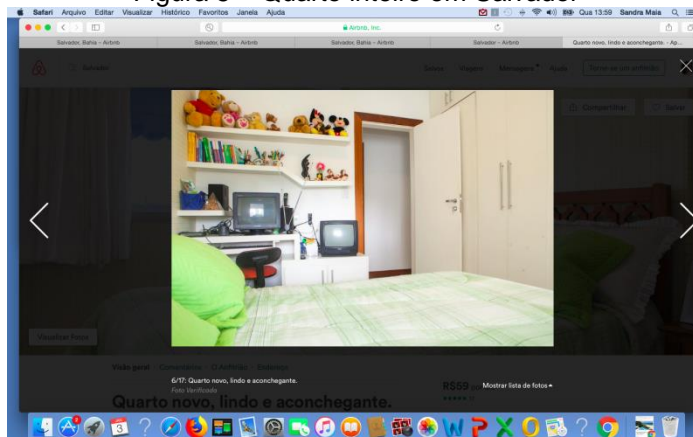
https://www.airbnb.com.br/rooms/13992661?guests=2&adults=2&location=salvador&check_in=2017-07-20&check_out=2017-07-23&s=vAU7y9Nf

<https://www.airbnb.com.br/manage-your-space/21468408/details>

Sobre o anfitrião - Sou aposentada professora universitária, moro em Salvador. adoro viajar e receber pessoas.

ANÚNCIO 5 – Quarto novo, lindo e aconchegante.⁴¹

Figura 5 – Quarto inteiro em Salvador



Fonte: AIRBNB, 2018.

Quarto inteiro em apartamento – Salvador. Diária R\$ 59. Hospedado por Irani. 3 hóspedes; 1 quarto; 1 cama; 1 banheiro. O espaço - Apartamento todo reformado, moderno, aconchegante e amplo. Uma suíte, 2 quartos, 2 salas, 2 sanitários, varanda, cozinha e área de serviço. Localizado em um bairro tranquilo, fica próximo da praia, de restaurantes, bares, supermercados, shoppings e vizinho a um grande parque. Serviço de transporte eficiente, que lhe levará a qualquer ponto turístico da cidade(URL HIDDEN). Aqui você será muito bem recebido e ainda poderá usufruir de todo conforto e comodidades da casa(URL HIDDEN) Venha, você não vai se arrepender!

Acesso dos hóspedes - Os hóspedes podem usar a cozinha totalmente equipada, área de serviço com máquina de lavar, sala de jantar, sala de estar etc.

Interação com os hóspedes - Os hóspedes podem entrar em contato comigo através do (SENSITIVE CONTENTS HIDDEN), msg, telefone, e-mail. Terei o maior prazer em atendê-lo.

Outras observações - O apartamento é totalmente equipado, aconchegante, silencioso, limpo e organizado. Tem tudo para tornar a estadia dos hóspedes bastante prazerosa.

Sobre o anfitrião - Meu nome é Irani, tenho 3 filhas e 3 netos. Sou professora primária de formação, mas não exerço a profissão. Trabalho com moda, gosto de decoração de ambientes e de cozinhar. Sou muito família; me dedico plenamente às

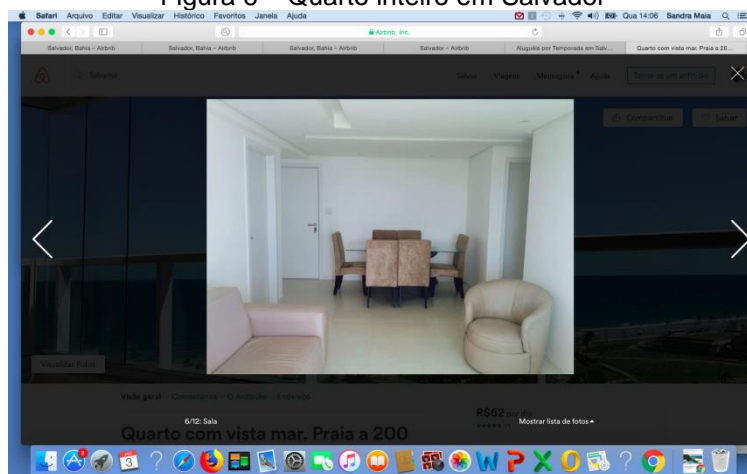
⁴¹ Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/962474?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=mFjyqcJz>>. Acesso em: 2 jan.2017.

minhas filhas e netos! Gosto muito de receber visitas e de promover reuniões de família, sempre que tenho disponibilidade na minha agenda. Fazer uma comidinha gostosa para amigos e familiares, me dá muito prazer! Sou amiga, conselheira e estou sempre disposta a ajudar. Viajar é meu hobby predileto; praia é o meu programa preferido. O mar me inspira, me acalma e me liberta! Quanto ao futuro, gostaria de viajar mais e fazer um trabalho voluntário com crianças e idosos. Esta sou eu, simples, transparente e sem máscaras.

ANÚNCIO 6 – Quarto com vista para o mar. Praia a 200 metros.⁴²

Figura 6 – Quarto inteiro em Salvador



Fonte: Airbnb, 2018

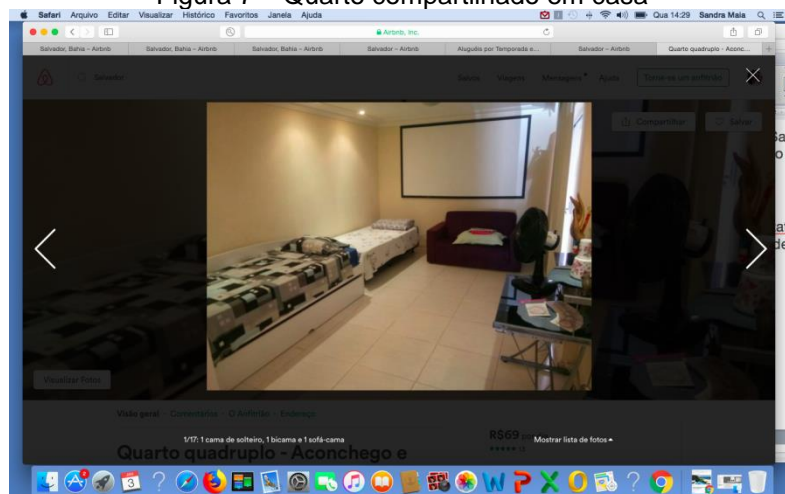
Quarto inteiro em apartamento. Salvador. Diária R\$ 62,. Hospedado por Lucas. 2 hóspedes. 1 quarto. 1 cama. 1 banheiro privado. Meu espaço é perto de o aeroporto, parques, belas paisagens, bancos, restaurantes famosos, bares, shopping, arte e cultura. Você vai amar meu espaço por causa da área externa, a iluminação, a cama confortável, o quarto climatizado (ar condicionado) a cozinha, o bairro, conveniência, tranquilidade. Meu espaço é bom para casais, aventuras individuais e viajantes de negócios. Ofereço toalhas e sabonete. Outras observações - Quarto com cama de casal e climatizado (ar condicionado).

⁴² Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/14133856?adults=1&children=0&infants=0&location=Salvador&s=hyBEkCRS>>. Acesso em: 2 jan.2018.

ANÚNCIO 7 – Quarto quadruplo – Aconchego e bom acolhimento⁴³

Figura 7 – Quarto compartilhado em casa



Fonte: AIRBNB, 2018.

Quarto compartilhado em casa. Salvador. Diária R\$ 71. Hospedado por Flor.

Na casa moram 3 pessoas que trabalham na área de turismo, será um prazer lhe dar dicas da cidade! Oferecemos um lar com sorrisos, respeito e boas energias, onde cada pedacinho foi planejado para ser um recanto de paz, pois acreditamos que um meio de hospedagem deve ir além do simples abrigo. Estamos perto da praia, aeroporto, restaurantes e ponto de ônibus. Você vai amar este espaço porque é gostoso e aconchegante, ambiente tranquilo, ideal para quem quer relaxar mesmo estando em uma capital.

O espaço - Casa em local tranquilo, perto das dunas e da praia também. Simplicidade e alto astral são nossa marca registrada!

Acesso dos hóspedes - Os hóspedes são como nossas visitas, então fiquem à vontade para utilizar a cozinha, deitar na rede, assistir TV ou filme. Você poderá escolher alguns dos nossos livros na nossa mini biblioteca para ler durante sua estadia

Interação com os hóspedes - Queremos que você se sinta bem em nossa casa e em nossa cidade. Gostamos das relações pessoais e para nós esta plataforma é mais do que um simples negócio, é uma troca de experiências que nos ajuda a construir amizades e conhecimentos.

⁴³ Disponível em:

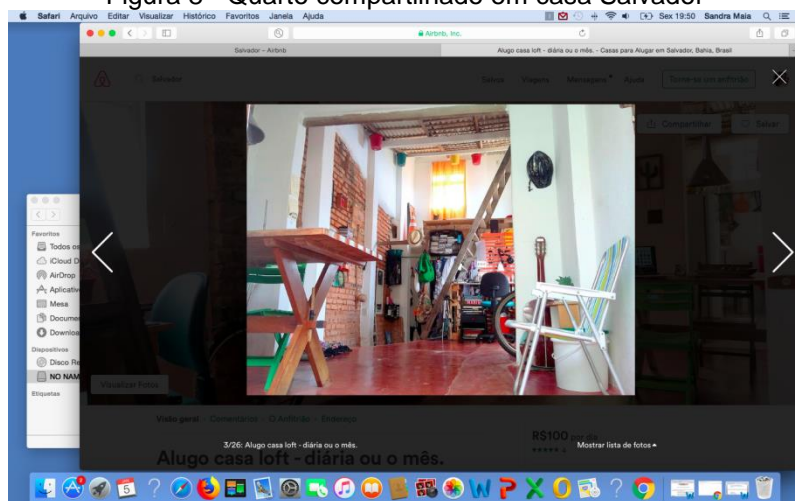
<<https://www.airbnb.com.br/rooms/13726496?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=K7kg9yij>>. Acesso em: 2 jan.2018.

Outras observações - Valor da diária para até duas pessoas, as demais pagarão 50% desse valor.

Sobre o anfitrião - Três amigos que compartilham uma casa com lindas energias. Gostamos de boa comida, viagens, música e longos papos. Você será bem-vindo!

ANÚNCIO 8 – Alugo casa loft – diária ou mês.⁴⁴

Figura 8 - Quarto compartilhado em casa Salvador



Fonte: AIRBNB, 2018.

Quarto compartilhado em casa Salvador. Hospedado por Juliana. Diária R\$ 100. 2 HÓSPEDES, 1 quarto. 1 cama. 1 banheiro. Alugo minha casa estilo loft. Entre Ondina e Rio Vermelho. A casa comporta até três pessoas. Excelente localização!

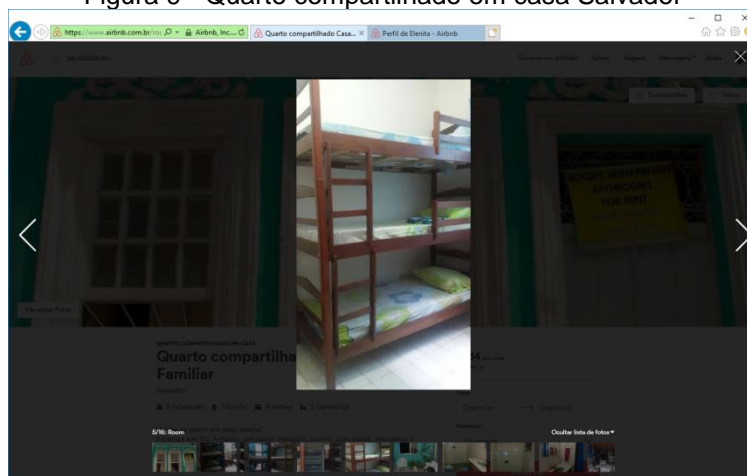
Sobre o anfitrião - Pessoas legais e que não destruam minhas coisas são bem vindas, tudo é negociável, valores quantidade de psssoas, café da manhã, datas... até porque não pretendo mexer no espaço, é possível providenciar mais colchões. A casa é uma delícia e especial, por isso você também tem de ser especial!!

⁴⁴ Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/10557684?location=Salvador&adults=1&children=0&infants=0&s=VUZUuStV>>. Acesso em: 5 jan. 2018.

ANÚNCIO 9 – Quarto compartilhado Casa Familiar ⁴⁵

Figura 9 - Quarto compartilhado em casa Salvador



Fonte: AIRBNB, 2018.

Quarto compartilhado em casa Salvador. Hospedado por Elenita. Diária R\$ 49. 9 hóspedes. 1 quarto. 9 camas. 2 banheiros. Venha se sentir em casa baiana! Ficamos em Sto Antonio, um bairro tranquilo, bonito, com bares, mercados e uma vista linda para a baía de todos os santos. Ótimo lugar pra relaxar, conhecer a cultura, experimentar a comida, pertinho do centro histórico o Pelourinho! O espaço - A casa conta com vários quartos: 1 de Casal, 1 de 4 pessoas e outro de 9 pessoas. Todos com banheiro dentro, tem cozinha compartilhada, sala de estar e um quintal grande ao ar livre. Acesso dos hóspedes - WIFI, cozinha, ventilador, roupa de cama e utensílios. Interação com os hóspedes - Nossa família trabalha e fica em casa procurando o bem-estar dos hóspedes. Adoramos bater papo e cozinhar comida típica baiana pra vocês!

⁴⁵ Disponível em:

<<https://www.airbnb.com.br/rooms/4764721?adults=1&children=0&infants=0&location=SALVADOR%20BA&s=7cOm068c>>. Acesso em: 6 jan.2018.

Anexo 6 – Comentários dos Hospedes

ANÚNCIO 1

1. ANA CLARA, DEZ 2017

Espaço agradável, bem limpo e organizado. Cozinha equipada com todos os aparatos necessários, além da vista esplêndida! Exatamente como nas fotos, nada a desejar. Entretanto, lidamos com alguns problemas com ar condicionado e sistema de água do apartamento, em que se precisava desligar a geral de água constantemente para não pingar. Ian nos auxiliou com relação a tudo e se mostrou disponível para resolução de problemas, porém, devido a um mal entendido no momento da reserva, acabamos tendo que sair um dia antes do combinado. Faltou uma certa medida de auxílio à nossa estadia, pois ficamos sem hospedagem por um dia e uma noite, assumindo total responsabilidade financeira pela falta de atenção de Ian no momento de reserva. No mais, estadia fora tranquila.

2. JOSÉ JANCE, DEZ 2017

Flat incrível.

3. LUCIA, DEZ 2017

O apartamento do Ian é impecável! Extremamente limpo, organizado e com uma vista deslumbrante para o mar. Cada item o seu cantinho no apartamento, o que dá um toque essencial e charmoso, chamando a atenção! As roupas de cama e banhos são muito boas. A lavanderia é completa, bem como a cozinha, com vários itens para facilitar a estadia dos hóspedes. O ar condicionado dá conta dos ambientes (sala/cozinha e quarto). Tanto a cama como o sofá cama são bem confortáveis. O apartamento ainda dispõe de uma rede para colocar na área e poder contemplar a beleza da orla. O condomínio possui piscina, porém pega sol na parte da manhã até umas 15h. Existe um supermercado (Bom Preço) bem pertinho, 5 minutos caminhando. Há também ponto de ônibus ao lado do prédio, porém utilizei bastante o Uber que achava o endereço com facilidade. O mar é um pouco agitado, mas dá tranquilamente para aproveitar a praia. Enfim, super recomendo o apartamento. Foi um dos apartamentos mais completos, limpos e organizados que já fiquei pelo Airbnb.

4. SUZANA – NOV 2017

PONTOS POSITIVOS: 1. ACESSIBILIDADE. Há uma linha de ônibus “Aeroporto – Armação” MUITO CONFORTÁVEL (Ar condicionado, wi-fi.), BARATO (R\$5,30), passa com FREQUÊNCIA (Esperei por 5 min, eu acho...) e o melhor: Vai

pela orla!!!! (você já se encanta com aquele visual!!!!) Após uns 25 minutos, o ponto que devemos descer fica em frente ao Restaurante Iemanjá, localizado há 2 min. do Apê. OBS: Os taxistas irão dizer que o ônibus demora para passar, que eles levam você por apenas 60,00, etc!) 2. RECEPÇÃO Os funcionários são todos muito cordiais e solícitos! A portaria é segura! OBS: A decoração de natal da recepção está (URL HIDDEN) =) 3. LOCALIZAÇÃO 3.1 De frente para o mar!!!! Vista maravilhosa! Você não vai se acostumar com ela! Vai se encantar toda manhã, ao ver o sol nascendo ao seu lado! (Não é exagero, ele nasce bem na “reta” da janela mesmo!!! hahaha) 3.2 Aproveitei muito a praia que fica em frente! Tanto pra “nadar” quanto pra “tomar sol” e fazer caminhada! O mar é um pouco agitado por lá! Há vários surfistas, principalmente pela manhã e ao entardecer! Fiz até umas aulas de surf!!! Daí quando eu quis uma praia mais calma, fui à “Praia da Barra” (Não me lembro o preço do Uber =(). 3.3 O supermercado Bom Preço fica ali na orla mesmo, há uns 5 minutos do Apê. 3.4 Há um restaurante no final da rua do apê (Sentido orla > interior) que se chama Bar das Meninas. A Su, dona do bar, é muito receptiva, o local é bem simples, a comida é muito boa e barata (uns 15,00 o prato feito)! Há um prato que ficou em 3º lugar (não me lembro direito da (URL HIDDEN) no Concurso Nacional de Comida de Buteco! (Aliás, não deu tempo de experimentar esse prato!!! =(Preciso voltar lá!!!) OBS: Quando chamar Uber ou táxi, explique que a entrada do apê fica em uma rua sem saída (perpendicular à Avenida da orla), porque parar o carro na Avenida principal pode ser perigoso, devido ao movimento de carros! 4. ESTRUTURA DO APÊ 4.1 Tudo funcionando perfeitamente! Para as minhas necessidades (sozinha, com intuito de cozinhar em casa, estudar “pré-prova” e passear “pós-prova”), fui 100% atendida!!!! Ah, os vizinhos são silenciosos! Isso foi muito importante pra mim!!! 4.2 Quanto à academia, é bem simples mas dá pra se virar com o que está disponível por lá! Se não se sentir atendido(a), há uma academia de Crossfit logo ao lado, na Av. da orla mesmo! (Não sei o preço da aula avulsa) PONTOS NEGATIVOS: Não tenho nada do que me queixar. Tudo que eu precisei, encontrei lá! Estou tentando me lembrar se senti falta de alguma coisa ou tive algum problema... mas, por enquanto, nada me veio à cabeça!! Bom, acho que se eu precisasse, o Ian me ajudaria a resolver qualquer eventualidade!!! =D OBSERVAÇÃO BEM SUBJETIVA: Dei muita sorte em ter o Ian como meu primeiro anfitrião. Pessoa de boa-fé, com uma energia muito boa (conversei..)

5. ANA – NOV-2017

O Ian é um excelente anfitrião, desde o primeiro contato foi muito prestativo e atencioso. Me ajudou com todos os detalhes, foi a primeira vez que usei o AirBnb e fiquei mega satisfeita. O loft é realmente muito bom próximo de tudo, apesar de ficar numa rua um pouco deserta. Recomendadíssimo. Apartamento lindo, com vista para o mar. Super organizado e completo.

6. GUSTAVO – NOV 2017

O flat é como nas fotos, a vista do mar é energizante, os móveis, eletrodomésticos e utensílios em ótimo estado. O checkin facilita ambos os lados já que pode ser feito sozinho sem depender de horários, a portaria funciona 24h e é possível tirar dúvidas através do interfone, próximo ao local (4-5min) existe um supermercado com caixas 24h e uma pequena praça de alimentação. Também dois restaurantes estão a 3min, um deles de comida típica baiana (Iemanjá). A localização não é tão próxima dos pontos turísticos, mas também não tão longe, 20-25 reais de uber em maioria e em média 30\$ até o aeroporto. Existe um ponto de ônibus a 3min do flat também. O Ian responde rapidamente às dúvidas, apesar de o Airbnb orientar que as conversas sejam pela sua página para eventuais soluções de problemas, acabamos conversando pelo (SENSITIVE CONTENTS HIDDEN) e não tive nenhuma situação com a qual me queixar, mas acredito que sempre seja importante seguir esta orientação nas viagens. Para turismo ou para trabalho é uma estadia muito boa e que combina muito com a tranquilidade e bem-estar que se procura ao conhecer a cidade.

7. CAROLINE – OUT 2017

Apartamento lindo, com vista para o mar. Super organizado e completo.

8. THATIANE – OUT 2017

Minha primeira experiência no site e tive uma hospedagem maravilhosa no apartamento com minha família. O Ian respondeu prontamente todas minhas solicitações, manteve sempre uma boa comunicação e boa disposição para tirar dúvidas. Recomendo! O apartamento é amplo, confortável, bem decorado e bem equipado. A localização e a vista para a praia é maravilhosa, estava com criança e fomos a mercados e restaurantes a pé, alugamos carro para passear e conhecer Salvador, tudo fica relativamente perto. Excelente localização! Apartamento exatamente como anunciado. Funcionários do condomínio muito simpáticos e bem

dispostos. Nos sentimos em casa, todos os aparelhos funcionando perfeitamente bem.

9. MATHEUS – OUT 2017

O loft do Ian é incrível, você já acorda com aquela vista pro mar incrível, o apartamento tem tudo e mais um pouco, 2 ar condicionados que propiciam um ambiente gostoso totalmente climatizado, mas se você quiser pode abrir a porta que dá pra varanda e receber a brisa do mar, sem contar da rede na varanda, né, super aconchegante. A cama é muito gostosa, parece de hotel, utensílios e eletrodomésticos todos de última geração e qualidade, bem como a Internet que é super rápida. Aaah, e apesar de ser nascente, o sol não atrapalha em nada, inclusive não bate na cama, eu mesmo nem fechei as persianas. Enfim, quem alugar vai estar com certeza muito bem. Parabéns pra esse hostzão!

10. KLAUS – OUT 2017

Acomodação perfeita, completa e toda funcional. Não tenho qualquer comentário negativo a fazer que seja relevante. Espero retornar em breve.

11. PAULO – AGO 2017

O Ap do Ian é sensacional, limpo, aconchegante e completo, além da localização e vista privilegiada. O suporte e atenção do Ian é (URL HIDDEN) certeza voltarei outra vez.

12. GABRIEL – AGO 2017

Esse imóvel merece tópicos: O lugar: Em frente à praia de armação com restaurantes e supermercados perto, inclusive um 24h. Trata-se de uma região mais tranquila e menos barulhenta, mas acessível a qualquer lugar, minha referência de Uber para os principais shoppings e restaurantes são \$15 (em agosto de 2017.) O imóvel tem cozinha simples e completa com todos os itens da cozinha pra sentir-se em casa e até um forno elétrico, com pé direito que abraça sala e quarto com banheiro, é possível ver o mar com toda privacidade e com certeza cenário para bons momentos sozinho, família ou amigos. Varanda com rede e mesa. Arara, televisor, ar condicionado e ótimo chuveiro me deixaram mais feliz que alguns hotéis (preço / custo benefício). Durante minha estadia mantive a louça limpa e casa arrumada como me entregaram. E com certeza será meu lugar em Salvador. Somamos a academia, piscina, quadra splash e escritório no mezanino. O anfitrião: Simpático, claro, sincero

e sempre disponível e sensível a todas necessidades sem ser invasivo. As regras que estão no anúncio seguem para casa que conta com quadros indicativos nos ambientes de como acessar, usar, o que fazer. Expliquei minha necessidade durante minha hospedagem e ele compreendeu e ajudou no que foi preciso, de forma que ele compreendesse meu objetivo de utilização do espaço e eu as finalidades. Certamente tornou-se um amigo e me fez sentir confiante. A cidade: Salvador vive em si, assim como o Rio de Janeiro, quero dizer que segundo meu ponto de vista o soteropolitano consome sua cidade e que ela produz de música a comida. Tem orgulho em falar da herança africana e a cultura é tão enraizada que gera uma própria moral e consequentemente sua ética. Vá preparado para estar em seu país mas como se estivesse visitando um país equivalente. Como ZA por exemplo. Em Salvador simpatia vale 10% (quase sempre vale até mais), mas fique pronto para compreender as entrelinhas e arredondamentos. Algumas vezes pode valer mais cozinhar em casa e curtir a city. Os pontos turísticos como museu náutico, MAM, centro histórico (Santo Antonio além do Carmo, não pelourinho — opinião), dunas, Cristo, Porto, museus, igrejas, quitutes e claro muitos sorrisos.

13. THIAGO – JUL 2017

O Ian é muito atencioso e o Loft é muito legal mesmo. Acordar com aquela vista foi inspirador!

14. VICTOR JUL 2017

Ótimo Apartamento. Simplesmente Incrível! Vale super a pena!

15. TIAGO – ABR 2017

O espaço do Ian é simplesmente fabuloso, o loft é elegante, confortável, exatamente como na foto é com uma vista de tirar o fôlego. O bairro é calmo e existe uma preocupação incrível do anfitrião em receber bem, percebe-se isso nos detalhes. Voltarei novamente e indicarei para amigos!

16. RITA R, ABRIL 2017

A estadia foi ótima , vista linda !

17. LIVIA, FEV 2017

A estadia foi ótima. Ian é um anfitrião atencioso demais, sempre preocupado em responder prontamente às dúvidas e atencioso nas dicas sobre Salvador. O loft tem uma vista de tirar o fôlego, o ponto mais alto da hospedagem! Ao longo dos oito dias que amanhecemos no local, pudemos assistir ao nascer do sol de camarote,

realmente encantador. Além disso, o espaço é bem equipado: conta com cooktop superprático, uma geladeira ampla - mil anos luz à frente dos frigobares que normalmente encontramos nos hotéis - , uma máquina de lavar potente, dois condicionadores de ar, cama confortável e uma rede super charmosa para colocar na varanda. Enfim, valeu muito a pena! Recomendamos!

18. NATALI, JAN 2017

Essa foi minha primeira experiência pelo Airbnb, e foi incrível. O Ian é um excelente anfitrião, durante toda a estadia esteve atento às minhas necessidades indicando pessoas e lugares. O Ap é lindo, confortável, tem uma vista maravilhosa. A rede na varanda é uma paz. Internet boa, ar bom, eletrodomésticos ótimos, lavei minha roupa e vou chegar em casa com roupa limpa, adorei a máquina de lavar, o secador que é pequeno mais potente. A cama supergostosa! A ducha do chuveiro deliciosa. Não usei a piscina, mas tomei um pouquinho de sol. Encontrei muita hospitalidade na Bahia, muita gente boa! Vou voltar! Ian, Namasthê! Gratidão.

ANÚNCIO 2

1. MATEUS – DEZ 2017

Apartamento excepcional! É tudo o que as fotos mostram e muito mais, local privilegiado, apartamento equipado com tudo do bom e do melhor. O condomínio é um espetáculo à parte com funcionários que fazem de tudo para agradar. O Anderson é um excelente anfitrião, sempre disponível, solícito, gentil e com dicas pontuais! Recomendo a todos que queiram ir a Salvador, com certeza se voltar a Salvador não quero ficar em outro lugar!

2. MICHELLE – DEZ 2017

Hospedagem maravilhosa ! Você já acorda com vista para o mar Anderson excelente anfitrião está sempre à disposição. Indico e voltaria mais vezes!

3. REGINA – DEZ 2017

Nossa estadia foi maravilhosa. O Anderson nos atendeu muito bem e apartamento é uma graça, muito bem localizado e com uma vista que deixou saudades. Tinha tudo o que precisamos e o atendimento do pessoal do prédio foi muito bom. O Luciano, da portaria, pura simpatia e competência. Pretendemos voltar e recomendamos o apartamento para os nossos amigos.

4. LUCIOLA – NOV 2017

O apto é excelente! A localização, o prédio e a praia dispensam comentários. Anderson foi muito solícito e gentil. Adorei e sem dúvida voltaria mais vezes.

5. MARIA – NOV 2017

Anfitrião muito atencioso e o lugar é uma delícia. Bem fiel ao anúncio. A turma do condomínio nos recebeu muito bem. A praia é ótima e a vista maravilhosa. Uma delícia. Pretendo voltar quando der!

6. PATRÍCIA – SET 2017

Adoramos a estadia! O apartamento é bem aconchegante, com uma vista linda do mar. A infraestrutura do prédio também é ótima, os funcionários foram super simpáticos e solícitos e o Anderson esteve superdisposto e solícito a nos ajudar com tudo que precisávamos!

7. FREUD – SET 2017

Muito tranquilo e reservado.

8. JULIA – SET 2017

O apartamento é exatamente como descrito, muito limpo, iluminado e organizado. Localização ótima, com todas as facilidades próximas (padaria, mercado, farmácia, etc). Adorei a rede na varanda!

9. ANA PAULA - SET 2017

Excelente localização, no bairro mais boêmio de Salvador. Ótimo para passear, próximo a supermercado e restaurantes. Lugar limpo e muito agradável. Recomendo.

10. THIAGO – SET 2017

Anderson primeiramente muito obrigado, desde o primeiro momento atencioso, e muito paciente, sempre respondendo tudo com uma riqueza de detalhes incrível, Adoramos seu apartamento, dormindo e acordando com o som do mar, vamos ter ótimas lembranças, obrigado pelas dicas das praias, conhecemos algumas, e já com aquela vontade de voltar, os colaboradores do condomínio foram muito bons também, sempre dispostos a ajudar. Parabéns por sua dedicação!!

11. NELMIR – AGO 2017

O apartamento é muito aconchegante. Ótimo para descansar, além de ter uma mar maravilhoso à frente para admirar. Tudo saiu como prometido.

12. SANDRA – AGO 2017

O apartamento é muito confortável, a vista é maravilhosa, ótima localização e o atendimento do Anderson é muito bom. Recomendo de olhos fechados!

13. EMILANE – JUL 2017

Lugar maravilhoso. O apartamento é bem aconchegante e tem uma vista linda!

14. TUTTI – JUL 2017

Estadia maravilhosa com a simpatia e atenção do Anderson. A localização do apartamento é muito boa. Perto de tudo, vista para o mar e um silêncio surpreendente!

15. TACIO – JUL 2017

Muito bom!

16. LILIAN – JUN 2017

O imóvel é lindíssimo, reservadíssimo; a vista é maravilhosa; proprietário muito atencioso. Porteiros atenciosos e muito educados. Recomendadíssimo.

17. KLEUBER – JUN 2017

Excelente apartamento, numa rua tranquila e bem próximo aos principais bares e restaurantes da cidade. Estrutura incrível, com acesso direto à praia, piscina e academia. Apartamento bem arrumado, limpo e confortável. Anderson foi atencioso, prestativo e rápido no contato. Ficaria hospedado aqui por semanas, curtindo a praia e a cidade.

18. EDUARDO – JUN 2017

Anderson foi atencioso, nos deixou a vontade, AP realmente como mostra nas fotos, linda vista, internet muito rápida, banheira com água quente muito boa.

19. RODRIGO – JUN 2017

Apartamento com uma vista maravilhosa! Uma delícia dormir com o barulho das ondas do mar!

20. MARCELO – MAI 2017

Com certeza não existe outro apartamento melhor que esse!!!

21. PAULO – MAI 2017

Lugar bem bacana. A Praia é em frente parece que você está lá, sentado junto. Vista bacana.

22. MARCIO – MAI 2017

Fantástico o lugar, extremamente aconchegante, confortável, a praia em frente ao apartamento, super recomendo

23. VITAL – MAI 2017

Fantástico, o apartamento é quase dentro do mar. Dormir e acordar ouvindo o barulho do mar é sensacional. Recomendo!

24. ALINE – MAI 2017

A casa é uma delícia, com uma vista maravilhosa e muito bem equipada. O prédio tem uma infraestrutura ótima. A localização é fácil para ir a qualquer lugar da cidade e o bairro é tranquilo, mas também com boas opções de restaurantes e bares. Recomendo muito!

25. DIEGO – MAI 2017

Ótimo apartamento. Confortável e com uma vista incrível do mar. Anfitrião muito atencioso.

26. MURIEL – MAI 2017

Apartamento delicioso, com uma vista fantástica e uma infraestrutura ótima. Você dorme e acorda escutando o barulhinho do mar, a sala, quarto e cozinha são muito bem equipados, tem por exemplo uma máquina de lavar e secar supermoderna que foi muito útil. A infraestrutura do prédio é fantástica: piscina, sauna, hidromassagem, academia e acesso à praia. O apartamento é próximo aos barzinhos do Rio Vermelho, uma localização boa. O Anderson foi extremamente cuidadoso e acolhedor. Recomendamos muito! Pretendo voltar!

27. LUCAS – ABR 2017

Eu e minha namorada tivemos uma ótima experiência, Anderson foi muito atencioso.

28. RICARDO – JUL 2017

Esta casa é excelente e Anderson é um grande host. Recomendamos vivamente! Nós vamos, com certeza, voltar um dia.

ANÚNCIO 3

1. REGINA – DEZ 2017

Voltei de Salvador muito feliz, realmente! Sempre obtive respostas e sugestões rápidas, o apto muito bem localizado, perto de mercado, farmácia, pizzaria e até praia.

O espaço maravilhoso, superlimpo, novo, completo, cheio de detalhes incríveis no design. Minha estadia foi perfeita! Obrigada, Rafael.

2. TIAGO – NOV 2017

Excelente local, recomendo.

3. THIAGO – NOV 2017

Dei 5 estrelas para o apartamento, pois o Airbnb não permite mais. O apartamento é muito bonito, bem localizado e com tudo que você precisa. O anfitrião e os funcionários do prédio são gentis e atenciosos, e você se sente realmente em casa. Eu e minha namorada adoramos o apartamento e esperamos voltar em breve.

4. DANIELA OUT-2017

O apartamento do Rafael é grande para o padrão, reformado e lindamente decorado; muito confortável e aconchegante; banheiro grande, limpo e confortável; possui ótima localização, portaria 24h, perto do porto da barra, próximo a supermercados, padarias, bancos e farmácias; limpeza diária; possui louças e aparelhos domésticos novos para realização de pequenas refeições. Além disso, Rafael foi extremamente solícito e gentil conosco. Recomendo!

5. RODRIGO – JUL 2017

Não tenho mais o que falar sobre o anfitrião e o espaço, sempre especiais. É hoje meu local preferido em Salvador e merece sempre nota 10. O anfitrião Rafael sempre faz a estada ser especial. Número 1!

6. EMMANUEL – JUN 2017

Excelente. Vamos voltar com certeza.

7. CLAUDIA CRISTINA – MAI 2017

Ótimo anfitrião, apartamento bem localizado e limpeza impecável.

8. FABIANA – MAI 2017

Gostamos muito da casa! Tudo funcionou perfeitamente e é como as fotos mostram. O anfitrião estava sempre à disposição. O local é bem tranquilo e próximo a muitos locais interessantes da cidade. Adoramos!

9. JULIANA – ABR 2017

A experiência foi muito boa. O apartamento atendeu às nossas necessidades. Muito bem localizado e de fácil acesso. Recomendo para quem estiver indo a Salvador!

10. FLAVIO – ABR 2017

Adorei, limpo, organizado e cumpre com o que promete.

11. RENATO – MAR 2017

Apartamento muito bem localizado, moderno e bem equipado. Voltaremos, com certeza.

12. LEO – MAR 2017

A estadia na casa de Rafael foi ótima. Vizinhança tranquila, porteiros atenciosos e de fácil acesso a farmácias e mercados. Nos deslocamos a pé até o farol da Barra e pegamos ônibus pra locais como o elevador Lacerda e igreja do Sr. do e. O ambiente do apartamento é lindo e aconchegante, em particular a cozinha, que achei uma (URL HIDDEN) toda certeza irei retornar ao apartamento em uma próxima ida a Salvador. Obrigado, Rafael!

13. RODRIGO – MAR 2017

Eu já perdi as contas de quantas vezes escolhi o espaço do Rafa como local em Salvador. Eu já escrevi toda excelência sobre o espaço dele em termos de localização, tamanho, limpeza, precisão, cuidado e etc, mas o melhor fica por conta do anfitrião. É de uma educação, gentileza e cuidado com quem ele recebe, digno das melhores pessoas. Eu me sinto em casa e cuido do espaço com o mesmo cuidado que ele tem comigo. Obrigado mais uma vez por esses dias de acolhida meu amigo. E que futuros hóspedes não pensem duas vezes ao escolher seu espaço como estadia em Salvador.

14. LUANA – MAR 2017

O apartamento é lindo, charmoso, confortável e muito bem cuidado. Não falta nada e tem tudo pra o hóspede realmente se sentir em casa. O anfitrião é extremamente atencioso e atendeu a todos os nossos pedidos com muita boa vontade. A localização do apartamento também é muito boa, bem frequentada e com restaurante, padaria, farmácia nas proximidades. Indico demais e será sempre a minha primeira opção de estadia em Salvador!

15. RODRIGO – JAN 2017

Para não parecer repetitivo no meu comentário, serei simples e direto: Os anfitriões e o AP são de padrões internacionais de excelência. Basta percorrer os comentários abaixo pra saber o pq já escolhi o este local como um dos meus preferidos nas constantes idas pra Salvador. Acreditem, é muito melhor do que se

imagina vendo as fotos. E a equipe do edifício é de uma simpatia sem igual. Escolham esse espaço sem precisar pesquisar outros.

16. CELINO – JAN 2017

O espaço de Rafael é excelente, tudo limpo, arrumado, aconchegante, próximo tem restaurantes, supermercados, transporte público, recomendo.

ANÚNCIO 4

1. MARCELA – NOV 2017

Excelente apartamento, lindo, espaçoso, quarto limpo e confortável, cama deliciosa e a hospitalidade da Zobeida e da Maria foram ótimas. Apartamento próximo de mercado, barzinhos e ponto de ônibus. Super recomendo!

2. AIRTON – NOV 2017

Pontos positivos: o apartamento é asseado e organizado. As moradoras têm hábitos comedidos e discretos; não há som alto ou cheiros fortes (frituras, perfumes, etc); A vizinhança é tranquila, permitindo descanso em qualquer horário. Pontos negativos: para acessar o local a partir do ponto de ônibus ou da área comercial mais próximos é preciso subir logo de cara uma ladeira de 250m e caminhar mais 250m, o que é desconfortável para quem está a pé. O quarto é de face para o poente, o que força o hóspede a baixar o blackout a partir das 13h30 até o pôr do sol... O ar condicionado funciona bem, mas com tudo fechado no quarto tem-se a sensação de clausura.

3. JULIANA – AGO 2017

Olá viajantes! Se querem um bairro tranquilo e familiar para se hospedar esse é o lugar ideal. Próximo a supermercado, padaria, Subway e Mc Donalds. Zobeida e Maria são ótimas anfitriãs. Senti-me em casa.

4. LUCIENE – JUL 2017

Ótima localização, bairro muito agradável, facilidade para ir ao supermercado e alimentar-se em restaurante. Casa muito limpa e belo quarto, com privacidade e conforto.

5. SAMUEL – JUL 2017

Olá, eu e minha esposa ficamos 4 diárias na casa da Zobeida e podemos dizer que foi uma experiência bastante feliz. Ela nos recebeu junto com a Dona Maria e foram solícitas conosco em todos os momentos. Nos deram dicas de passeios e até de transporte. Foi uma ótima anfitriã e ajudou muito em conhecermos Salvador. Destaco também a limpeza e organização do imóvel. Além de ser um lindo apartamento. Super recomendamos. Abraços!!!!

6. CRISTIANO – JUN 2017

Excelente quarto, tudo impecável e incrivelmente limpo. A Zobeida é muito hospitaleira e o bairro oferece inúmeras opções de lazer e transporte. Recomendadíssimo!

7. GUSTAVO – ABR 2017

Hospitaleira.

8. EMMANUEL BERNARDO – MAR 2017

Limp. Confortável. Boa localização.

9. VILMA – MAR 2017

Espaço agradável e organizado. Ótimo atendimento e presteza inclusive do porteiro da noite. Facilidade de acesso aos pontos turísticos. Bairro tranquilo.

10. LETÍCIA – FEV 2017

Nossa estadia foi muito agradável. A Zobeida e a Maria são uns docinhos, além de muito prestativas. A casa é muito agradável e o café da manhã é saboroso. Recomendo! (Letícia e Wagner)

11. LARA – JAN 2017

Excelente anfitriã! O apartamento é lindo, superorganizado e limpo. Adorei minha estadia por lá.

12. NATHALIA – JAN 2017

Meu período em Salvador na casa da Zobeida foi muito satisfatório! A suíte que eu aluguei era confortável e tinha tudo que eu necessitava. Além disso, passei por uma situação delicada durante a minha estadia e tanto a anfitriã, como a Maria - que trabalha na casa - foram muito atenciosas comigo. O tempo todo fui muito bem tratada e fizeram com que eu me sentisse à vontade. O apartamento fica perto de transporte público (só descer uma ladeira) e a poucas quadras da vida noturna do Rio Vermelho,

que é um bairro muito bom, com várias opções. Recomendo e, se possível, quero voltar em outra oportunidade.

ANÚNCIO 5

1. ANDREZA – SET 2017

Casa excelente!!! Limpa, arrumada e segura. Jamille e Irani foram ótimas, sempre disponíveis a ajudar e tirar dúvidas!

2. EDUARDO – AGO 2017

Anfitriã muito receptiva, sempre muito solícita e prestativa. O quarto nos agradou muito, tanto sua limpeza quanto o seu tamanho. A localização é ótima, próxima a grandes supermercados, padarias e restaurantes. Bairro supertranquilo, em frente a uma delegacia policial portanto é bem seguro. Eu e minha namorada adoramos a estadia.

3. GUSTAVO – FEV 2017

Eu e minha esposa fomos bem recebidos pela anfitriã Irani. Ela e sua sobrinha Jamile, foram muito receptivas e acolhedoras deixando nossa estadia com ar bem familiar. O quarto em que ficamos é bastante confortável e limpo. O ar condicionado foi determinante para o calor que estava fazendo. Ficamos muito satisfeitos com a nossa estadia.

4. LAIZA - FEV 2017

Apartamento aconchegante, tudo limpando é organizado e uma ótima recepção.

5. NILSEU – FEV 2017

Irani é uma pessoa humana incrível. Gentil e educada, permitiu que me sentisse como se estivesse em minha própria casa. Muito obrigada pela acolhida.

6. MARCO – JAN 2017

Excelente a estadia. Limpeza, atenção, prestatividade, o apartamento é como aparece nas fotos. D. Irani é muito simpática e solidária. A região é segura e possui serviços como transportes, bancos, mercados etc. Super recomendo!

ANÚNCIO 6**1. LAURI – DEZ 2017**

Local muito tranquilo e Lucas um ótimo anfitrião. Adorei!

2. GEORGE HENRIQUE – DEZ 2017

Show de bola. Muito obrigado pela hospitalidade!

3. ELLEN ROBERTA – DEZ 2017

Muito atencioso e hospitaleiro. Realmente é como descrito no anúncio. Amei me estadia!

4. ADAILTON – DEZ 2017

Muito bom

5. LUCIANA – DEZ 2017

O apartamento é excelente, bem como a localização. Lucas é um ótimo anfitrião!

6. JESSIKA – NOV 2017

Excelente lugar, limpo, aconchegante, bonito, confortável, uma bela vista. Além da recepção nota mil.

7. LEANDRO – NOV 2017

O espaço do Lucas é superaconchegante e limpo, em uma ótima Localidade. É um anfitrião prestativo e educado. Indico.

8. RENATA – NOV 2017

Lucas é um superanfitrião, me deu ótimas dicas. A Vista do apartamento é espetacular. Tenho certeza foi o melhor presente que já me dei na vida, curti cada minuto em Salvador. Gratidão!!!!

9. REGIANE – OUT 2017

O apartamento é bem legal.

10. JULIANO DOUGLAS – OUT 2017

Fui de Blumenau Santa Catarina, não tinha usado o Airbnb fiquei encantando e com bastante sorte, por encontrar logo de primeira uma pessoa excelente e muito prestativo!!!! Aconselho superparceiro. Te espero aqui em SC. Abraços meu e da Gaby.

11. FABIANE – OUT 2017

Foi excelente o fim de semana. Geralmente ficamos receosos em se hospedar pelo site mas fui muito bem recebida, e o Lucas foi bastante flexível com os horários.

12. HEVELYN – OUT 2017

Tudo condiz com o descrito. Excelente apartamento e hospedagem. O Lucas faz com que realmente nos sentíssemos em casa, extremamente atencioso em todos os aspectos. Excelente custo benefício. Nota mil.

13. ROSA – OUT 2017

Antes de me hospedar em seu espaço, Lucas já havia me avisado que eu me sentiria como se estivesse em minha casa. Foi o que senti. Cada um dos 4 dias foi tranquilo e especialmente confortável, com energia amiga e com ambiente acolhedor, sempre com independência e privacidade. Adorei a experiência, se eu voltar para Salvador e utilizar o AirBnb vou optar pelo espaço de Lucas. A praia de Jaguaribe é deliciosa para quem não gosta de praias lotadas e barulhentas. A vista do apartamento é por si só uma experiência muito agradável. É do jeito que está na foto mesmo. O calor humano que eu senti, só se hospedando no espaço do Lucas. Vá e confira.

14. MARCELO – SET 2017

Gostei demais da hospitalidade e atenção do Lucas , muito bem localizado. Indico, com certeza!

15. BRUNO – SET 2017

Muito bacana a recepção! Muito atenciosos Lucas e Bernardo, local excelente, dicas muito legais sobre a cidade e estrutura muito boa. Considero ter feito novos amigos e espero retornar em breve.

16. ANTONIO – SET 2017

Hospedagem maravilhosa, apartamento impecável, muito organizado. Lucas dispensa comentários, nos faz sentir em nossa própria casa. Sem dúvida nenhuma recomendo a todos. Nota 1000.

17. WILSON – SET 2017

O Lucas te proporciona um espaço para você se sentir em casa. Sempre disposto a te ajudar e também a informar lugares para aproveitar a noite em salvador. E fica muito bem localizada, bem perto da praia, restaurantes, pontos de ônibus.

18. GUSTAVO – SET 2017

Uma hospedagem ímpar. Um anfitrião sensacional. Extremamente atencioso e cuidadoso com os hóspedes. Não me senti em momento algum em um local de hospedagem, pelo contrário, a impressão que tinha é que estava na casa de amigos. Gratidão! Nooossa senhora!

19. HARUMI – AGO 2017

Ambiente com energias boas e calmo. Aquele barulho do mar não tem preço, maravilhoso. O Lucas deixa a gente super à vontade.

20. HELIO – AGO 2017

Sem comentários, gente muito fina e educado!!!

21. GEIDSON – AGO 2017

Recepção ótima... anfitrião super gente boa

22. ROBSON – JUL 2017

Local bem organizado, limpo e confortável. Lucas sempre prestativo. O local é próximo do Imbuí, bairro onde tem vários barzinhos. Recomendo.

23. SHEILA – JUL 2017

Estive no espaço de Lucas agora final de julho. O lugar é incrível e é exatamente como está nas fotos. Curtimos cada espaço da casa, inclusive a piscina que é maravilhosa. Lucas é o melhor anfitrião, nos levou para comer acarajé (o melhor de Salvador) rs. Nos deu dicas para chegarmos às praias que tínhamos interesse e a estadia não poderia ter sido (URL HIDDEN) certeza retornarei. Lucas e Bernardo, grande beijo no coração ganhei amigos, vocês foram incríveis, beijos.

24. BRUNA – JUL 2017

Lucas é um anfitrião tranquilo, receptivo e muito prestativo. O ambiente é limpo e o visual é incrível. Mesmo ficando pouco, recomendamos o local e esperamos retornar em outra oportunidade.

25. ADAIANE – JUL 2017

Ótima hospitalidade. Anfitrião educado e atencioso. Ambiente agradável. Recomendo!

26. BRASILINA – JUN 2017

Excelente local e anfitrião. Tudo que consta no anúncio procede.

27. KIM – JUN 2017

Melhor lugar/anfitrião em mais de 20 estadias. O lugar tem uma vista excelente, espaço confortável, agradável e Lucas foi um anfitrião excelente: indicou lugares, me levou a lugares. 100%. Certamente, voltarei.

28. MELISSA – JUN 2017

Hospedagem maravilhosa, voltarei assim que possível.

29. ADRIANA – JUN 2017

Olá!! Obrigada pela hospitalidade, por de certa forma tornar nossa viagem mais proveitosa, agradável. Lucas e Bernardo 2 pessoas incrivelmente fantásticas. Recomendadíssimo!!!

30. CARLA ROSANA – MAI 2017

Fomos muito bem acolhidos e o Lucas é muito atencioso e nos deu dicas muito boas.

31. IURI – MAI 2017

Recepção excelente! Local totalmente estruturado para hospedagem, bem localizado e bem administrado! Voltarei com ctz!

32. MARI – MAI 2017

Só temos o que agradecer! Foi uma passada rápida por Salvador e fomos muito bem recebidos. A localização é ótima e muito próximo de bons restaurantes. Lucas foi nota 10!

33. JEAN – MAI 2017

Anfitriões superatenciosos. Só tenho a agradecer a prestatividade, atenção e hospitalidade. Saio de SSA com o sentimento de estar levando presentes impagáveis. Obrigado! Até breve.

ANÚNCIO 7

1. SUZANA – OUT 2017

A Flor é um amor de pessoa. O espaço é bem simples, bem como a cama, travesseiros e roupa de cama. Mas pelo custo benefício vale muito a pena! O tratamento da anfitriã faz toda a diferença! Verdadeira Florzinha. Se quiser ser acolhido e bem recebido, é o lugar ideal. Superindico.

2. WILSON – OUT 2017

A moça que nos recebeu era simpática e atenciosa. Todas as dúvidas foram explicadas por ela e ela nos ajudava quando precisávamos de algo. A casa é segura e tem um ambiente agradável. Fica numa região que não é tão quente quando comparado às demais regiões de Salvador (URL HIDDEN). A casa é afastada do centro mas possui ponto de ônibus muito próximo, dá para se locomover com certa facilidade se possuir um conhecimento básico sobre deslocamento na cidade. Recomendo

3. WELLINGTON – AGO 2017

A localização é bem adequada para quem deseja estar ao mesmo tempo próximo a uma das melhores praias da região de Salvador e também do aeroporto. Os anfitriões foram muito receptivos, sendo pontuais nos horários acordados. Assim, eu recomendo pousar na residência.

4. HUGO – MAR 2017

Casal incrível. Nos deixou bem à vontade. Localização ótima, perto da praia do Flamengo, Itapuã e a menos de 10 minutos de carro do aeroporto. Local e trânsito supertranquilo e com tudo que precisa por perto. Abraços.

5. SABRINA – FEV 2017

Lugar maravilhoso, tranquilo, próximo da praia...anfitriã mega atenciosa..passa várias dicas sobre a cidade...indico (URL HIDDEN) me senti muito à vontade...

6. THIAGO – JAN 2017

Pessoal bem receptivo!...ficamos poucos dias mas foi uma delícia!

ANÚNCIO 8

1. LUCAS – FEV 2017

Simple mas aconchegante, bem próximo do final do circuito de carnaval.

ANÚNCIO 9

1. ALINE - MAR 2017

Adorei a hospedagem, supereconômico, sem contar na segurança que a própria rua dá aos moradores, com postinho de PM 24h, ambiente agradável e familiar, super recomendo e sempre que eu estiver oportunidade voltarei sim. Foi ótimo!