

# SEGURIDAD Y RECIPROCIDAD EN LA PRÁCTICA DEL COUCHSURFING

## 1. Introducción

Esta comunicación tiene como finalidad reflexionar desde la antropología del turismo sobre la seguridad y la reciprocidad en la práctica del couchsurfing, utilizando como soporte metodológico la netnografía.

La netnografía utiliza la metodología de campo etnográfica aplicada al estudio de comunidades virtuales<sup>i</sup> en internet, que para el couchsurfing son aquellos grupos de huéspedes, que publicando en redes su disponibilidad, ofrecen "un sofá"<sup>ii</sup> para pernoctar, o para pasar algunos días, a cualquier visitante que pertenezca a la plataforma virtual sin que medie una transacción económica.

En la red de redes, la etnografía parte de un fundamento básico: el miembro de una comunidad virtual se expresa de forma espontánea, emitiendo opiniones desinteresadas. Internet y sus plataformas webs son una herramienta efectiva para comprender sentimientos y emociones de las personas y, a partir de ahí, analizar sus conductas para extraer pautas a través de los comentarios y opiniones de los individuos, minuto a minuto. (Washington, 2008; Casas, Gázquez, Forgas & Huertas: 2014).

En este estudio se tomaron de referencia dos plataformas de intercambio de información de couchsurfing: Couchsurfing y BeWelcome. La selección fue por idoneidad práctica, pues una es la original, Couchsurfing, y la otra, BeWelcome, surge a raíz del cambio de condiciones de uso de la primigenia. El giro que da Couchsurfing como plataforma de pago en parte de sus servicios, introduciendo anuncios publicitarios, fue el detonante para que un grupo de "surfers" montaran BeWelcome como una comunidad colaborativa<sup>iii</sup> en código abierto que respeta los valores altruistas que inspiran la práctica del couchsurfing.

Entre los objetivos iniciales se buscaba analizar cómo ha surgido el movimiento couchsurfer, los cambios que se han producido y a partir de aquí, tras un proceso de rebeldía, explicar por qué se genera otra plataforma que recoge los principios y valores iniciales de la comunidad virtual couchsurfer. En resumen, ambas se mostraban como opuestas en sus métodos y en sus planteamientos pero aparentemente similares en los fines, que no eran otros que ofrecer un espacio para que las personas se pudieran relacionar durante una estancia vacacional sin ánimo de lucro.

Ambas plataformas sirvieron como ejemplo, descartando otras como Hospitality Club, Pasporta Servo, o Servas para intentar tener, en la fase previa de documentación inicial, una perspectiva situada del objeto de estudio. Lo interesante era que potencialmente este tipo de estudio en la red permitía una etnografía multisituada<sup>iv</sup> y seguir empíricamente el hilo conductor de los procesos culturales a largo plazo (Marcus, 2001; Francesch, 2008). Ya Marcus estableció que internet abría uno de esos campos en los que se podía hacer una investigación etnográfica multilocal sobre nuevas modalidades de comunicación electrónica, así como, la compleja visión multilocal que ha proporcionado la economía cultural global, abriendo un dominio de investigación transnacional (Marcus, 2001: 117).

Se ha utilizado como fuente de información también varios blogs en los que sus autores, viajeros experimentados que daban recomendaciones sobre cómo visitar determinados países, explicaban qué entendían por couchsurfing, resolviendo las dudas de otros potenciales usuarios. Lo interesante de los blogs es que los blogueros contestan a las preguntas de quienes los consultan, dando consejos y aportando su experiencia. Sin embargo, por una cuestión de tiempo, y con el fin de acotar el material y el campo, se han desestimado los vídeos que se muestran en Youtube, aunque se es consciente que es otro canal para recabar información que se debe tener en cuenta en próximos estudios.

Entrar como investigador en las plataformas me exigió algunas consideraciones éticas (Estalella y Ardèvol, 2007), como fue darme de alta en las comunidades virtuales, ofreciendo una habitación en mi propia casa. Me agregué como usuario con el mismo nick (Paco\_Canario) y con mi nombre completo con el fin de establecer una comunicación con aquellas personas que quisieran venir a Gran Canaria y así tener una experiencia más directa del couchsurfing, intercambiando ideas a través de chats con este modelo de turismo. Evité en todo momento la duplicidad de nicks diferentes porque una buena parte de los surfers de una web están en la otra red, por lo que empleé idéntica información en ambas (datos personales, fotos, email de contacto, etc.). Así no creaba posibles confusiones ni daba pie a inseguridades previas a los futuros visitantes, ya que intentaba en todo momento entrar en contacto con los couchsurfers siguiendo las pautas y recomendaciones que desde las plataformas se ofrecían a los miembros.

Además, la implicación en el trabajo de campo me llevó seguir una serie de pautas como ha sido explicar en todo momento, a través del alta en el perfil en las dos plataformas, mi vinculación con el trabajo de campo. Aclaraba que estaba realizando etnografía en la red, especificando que mis intereses giraban en torno a dos temas: las seguridades y la reciprocidad.

## 2. El contexto turístico

¿En qué entorno turístico se inserta el couchsurfing? Desde el punto de vista del modelo de tipo vacacional no se debe dejar de lado el hecho que estamos ante un ejemplo que se ha clasificado tipológicamente como colaborativo (Núñez, 2016). El turismo colaborativo se basa en el intercambio de servicios, con dos variantes: a) mediando una transacción económica, o, b) a través de un acuerdo, sin que exista dinero. En el ámbito anglosajón se le denomina P2P (*peer to peer*)<sup>v</sup> y en los países de habla hispana se ha extendido bajo el concepto de como turismo compartido o colaborativo.

El pilar sobre el que orbita el turismo colaborativo es la red de redes, internet, que pone en relación las múltiples iniciativas de oferta con los potenciales usuarios a través de plataformas virtuales de intercambio de información. Las webs especializadas, que actúan como intermediarias, conectan a particulares que ofrecen sus servicios de hospedaje, transporte, comida, etc., a los potenciales viajeros. Las ventajas son varias, entre las que está el trato directo, reduciendo la cadena de intermediarios y, el menor costo económico para el turista, abarata considerablemente su estancia. El contrapunto es la fiabilidad y seguridad porque este sistema carece de una solvente cobertura legal. El usuario percibe un aumento de la inseguridad, que en líneas generales puede ser considerado como aceptable.

¿Qué se quiere decir cuando se habla de turismo colaborativo? El turismo colaborativo es una modalidad que forma parte de las tendencias globales actuales y ha estado favorecido por la crisis económica que los países occidentales han sufrido desde comienzos del cambio de milenio, unido a la tendencia que el usuario no renuncia a disfrutar de la experiencia del viaje y los beneficios de unas vacaciones. Por lo tanto, ha buscado en la red la posibilidad de organizar su viaje con la opción de abaratar costes a la vez que tiene la probabilidad de entrar en contacto con personas locales. Esta es una alternativa cada vez más demandada por un perfil de turista, principalmente dentro del sector juvenil, que busca emociones y viaja sólo o en compañía de varios amigos o con su pareja. También comienza a cobrar fuerza en el sector formado por aquellas familias en el que ambos miembros son jóvenes con hijos pequeños y necesitan de una infraestructura precisa para la atención de los niños (vajilla, pañales, cuna, trona, lavadora, juguetes, etc.), ahorrándose una buena parte del equipaje y el precio, siempre que la casa de destino esté adaptada a las necesidades.

Como dijimos, dentro de este modelo se encuentran dos tipos de ofertas. Por un lado, el grupo de plataformas en las que no hay pago por los servicios, que son objeto de este estudio. Las propuestas van desde el transporte por carretera en coche compartido,

alojamiento, hasta experiencias en el destino como visitas guiadas por locales en espacios naturales o históricos, excursiones temáticas, intercambio de idiomas, y la propia restauración<sup>vi</sup>. Dentro del aspecto de comidas el turismo colaborativo oferta la posibilidad de realizar una comida elaborada por autóctonos en un espacio no turístico (Compartoplató o EcoFoodNet). Este modelo relaciona en la comunidad virtual a los usuarios sin que se emplee moneda y son las menos frecuentes, siendo muy bajo su porcentaje.

Por otro, no obviemos que hay otro modelo dentro del sector del turismo colaborativo, las opciones con cobro de una comisión a través de las webs a los propietarios de los bienes o a quienes hacen el servicio (Bla Bla Car o Uber para el transporte, Windu o HomeAway para el alquiler de vivienda, entre otras). Este tipo de iniciativas surgieron inicialmente como un negocio donde el particular ofrecía servicios de hospedaje, guía, o transporte con el objetivo de obtener un dinero complementario a sus ingresos, pero en pocos años algunas empresas detectaron la oportunidad de expansión en la red, haciendo de mediadores, y han copado el mercado, principalmente en el hospedaje (Windu, Home Away, Airbnb) y el transporte (Uber).

El sector turístico tradicional de hoteles, bungalós, restaurantes, empresas de transportes, etc., ya han mostrado su descontento por la competencia desleal que se está produciendo. El hándicap principal es que estas modalidades nuevas pagan pocos o nulos impuestos y no respetan la regulación legal vigente pues la legislación en ámbitos virtuales ha sido precaria o nula. La denominada industria turística comercial está presionando con fuerza, solicitando nuevas regulaciones para estos espacios que se interrelacionan dentro de un entorno digital.

Se mueven en un marco de regulación incierta y ya han generado conflictos con otros servicios reglados (véase las movilizaciones recientes de los taxistas contra la plataforma UBER en España), porque en muchos casos crean conflictos con los residentes locales, escapan a la fiscalidad y carecen de una legislación adecuada que permita las reclamaciones o garantice los derechos tanto de los consumidores como de los prestatarios del servicio o incluso de las mismas plataformas de turismo colaborativo. (<http://www.lonelyplanet.es/blog>).

Lo que es innegable, es que estas formas de turismo están suponiendo un reto nuevo en el sector ya que la oferta de información en páginas especializadas en internet está en continuo crecimiento. El turista aplica una búsqueda activa y personal de destinos con identidad y autenticidad, frente a unas propuestas de turismo en paquetes, con hoteles y experiencias parquematizadas (MacCannell, 2003).

### **3.- El couchsurfing**

Pero, ¿qué es realmente el couchsurfing? Desde un punto de vista literal el couchsurfing es "realizar surfing desde el sofá".

La palabra couchsurfing, surge de la unión de dos términos que traducidos son "sofá" y "deslizarse sobre una ola". Estos términos remiten a una serie de ideas sugerentes:

1. El sofá o "couch" es donde nos relajamos en el hogar, nos relacionamos, tanto sirve de lugar de reunión con amigos, como para ver la televisión o echar una siesta. El sofá es también el espacio que se ofrece al visitante imprevisto, el lugar en el que te refugias cuando tienes problemas con tu pareja o simplemente donde te quedas dormido mientras ves un programa de televisión. El sofá y su espacio, el salón, es multifuncional, relacional y cambiante pero también es intimidad<sup>vii</sup>. En el sofá compartes charlas, confidencias, y también se establecen pactos, retos, se arreglan desavenencias o se producen conflictos.
2. El "surfing", de la palabra anglosajona surf, deporte marítimo que consiste en deslizarse sobre las olas manteniendo el equilibrio sobre una superficie o tabla de fibra de vidrio remite a un concepto temporal: rapidez y oportunidad. No exento de

riesgo genera emociones intensas. El surf es practicado por gente joven que busca en diferentes playas y costas aquellas olas que le supongan un reto personal de índole deportivo. Los surfers en sus conversaciones tienen siempre presente olas míticas. Muchas de esas olas se producen en lugares lejanos y recónditos y suponen un desafío constante a la vez que un deseo de experimentarlas o repetir las.

La categoría surfer remite al concepto deporte y refleja a un conjunto de personas que se definen por una serie de rasgos de identidad y, por lo tanto, de comunidad. Lo que identifica a un surfista es el gusto por el mar, el deseo de aventura y riesgos, la vestimenta informal, transmite libertad, así como el interés por conocer lugares, gente y cultura.

La propia página de Couchsurfing da una definición de sí misma. "Couchsurfing es un servicio que conecta a los miembros de una comunidad global de viajeros. Couchsurfing se utiliza para encontrar un lugar para quedarse o compartir tu casa y tu ciudad natal con los viajeros<sup>viii</sup>".

En BeWelcome la presentación tiene otra perspectiva. "Entra e invita a viajeros a tu casa, encuentra anfitriones por todo el mundo y forma parte de nuestra hospitalaria comunidad multicultural<sup>ix</sup>". Y comienza definiéndose cómo... "BeWelcome es una red que cruza culturas que te permite de compartir tu hogar, encontrar y ayudar a otros en sus viajes".

Estas son las declaraciones de intenciones de los promotores de BeWelcome, que lleva indudablemente a conceptos abiertos desde el principio, donde se recalcan aspectos como la comunidad, la hospitalidad mutua. Se alude a la transparencia y democracia, ya que la administración de la comunidad es realizada por los propios miembros, con imágenes abiertas, cedidas por los surfers. En las fotografías que se suben a las webs aparecen personas jóvenes de diferentes grupos étnicos, en espacios abiertos, en muchas, están practicando deportes en la naturaleza, en clara alusión al espíritu de libertad y espontaneidad que debe primar en las relaciones de la comunidad virtual. Las imágenes se presentan con armonía y reina la multiculturalidad entre los participantes.

En BeWelcome se apela a aspectos fundamentados en la reciprocidad como son los conceptos de anfitrión, encuentro y ayuda. El anfitrión es quien en su casa recibe invitados y la palabra invitar remite a aspectos de hospitalidad y altruismo. El invitado queda agradecido y en deuda con la comunidad, de tal manera que tiende a corresponder su retribución en un futuro, y no necesariamente tiene que pasar a ser anfitrión en un momento posterior.

Un espíritu de igualdad y transparencia late en BW desde su propia entrada de presentación:

"Como miembros de BeWelcome, abrimos nuestros hogares a personas que no conocemos, o nos hospedamos en sus casas cuando estamos viajando. Esto requiere cierta confianza, a menudo necesaria y que es la base para muchas experiencias de hospitalidad maravillosas.

Sin embargo, las redes de hospitalidad también atraen a personas que quieren aprovecharse de la confianza y hospitalidad del resto. No podemos obviar que algunos miembros pueden haber tenido malas intenciones y obrado en consecuencia. Además, un intercambio cultural, como los que BeWelcome facilita, puede salir mal, llevar a confusión o a cruzar los límites de cada persona".

La búsqueda de la transparencia se confirma en el enlace de la propia web (<http://www.bevolunteer.org/>) en la que los voluntarios o BeVolunteers hacen reuniones y convenciones en diferentes ciudades del mundo, como la que se realizó en Lyon en mayo de 2014. Este tipo de encuentros crean un espíritu de comunidad y de pertenencia, reforzando los lazos que se pudieran establecer dentro web, apoyándose en eventos off line.

BeVolunteer is the legal organization running [BeWelcome](#) and is registered as a non-profit association in Rennes, France, since November 2006. The [General Assembly](#) and the [Board of](#)

[Directors](#) are the official organs of BeVolunteer. Promoting the idea of hospitality by providing the BeWelcome website is the main object of the association.

El encuentro es el acto de confrontarse, no solamente dos personas, sino dos formas de entender y ver el mundo. El encuentro<sup>x</sup> conlleva coincidencia u oposición de ideas, de costumbres o idiomas. Un encuentro no es un encontronazo. El encuentro remite a un acto pacífico, sin disputa, donde prima el diálogo y la intermediación entre varios que no tienen que ser iguales de partida. Pero puede llevar implícita la posibilidad de conflicto. Y ayudar es una acepción que expresa “prestar cooperación” y, también, “auxiliar o socorrer. En este sentido la ayuda es hacer un esfuerzo, poner los medios para el logro de algo o ambas personas actuando de una manera conjunta. En cierto sentido se plantea el couchsurfing como si dos mundos separados, dos extremos, se acercaran, se tocarán. Pero este enfoque peca de simplismo: de un lado, el turista que transporta en su mochila una serie de patrones nuevos (el cambio), por otro, el anfitrión en el mundo nativo, receptor, en el que no ocurren cambios previos al contacto, y que se va a ver modelado por y desde los patrones del visitante (Santana, 1997: 93).

Ahora ya estamos en disposición de realizar una definición más aproximada del couchsurfing, para lo que acudimos a la que realizó Silvia Blanco en el blog *Sin parar de viajar. Blog para viajeros, fotógrafos y mentes inquietas*: "podemos decir que sería dejar un sofá, cama o espacio que dispongas en tu casa a alguien, gratis, por un breve espacio de tiempo (1-4 días sería lo normal), (y) a cambio te llevas la experiencia de conocer a la persona, su cultura y su historia, o por el contrario ser tú la persona que va a dormir gratis cuando estés de viaje, conocer a los “locales” y sus costumbres”.

Para entender las dos variantes existentes dentro del couchsurfing hay que recurrir a trazar unas notas básicas. Estos principios fundadores<sup>xi</sup> de cada plataforma tienen su explicación histórica, que en breves líneas trataré de exponer. Couchsurfing International Inc., es actualmente una empresa comercial estadounidense con sede en San Francisco que ofrece a sus usuarios hospitalidad a través de servicios de intermediación en redes sociales<sup>xii</sup>. Couchsurfing fue fundada en el año 2004 sin ánimo de lucro y transformada en empresa con interés económico comercial en el año 2011. Así lo resume Yvita Colorín, en el blog *Bici Enredando por Ahí*, comentando a una amiga "Fue allá en el año 2009 a través de una amiga cuando empecé a conocer las redes sociales para el hospedaje solidario", (...), "pronto llegaría CouchSurfing, fundada cuatro años más tarde por un islandés, copándolo todo, ahora con 6 millones de usuarios<sup>xiii</sup>".

Desde su transformación en 2011, se produjo un enorme malestar en grandes círculos de los miembros más activos en numerosas ciudades. Empieza a difundirse la ortografía sarcástica "Couch\$urfing" y denominaciones alusivas como "Corp.Surfing". Comienzan una serie de cambios en el sitio web como fueron la apropiación por parte de la nueva empresa del trabajo voluntario y las donaciones realizadas durante los años de existencia como organización sin ánimo de lucro. "Y lo más incongruente que sucedió, (dice Yvita Colorín) respecto a esta red social de hospedaje solidario, es que CS fue privatizada y, por tanto, la solidaridad y el altruismo irán dejando de brillar por su ausencia, las empresas sólo quieren ganar dinero, y esta no será menos, si no al tiempo".

Estos hechos condujeron a grandes migraciones hacia otros servicios de hospitalidad que hacen gala de su carencia de ánimo de lucro. Entre las que se crea BeWelcome que, desde otoño del 2012 hasta abril del 2013, duplicó su número de miembros con personas procedentes de CouchSurfing que se definían como "refugiados".

Estos usuarios sentían que se habían apropiado del espíritu original del sistema del couchsurfing, robando los principios altruistas que guiaban esta modalidad de intercambio. "Por ello, los que son fieles a la filosofía de tales redes solidarias, están emigrando para otra web, [Be Welcome](#), fundada en el año 2007, (...), con muchos menos participantes, y por tanto, más difícil a la hora de encontrar personas/sitio cuando viajas, (pero) es más fiel a la tal citada filosofía altruista con los viajeros". La iniciativa de

privatizar la plataforma Couchsurfing significó para los miembros una estrategia para introducirlos en un sistema de mercado meramente capitalista.

Tal y como afirma Grilo do Demo del blog *Mochila Feliz*, hablando de CS, "este sitio tiene muchísimas críticas, especialmente desde el año pasado, porque se convirtió en una empresa privada", aunque a una parte de los usuarios que no plantearon su disconformidad le buscaron el lado práctico: "mientras estaba en Alemania y Francia con estas personas me importó un cuerno que fuera una empresa privada, aunque alguna gente lo considere el demonio, la manera de administrarlo y todo lo demás. Y si os fijáis, las críticas van contra CouchSurfing, no contra el hecho de que existan redes con este fin"<sup>xiv</sup>.

Es interesante que en este proceso de cambio de la plataforma CS hacia un sistema de mercado se puede detectar que hay unas referencias claras en términos políticos, que no voy a profundizar aquí en este trabajo pero que sería importante explorar en futuros estudios, pues apropiación, migración y refugiado son alusiones directas a un proceso de conflicto y guerra, que remiten a un contexto político desde donde podría ser analizado antropológicamente.

Toda esa "guerra" virtual, establecida por una parte de los componentes de las webs ante el robo de un espacio que respondía a unos principios y valores, demuestra que estamos ante una comunidad, un grupo que participa de unas características que sienten como propias (Ruíz, 2008: 124). En este territorio (virtual) se relacionan los miembros a través de las plataformas web con la que se identifican de forma positiva, comparten opiniones y, además, ofrecen sus servicios. Las propiedades de estas comunidades se definen porque están desterritorializadas, en un marco geográfico que es contingente, en el que ni el lugar ni el cuerpo son determinantes para la existencia del grupo, con unos miembros ubicuos que son de todas partes, pero que mantienen una relación recíproca on-line y off-line que sirve de apoyo a la consecución de los fines, y con la particularidad de ser sujetos que pueden tener una presencia anónima on-line, camuflada por el nick, frente a una identidad off-line bien definida.

### 3.1. Intención y extensión del término couchsurfing

En este apartado, a través de los testimonios de los usuarios de algunos blogs, intentaremos establecer qué entienden éstos sobre couchsurfing. ¿A qué se refieren los surfers cuando hablan de couchsurfing?

En el blog *Mochila feliz*, de Grilo do Demo, se expresa la siguiente definición: "couchsurfing es, básicamente, una red de viajeros que prefieren buscar alojamiento gratuito en casas particulares antes que en hoteles o albergues y/o que ofrecen alojamiento a otros viajeros que visitan su ciudad".

En términos positivos y similares se expresan los viajeros como Eddie (5/junio/2012) contestando a Grilo do Demo, en el foro del blog *Mochila Feliz*: "cuando, por ser estudiante, o cualquier otro motivo no hay suficiente pasta, la idea es muy buena y a considerar por mucha gente que quiera viajar sin disponer de mucho presupuesto. Y si no vas a casa de nadie y sólo lo utilizas para que te enseñen la ciudad es una idea cojonuda, esa parte está muy bien porque un día ves cosas a tu rollo, donde te lleven los pasos y, otro día, vas con alguien nativo que te enseñará cosas curiosas que pasarían desapercibidas o serían vistas sin entenderlas, o sea que, creo que es un gran invento este que hicieron los surfers". Eddie ha enumerado aquí de forma directa los beneficios del couchsurfing como es el ahorro de dinero por estar en casa de huéspedes anfitriones, la posibilidad de tener un guía local, o la sensación de libertad y de autonomía al poder organizarte la visita de manera independiente, "a tu aire".

Sobre los posibles abusos de algunos usuarios, Yvita Colorín en el blog *Bici Enredando por Ahí*, comenta que también hay viajeros que no suelen buscar lo mismo... o que su único fin es intentar dormir por la cara. `Que no me parece mal del todo, si hay oferta es porque hay demanda`, (...), "por suerte éstos solicitantes y "ofertantes de sofá"

son los menos, y siempre se encuentra gente fiel a la verdadera filosofía de este tipo de redes, para que así, podamos seguir disfrutando de personas interesantes alrededor el mundo".

Yvita introduce otros dos aspectos que son clave en la práctica del couchsurfing, como es la reciprocidad que se da entre todos los participantes y, sobre todo, la posibilidad de descubrir y disfrutar de personas que aportan un complemento añadido al encuentro, un plus. La experiencia de narrar sus aventuras, de sus vivencias, profesiones, etc., o simplemente la compañía que ofrecen, en un elemento añadido frente al fenómeno de la soledad. El encuentro llega a ser interesante entre ambas personas porque la relación que se establece entre ellos es positiva, gratificante y constructiva, donde cada una ofrece de sí mismas lo mejor. Como dice Yvita, "fue genial porque se adaptaron ellos a mi día a día y no al contrario, en señal de fidelidad a la filosofía de este maravilloso modo de moverse por el globo, que las personas sean más importantes que el lugar más turístico". Otra de las bases de la práctica del couchsurfing es la transparencia, donde ambas personas, la que se aloja y la que recibe son transparentes en sus intenciones y honestas en el trato, "porque cuando aceptas una solicitud ha de ser 100% un sí sincero para poder disfrutar al máximo".

Sobre las características de un surfer, "se puede decir que el perfil normal de un surfer es alguien joven, no muy boyante de dinero, no tiene porqué ser así siempre, ¡claro está!, pero sí es el "perfil" medio" (Silvia Blanco). Aunque a veces se rompe ese estereotipo por diferentes razones, como Andrea, suizo de 38 años, que "viajaba solo y podría pagarme perfectamente un hotel cada noche, pero... cenaría solo en un restaurante y volvería solo al hotel, de este modo (con el couchsurfing) conocía a gente de las ciudades que visitaba, cenaba acompañado y conocía "otra cara de la ciudad" que es la gente que vive en ella y no sólo la parte "turística".

### **3.2. El ingreso en la comunidad virtual**

En este apartado hay que comentar aspectos generales de ambas plataformas, Couchsurfing y BeWelcome, en su modelo de funcionamiento y algunos apartados específicos de cada una de ellas.

El primer paso en ambas es darse de alta en la plataforma para entrar y formar parte de la comunidad virtual. Se aporta una dirección de correo electrónico y una clave de acceso, que se confirma a través de un email. Se rellenan, acto seguido, los datos personales a través de un cuestionario sobre tu perfil (edad, sexo, situación civil, profesión, dirección, etc), adjuntando fotos que tienen que ser supervisadas por los administradores. A continuación, están las pestañas en las que detallas tus aficiones, intereses, preferencias (música, libros, viajes realizados, deportes, idiomas, etc.). Como dice Couchsurfing "esta será su base de operaciones y es un reflejo de ti: su estilo de vida, su misión y lo que es importante para usted". El usuario tiene la posibilidad de elegir si publica algunos datos para que sean visibles a toda la red o no, aunque esos datos sí que se tienen que aportar a la plataforma. También se debe determinar el tipo de espacio que ofrece para la estancia, si es un sofá, un colchón o una cama (en habitación individual o compartida), incluyendo al menos una foto del cuarto.

Un apartado especial ocupa el área en el que debes determinar tu actividad y disponibilidad. Se ofrece la opción de recibir huéspedes (guest), de ofrecer tu tiempo para realizar visitas guiadas o "wants to meet ups" que es participar en reuniones de surfers que se realicen tu localidad o en las proximidades.

"Si usted está listo para embarcarse en una aventura (de un viaje), o en la búsqueda de la ciudad o ciudades que va a visitar, navegue por (los perfiles) de los locales con sofás disponibles. Mire a través de los perfiles y (busque) referencias para encontrar gente con la que podría quedarse. Cuando encuentre algunos anfitriones potenciales que le interesen, revise cuidadosamente su perfil y envíe un couchrequest para la fecha en la que va a viajar"<sup>xv</sup>.

En todo momento recuerdan en Couchsurfing que "tener un perfil completo es la mejor manera de conectar con la gente" y "¡asegúrese de personalizar sus mensajes y decirle a su anfitrión por qué lo quiere conocer!". Este aspecto es importante por varios motivos, por un lado, es la garantía, según la plataforma, de seguridad, pues los usuarios cuando intentan contactar unos con otros tienen en cuenta la totalidad de datos que has aportado como un elemento de confianza. En otro sentido, la empresa Couchsurfing en varios apartados te está remitiendo a que tus datos personales son vitales como elemento de seguridad. Esta seguridad se fundamenta en "verificar" tus datos, bajo pago. La información privada se comprueba a través de email, tras la recepción de una postal de correo ordinario, con un clave y permite al usuario acceder a otros servicios, como encontrar host o huéspedes con mayor rapidez, generar confianza y unirse con un nivel superior de usuarios, los verificados.

"Get Verified

Find more hosts more quickly

Build trust and support Couchsurfing

Join nearly half a million verified members worldwid"

La verificación, bajo pago, apuntamos, capacita para recibir "referencias" tanto de tus compañeros de viaje como de los anfitriones y esas referencias son el aval de que eres una persona de confianza y segura. Las referencias pueden ser de tres tipos: positivas, negativas y personales, tanto de los surfers como desde los host. Yvita Colorín en su blog *Bici Enredando por Ahí*, después de volver a Couchsurfing tras un tiempo apartada, destaca la importancia de los perfiles y las referencias: "Desde mi regreso a CS empecé a recibir solicitudes, **a aprender a leer el entre líneas de cada perfil**, a aprender a decir que no cuando veía que quien pedía sofá no había leído absolutamente nada de lo que ponía en mi perfil". (Negrita de la autora del blog).

Las "referencias" personales son a la vez una forma de interaccionar entre los miembros a un nivel privado, donde comentan las anécdotas y se agradecen mutuamente la conexión personal que se ha establecido durante el viaje.

Otra opción, permitida únicamente a los que han pagado, es la de "vouchear". Vouch for es establecer una confianza ciega en una persona, dando a entender que es un miembro completamente fiable. Yvita Colorín comenta "encontré un tío en Estrasburgo al que voucharon 45 veces, tiene 337 comentarios positivos, 3 neutrales que si los lees ves que en realidad son positivos y 1 negativo de un tío que se ve claramente que es gilipollas". A la hora de "vouchear" (vouch for), a una persona tienes que haber recibido al menos tres vouch anteriormente para poder corresponder.

La máxima aspiración a la que puede llegar un miembro de la comunidad es a ser "embajador". A la categoría de embajador llegas a través de las nominaciones que los miembros verificados hacen, dando al procedimiento un cierto barniz de aparente democracia. A través de un formulario en una de las pestañas se puede nominar a un couchsurfing, pero no todos, sino solamente aquellos que están verificados. Para estar verificado se llega gracias al ingreso en la cuenta de la empresa, a través de Paypal o de tarjeta de crédito, de una cantidad que asciende a 18 euros anuales, pues es una suscripción a un servicio temporal. A partir del pago ya se puede seguir rellenado el 50% del perfil personal, que se supone que te avala para conseguir avales de confianza. ¿Una confianza comprada por dinero?

En mi experiencia, al intentar darme de alta compruebo que para terminar de rellenar mi perfil debía pagar a la empresa de la web (Couchsurfing Corporation Inc.), para así estar verificado, certificado y recibir referencias de otros usuarios. Ese aspecto crematístico es intuido en este comentario del blog *Mochila Feliz*: "En ese sentido funciona un poco como el eBay<sup>xvi</sup>: después de haber estado juntos, cada uno debe escribir algo sobre el otro diciendo cómo fue el trato, si consideras que es una persona de fiar, etcétera". No acepté esa opción de pago, lo que no impidió que recibiera solicitudes



de estancia en mi casa, y demuestra que, a nivel básico, en Couchsurfing puedes relacionarte, pero no puedes crear grupos de discusión ni ser verificado, así como tampoco recibir avales de otros surfers o host. Si intentas verificarte aportando tu dirección de facebook y contraseña, te sale un mensaje que te advierte que Couchsurfing se apropiará de tus contactos, datos personales y direcciones de email.

"Couchsurfing recibirá la siguiente información: tu perfil público, lista de amigos, dirección de correo electrónico, fecha de nacimiento y ciudad actual."

En las condiciones de uso y privacidad la empresa Couchsurfing Corporation Inc., aclara que:

"(Couchsurfing) Es el propietario de todo el contenido de los miembros de que se publique en nuestros servicios. Si publicas contenido de los miembros de nuestros servicios, por la presente nos concede una licencia (es decir, que dura para siempre), mundial, irrevocable, no exclusiva y totalmente transferible a terceros (es decir, podemos conceder este derecho a los demás) sin regalías perpetua para usar, reproducir, mostrar, ejecutar, adaptar, modificar, crear trabajos derivados, distribuir, hacer distribuir y promover tales contenido de los miembros en cualquier forma, en todos los medios ahora conocidos o creados en adelante (incluyendo en los correos electrónicos u otras comunicaciones a nuestros miembros) para administrar, operar, desarrollar y proporcionar los servicios de otro modo Couchsurfing".

No todo el intercambio entre miembros se realiza en viajes y en la red. En la plataforma tienes la posibilidad de encontrar foros de encuentros donde se establecen días y espacios para conocerse los couchsurfers de una localidad mientras realizas una actividad (deportiva, cultural, lingüística, etc.). Por lo tanto, la realidad on line está apoyada en todo momento con la off line, permitiendo ir de un lado a otro. La página publicita: "Hay una comunidad de Couchsurfers cerca de usted. Muchas ciudades tienen intercambios semanales de idiomas, clases de baile, excursiones y cenas. Haga nuevos amigos". Por lo tanto, hay experiencias dentro de la web que se apoyan en actividades "off line" y, de esta manera, la plataforma "on line" pretende ser un espacio previo que facilita la relación directa y el contacto entre personas.

En BeWelcome el vínculo online/offline es más directo por la propia filosofía de plataforma abierta. A través de una asociación paralela dependiente de la web, fomenta la relación y la formación entre los miembros voluntarios, los BeVolunteer:

"The "Be Active" campaign ("the campaign" hereafter) aims to support and foster the local BW communities of BeWelcome by encouraging the organization of activities that promote the ideas of hospitality, cultural exchange, and the BeWelcome community. Only activities that are in line with the BeVolunteer general objectives as written in the statutes will be considered."

<http://www.bevolunteer.org/beactive/>.

Recapitulando sobre los foros y blogs. El conjunto de miembros de la comunidad virtual de couchsurfing ha creado unos términos que usan entre ellos y así se definen:

- Couch o host, es el anfitrión, la persona que recibe en su casa aportando el espacio para pernoctar y con el que se entabla la relación. En el perfil se especifica si estás en la disposición de recibir huéspedes en tu casa o no.
- Surfer, es el turista, el viajero que programa ir de casa en casa, de sitio en sitio aportando por unos días su experiencia vital.
- Guest o huésped, es el surfer que está pasando unos días en casa del couch.
- Local, son las personas originarias de un lugar, que se supone que aportan vivencias auténticas sobre su cultura y el conocimiento sobre las costumbres y el territorio.
- Meetings, o reuniones no virtuales con un fin concreto que realizan los couchsurfers de una localidad en espacios públicos. Aquí se conocen mientras realizan una actividad como puede ser el intercambio de idiomas, excursiones a la naturaleza o visitas guiadas a monumentos.

- BeVolunteer, es el miembro de BeWelcome que se integra en grupos locales de discusión que fomentan y forman en hospitalidad, intercambio cultural y comunidad.
- Couchrequest, es la solicitud de estancia que se emite mediante un email desde el surfer al couch o anfitrión con la intención de tantear su disponibilidad. El couchrequest se hace a través de la plataforma virtual mediante envío de un mensaje electrónico con la dirección que has facilitado al darte de alta en la plataforma.
- References, o referencias, son los comentarios, positivos o negativos, que se reciben de los guest o de los couch, o quienes han realizado un viaje compartido.
- Vouch for, o "responder por", es avalar a un miembro que es de absoluta confianza. Para emitir o recibir avales debes haber pagado previamente en la plataforma Couchsurfing. No se pueden emitir avales si con anterioridad no has recibido al menos tres vouch de miembros diferentes.
- Ambassador, o embajadores. En palabras de la propia plataforma Couchsurfing, "los embajadores son couchsurfers que ejemplifican los valores fundamentales en la forma en que viven y comparten sus vidas", (...), "hay embajadores de todo el mundo". Se postulan a través de un formulario. El miembro puede proponerse a sí mismo, pero lo habitual es que te nominen otros miembros. La empresa a través de la web es la que te otorga el título de embajador.
- Freeloading, "cazador de espacios libres", o gorrón, también nombrado en los foros como crows, o "cuervos". Son aquellos surfers que, aprovechándose de los contactos de la red y de los miembros host o couch, hacen turismo "convencional" buscando un lugar para pernoctar durante unos días sin mantener los valores y el espíritu de la comunidad de couchsurfers, como es la amistad y el intercambio cultural.

### 3.3. Valores y símbolos

Las motivaciones del viaje que emprende el couchsurfer, desde que se da de alta en la página virtual, está en íntima relación con los valores que comparten los miembros de la comunidad virtual. Estos valores se explicitan en todo momento de forma recurrente, siendo el soporte del intercambio entre los miembros de couchsurfing. Extraídos de la web son:

1. Comparte tu vida. Uno de los pilares fundamentales sobre los que se asienta el Couchsurfing es el compartir: la vida, las experiencias, la casa, la comida o las vivencias entre anfitriones y huéspedes. El couchsurfing tiene como lema imprescindible: "Creemos que el espíritu de generosidad, cuando se aplica generosamente, tiene el poder de cambiar profundamente el mundo".
2. Crea/facilita las conexiones. La red de empatía crea conexiones entre los seres humanos. "La conexión que se crea con la aceptación y la bondad hacia los "extraños" fortalece nuestra fe y nos ayuda a todos a ser mejores personas".
3. Ofrece bondad. "La tolerancia, el respeto y el aprecio por las diferencias están incorporados en la bondad".
4. Sé curioso. Los viajes mantienen nuestro espíritu de curiosidad. Ser curioso es el deseo de aprender uno del otro, es querer conocer el mundo y así poder crecer como personas y ser mejores personas.
5. Mejora la vida del otro. "Estamos aquí para hacer un mundo mejor, para mejorar la vida del otro y llegar a ser más fuerte en ese propósito al venir juntos". Este principio se aplica tanto a las relaciones humanas, al mundo, o a algo tan simple como la casa de tu anfitrión.

Estos cinco puntos son los valores de una web, Couchsurfing, que es una empresa occidental que intenta vender sus servicios a nivel mundial, apela a la buena voluntad y al espíritu altruista del ser humano. Pero cae en una profunda paradoja, pues cobra un servicio de intermediación recurriendo a la bondad y a la capacidad de dar de las personas. Principios que, de partida, parece que están inspirados en dogmas religiosos,

aunque son ofertados como si fueran frases de un anuncio publicitario. La propia web recoge la experiencia de Gabriela, española, que ha llegado a superar sus propias limitaciones: "Al ser más abierta, he podido confiar en extraños, he aprendido a ser más flexible, ayudando, y permitiendo que otras personas me ayuden y mucho más". Como reza el eslogan: "Estos son formas de incorporar los valores de Couchsurfing en su vida". Aquí Gabriela parece una vendedora de una tele tienda y con seguridad no nos habría extrañado su mensaje encorsetado porque la web, en cierta medida, se promociona como un lugar que vende "autoayuda".

En todas las frases anteriores se detecta con claridad una apropiación por parte de la empresa Couchsurfing de los valores, que son sus símbolos, en la práctica del couchsurfing. El hecho que la empresa haya tomado como nombre el mismo de la actividad lleva a una confusión fuerte entre ambas. Pero el mensaje hay que repetirlo hasta la saciedad, apoyado en fotografías amables, grandes, coloridas, que tratan de capturar la emociones con sonrisas de gente joven reunida en grandes áreas naturales que te trasladan a un hipotético paraíso de libertad y de respeto. Los refuerzos de los valores fundadores llegan a estar presentes incluso en los consejos del anfitrión:

**Consejo de agradecimiento # 2 :** Llega a tiempo. Si cambias de planes, siempre que sea una prioridad, deja a tus anfitriones un aviso sobre cualquier cambio inesperado en tu itinerario tan pronto como sea posible.

**Consejo de agradecimiento # 3:** ¡Mantenga la limpieza! Ayude en la casa, y tenga todas sus pertenencias en la parte asignada de la casa.

En Couchsurfing, a pesar de los principios altruistas que emite, lo que late en el fondo es un espíritu de competencia, ya que gracias al tiempo entregado y a la fidelidad a las ideas mostrada, tiene la posibilidad de subir una escala y ser embajador de la web. Los embajadores son una categoría superior, una élite especial de personas. La clave está en la intención de la plataforma por crear y dar la sensación entre sus usuarios de que forman parte, pertenecen y son una comunidad, un conjunto de personas que comparten ideales, principios, objetivos, etc. Los embajadores encarnan (embodiment) esos principios, son muestra viva y referente para el resto de usuarios porque han incorporado<sup>xvii</sup> (Lyon y Barbalet, 1994) a sus actuaciones el espíritu del couchsurfing.

En la web se comenta cómo "Los embajadores son miembros muy activos que son ejemplo de nuestros valores fundamentales (<http://about.couchsurfing.com/values/>) en la forma en que viven y comparten sus vidas". En cierta manera, los embajadores son la categoría superior, la élite, pues in-corporan en su forma de actuar los principios establecidos por la empresa Couchsurfing: compartir su vida, crear conexión, ofrecer bondad y "buen rollo", estar abierto a otra cultura, y, dejar los sitios que visitas mejor que cuando los recibiste. Enrique, español, es embajador porque "cuando vivía en Estambul, he creado un grupo para ayudar a las personas a mejorar su español y les ofrecí una idea aproximada sobre la Cultura Americana".

Por lo tanto, los miembros de la comunidad Couchsurfing se categorizan en tres tipos:

1. Los miembros base, aquellos que no han rellenado totalmente su perfil porque la plataforma les impide continuar si no pagan la suscripción anual.
2. Los miembros de pleno derecho, que por haber pagado la cuota pueden organizar foros y recibir avales y comentarios.
3. Los embajadores, aquellos que han sido nominados por los couchsurfers y elegidos con el beneplácito de la empresa como representantes de los valores y espíritu de la compañía.

Recapitulando sobre los valores que se manejan en el couchsurfing, creo que valores y símbolos se manejan de manera conjunta desde las webs, produciendo un solapamiento de ambos términos. Los símbolos, expresados en palabras, son categorías analíticas que facilitan el acceso a la clasificación y comprensión de los mensajes. De

hecho, es prácticamente imposible hablar de las características de la práctica del turismo solidario o de hospitalidad<sup>xviii</sup> sin estar aludiendo continuamente a sus valores. El texto de la experiencia de Fabzgy, de Teningen Germany, miembro de BeWelcome de Costa Rica, concentra en unas frases estos principios:

*"En el año 2005 terminé mi servicio civil, que lamentablemente todavía está vigente en Alemania, y fue entonces la primera vez de mi vida que **gocé** de unos meses de total **libertad**. Tenía 19 años y mucha **curiosidad**.*

*Yo quería **ver** algo totalmente **nuevo**, aunque también tenía un poco de **miedo**. Estaba **solo**, en un otro **continente**. Casi no hablaba el **idioma**. No **conocía** a nadie allí – esperé, y al cabo de poco tiempo leí en una revista alemana un artículo acerca de una **comunidad** de **mochileros** en **Internet**. **¿Alojamiento gratis y contactos en todo el mundo?** Eso me parece demasiado bueno para ser **verdad**. Bueno, ya tenía el billete a La Habana, Cuba. "Tal vez vale la pena **registrarse** en esta **red** y **probar** si funciona" pensé. Me inscribí y **busqué miembros** en Roma, Italia." (negritas del autor).*

Fabzgy en su comentario nombra algunos de los símbolos, como *libertad, soledad, miedo, comunidad, red, miembros, alojamiento, gratis, idiomas, curiosidad, conocer, probar, gozar, contacto, registrarse/inscribirse, buscar, continente, internet, mundo, verdad*, y se pueden entrever otros que de manera indirecta se deslizan: *compartir, viajar, ocio, tiempo libre, juventud, seguridad, paz, antimilitarismo, o bondad*. Estos términos, de una manera u otra, han recorrido todo este trabajo en los diferentes apartados que se han tratado, por lo que, por cuestión de espacio, no voy a volver sobre los mismos, pues están también insertos en los apartados sobre seguridad y reciprocidad que ahora trataremos.

Duccio Canestrini (2009: 212), comenta que las leyes del honor y de la hospitalidad, pese a las diferencias culturales, son universales. En este sentido se puede hablar en el couchsurfing de un turismo basado en la comunidad, donde priman inicialmente las buenas intenciones, el "honor", y el deseo de conocerse mutuamente y respetarse, en la hospitalidad de un grupo, en este caso virtual.

*"Si, por el contrario, te presentas armado y desconfiado como un extraño, guardando las distancias con los símbolos, (...), la cosa cambia, (...), nos falta comunidad porque nos falta seguridad, (...), o sea, que nos falta la seguridad porque nos falta la comunidad". (...) Si el viaje ha enfermado de turismo malo, de turismo blindado en nombre de la seguridad, la única forma que se cure es abriéndose al mundo".*

En los foros se ha optado por seguir explícitamente el rastro de estas categorías a través de las referencias. Es en este punto del estudio, cuando se ha desentrañado cómo funcionan las páginas de couchsurfing, ya estamos en disposición de entrar en los foros haciendo las búsquedas a través de dos categorías: seguridad y reciprocidad, que se abordan en los próximos apartados.

#### **4. Seguridad/Confianza**

Hablar de seguridad en la práctica del couchsurfing es hacer mención a un punto clave dentro de la construcción de este tipo de turismo solidario. A este concepto, directa o indirectamente, las plataformas dedican muchos epígrafes. En ellos limitan su responsabilidad en la web y, a la vez, determinan las recomendaciones que dan para la seguridad de los usuarios. Además, es un tema recurrente de conversación entre los participantes de los foros y los blogs.

En la página de BeWelcome se han contabilizado 88 foros específicos relativos al debate en torno a los temas de seguridad, a través de la búsqueda del término "security/safety", con un total de 3224 comentarios sobre los que gira esta cuestión entre los usuarios. Con discusiones sobre la posibilidad de "*more pictures and real names on BeWelcome*", o la oportunidad para comprobar desde la plataforma web la veracidad e intenciones del miembro, que es el asunto central del foro "*Member verification by SMS – Inbound SMS- Gateway is needed*", o aquel más específico que versa sobre "*trouble with this member?*".

Además, en varias pestañas de las webs, como es en preguntas frecuentes, seguridad, normas, etc., ofrecen páginas para explicar su seguridad. Pero esta seguridad se trata desde dos perspectivas. Por un lado, la seguridad de la plataforma y de los posibles usos de la información. A pesar de todo, Couchsurfing como BeWelcome difieren ostensiblemente en sus planteamientos sobre seguridad, pues como se ha descrito anteriormente, BW es colaborativa y sin ánimo de lucro, manteniendo principios de honestidad frente al uso incorrecto de los datos, en oposición a CS que se apropia de la información de los surfers, como ya se explicó en un apartado anterior.

En relación a la seguridad de los viajeros y anfitriones, los couchsurfers han establecido las normas mínimas básicas para actuar con seguridad. Una buena parte de las conversaciones en los foros giran sobre aspectos relativos a cómo actuar en caso de tener problemas. Aquí traslado un comentario del blog de Silvia Blanco, en “Nuestra experiencia con Couchsurfing”, en *Sin parar de viajar. Blog para viajeros, fotógrafos y mentes inquietas*:

**“Si eres el couch los limites los pones tú**, es decir tú decides si le dejas las llaves de tu casa o no, por ejemplo, o si le invitas a desayunar, es decir, tu decides cual es el límite”. (negrita del texto).

Y al que responde otro surfer, Pepe, el 29 de septiembre de 2014, en el mismo blog:

“Llevo años haciendo couchsurfing (CS) (unos 7 años) y tengo bastante experiencia tanto alojando gente como quedándome en casa de gente.

Me gustaría decirle, que CS tiene un sistema de referencias que lo convierte en algo muy seguro. Es tan seguro como tú quieres que sea. Si no quieres tener problemas a la hora de alojar, lo mejor que puedes hacer es alojar a personas que tengas muchas referencias positivas. Lee lo que otras personas que lo han alojado opinan sobre ellos y podrás más o menos saber que te vas a encontrar cuando lleguen. Además, las reglas las pones tú. (...) Es decir, es importante que tú te sientas cómodo cuando lo hagas.”

Se establece que la responsabilidad siempre está en los usuarios, y promueve como medida de seguridad básica instar a que el usuario lea bien el perfil. Las webs sugieren como primera precaución que se debe tomar que se explique la motivación para viajar o recibir cuando se rellenan los datos personales. A pesar de todo, las reticencias en los foros son comunes a muchos futuros couchsurfers. Víctor Sánchez (DinkyViajeros), dice (22 agosto, 2014):

“Aunque contáis que es una buena experiencia, yo no me termino de atrever a meter a un extraño en casa... No sé, no me convence”.

Y le contesta, desde el blog *Sin parar de viajar*, dice, 7 octubre 2014:

“Hola Víctor! Pues sí, hay mensajes y mensajes y solo viendo su perfil las opiniones de otros y sus fotos es mucho para saber si con esa persona te vas a sentir a gusto. Nosotros también tenemos que seleccionar pero al final parece que siempre hemos elegido bien, jeje, y la experiencia no nos la quita nadie!!

Si analizamos las situaciones anteriores nos damos cuenta que los referentes sobre la seguridad de acoger o no huéspedes se articula bajo un movimiento binario. La realidad off line y la comunidad on line están, aparentemente, dissociadas, en un juego en el que “seguridad se opone a riesgo” como “interior (on line) se opone a exterior (off line)” (Francesch, 2009:249). Esa dialéctica es la que expresa la anterior recomendación cuando dice Pepe Grilo en su blog:

“Es decir, es perfectamente válido, decirle, “mira, soy nuevo en esto y antes de invitaros a mi casa quiero que quedemos en un bar y tomemos algo y si no veo nada raro os venís sin problemas...”

Los meetings, encuentros en espacios públicos, son la forma de superar y unir

ambas realidades, que en el couchsurfing son necesarias. De hecho, en esta práctica de turismo es necesario que se contraste la veracidad de los datos que se aportan on line con la realidad. Es a través de la confrontación de estos dos ámbitos como se articula parte de la confianza. Es una manera de llegar a conseguir que la experiencia, en principio, salga bien. Si de partida los datos no cuadran o surgen dudas, se pierde la certidumbre y se aborta la experiencia.

La seguridad a veces también viene impuesta por el lugar en el que se vive, las normas que se aplican, el tipo de vida que se lleva. En una discusión en BeWelcome en el año 2014, la usuaria RETIRED\_6663, Auroville India, comenta que los habitantes de las grandes ciudades se ven constreñidos a la recepción de huéspedes por problemas de espacio en sus apartamentos y por lo complicado que son sus trabajos, así como por las circunstancias de seguridad en sus espacios residenciales.

“And they are not hurting for company. Nor are they lonely. Those who live in doormanned co-ops, are even more discriminating because all guests are monitored for security reason. Hence their guest's' appearance and behaviour must not be such as to cause undue attention. New Yorkers in general and Manhattanites in particular are security oriented. Thus they are more likely to scrutinize travelers' profiles. Those with anemic profiles and especially with no clear photo have no chance...”.

En relación al género son las mujeres las que insisten más en preguntar y debatir sobre el tema de la seguridad. Es verdad que en las referencias a delitos graves cometidos entre las personas que hacían couchsurfing solamente encontramos aquellos en los que se mencionan asesinatos o actos violentos contra mujeres:

1.The rape of a 29-year old woman from Hong Kong by a 34-year old Moroccan in Leeds, United Kingdom in 2009. 2.Guests filmed in the shower by their 37-year old host in Marseille, France in 2012. 3.The drugging and rape of a 16-year old Australian girl by an Italian police officer in Padua, Italy in 2013. 4.The brutal murder of a 25-year old American woman in Pokhara, Nepal in August 2015. (<https://en.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing>).

En el foro que Claudiaab, de Grimbergem, Belgium, abrió en 2012, titulado *Safety for female travellers – wikipage and others means*, exponía entre otras cuestiones, asuntos relativos a la seguridad del viaje en las mujeres, haciendo alusión a los estereotipos sobre las personas que tanto juegan en los viajes:

“In the other thread members wrote that the advice given in our wiki ' [http://www.bewelcome.org/wiki/Female\\_travellers](http://www.bewelcome.org/wiki/Female_travellers)' is exaggerated and not true for most parts of the world since they travelled there. Well, I have also travelled in India, I have never felt uncomfortable as a woman, I have accepted dinner invitations many times and everything was fine. Yet, who am I to think that this experience is representative? I travelled with my boyfriend then, I travelled one part of the country only. I'm sure it's possible to collect many more testimonials that would confirm my experience, but still, can we neglect that there are dangers and risks? Shouldn't we still draw attention to some practices that are rather common in certain countries to warn our members?”

A pesar de las precauciones que establecen las webs, aparecen de forma explícita algunos perfiles que aluden a la intención de la persona. Como se ha detectado en el perfil de Whilly, en BeWelcome, (<http://www.bewelcome.org/members/whilly>), que vive en Barcelona, Porn actor, que recibe solamente a chicas: “\*\*\*\*\*I ONLY HOST GIRLS\*\*\* +34 6 4 0 6 4 6 7 1 7”. Y que en su perfil deja claro que “Try not to have preconceptions about people or ideals. There is no one single philosophy that rules how I live - just live with a clear conscience - you always know if what you are about to do is right or wrong”, y que en varias fotos, insinuante, aparece con torso descubierto<sup>xix</sup>. “I'm looking for YOU have a great, original and amazing experience with me while you visit Barcelona”.

Aunque la palabra "contactos" no aparece en las plataformas, se sobreentiende que está vetada o disimulada por la connotación peyorativa que tiene ante la avalancha de webs que la utilizan y que, camufladas como espacios para hacer amigos, en realidad

esconden otro objetivo. De ahí que se insiste a que se lea bien el perfil del couchsurfer y que el comentario a los problemas de seguridad entre las féminas sea recurrente en los foros.

¿Para tener una experiencia auténtica hay que reducir la seguridad y asumir riesgos? Seguridad y autenticidad son experiencias que en el contexto del viaje aparentan ser, en principio, antagónicas, pero no lo son. La búsqueda de auténticos, -trátese de personas, comida, espacios o vivencias-, es pretender lo exótico, lo excitante. Una de las grandes atracciones, publicitada por tanto por las plataformas webs como por las comunidades virtuales, es la consecución de autenticidad a través de la aventura que se emprende. El couchsurfing suministra ingredientes que proporcionan una dosis de exotismo, de encuentro con el otro, tanto entre el viajero como en el caso del huésped, jugando ambos con representaciones simbólicas a través del imaginario colectivo de los individuos (Francesch, 2009: 258).

En cualquier tipo de turismo se va tras la autenticidad, que en el couchsurfing se refuerza por inexistencia de mediadores, guías, que explican la cultura. El surfer va en busca de “la verdad” en la región que se visita, porque como afirma el profesor Francesch (2011: 241), en la “autenticidad confluyen las valoraciones generales del viaje en sí, porque es condición necesaria para la cualificación moral del viaje, pero también porque la autenticidad no es sólo un atributo deseable de las actividades turísticas, sino un atributo moralmente bueno de la vida. La propiedad de ser o no auténtico, en viajes y en turismo, pero también en personas, acciones, condiciones, entidades, objetos, cosas, situaciones, del tipo que fueren, se instala en campos de mayor relevancia y de mayor profundidad que lo turístico. Se vincula a lo más profundo y más arraigado de lo cultural”, y en definitiva, del ser humano. MacCannell (2003 :128) expresa que “es un deseo turístico el de compartir la vida real de los lugares visitados, o por lo menos, ver la vida como realmente se vive”, (...), “el deseo de apartarse del camino trillado” y de “mezclarse con los nativos”.

No obviemos que la misma actitud que lleva al surfer a relacionarse y emprender la aventura del viaje, como el deseo del host de recibir, recupera, en esencia, el espíritu viajero del periodo colonial del siglo XVIII y XIX. Las referencias y los foros y, aún más los blogs (cuadernos de bitácora), son como los antiguos diarios de notas y de relatos de las anécdotas del viaje en épocas pasadas. Hasta el punto que hay una idealización de la aventura, de las bondades de la relación de reciprocidad que se da entre las partes. Tanto es así, que hay en los foros recomendaciones simbólicas de hospitalidad y de reciprocidad: “Si vas de surfer siempre lleva un pequeño detalle de tu país para la persona que te va alojar, si tu estancia es larga, prepara una cena o una comida para ellos”.

La práctica del couchsurfing, en cierta manera, se inspira en la figura del “buen salvaje”. Ambos, host y surfer, en principio antagónicos culturalmente, diferentes, van a interactuar de manera recíproca, en un tiempo, generalmente corto que dura unos días, en un proceso de retroalimentación mutua. Las partes, inicialmente idealizadas a través de las imágenes que evoca el couchsurfing, se proyectan de manera idílica, en base a unas ideas preconcebidas de personalidad modal que las webs fomentan intencionadamente con sus fotos y frases. Pero, sin embargo, el conflicto puede estar latente, puede ocurrir y por eso existen las pestañas y recomendaciones de seguridad.

La emoción de la aventura del couchsurfing lleva en parte la asunción del posible riesgo a través de la relación que se establece. De ahí surgen las normas que los propios usuarios copian y recomiendan, imitando a las que en la web se cifran, que insisten en cómo se debe actuar para no llegar a momentos de conflictividad:

- Si vas de surfer procura **pasar algún tiempo con la persona que te aloja**, conoceros un poco mejor, no tienes que visitar con ella la ciudad ni mucho menos, pero al menos comer/cenar o disfrutar de una charla con ellos

- **Si eres surfer debes adaptarte a los horarios** en cierto modo **del couch**, aunque te apetezca ir de fiesta si la persona que te aloja al día siguiente trabaja, por ejemplo, es normal que el se acueste pronto y será raro que te deje sus llaves para volver a casa, por tanto, se respetuoso.

En general, los problemas de seguridad no van más allá de las dudas y los miedos de los miembros nuevos o de algún problema puntual. Los propios usuarios a través de sus consejos, interactuando constantemente, se autorregulan y dan pautas para controlar su inseguridad. Las plataformas 2.0 hacen que la tarea de los moderadores de la web sea prácticamente inexistente porque la comunicación entre los couchsurfers es fluida, ofreciéndose continuos consejos mutuos.

Las normas indicadas en la web son seguidas en la práctica por los couchsurfers. Como ocurrió en 2013, cuando Poliglot, de Paris, France, ante una pregunta sobre un mensaje dudoso que incluía un email (está prohibido facilitar o explicitar el email privado en la web), de Marc\_Alexander, de Frankfurt and Main, Germany, le contesta:

“These get through occasionally. Whenever the first thing someone asks for is to communicate outside of the BW messaging system and to disclose your personal email address, mark the message as spam on the top right of the message and the spam account will be deleted”.

## 5. Reciprocidad

“Pues lo que caracterizaba (y sigue caracterizando) al don entre personas próximas no es la ausencia de obligaciones, sino la ausencia de cálculo” (Godelier, 1998: 16). Este fragmento de la introducción del libro *El Enigma del Don*, me ha servido para introducir el que creo es otro de los pilares básicos sobre el que se asienta el couchsurfing, la reciprocidad entre “las personas próximas”, que aquí son los miembros de la misma comunidad virtual.

Si en esta sociedad capitalista en la que vivimos creíamos que las relaciones crematísticas habían invadido todos los espacios, el turismo solidario o de hospitalidad viene a demostrar que el ser humano, cuando puede y le dan la oportunidad, recupera y recrea formas de relación basadas en la correspondencia<sup>xx</sup> mutua entre las partes vinculadas. La Ley del Don de Mauss estaría en el punto de discusión en el couchsurfing con el objeto de comprobar si se aplica o no.

La reciprocidad en la comunidad couchsurfing es el eje articulador de las relaciones. Salvando las distancias, el espíritu que circula en las relaciones que se establecen entre los usuarios es el de compartir a la manera que Mauss establece en la *Ley del Don*.

Entre los modelos que desarrolla en su libro Mauss, el couchsurfing estaría en el grupo de las no agonísticas, por lo tanto, aquellas que no practican el potlatch. Y dentro de las no agonísticas, entre las que son “parciales”: aquellas en la que el acuerdo o “contrato” no es total y donde una de las partes puede salirse del acuerdo de prestaciones y contraprestaciones. Cuando decides, como host no seguir con el perfil activo, o no contestas a los emails que te solicitan estancia o, cuando, como surfer ya no practicas los valores altruistas con los miembros de la comunidad, estas infringiendo el pacto, el contrato acordado.

Me atrevo a copiar una frase de Mauss aplicándola al caso que nos trae: “*el vínculo* (que se establece entre los couchsurfers) *a través de las cosas* (que se comparten: experiencias, compañía, ayuda) *es un vínculo del espíritu, pues la cosa misma* (el acto de compartir) *tiene un espíritu*”, (Mauss, 2010). Ese espíritu, el de compartir de manera empática la amistad y la cultura, es el que late y mueve la relación que se establece entre los couchsurfers. Se podría decir que hay un “valor moral en los objetos transmitidos” (Mauss, 2006: 170).

Este valor moral a su vez, es el que exige y articula la relación virtual. Está presente en las preguntas y discusiones de los foros de las webs y blogs. No estamos



hablando de una reciprocidad total porque aparece la figura del “gorrón” o “cuervo” en el couchsurfing, que es aquel que, aprovechándose de la red y de la buena voluntad de sus participantes, utiliza la plataforma para hacer turismo convencional o simplemente para tener un cobijo y pernoctar durante su estancia. En BeWelcome, en mayo de 2009, varios usuarios comentan que la actitud de los freeloaders (gorrones) está alterando los valores del couchsurfer, de tal manera que, en ciudades como Nueva York y otras grandes urbes el número de couches o huéspedes había decaído ante las experiencias negativas.

El intercambio es voluntario. Una vez te has registrado en la plataforma tienes varias posibilidades de involucración: el nivel máximo, estaría ofrecer un espacio para pernoctar algunos días pasando a ser un couch; en un segundo nivel, ofrecerte para enseñar la ciudad o el territorio durante unas horas; en el tercero, ofrecerte a participar en foros de intercambio de información online y en encuentros off line<sup>xxi</sup>. También puedes ser solamente un surfer base, un viajero, que busca compartir la cultura y experiencias.

Aunque no hay métodos para obligar a los miembros a actuar siguiendo los valores de la comunidad, en cierta forma, los mensajes de protesta de algunos couch, los foros dedicados a rechazar las actitudes egoístas y la negativa de algunos usuarios a recibir surfers, son un medio de presión y, me atrevería a decir, de cierta coacción para que los miembros se ajusten a las “reglas pactadas” en las webs. No hay forma de forzarlos, el acuerdo es libre, los individuos son libres, pero en cierto sentido es un pago, una deuda personal que se adquiere. Estos “bienes”, que en el couchsurfing son servicios no materiales (los acuerdos y prestaciones), en cierta medida son alienables, desde el momento en que no se responde a lo acordado, a pesar de ser libre tu capacidad de ofrecer y dar de ti. No compartir los valores de aportar tu tiempo, ofreciendo tu cultura, las costumbres o el idioma, es enajenar o desposeer, en un sentido, al acuerdo de su valor, de tal manera que se recurre al sentimiento de la propia identidad de pertenencia al grupo, que es cuestionada. Como la que comunica Jeanyves, de Vitré, France:

When traveling freeloader interacts with a genuine member, he gets all the free rides and the host gets used linens to wash. When hosting is over, it's over.

When genuine members interact, friendship is forged, cultural exchanges are effected...on top of free rides for the guest and used linens for the host to wash. When hosting is over, both have fond memories to cherish. That's why often, when it's over, it continues.

Los administradores de las plataformas, si no funciona la autorregulación entre los usuarios, censuran abiertamente a quienes reciben numerosas críticas del resto, terminando por cerrar algunos perfiles, porque se supone que las formas se deben mantener y que estos intercambios son siempre voluntarios, pero en cierta manera obligatorios, porque siempre se apela al sentido de la responsabilidad de los miembros.

La “transacción”, a modo de acuerdo, en el couchsurfing está concebida en forma de ofrecimiento personal, en cierta manera, de regalo, porque una vez aceptas las normas al entrar en la plataforma te comprometes ante un grupo que te va juzgar, emitiendo valoraciones escritas que van a quedar insertas en tu perfil, y, de algún modo estarán inscritas sobre ti, sobre tu persona, a través de referencias. Los avales o “vouch” son la confirmación de la fiabilidad que ofreces y das. Desde el momento en que respondes al email que te envía el surfer y te implicas como couch a recibir, o a guiar por unas horas, empiezas a ejercer tu compromiso moral ante tus iguales, entre quienes participan de la comunidad.

A este tipo de reciprocidad Mauss la denominó *reciprocidad alternante* (Mauss, 2006: 171). Las prestaciones son recíprocas pero no siempre entre los mismos individuos. Copiando las palabras textuales:

No es necesario que sea la misma persona quien da y recibe para que el círculo esté completo. Es la reciprocidad alternativa e indirecta sobre la cual funcionan aún nuestras sociedades, sean cuales sean, pues en una sociedad determinada el total de los haberes es necesariamente igual al total de los débitos.

Avanzamos un poco más, siguiendo a Godelier en *El Enigma del Don*, cuando revela en el capítulo a *Un Mauss olvidado*, que “ya había percibido claramente que existen dos esferas de riquezas, las de los bienes alienables y la de los bienes inalienables y que la primera opera sobre el inmenso y frenético campo de los dones, contradones y otras formas de intercambio, mientras la segunda sigue los caminos de la transmisión y el arraigo en el tiempo” (Godelier, 1998: 53). Aclara que, a pesar de la alienación simbólica que se puede producir entre quienes no siguen el espíritu de valores de ofrecimiento, hay otra serie de bienes muy apreciados, en nuestro caso, por los couchsurfers: las referencias, positivas o no, y, sobre todo, los avales. Los vouch, como ya dijimos eran otorgados por los miembros de la comunidad Couchsurfing a quienes tenían multitud de referencias positivas. Estos “vouch”, a pesar que ya la web no permite ahora otorgarlos después del paso a empresa privada, aún permanecen en los perfiles como garantía máxima.

En el acto de recibir y hospedarse, ofreciendo valores no solamente materiales, como son una cama o sofá, o una comida, el espíritu de compartir la cultura y las experiencias, “la cosa donada”, no es verdaderamente alienada entre quienes la donan, porque lo que se entrega en forma de don no material, “arrastra consigo algo que forma parte del ser, de la identidad de quien la dona” (Godelier, 1998: 67). Cuando el intercambio, si ha sido positivo y fructífero ambas partes se han enriquecido, han transferido una parte de sí sin verse alienados. Compartir la elaboración de un plato tradicional mientras se explican sus variantes culturales, se detallan las singularidades de los productos, o se aclaran las variedades y maneras de elaborar esa comida, es una forma de relación sin alienación. Ninguna de las partes era propietaria de la receta, ninguno tenía derechos sobre lo compartido y, a la vez, en el acto de compartirlo quedan vinculados a reproducir siguiendo unas pautas, un proceso, una forma. En cierto sentido, ambas personas quedan comprometidas a seguir manteniendo una fidelidad al proceso, aunque se apliquen variaciones, por el vínculo a relación cultural que establecen.

No se puede negar que, existen una serie de “derechos” simbólicos que asisten al que elabora un plato que pertenece a su tradición gastronómica, y esos derechos son inalienables. Los derechos simbólicos otorgan un sentido de propiedad sobre el plato a quien lo elabora, pero a su vez, esos son derechos comunes a un grupo, son ejercidos por el conjunto o comunidad, y por lo tanto, compartidos y compartibles, donde se cede el uso, nunca la propiedad, porque la propiedad no es de nadie en concreto, sino del conjunto.

La reciprocidad se establece cuando un surfer, agradecido con su host, no solamente entrega un regalo procedente de su cultura, sino que, tras compartir experiencias, al volver a su lugar de origen, participa esa vivencia con sus iguales tanto en los foros específicos como en el perfil del couch. Se espera del surfer que, cuando pueda, pase a ser también host y así retribuir su deuda moral a la sociedad o comunidad virtual, distribuyendo su espacio, su tiempo y su cultura con otro surfer. En el couchsurfing apreciamos como la devolución del don no es directa sobre el miembro que ha establecido el contacto, que también la recibe si la relación es acertada, sino que la tendencia es que otro miembro, otro surfer, obtenga esos dones.

Que se conserven privilegios entre los miembros reafirma la existencia de diferencias de identidad entre los individuos de la comunidad virtual, entre aquellos que dentro del grupo se mantienen conectados entre sí por el intercambio. Las diferencias de identidad que se producen no son neutras. Aquellos que poseen muchos avales y referencias positivas, funcionan como una jerarquía. Este sistema de jerarquías se ve refrendado a su vez por los miembros que postulan a los embajadores, votándoles a través de un formulario<sup>xxii</sup>. Es la empresa, en este caso Couchsurfing Inc. Corporation, quien otorga este privilegio, excluyendo de la circulación este tipo de dones, los vouch y así, la capacidad de ser embajador porque no es decidida directamente por los miembros.

Ser embajador tiene una alta capacidad simbólica, de poder, de valor simbólico, hasta el punto que la propia compañía utiliza el caso de un miembro, el nombrado

ambassador, como ejemplo de valores al resto de usuarios<sup>xxiii</sup>. Sin embargo, las referencias que los diferentes usuarios escriben en los perfiles sí circulan en la red, entran dentro de la reciprocidad, porque están abiertas a los miembros de la comunidad virtual, que son quienes las escriben y también suponen cierto tipo de poder a quienes las han recibido.

Lo importante es que, en este tipo de comunidades, como explicaba Godelier cuando analizaba a Mauss, el armazón que las sustenta no es solamente la prestación de servicios y el compartir la cultura, (el don), sino la producción y reproducción de las relaciones “sociales” entre los miembros, que en definitiva son los vínculos que entablan los individuos del grupo como conjunto. El éxito de estas webs está en que han creado una emoción de pertenencia a un conjunto, con unos valores y unos principios seguidos y aceptados por buena parte de sus componentes, y este sentimiento se fundamenta en su nivel más básico en la relación de cooperación mutua (alianza) y en la deuda moral que se establece entre los grupos de surfers y hosters.

Aunque el planteamiento de Mauss y de Godelier está hecho sobre sociedades primitivas, para las sociedades contemporáneas también especifica Godelier, en el capítulo *El retorno del don y el desplazamiento del enigma*, que aún “se puede rastrear la existencia de éste en personas próximas, (...), que permanece como una obligación”.

El don se ha convertido objetivamente en una cuestión ante todo subjetiva, personal e individual. Es la expresión y el instrumento de relaciones personales que se sitúan más allá del mercado y del Estado (...). Así, en nuestra cultura, el don sigue dependiendo de una ética y de una lógica que no son las del mercado y del beneficio, a las cuales el don incluso se opone y se resiste. (Godelier, 1998: 295).

Una definición específica sobre el concepto de reciprocidad, con un desarrollo más sutil, no surge hasta 1965, cuando Marshall Sahlins propone tres tipos principales de reciprocidad. La que nos ocupa para el couchsurfing sería la “reciprocidad generalizada”, donde la equivalencia del valor no está estipulada. “La reciprocidad generalizada se refiere a transacciones que están en la línea de la ayuda prestada, y, si es posible y necesario, de la ayuda retribuida” (Sahlins, 1983: 212).

En esta reciprocidad generalizada, que puede ser aplicable al caso que nos trae, Sahlins habla que se practica allí donde la norma moral de reciprocidad es muy fuerte, como es la que estimulan las dos principales webs, Couchsurfing y BeWelcome, entre la comunidad de practicantes del couchsurfing. La ayuda se brinda y se espera recibirla si surge entre el host y el surfer, pero no existe una relación de uno a uno entre dar y recibir, ni entre el valor de los bienes que entran en el acuerdo. Cada miembro da, en esencia, lo mejor de sí mismo, lo que considera oportuno.

El tiempo que transcurre en la reciprocidad no está fijado. Es difícil de determinar el tiempo que pasa desde que alguien ofrece su hogar hasta que recibe al surfer. Tampoco se puede determinar el tiempo que se necesita para que ambos, couch y surfer, estén recompensados en su intercambio experiencial. De hecho, es la necesidad el criterio para devolver la ayuda entre ambas partes. El acuerdo se pacta en función a las necesidades de los miembros que entran en relación, pues “esa contraobligación no se estipula por tiempo, cantidad o calidad; la expectativa de reciprocidad es indefinida”, (...), y “la falta de reciprocidad no hace que el que da algo deje de hacerlo” (Sahlins, 1983: 212).

Consultando a Polanyi (2009 [1977]), en sus estudios sobre la reciprocidad, encontramos una mayor especificación del término y sus consecuencias. Para Polanyi “la reciprocidad se da en aquellas *sociedades*, en nuestro caso, comunidades virtuales, donde se dan (o se dividen) en estructuras simétricas”, que organizan movimientos entre dos grupos de personas: los que viajan y los que reciben. “Los subgrupos, (los couch y los surfers), para conseguir su propósito, cuentan con miembros que se identifican entre sí como tales”.

“Así, la reciprocidad, precisa de la presencia de dos o más grupos simétricos, cuyos miembros actúen similarmente y en ambas direcciones en asuntos económicos. Puesto que tal simetría no

está restringida a la dualidad, los grupos de reciprocidad, como tales, no tienen por qué ser el resultado de actitudes de mutualidad". (Polanyi, 2009: 100).

Lo realmente importante en Polanyi fue que además hizo hincapié en que la relación económica establecida entre estos grupos estaba incrustada en su sistema de valores, en los principios de la comunidad, que en nuestro caso son los principios que rigen al couchsurfing como sistema de reciprocidad.

## 6. Conclusiones

No ha sido fácil condensar en los anteriores apartados los aspectos principales del couchsurfing. El objetivo fue explorar qué posibilidades presentaba el análisis de las seguridades y reciprocidad de este modelo de turismo desde la perspectiva de la antropología del turismo.

Si algo ha quedado claro es que, a pesar de las referencias bibliográficas y los informes de empresas especializadas en realizar análisis sobre el turismo, como Ostelea (Sansó, 2005), que incluían la práctica del couchsurfing dentro del turismo colaborativo o "p2p", hemos comprobado que el espíritu altruista y recíproco de esta modalidad de turismo, que, en esencia no está mediado por una transacción económica, debe clasificarse entre aquellas actividades que en su conjunto practican la hospitalidad y pasar a considerarlo dentro de este grupo y denominarlo, por tanto, como Hospitality Tourism<sup>xxiv</sup>, o también como turismo compartido. Sin embargo, las actividades reconocidas como de economía colaborativa se entienden más como aquellas donde se cobra un porcentaje al ciudadano por el servicio de intermediación que se le realiza, frente a esos otros modelos donde no hay una mediación comercial.

Otras cuestiones iban emergiendo a medida que avanzaba en el estudio del couchsurfing. Una de ellas era si este modelo de turismo estaba al margen de la economía convencional y formal. Si bien no tenía pruebas contundentes, percibía de manera intuitiva que no estaba ajeno a las corrientes generales del capitalismo neoliberal imperante, a pesar de que toda la literatura enclavaba estos modelos dentro de la economía informal. Tras la lectura de Narotsky (2004) empecé a entender en su contexto económico el couchsurfing. Me sentía como si atravesara una cueva oscura, pero ahora con una antorcha. Todo lo percibía con otra luz, con algo más de claridad. ¡En ella me apoyé!

La autora en su libro *Antropología Económica. Nuevas tendencias*, hace un análisis detallado de las relaciones informales en la economía y su implicación social. Para Narotsky este tipo de redes de intercambio de servicios de hospitalidad, donde los miembros comparten de manera recíproca servicios, como es el caso del turismo de couchsurfing, no están, a pesar de lo que pareciera, ajenas al mercado. "Al prestarse cada vez más atención a la economía informal, cobran relevancia las formas de circulación establecidas al margen o en los intersticios de las transacciones mercantiles contractuales libres y voluntarias" (2004: 114). Este es el caso de los acuerdos transaccionales que, usando la red para crear webs, se establecen entre un grupo de personas. En base a sus relaciones sociales de producción ajenas al mercado, enraizadas en cualidades como la confianza o la frecuentación, este tipo de turismo debe ser analizado como parte fundamental de los procesos de producción de las economías de mercado (2004: 63).

La propia Narotsky, apoyándose en un estudio de Carol Stack, recupera la idea de una práctica *informal* realizada por la comunidad negra de la región central de Estados Unidos, el *swapping*. A través de esta práctica "los recursos circulan entre los individuos a través de vínculos basados en, (...), la proximidad. Los individuos pueden distribuir y compartir recursos en un marco institucionalizado, (...), a través de otros arreglos más flexibles" (2004: 198). Además, este proceso de consumo entraña la circulación continua de bienes y servicios, donde se regeneran constantemente la trama social y el marco

ideológico de la comunidad<sup>xxv</sup>, de tal manera que los vínculos creados por la gran masa de intercambios constituyen un elemento que subyace a la identidad del grupo, y en el caso que nos ocupa, en la de los couchsurfers.

Este tipo de relaciones sociales de producción, continúa, se deberían situar dentro del contexto de análisis teóricos “postfordistas”. Según la autora “se ha producido una profunda transformación en el mundo capitalista porque las relaciones no asalariadas como medio de acceso a muchos bienes y servicios para el consumidor, (...), son una alternativa a las relaciones clásicas de trabajo/capital” (2004: 293). Esta perspectiva, en principio aparentemente novedosa, se basa en la confianza mutua y no en el poder, donde la reciprocidad generalizada constituye la norma, a diferencia de los valores referidos al mercado.

Concluye diciendo que, estos modelos de participación y cooperación en base a la hospitalidad de una comunidad fortalece los vínculos de dependencia social y cultural entre las personas, pero establece su independencia respecto de las relaciones clásicas de trabajo/capital, y de las relaciones de mercado “económicas clásicas”.

Los factores culturales, especialmente la identidad comunitaria y su corolario la “confianza”, se utilizan en los modelos como explicaciones evidentes y apologéticas de las ventajas de estas nuevas formas -de no proletarización o desproletarización- de las relaciones capitalistas de producción, en las que la segmentación del mercado laboral aparece únicamente como un resultado “natural” de los grupos culturales y el uso de redes. (Narotzky, 2004: 295).

Otra pregunta que también emergió en el proceso de desarrollo del trabajo de campo y de documentación, era si este modelo de turismo estaba al margen del convencional turismo de masas o si, por el contrario, era producto de éste. En el caso de la empresa Couchsurfing Corporation Inc., es evidente que, usando y utilizando las redes de contacto entre miembros de una comunidad virtual que practicaba un turismo, pudieramos decir más “alternativo”, vió la capacidad de negocio en el cobro de los servicios que prestaba. Esta plataforma, sin duda, está entonces dentro de las relaciones de mercado. La cotización en bolsa tras su privatización y el número de usuarios que publicita (400.000 anfitriones, 4 millones de surfers y 100.000 eventos) hacen de Couchsurfing un sistema híbrido que está a medio camino entre el turismo colaborativo y el turismo de hospitalidad. En el caso de BeWecolme, sí que estamos en disposición de afirmar que, junto a otras iniciativas de intercambio (trabajo, objetos, etc.), donde no media el dinero, “comparte” servicios de forma altruista.

El modelo del turismo de couchsurfing se puede considerar que es una reacción de un sector de población frente a los modelos convencionales de vacaciones. Gente joven, con poco dinero, -a veces definidos de forma un tanto despectiva como mochileros<sup>xxvi</sup>-, quieren conectar para realizar viajes con poco presupuesto, donde lo que realmente prima son los valores (compartir, apoyarse, conocer) y la emoción de la aventura. Las redes sociales a través de internet son el medio para establecer esa relación entre los que ofertan y los que demandan.

La globalización de la comunicación a raíz del fenómeno de la expansión de la red de redes y, sobre todo, el elevado número de personas que practican el couchsurfing me lleva a pensar si, en definitiva, no estaremos ante otra corriente más dentro de un contexto general capitalista ligado al ocio. No dejaba de plantearme cuestiones como:

¿Fomentar el gusto por los viajes y las vacaciones en unos jóvenes con poco poder adquisitivo a través del couchsurfing, no será sino otra estrategia del mercado para crear un fuerte sector potencial de futuros consumidores de turismo convencional? ¿Por qué hay tan pocas plataformas dentro del sector de la “hospitalidad”, o compartidas, frente a las numerosas que se registran en campo de las colaborativas? ¿El ejemplo de la privatización de Couchsurfing no será el modelo que han seguido la mayoría de las webs de hospitalidad? ¿Es BeWelcome un reducto, un oasis refugio, de los que mantienen el espíritu de los valores originales<sup>xxvii</sup> del couchsurfing? ¿Las legislaciones, un tanto obsesivas, de los gobiernos occidentales para intentar controlar estas formas de

transacciones, no es en definitiva un modo de atrapar y obligar a las empresas de turismo colaborativo para que pasen del sector informal al formal? ¿Se toma por parte de los gobiernos como excusa la inseguridad que este modelo de turismo para tener que legislar?, o no será que, ¿lo que realmente importa es dar respuesta a los grupos de presión, los lobbies del turismo?

Este tipo de preguntas quedan flotando en el aire tras la investigación y, a su vez, abren una puerta para continuar trabajando sobre estos modelos de “participación compartida”. Esta es tal vez la mejor conclusión, sentir que se abre un campo de estudio y que este trabajo no lo agota, al contrario, ofrece la perspectiva de las posibilidades que se pueden tratar.

Al llegar a este último párrafo, no dejo de tener la sensación que debí tratar con más profundidad todos los temas principales, -seguridad y reciprocidad-. A su vez, emergían otros, como las relaciones de poder a través de la guerra que se estableció entre los miembros de Couchsurfing; o la privatización de la plataforma, que fue percibida como una agresión tras la apropiación de las donaciones, o también, intuir que el ingreso en este tipo de webs y el proceso de aceptación que conlleva se podría haber analizado desde la antropología simbólica.

Francisco Mireles Betancor

Antropología del Turismo  
Alumno del Máster de Antropología Social  
UNED / Centro Asociado de Las Palmas de Gran Canaria

## 7. Bibliografía

CANESTRINI, D. (2009). No disparen contra el turista. Un análisis del turismo como colonización.[Trad. Juan Vivanco]. Edicions Bellaterra. Barcelona.

CASAS, A., GÁZQUEZ, J.C., FORGAS, S., HUERTAS, R. (2014). La netnografía como herramienta de investigación en contextos on-line: una aplicación al análisis de la imagen de los servicios públicos de transporte. *Innovar*, 24(52), pp. 89-102, <http://www.redalyc.org/pdf/818/81830435008.pdf> [14/07/2016].

ESTALELLA, A. y ARDÈVOL, E. (2007). Ética de campo: hacia una práctica situada para la investigación etnográfica de internet, en *Forum: Qualitative Social Research*. Vol. 8, n. 3, art. 2, <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/277/609> [14/07/2016].

FRANCESCH, A. (2008). Etnógrafos en el ciberespacio. Apuntes para la investigación en la red y un poco de globalización, en *Gazeta de Antropología*, 24(1), art. 12, [http://www.ugr.es/~pwlac/G24\\_12Alfredo\\_Francesch.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G24_12Alfredo_Francesch.html) [14/07/2016].

FRANCESCH, A. (2009). Peligro en la kasba. Leyendas, miedos y seguridades en los consumidores de turismo, en *AIBR, Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 4 n. 2, pp. 245-268, <http://www.aibr.org/OJ/index.php/aibr/article/view/91/150> [14/07/2016].

FRANCESCH, A. (2011). Una tarde con los auténticos massai mara. Turismo, autenticidad y de como eludir un pozo sin fondo, en *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 9, nº 2, pp. 237-248. [http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211\\_02.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_02.pdf) [14/07/2016].

GODELIER, M. (1998) [1996]. *El Enigma del Don*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.

LYON, M.L.; BARBALET, J.M. (1994). "Society's body: emotion and the 'somatization' of social theory", en Csordas, T.J. (ed.) *Embodiment and experience. The existential ground of culture and self*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 48- 66.

MacCANNELL, D. (2003). [1999]. *El turista, una nueva teoría de la clase ociosa*. Melusina. Barcelona.

MARCUS, G. (2001). Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal, en *Alteridades*, vol. 11, n. 22, pp. 111-127. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. México. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74702209>

MAUSS, M. (2006) [2002]. *Manual de etnografía*. 1ª ed. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

- (2010) [1925]. *Ensayo sobre el don: forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Katz Ediciones. Madrid.

NAROTZKY, S. (2004). *Antropología Económica. Nuevas tendencias*. Editorial Melusina, S.L. Barcelona.

NUÑEZ, P. (2016). Turismo colaborativo. Una forma diferente de viajar. En *Canarias 7*, suplemento, pp. 14. [Jueves, 14 julio, 2016].

POLANYI, K. (2009) [1977]. *El sustento del hombre*. Capitán Swing Libros, S.L. Madrid.

SANSÓ, M. (2005). El turismo colaborativo. Contexto nacional e internacional. The Ostelea School of Tourism & Hospitality. EAE Business School.

SANTANA, A. (2008) [1997]. Antropología y Turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Ariel Antropología. Barcelona.

SAHLINS, M. (1983) [1974]. Economía de la Edad de Piedra. Akal Universitaria, serie antropología. Madrid.

RUÍZ, M.A. (2008). Ciberetnografía: comunidad y territorio en el entorno virtual, en *La mediación tecnológica en la práctica etnográfica*. Congreso de Antropología. (pp. 117-132). San Sebastián: Ankulegui, <http://www.ankulegi.org/wp-content/uploads/2012/03/0508Ruiz-Torres.pdf> [14/07/2016].

WASHINGTON, O. (2008). La netnografía: un método de investigación en Internet, en *Educar*. Vol. 42, pp. 81-93, <http://educar.uab.cat/article/view/134> [14/07/2016].

### **Blogs**

Grilo do Demo (Tuesday, June 5, 2012). Couchsurfing, BeWelcome y similares, en *Mochila feliz. Un blog sobre viajes, idiomas y divagaciones varias*. <http://mochilafeliz.blogspot.com.es/2012/06/couchsurfing-bewelcome-y-similares.html> [14/07/2016].

Yvita Color (Jueves, 14 marzo, 2013). BeWelcome, Dear CouchSurfer... (continuidad al hospedaje Solidario), en *Bici Enredando por Ahí*. <http://bicienredandoporahi.blogspot.com.es/2013/03/be-welcome-dear-couchsurfer.html> [14/07/2016].

Silvia Blanco (19 Agosto, 2014). Nuestra experiencia con Couchsurfing, en *Sin parar de viajar. Blog para viajeros, fotógrafos y mentes inquietas*. <http://sinparardeviajar.com/nuestra-experiencia-con-couchsurfing/> [14/07/2016].

<http://curiosidadespensamientos.blogspot.ca/2014/08/mi-1era-experiencia-como-couch-surfer.html#comment-form>

<http://www.lonelyplanet.es/blog-como-practicar-el-turismo-p2p-238.html>

### **webs**

<https://www.couchsurfing.org/n/about=9>

<https://en.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing>

<http://www.molaviajar.com/?s=couchsurfing>

<http://techcrunch.com/2012/08/22/couchsurfing-raises-15-million-series-b-from-general-catalyst-partners-others/=9>

<http://unaideaunviaje.com/couchsurfing-que-es-como-funciona/>

<http://www.wired.com/business/2012/08/before-airbnb-there-was-couchsurfing/=9>



- i Una comunidad virtual es un conjunto de personas que a través de internet comparten aficiones, intereses de consumo, inclinaciones e ideas, etc., formando una colectividad que tiene por objeto compartir datos y departir propuestas e incluso establecer vínculos emocionales que les hacen sentir entre iguales. (Washington, 2008: 82).
- ii La alusión al sofá hace referencia al espacio que literalmente se ofrece al surfer, pero en realidad va desde el sofá a una habitación de invitados.
- iii BeWelcome especifica en su presentación que: “Somos una organización sin ánimo de lucro, de fuente abierta y exclusivamente administrada por sus miembros de forma transparente y democrática.
- iv En un sistema mundo como el que muestra la red de redes sería interesante seguir a los couchsurfers en sus viajes y experiencias. Esta posibilidad está abierta con la condición de realizar un trabajo de campo dilatado en el tiempo, en el que el investigador establezca sus preguntas durante las fases de la preparación del viaje. Santana, A. (1997: 117)
- v Es diferente al couchsurfing. Desde el punto alojativo se conoce como "nightswapping": consiste en acoger a miembros de la comunidad virtual en el cuarto de invitados mientras el propietario puede estar o no con la visita, según las preferencias. El "home-exchange" ofrece la posibilidad de intercambio de la vivienda completa. La principal ventaja es que no hay que convivir con el dueño de la casa, ya que se intercambia por un periodo de tiempo (Núñez, 2016).
- vi <http://www.lonelyplanet.es/blog-como-practicar-el-turismo-p2p-238.html> [17/8/2016].
- vii Una de las propuestas para designar a este tipo de turismo, es turismo de intimidad. “Explorando la redes virtuales en el turismo íntimo. El caso del coachsurfing”, de Rafael Guerrero Rodríguez y Adriana Preciado Guerrero.
- viii <https://www.couchsurfing.com/> [17/8/2016].
- ix <http://www.bewelcome.org/> [2/8/2016].
- x Los términos ayuda, cooperación, anfitrión o encuentro han sido buscados en diccionario de la RAE (<http://dle.rae.es/>) de donde se han extraído sus significados y matices.
- xi Tal como se recoge en el blog *Mochila feliz*, el origen del couchsurfing y de su filosofía era porque "originalmente estaba integrada por surfers de todo el mundo que se alojaban unos en casa de otros cuando era temporada de surf donde vivieran; (y) poco a poco se amplió a lo que es ahora".
- xii <https://es.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing> [6/8/2016].
- xiii Couchsurfing anuncia que cada año les apoyan 400.000 anfitriones, 4 millones de surfers y 100.000 eventos.
- xiv <http://mochilafeliz.blogspot.com.es/2012/06/couchsurfing-bewelcome-y-similares.html> [19/8/2016].
- xv <https://www.couchsurfing.com/people/dals/references> [13/8/2016].
- xvi Es una plataforma virtual en la que usuarios, dados de alta y verificados en el sitio, compran y venden productos.
- xvii “Agent in, and as locus of intersection of, both an individual psychological order and a social order, as well as for seeing the body as both a biological being and a conscious, experiencing, acting, interpreting entity (...) The interactive dimension of agency acquires a broader basis when the social actor is understood as an embodied agent” (Lyon y Barbalet, 1994: 55,63).
- xviii Ya que se ha llegado a la conclusión de que el turismo colaborativo alude en un porcentaje alto a una práctica con fines lucrativos, se propone la opción de denominar a este tipo de turismo como de tipo solidario o de hospitalidad (hospitality tourism).
- xix <http://www.bewelcome.org/gallery/show/image/43850>
- xx Como la que estableció entre Fernando Garí, de Oliva, Valencia, que a través de Couchsurfing contactó conmigo el día 21 de agosto de 2016 solicitando información sobre alquileres en una zona del municipio en el que vivo. Intercambié opiniones y le contesté sobre las zonas que eran más caras de al En y las más asequibles, dentro del área próxima a su futuro trabajo en Alcampo Telde.
- xxi En el sur de Gran Canaria se organizó un encuentro en un bar en el sur de la Isla cada miércoles a las 21 horas, o los encuentros para compartir el aprendizaje de idiomas cada martes, a las 19.30, en la calle Velarde, nº 4 de Las Palmas de Gran Canaria.
- xxii [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSejW77WIKQF9oJOJ3pIWagg4i4jd045QqKvZLiMBCv5OEo7ug/vie\\_wform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSejW77WIKQF9oJOJ3pIWagg4i4jd045QqKvZLiMBCv5OEo7ug/vie_wform). [29/8/2016].
- xxiii Enrique, de Barcelona, miembro desde 2006, con 165 referencias positivas, es embajador.
- <https://www.couchsurfing.com/people/estorde>
- xxiv <https://en.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing> [14/8/2016]
- xxv Otro ejemplo de comunidad de hospitalidad solidaria es la que se establece a través de Woofing. En palabras de un couchsurfer, Alberto en 2014, en BeWecolme, hacer Woofing (www.woof.net) es: “Ellos se ofrecen como voluntarios en granjas orgánicas a cambio de alojamiento y comida. De este modo ellos trabajan por algunas semanas en 1 granja de un estado, luego se mudan a otra granja de otro estado y terminan conociendo varios sitios”.
- xxvi [http://www.molaviajar.com/como-usar-couchsurfing/#Comousar\\_Couchsurfing](http://www.molaviajar.com/como-usar-couchsurfing/#Comousar_Couchsurfing) [28/8/2016].
- xxvii En los meses que he estado de alta en Couchsurfing y BeWelcome he tenido experiencias diferentes. Mientras en Couchsurfing, a través del email, he recibido un total de 23 avisos con varias solicitudes cada uno de hospedaje, frente a las 0 de BeWelcome. Es verdad que la política de difusión de Couchsurfing es muy agresiva, intentando dar respuestas a quienes han pagado por las suscripción a sus servicios, sin embargo, los valores de respeto de BeWelcome lleva a que el usuario tenga una relación directa, sin publicidad de los perfiles, entre el couch y el surfer.