



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**Centro de Excelência em Turismo**  
**Graduação em Turismo**

**A HOSPITALIDADE NA UNIVERSIDADE DE  
BRASÍLIA: O ACOLHIMENTO AO ESTUDANTE  
ESTRANGEIRO**

**Luciana Drummond Dias de Oliveira**

**Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena**

**Brasília – DF**

**2015**



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**Centro de Excelência em Turismo**  
**Graduação em Turismo**

# **A HOSPITALIDADE NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA: O ACOLHIMENTO AO ESTUDANTE ESTRANGEIRO**

**Luciana Drummond Dias de Oliveira**

**Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena**

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo - CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

**Brasília – DF**

**2015**

Drummond D. de O, Luciana.

A Hospitalidade na Universidade de Brasília: o acolhimento ao estudante estrangeiro/ Drummond D. de O, Luciana – Brasília, 2015.

70 f. :il.

Monografia (graduação) - Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2015.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena

1. Hospitalidade 2. Programa de Padrinhos, 3. Intercâmbio 4. Experiência 5. Bem receber 6. Vínculo.

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**Centro de Excelência em Turismo**  
**Graduação em Turismo**

**A HOSPITALIDADE NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA: O  
ACOLHIMENTO AO ESTUDANTE ESTRANGEIRO**

Monografia apresentada ao Centro de Excelência em Turismo - CET, da Universidade de Brasília – UnB, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

**Luciana Drummond Dias de Oliveira**

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena – Presidente Orientador

---

Prof. Dra. Iara Lúcia Gomes Brasileiro – Examinadora

---

Prof. Dr. Mozart Fazito Rezende Filho – Examinador

Brasília, \_\_\_\_ de julho de 2015.

Dedico este trabalho aos meus familiares e amigos, ao corpo docente e discente do curso de Bacharelado em Turismo do Centro de Excelência em Turismo (CET) e a todos os funcionários da Universidade de Brasília (UnB).

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos que desempenharam o papel de professores ao longo da minha vida e da minha educação, que não possuíam, necessariamente, diplomas, mas experiências de vida, que me transmitiram através de sua sabedoria, de modo que me tornasse um ser humano melhor, não só pessoalmente, mas também profissionalmente.

Ao Prof, Dr. Luiz Carlos Spiller Pena, meu orientador, que, mais que um professor foi um amigo durante toda a minha trajetória de curso e, principalmente, nessa reta final me auxiliando e apoiando.

À Prof. Dra. Iara Lúcia Gomes Brasileiro pela disponibilidade e diálogo em referência a este trabalho.

À Assessoria de Assuntos Internacionais e a todos os padrinhos/madrinhas e afilhados (das) pela presteza e contribuição.

À minha família, pelo apoio e priorização pela educação durante toda a minha vida.

## RESUMO

A hospitalidade se faz existente desde os primórdios da humanidade, possui grande relevância não somente no que tange aos aspectos comerciais, mas principalmente e, essencialmente, em todo o processo de relacionamento, de encontro com o outro e de acolhimento, visto que se faz existente através do contato, das relações humanas, sendo capaz de desencadear naquele que visita, o vínculo com a localidade, nos residentes, o sentimento de pertencimento, e gerar benefícios coletivos, promovendo, assim o desenvolvimento de todos os atores envolvidos. Em convergência a hospitalidade, o Programa de Padrinhos da Universidade de Brasília tem como objetivo recepcionar e auxiliar o estudante estrangeiro, motivando a integração acadêmica e social juntamente com a comunidade local, ou seja, entre todos os integrantes da sociedade. Busca-se apresentar as proposições teóricas e ações práticas realizando um contrapondo e relacionando as duas vertentes que evidenciam a eficácia e importância do programa, o crescimento do segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio, bem como certos impedimentos quanto a efetividade do programa em sua totalidade na prática, apresentando sugestões de ações para aperfeiçoamento.

**PALAVRAS- CHAVE:** Hospitalidade, Programa de Padrinhos, Intercâmbio, Experiência, Bem receber, Vínculo.

## **ABSTRACT**

Hospitality exists since the earliest stages of mankind and has great relevance concerning not just the commercial aspects but mainly and essentially throughout the relationship process, the encounter with others and welcoming one another through the contact and the human relations being able to create in the one that visits, the link with the locality, the feeling of belonging, generating collective benefits and thereby promoting the development of all the people involved. In convergence to the hospitality, the Sponsor Program of the University of Brasília aims to welcome and assist foreign students, motivating the academic and social integration with the local community, in other words, among all members of society. The goal is to present the theoretical propositions and practical actions performing a contrast and relating the two aspects that show the effectiveness and importance of the program, the growth of Tourism and Exchange segment, as well as certain impediments as the productiveness of the program in its entirety in practice with suggestions of actions for improvement.

**KEY WORDS:** Hospitality, Sponsor Program, Tourism and Exchange, Experience, Welcoming, Link.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Melhores universidades e seus respectivos programas/ projetos relacionados à recepção de alunos internacionais.....	21
Quadro 2: Motivo da Escolha do Brasil 2001 – 2005.....	25
Quadro 3: Demonstrativo dos intercâmbios realizados na Universidade de Brasília.....	48

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

**INT:** Assessoria de Assuntos Internacionais

**MEC:** Ministério da Educação

**MTur:** Ministério do Turismo

**OMT:** Organização Mundial do Turismo

**PPUnB:** Programa de Padrinhos da Universidade de Brasília

**UnB:** Universidade de Brasília

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>14</b>
2.1	Turismo: caracterização e conceituação.....	14
2.2	Segmento.....	15
2.3	Segmentação turística.....	15
2.3.1	Benefícios.....	16
2.4	Intercâmbio.....	16
2.5	Turismo de Estudos e Intercâmbio.....	17
2.5.1	Universidades Federais e os Programas de Recepção.....	21
2.6	Hospitalidade.....	22
2.6.1	Surgimento Histórico.....	22
2.6.2	Conceituação.....	23
2.6.3	Hospitalidade sob as óticas de cidade e dádiva.....	25
2.6.4	Hospitalidades Objetiva e Subjetiva.....	28
2.6.5	Relação entre residentes e visitantes.....	30
2.6.5.1	Vínculo Humano/ Social.....	32
2.6.6	Experiências.....	33
2.6.7	Reciprocidade.....	35
2.6.7.1	Lei não escrita.....	36
2.6.7.2	Hospitalidade Comercial Vs. Hospitalidade Original.....	36
<b>3</b>	<b>PROGRAMA DE PADRINHOS.....</b>	<b>40</b>
3.1	O programa.....	40
3.2	Objetivos.....	40
3.3	Funcionamento.....	40
3.4	Informações coletadas.....	41
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>42</b>
4.1	Tipo de pesquisa.....	42
4.2	Questões da pesquisa monográfica.....	42
4.3	Instrumentos de coleta de dados.....	43

4.4 Método de Análise.....	44
4.5 Limitações da pesquisa.....	44
<b>5 RESULTADOS OBTIDOS.....</b>	<b>46</b>
5.1 O programa de padrinhos de forma efetiva.....	46
5.2 Caracterização dos padrinhos e sua visão sobre o PPUb.....	46
5.3 Caracterização dos afilhados e suas experiências.....	47
5.4 Quadro Demonstrativo/ estatístico de intercâmbio.....	48
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>50</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>57</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>58</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Como justificativa ao tema escolhido pode-se destacar a grande impressão deixada pelo tema tratado durante todo o curso, não só nas disciplinas cursadas, mas na monitoria prestada por esta pesquisadora, na qual este era o tema central, além da grande significância da hospitalidade para o turismo, os efeitos originários do contato humano que se dá através da hospitalidade, bem como as possíveis contribuições com todos os integrantes do Programa de Padrinhos da UnB (PPUnB), tais como padrinhos/ madrinhas, afilhados (as), universidade e a comunidade como um todo.

A forte impressão deixada pelo tema se deveu ao fato da percepção de que o turismo é feito a partir do contato humano, do contato com o outro, e a hospitalidade possuir papel determinante nesse processo de descoberta, assumindo uma função extremamente significativa, não só na tomada de decisão pela escolha de uma localidade, mas também na intenção de retorno. Considerando a importância da troca cultural para os estudantes universitários e a relevância de um intermediador nesse processo, ou seja, o contato com o residente, que o auxilia na introdução à comunidade, definiu-se abordar o Programa de Padrinhos da Universidade de Brasília que atrela-se, dessa maneira, à hospitalidade e ao acolhimento, pois promove a ampliação dos relacionamentos entre os indivíduos, fator motivador para o desenvolvimento da pesquisa corrente.

Como objetivo geral o presente trabalho busca descrever o Programa de Padrinhos da Universidade de Brasília (PPUnB), que é coordenado pela Assessoria de Assuntos Internacionais da UnB (INT), partindo da definição de hospitalidade vinculada ao turismo, visando verificar se teoria e prática do Programa se correlacionam no que se refere ao conceito de hospitalidade e as impressões/percepções dos estudantes estrangeiros.

De modo a alcançar os aspectos expostos desenvolveram-se os seguintes objetivos específicos:

- Abordar e discutir as noções de hospitalidade relacionadas à acolhida de estrangeiros
- Apresentar o funcionamento do Programa de Padrinhos da UnB, descrevendo o objetivo, como é realizada a seleção dos padrinhos/ madrinhas, a convocação e o relacionamento com os afilhados (das)

O trabalho foi desenvolvido utilizando pesquisa exploratória, utilizando-se de fontes primárias, através de entrevistas e aplicação de questionários, e secundárias, por meio de pesquisa eletrônica, livros e documentos oficiais para embasamento teórico.

O trabalho está estruturado em três capítulos. Primeiramente faz-se uma introdução ao conceito de turismo, bem como a segmentação de mercado, segmentação turística, suas respectivas importâncias, a caracterização de intercâmbio e do segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio e uma breve explanação acerca de programas de recepção a alunos estrangeiros nas principais universidades do país. O segundo capítulo é composto por aspectos históricos relacionados à definição de hospitalidade colocando-a sob diferentes enfoques, assim como a descrição do Programa de Padrinhos da UnB e o desenvolvimento e formulação da pesquisa. O terceiro capítulo abarca os resultados alcançados com o presente trabalho. Finalizando com as considerações, referências, complementos de suporte a pesquisa e sugestões de possíveis ações futuras.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Turismo: caracterização e conceituação

O turismo se encontra no setor terciário (prestação de serviços), é um termo muito amplo, abrangendo uma gama de significados e conceitos. Como explanado por Boullón (2002), isso se deve ao fato de ser uma área abarcada em diversos campos de conhecimento, com seus conceitos e noções específicos, acarretando em abordagens diferenciadas ainda quando discorre-se sobre uma mesma temática.

A atividade turística se dá a partir das relações humanas, língua, cultura, música, costumes, saber local, contato com os residentes, tudo faz parte do que se busca com o turismo, troca de experiências, de vivências. Essa interação cultural pode ser evidenciada na fala de Burns (2002, p. 92), que classifica o turismo como “um conjunto global de atividades que cruza muitas culturas”, considerando-o também como um ritual de passagem de importante representação, um processo de aprendizado, o marco de um ciclo. Em convergência a essa troca cultural, a reflexão de Moesch (2002) caracteriza o fenômeno turístico como

[...] uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integra-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sócio cultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas como síntese: o produto turístico (MOESCH, 2002, p.9).

Produto este, que só se faz existente mediante o consumo daquilo que é oferecido em conjunto com aquilo que é vivenciado. Baseado nessa mutualidade o MTur (2010a) caracteriza-o como intangível, estático, perecível, limitado, sazonal, sistêmico, variável em seu valor percebido, simultâneo e como sendo de difícil controle.

O Ministério do Turismo adota a definição de turismo instituída pela Organização Mundial de Turismo (1994), a qual o define como sendo

As atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. (*Apud* BRASIL, 2006, p. 4)

Uma ferramenta significativa, tanto do ponto de vista mercadológico, quanto do ponto de vista organizacional, é o estabelecimento de diretrizes que estabeleçam de que maneira o turismo se dá no mercado, qual público irá atender, focar, para que assim sejam designados os mecanismos para atingi-las, essas diretrizes são denominadas segmentos, segmentos esses que não se aplicam somente ao turismo, mas ao mercado de maneira geral e auxiliam no desenvolvimento de serviços, produtos, marcas, entre outros, dentro do mundo mercadológico.

## **2.2 Segmento**

O segmento pode ser definido como uma divisão da “população em subgrupos que compartilham as mesmas características de compra” (SWARBROOKE & HORNER, 2011, p. 120), ou seja, como um comportamento geral dos consumidores no mercado, que desenvolve perfis que possuem características semelhantes e tendem a tomar atitudes também semelhantes, podendo existir diversos segmentos visando atingir públicos distintos dentro de um mesmo mercado. Geralmente, são determinados, segundo Swarbrooke e Horner (2011), por um conjunto de influências, que, “na teoria do marketing clássico”, são divididas em quatro grupos: demográficas, geográficas, psicográficas e comportamentais. A segmentação pode ser utilizada como estratégia em diversos âmbitos, tal como é utilizada no turismo, que usa-a como ferramenta para ‘padronizar’ atitudes coletivas de seus usuários, propondo melhorias e inovações, visando sempre a satisfação física e psíquica de quem o utiliza.

## **2.3 Segmentação Turística**

Segundo o Ministério do Turismo (2010)

A segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de

identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. (BRASIL, 2010a)

A segmentação é um norteador para atingir os diversos grupos de consumidores existentes, possibilitando um aumento da oferta turística por meio de uma melhor estrutura que os próprios segmentos já possuem, porém este fator não define ou determina exatamente as aspirações, desejos, e experiências de cada sujeito, não se pode prever quais serão seus julgamentos, pois estes vão além de qualquer medição, envolvendo aspectos intrínsecos a cada indivíduo, como suas experiências já vivenciadas em viagens anteriores, de convivência no meio social e sua personalidade.

Visando potencializar os melhores aspectos advindos do setor o MTur (2006) baseado na conceituação de turismo da Organização Mundial do Turismo (OMT) definiu os segmentos prioritários a se trabalhar. São eles Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Rural e Turismo de Saúde.

### **2.3.1 Benefícios**

Ao segmentar é possível determinar um tipo de produto/ serviço específico ao tipo de cliente que o irá consumir, ou seja, o público-alvo, facilitando a penetração de mercado ao adequar a oferta, demanda e o próprio produto/serviço ao mercado. Esses fatores aumentam, assim, a perspectiva de sucesso da marca, pois auxiliam na formulação de um planejamento estratégico que, por sua vez, proporcionará uma maior competitividade, poupando recursos e esforços desnecessários.

## **2.4 Intercâmbio**

Intercâmbio quer dizer troca, em todos os sentidos, sendo elas comerciais ou não, pode ser um intercâmbio de ideias, de produtos, serviços, cultura, entre outros. Já no que tange à viagem, pode existir o intercâmbio ligado aos estudos, como de idioma, acadêmico e o ligado ao trabalho/área de formação. O intercâmbio pode ser intermediado pelas agências de intercâmbio, que organizam toda a viagem, ou pelas

próprias universidades, que possuem convênios com universidades estrangeiras (PACIEVITCH, 2015) e, ao mesmo tempo que recebem estudantes de fora, também mandam seus alunos para aperfeiçoar seus conhecimentos em outras instituições. Esse tipo de viagem de intercâmbio se popularizou, de certa forma, recentemente, mas a sua existência se deu muito antes de ser chamado de tal maneira: na época era conhecido como *grand tour*, ou grande viagem.

## 2.5 Turismo de Estudos e Intercâmbio

O *Grand tour* foi um dos grandes propulsores não só do turismo, de maneira geral, mas especificamente do Turismo de Estudos e Intercâmbio, conforme citado por Yasoshima e Oliveira (2005). Após o Renascimento houve uma ascensão de grandes universidades, o que propiciou um tipo de turismo que já era feito por diplomatas e funcionários do reino britânico. Naquela época havia dois tipos de circuitos, os menores que iam de Paris ao sul da França eram chamados de *petit tour*, e os maiores, que também incluíam o sul, sudeste e Borgonha, foram apelidados de *grand tour*.

O termo se popularizou e o *grand tour* passou a ser uma experiência quase que obrigatória para a educação dos nobres. O perfil típico desses viajantes era homens, jovens, a partir dos vinte anos, solteiros e recém-formados em universidades renomadas, que deveriam conhecer o mundo se habilitando, assim, para assumir suas posições nas classes altas as quais pertenciam.

Yasoshima e Oliveira (2005) caracterizam o *grand tour* como “uma viagem de estudos e complementação da formação do jovem inglês, pertencente à nobreza e depois à alta burguesia” (YASOSHIMA; OLIVEIRA, 2005, p. 39). Conforme sua explanação, os viajantes que se comprovassem estudantes adquiriam vantagens,

O viajante do *grand tour* tinha que provar ser um estudante para conseguir descontos sobre taxas, entradas francas, pedágios. Cartas para acadêmicos, nobres e especialmente ingleses residentes no exterior eram igualmente muito importantes se o jovem inglês pretendesse ver os tesouros artísticos e a vida das cortes europeias. (YASOSHIMA; OLIVEIRA, 2005, p. 37).

Conforme exposto pelo MTur (2010b), percebe-se, no segmento de estudos e intercâmbio, grandes chances de progresso/expansão, devido ao fato do número de

estudantes estar em constante crescimento, aumento que ocorre em consequência da progressiva valorização do conhecimento e a busca incessante do aperfeiçoamento, tanto pessoal quanto profissional. O Turismo de Estudos e Intercâmbio é visto, também, como uma saída a um aspecto comum ao turismo, a sazonalidade, que consiste na inconstância do fluxo comercial, caracterizada nos períodos de maior e menor movimentação do ano em certas localidades, popularmente conhecidos como alta e baixa temporadas.

O MTur (2006) classifica o segmento como contemplativo de múltiplas atividades, e o define como “a **movimentação turística** gerada por **atividades e programas de aprendizagem e vivências** para fins de **qualificação, ampliação de conhecimento** e de **desenvolvimento pessoal e profissional**” (BRASIL, 2006, p. 19, **grifo meu**). Acerca dos termos grifados nessa definição, o MTur dispõe:

a) Movimentos turísticos

São entendidos como movimentos turísticos os deslocamentos e estadas que pressupõem a efetivação de atividades consideradas turísticas. [...] envolvem a oferta de serviços, equipamentos e produtos de:

- Operação e agenciamento turísticos; • Recepção;
- Educação e trabalho; • Recreação e entretenimento;
- Transporte; • Eventos;
- Hospedagem; • Outras atividades complementares.
- Alimentação;

b) Atividades e programas de aprendizagem e vivência

Englobam a realização de cursos e/ou troca de experiências [...] A vivência consiste na experimentação participativa e apreensão de conhecimentos sobre aspectos sociais e culturais de um lugar.

c) Qualificação e ampliação de conhecimento

Compreende o aumento do grau de conhecimento, aptidão e instrução do turista em determinada atividade.

d) Conhecimento

No contexto desse segmento, o conhecimento refere-se a informações e experiências acerca de alguma atividade específica, abrangendo tanto a área técnica como a acadêmica. [...]

e) Desenvolvimento pessoal e profissional

É o ganho qualitativo e quantitativo de conhecimento de interesse individual e para fins de exercício de uma profissão ou ofício. (BRASIL, 2010b, p. 15-16)

O perfil do turista pertencente a este segmento modificou-se muito desde o *grand tour*. Este tipo de viagem não está restrita a apenas homens e a classe alta,

hoje pessoas de sexos, faixas etárias e classes econômicas diferentes realizam intercâmbio ao redor do mundo, sendo eles “estudantes do ensino fundamental, médio ou superior, professores, pesquisadores, profissionais ou até mesmo aposentados” (BRASIL, 2010b, p. 30). No que tange ao aspecto mercadológico, o Ministério destaca ainda “a importância do segmento para a formação de mercado, a promoção da cultura de paz e a promoção do país no exterior, já que os turistas desse segmento em geral disseminam as experiências vivenciadas em seu país de origem” (BRASIL, 2010b, p. 11).

Apesar da evidente mudança nas características desse tipo de turista pode-se perceber alguns fatores que permanecem até os tempos atuais, como o acesso ao intercâmbio, que se dá, em sua maioria, às pessoas que dispõem de recurso financeiro para arcar com as despesas, que não são poucas, o que pode ser evidenciado tanto no *grand tour* de antigamente, quanto nas agências de intercâmbio atualmente.

Dessa forma, os turistas das agências de intercâmbio diferem dos turistas de intercâmbio dos programas de bolsa das universidades, não só no que se refere aos aspectos financeiros, mas ao tempo de estada, à vivência, às experiências trocadas, que também podem ser diferenciadas dependendo da escolha do local de moradia, do convívio com os estudantes e com a comunidade local e até mesmo as dificuldades surgidas no decorrer do período de permanência, que podem proporcionar impressões, conhecimentos e aprendizados distintos.

Essa diferenciação de experiências se dá, pois geralmente as agências já possuem os programas pré-estabelecidos, o que limita a escolha do viajante, e no programa universitário o aluno desempenha a função de organizador da própria viagem, participa efetivamente de todas as etapas e está encarregado de dispor de tudo que será necessário para o período de estada na localidade (alimentação, moradia, transporte, etc), esses serviços podem ser custeados pelo estudante ou pela universidade de origem, a depender da espécie de programa de intercâmbio a ser realizado. Por este motivo esse estudante, muitas vezes, desenvolve um vínculo muito maior com o ambiente ao qual está inserido, o que se deve também aos objetivos e tempo de permanência diferir entre esses dois tipos de intercâmbio.

É dessa segunda maneira que se dá o intercâmbio na Universidade de Brasília, e é através do PPUb que os alunos estrangeiros têm a oportunidade de conviver e participar de todos os processos como um aluno local, considerando que

a função dos padrinhos não é ‘dar tudo pronto’, mas sim auxiliar, mostrar alguns caminhos para que o intercambista encontre a Universidade através dos outros estudantes e se encontre, encontre a si mesmo, se descubra e redescubra em um novo ambiente.

É importante salientar que esse segmento, assim, como os outros possui dois objetivos comuns a qualquer segmento: promover o desenvolvimento social e também o econômico, pois “[...] além dos ganhos acadêmicos e sociais, esse serviço é responsável por um volume considerável de entrada de divisas e se destaca entre os principais produtos de exportação de alguns países” (BRASIL, 2010b, p. 19). Sob esse ponto de vista, com observância crítica sobre a definição do segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio estabelecida pelo Ministério do Turismo e outros aspectos delimitados, como, por exemplo, ao citar a utilização do segmento para contornar a sazonalidade e ao discorrer que “no Brasil [...] os programas são desenvolvidos e oferecidos das mais diversas formas e pelas mais diversas empresas” (BRASIL, 2010b, p. 15), é possível notar que o conceito destaca uma possibilidade comercial, ou seja, voltado para as agências de intercâmbio, que têm como objetivo, tal como qualquer outra empresa, o retorno financeiro, logo, o lucro.

Porém, por outro lado, o próprio Ministério do Turismo lançou em 2014 edital para a seleção de 50 estudantes dos cursos de Turismo e/ ou Hospitalidade para o Reino Unido e Espanha, com direito a ajuda de custo mensal, auxílio seguro saúde e auxílio deslocamento, ou seja, praticamente todas as despesas custeadas pelo governo. Não se busca nesta reflexão ir contra esse tipo de iniciativa, do fornecimento de bolsas de estudo a estudantes de Turismo, ao contrário, acredita-se que oportunidades como essa devem ser estimuladas e ocorrerem com cada vez mais frequência, de modo que todos os estudantes, inclusive das áreas humanas, tenham direito a essa experiência enriquecedora. E que o acesso a esses programas não seja limitado somente aos cursos das áreas de exatas, abarcados pelo Ciência sem Fronteiras, programa focado, dentre outros aspectos, na “[...] internacionalização da ciência e tecnologia [...] por meio do intercâmbio e da mobilidade internacional” (BRASIL, 2015).

### 2.5.1 Universidades Federais e os programas de recepção

Dentre as universidades brasileiras consideradas pelo Ministério da Educação (MEC) como as melhores do país (PATI, 2014) sete delas adotam algum programa/projeto que objetiva a recepção de alunos internacionais. Os nomes dos programas/projetos variam de uma universidade para outra, algumas adotam o termo ‘padrinho’, outras ‘amigo’, porém todas possuem o mesmo propósito, a troca de experiências e o enriquecimento cultural de ambas as partes através do bem receber. A seguir, no Quadro 1, se encontra a especificação das universidades e seus respectivos programas/ projetos.

Quadro 1: Melhores universidades e seus respectivos programas/ projetos relacionados a recepção de alunos internacionais

		UNIVERSIDADES	PROGRAMAS/ PROJETOS
COLOCAÇÕES (MEC)	1°	Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)	Amigo Internacional
	2°	Fundação Universidade Federal do ABC (UFABC)	UFABC Mates (em fase de criação)
	3°	Universidade Federal de Lavras (UFLA)	Programa Brother UFLA
	4°	Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)	Nenhum programa específico
	5°	Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	Programa de Apadrinhamento
	6°	Universidade Federal de Viçosa (UFV)	Projeto Embaixadores UFV
	7°	Universidade Federal de São Paulo (Unifesp)	Nenhum programa específico
	8°	Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	Programa de Apadrinhamento
	9°	Universidade Federal de São Carlos (UFSCar)	Nenhum programa específico
	10°	Universidade de Brasília	Programa de Padrinhos da UnB

Fonte: Adaptado dos endereços eletrônicos das universidades.

## 2.6 Hospitalidade

### 2.6.1 Surgimento histórico

A hospitalidade pode ser evidenciada desde os primórdios da humanidade. De acordo com Grinover (2007) as manifestações,

Do acolhimento, da proteção, do abrigo, das necessidades elementares, do oferecimento de um quarto, da alimentação e do calor da recepção, deram-se em consequência das viagens, dos deslocamentos do homem por lugares que ele nunca tinha visitado. (GRINOVER, 2007, p. 35).

Isso pode ser verificado pelo fato dos cidadãos comuns, já na antiguidade clássica, receberem em suas residências peregrinos. Na Grécia essa recepção do viajante era vista como algo sagrado, divinizado. Segundo suas crenças “os estrangeiros e viajantes eram protegidos por Zeus Xênios, ou Zeus Viajante” (YASOSHIMA; OLIVEIRA, 2005, p. 21).

Segundo Cunha (1997, p. 63), a hospitalidade

[...] constituía-se num ato honroso e numa instituição que obrigava o cidadão grego a receber com benevolência os estrangeiros que chegassem à cidade. Aqueles que recebiam deviam dar de beber aos hóspedes, oferecer-lhes sal e lavar-lhes os pés, mesmo antes de perguntar-lhes o nome e saber o motivo da viagem (CUNHA, 1997, *Apud* YASOSHIMA; OLIVEIRA, 2005, p. 21).

Além disso, o anfitrião tinha como responsabilidade salvaguardar e proteger o estrangeiro de “qualquer tentativa de agressão, e a violação dos direitos da hospitalidade era considerada um ato criminoso” (GRINOVER, 2007, p. 35).

Outro destaque da importância da hospitalidade no período grego, como apresentado por Yasoshima e Oliveira (2005), foi a existência de um funcionário do governo, chamado *proxeno*, que possuía como função a recepção e orientação dos estrangeiros que chegavam à cidade, sua missão era ajudá-los de maneira geral e com eventuais problemas que pudessem vir a ocorrer em sua estada, até mesmo emprestando-lhes dinheiro, caso se fizesse necessário.

As igrejas medieval, monástica, eclesiástica, entre outras, exerceram papel importante na formação e disseminação da hospitalidade, recebiam os viajantes tal como o próprio Cristo, com destaque para a gratuidade do bem receber e a

propagação de costumes que se perpetuam até os dias atuais, tais como a troca de ideias, que disseminam o conhecimento, e a hospitalidade como elemento transcendente de qualquer espaço ou delimitação existente, sejam elas geográficas, físicas ou psíquicas, conforme exposto por Grinover (2007).

Dos primórdios até a atualidade, pode-se perceber uma mudança no exercício da hospitalidade que, nos tempos antigos:

No caso da hospitalidade caridosa, tratava-se de oferecer ao miserável, ao doente, ao idoso, um socorro de que ele precisava. Para o homem ocidental atual, a hospitalidade é um negócio privado de relações pessoais num círculo de amigos (GRINOVER, 2007, p. 37).

Porém, apesar do fator econômico, da troca monetária, não se pode descaracterizar o bem receber pelo fato do envolvimento de capital, pois esse vai além de qualquer aspecto financeiro que possa vir a existir. Esse ‘ir além’, esse ‘algo mais’, é que, de acordo com Grinover (2007), desperta no viajante a sensação de acolhimento, na tentativa de vencer o estranhamento e a insegurança e ultrapassar a simples obrigação da excelência pelo pagamento.

### 2.6.2 Conceituação

Partindo do conceito etimológico da palavra, a hospitalidade, do Latim *hospitalitatem*, se refere ao “[...] bom acolhimento que se faz a alguém”, o ser hospitaleiro “[...] que dá hospedagem por caridade” deriva de hospital, do Latim *hospitalis*, “hospedeiro, [...] hospedador; que pratica hospitalidade, que é caritativo com os hospedes” (VIEIRA, 1878, p. 990). Percebe-se que, ao analisar o significado através de sua derivação oficial, em Latim, o termo refere-se claramente ao gesto de receber, acolher. Por outro lado, segundo Grassi (2011), ao buscar sua origem na língua francesa encontra-se a expressão *hôte*, trazendo em si a ambiguidade, pois remete simultaneamente a hóspede e a hospedeiro, ou seja, “designa ao mesmo tempo [...] acolhedor e acolhido” (GRASSI, 2011, p. 55).

“*Hospitalitas* vem do substantivo *hospitalis*, ele mesmo derivado de *hospes*, ‘aquele que recebe o outro’. É um gesto de acolhida e de hospedagem gratuita” (GRASSI, 2011, p. 45, **grifo do autor**), “[...] é um processo que envolve pessoas e espaços” (CAMARGO, 2008, p. 22), que se faz através das relações humanas, das

trocas, do convívio e dos vínculos gerados a partir desses aspectos, pelo fato de ser “[...] um assunto entre pessoas que assumem o desafio do contato humano” (CAMARGO, 2011, p. 28).

“A hospitalidade [...] sempre pressupõe a dádiva inicial” (CAMARGO, 2007, p. 6), logo o dar, dar sem retribuição, sem reciprocidade, essa é a dádiva inicial, o primeiro gesto, o primeiro ato, a primeira atitude de fazer algo a alguém. Dessa forma, “o convite, a acolhida, a caridade, a solidariedade, parecem ser formas vizinhas e derivadas de uma forma inicial de hospitalidade” (GRASSI, 2011, p. 45).

É através de pequenos gestos que a hospitalidade se dá, o simples fato de, por exemplo, “oferecer e receber informação é um mecanismo de hospitalidade” (GRINOVER, 2007, p. 126). O primeiro contato “[...] de compensação, de igualização, de proteção [...]” (GRASSI, 2011, p. 45), esses podem ser os passos iniciais para o desencadeamento de uma série de fatores que gerarão a sensação de bem receber, ou não, no recebido, pois, conforme explanado por Camargo (2008), a “hospitalidade seria toda forma de encontro entre alguém que recebe e alguém que é recebido, mesmo que aquilo que se passe nesse encontro não mereça o adjetivo hospitaleiro” (CAMARGO, 2008, p. 19), ou seja, mesmo que não se tenha desenvolvido a hospitabilidade<sup>1</sup>.

Uma característica intrínseca ao ser humano, dessa maneira a hospitalidade pode ser vista, tal qual um sentimento propriamente dito, como a compaixão, a solidariedade ou o humanitarismo, é um fator importante no processo de decisão de escolha por um destino, pois pode determinar a visão e a prospecção de sua imagem, como uma ligação entre duas esferas distintas, uma conexão entre os mundos interno e externo (GRASSI, 2011). Acerca da importância da hospitalidade, pode-se destacar que esta foi um dos principais motivos de escolha pelo destino Brasil, nos anos de 2004 e 2005, conforme disposto no Quadro 2 que segue abaixo:

---

<sup>1</sup> Hospitabilidade é a qualidade do bem receber. Definição com maior abrangência na página 30.

Quadro 2: Motivo da Escolha do Brasil 2001 – 2005

MOTIVO DA ESCOLHA	LAZER		NEGÓCIOS		OUTROS	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
CLIMA TROPICAL	9%	13%	5%	9%	5%	4%
BELEZA NATURAL DO PAÍS	38%	39%	16%	26%	13%	19%
ATRAÇÕES	6%	5%	11%	2%	3%	1%
CURIOSIDADES	4%	3%	4%	8%	3%	2%
PREÇO	14%	5%	11%	4%	8%	3%
HOSPITALIDADE GOSTO PELO BRASIL	36%	36%	33%	45%	37%	27%
CULTURA DO PAÍS	4%	5%	4%	4%	4%	3%
COMIDA/GASTRONOMIA BRASILEIRA	1%	3%	4%	5%	3%	1%
VISITAR PARENTES QUE MORAM NO BRASIL	3%	6%	11%	8%	35%	48%

Fonte: Dimensionamento do Turismo Internacional no Brasil 2004/2005 Embratur/FIPE *Apud* BRASIL, 2007, p. 40.

A “Hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter<sup>2</sup> pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural” (CAMARGO, 2005, p. 52), ou seja, é o ato de agradar, divertir, descontrair, ou apenas proporcionar um ambiente agradável, no qual o visitante sinta a experiência do bem receber e a satisfação do recebedor. Todas essas atitudes fazem parte de um conjunto, de uma prática, de um rito, que, de acordo com Grassi (2011) é previsto, pois “a hospitalidade implica [...] a instalação de um ritual de acolhida” (GRASSI, 2011, p. 45).

### 2.6.3 Hospitalidade sob as óticas de cidade e dádiva

Muitos são os autores que discorrem sobre a hospitalidade e a veem de forma correlacionada/aliada a significados, localidades, espaços, entre outros. Grinover (2007), por exemplo, dispõe sobre a hospitalidade relacionando-a à localidade, à cidade, caracterizando seus diversos aspectos, não somente físicos, mas aqueles intrínsecos a cada localidade, como imprescindíveis ao desenvolvimento da hospitalidade, do ser hospiteiro.

<sup>2</sup> Os tempos/ espaços em que se dá a hospitalidade estão explicitados no Anexo A.

A cidade é um dos primeiros locais com os quais o ser humano tem contato, uma das primeiras referências de lugar que cada indivíduo possui, Calvino (1990) reflete sobre esse poder simbólico que a cidade emana e que faz crescer, nos que a habitam, um sentimento de integração, comunhão.

A cidade não é um fim em si, mas um 'lugar' de onde emergem símbolos, que se refletem nos mais variados estados do espírito humano. A cidade deixa de ser um conceito geográfico, para se transformar em um símbolo complexo e inesgotável da experiência humana (CALVINO, 1990, *apud* GRINOVER, 2007, p. 128).

Discorre ainda sobre a hospitalidade não estando ligada somente a uma perspectiva, mas se fazendo existente na interligação de diversas delas. Isso se evidencia ao determinar os aspectos classificatórios de uma cidade como sendo hospitaleira ou não (acessibilidade, legibilidade e identidade), e estabelece, dessa maneira, o conjunto, a harmonia desses elementos como catalisadores da hospitalidade plena, associando a qualidade hospitaleira ao sentimento de domínio, integração, posse, participação, sobre os muros levantados e de cultura impregnados.

A hospitalidade é, portanto, uma relação espacializada entre dois atores: aquele que recebe e aquele que é recebido; ela se refere à relação entre um, ou mais hóspedes, e uma instituição, uma organização social, isto é, uma organização integrada em um sistema, que pode ser institucional, público, privado, ou familiar. [...] O que torna a cidade bonita e hospitaleira é sua capacidade de expressar um microcosmo social e arquitetônico ordenado, no qual cada edifício, por sua dimensão, por seu refinamento, e seu esplendor, mostra não só sua própria importância, mas também a importância de quem o encomendou e ali vive (GRINOVER, 2007, p. 125; 131).

Segundo Grinover (2009) a hospitalidade, de todas as práticas de acolhimento e civilidade, torna a cidade (o espaço construído) um lugar mais humano, com significados e história, o que se opõe aos não-lugares, que são espaços que não possuem uma identidade, um significado de memória. A hospitalidade é uma forma de se perpetuar a vida de um lugar, mas vai muito além do espaço construído, ela é muito mais, é acolhimento, é o sentimento de se fazer parte daquele local, daquela história, é o ato, é o gesto de acolher.

O acolhimento é o conjunto dos comportamentos, das políticas e das técnicas utilizadas para ter bom êxito na aproximação do turista e dos hóspedes, no sentido de uma relação humana de qualidade, com o objetivo de satisfazer sua curiosidade, suas necessidades, seus gostos e aspirações, e na perspectiva de desenvolver e estimular o conhecimento, a tolerância e a compreensão entre os seres humanos (GRINOVER, 2007, p. 60).

Não é possível que se desenvolva o 'ser hospitaleiro' em uma localidade que não reconhece seus próprios cidadãos, os seres pertencentes àquele lugar como seres importantes e primordiais para o progresso da atividade turística, e, para isso, é necessário criar nos nativos o sentimento de que pertencem e se sentem pertencentes à localidade, para que sintam orgulho de sua cultura e, assim, propaguem o bem receber através do reconhecimento de sua significância para o meio ao qual está inserido.

Grinover (2007) caracteriza o pertencimento como sendo vital, essencial, citando Faria (2000), para explicitar sobre as consequências da ausência desse sentimento: “despertencidos e desapropriados de nossas raízes, perambulamos por nossas cidades, sem mitos fortes que nos amarrem; nossas heranças se perderam e não temos o que colocar no lugar; somos seres desagregados e sem coesão” (FARIA, 2000, *apud* GRINOVER, 2007, p. 129).

A hospitalidade ligada à dádiva conforme explicitado por Perrot (2011) possui duas abordagens distintas, a da dádiva moral e da dádiva sociológica. A dádiva moral é aquela em que se dá sem esperar nada em troca, se dá gratuitamente, sem contrapartida; já a dádiva sociológica, é a dádiva em que se espera que, a partir do momento que o recebido é acolhido, ele se dispõe automaticamente a praticar a reciprocidade, ou seja, a “dádiva/ retribuição torna o receptor que a aceitou imediatamente disponível para retribuir” (CAMARGO, 2005, p. 48). Marcel Mauss, autor do “Ensaio sobre a dádiva” (1974), segue a linha de pensamento da dádiva sociológica. Um dos adeptos da sua teoria é Camargo, que segue a diretriz maussiana.

Perrot apresenta a conceituação de dádiva do dicionário *Le Petit Robert* que a considera “a ação de abandonar gratuitamente a alguém a propriedade ou o gozo de alguma coisa” ou “aquilo que se abandona a alguém sem nada receber em troca” (LE PETTIT ROBERT, *apud* PERROT, 2011, p. 63).

Mauss (1974, p. 23) considera a dádiva “uma das rochas humanas sobre as quais estão erigidas nossas sociedades” (MAUSS, 1974, *apud* CAMARGO, 2007, p. 5). Segundo ele a hospitalidade está interligada à dádiva “baseada no dar-receber-retribuir [...] que gera uma sucessão de dádivas e contradádivas” (MAUSS, 1974, *apud* CAMARGO, 2007, p. 5). Visando explicitar o dar-receber-retribuir, Sêneca fez uma analogia à alegoria das três Graças que, de acordo com Perrot, representam os “três momentos necessários, sucessivos e complementares da dádiva” (2011, p. 65), onde “a dádiva cria uma corrente e, ao passar de mão em mão, não cessa de retornar ao seu autor” (SÊNECA, 1972, *apud* PERROT, 2011, p. 65).

#### 2.6.4 Hospitalidade Objetiva e Subjetiva

A hospitalidade pode ser abordada sob dois aspectos distintos: o objetivo e o subjetivo. Objetivo quando dispõe dos **aparatos físicos** necessários para suprir as necessidades de seus visitantes; subjetivo quando, além ou ao invés, mas não completamente substitutivo aos aparatos físicos, possui os **aparatos pessoais**.

Como exemplo, pode-se citar uma situação hipotética da chegada de um hóspede a um hotel. Se o hóspede se depara com um ambiente bem arrumado e limpo estes são os aparatos físicos que transmitirão a ele a sensação de ser bem-vindo àquele lugar, essa é hospitalidade objetiva. Mas se, no mesmo hotel, além do ambiente limpo e arrumado (hospitalidade objetiva), o hóspede é recebido por um funcionário com alguma cortesia e com personalidade, reconhecendo sua importância e não como somente “mais um” hóspede, essa é a hospitalidade subjetiva, pois não é o valor do que lhe foi trazido, em si, mas, sim, o gesto, a atenção que lhe foi dada.

O mesmo aconteceria caso a situação ocorresse em um hotel mais simples, mas com características semelhantes. Se o hóspede se deparasse com tamanha cordialidade e presteza, permaneceria a sensação do bom recebimento. Esses aparatos pessoais que trazem a sensação de acolhimento, o sentimento de **pertencimento**, é que caracterizam a hospitalidade subjetiva.

Essa situação hipotética da chegada de um turista e de seu primeiro contato com o anfitrião/recepcionista, pode ser delineada na fala de Grinover (2007), de que essa relação inicial é essencial, pois “começa com o acolhimento: as saudações de

boas-vindas, fundamentais para criar a atmosfera e apagar a sensação de estranhamento e de insegurança” como:

Oferecer uma bebida de boas-vindas, um coquetel de recepção, por exemplo, ou outros sinais de atenção, como flores, bombons e frutas frescas no quarto, dão ao hóspede a impressão de receber um presente, algo ‘a mais’ que não é parte do objeto de pagamento (GRINOVER, 2007, p. 58).

Conforme citado por Grinover (2007), são essas “atitudes prestativas, os resultados do ‘além do dinheiro’ [...] que criam o ambiente e que vão além da retribuição” (GRINOVER, 2007, p. 58), assim como Camargo (2005) elucida que “a observação deve, pois, dirigir-se para o que acontece além da troca combinada, além do valor monetizável de um serviço prestado, para o que as pessoas e os espaços proporcionam além do contrato estabelecido” (CAMARGO, 2005, p. 45).

Apesar da hospitalidade se fazer em sua essência de aspectos sociais, humanos, não deixa de se relacionar aos aspectos financeiros e, portanto, administrativos. Segundo essa face, **objetivo** e **subjetivo** podem ser relacionados ao comportamento consequente do cenário de comportamento do consumidor, que, por sua vez, podem ser **utilitários**, que são os:

Valores de uso dos bens [...] derivam do manuseio do produto ou do exercício do serviço. São consequências materiais ou pragmáticas da aquisição, posse, uso e consumo ou descarte como um todo. Conforto, itens limpos, saciação da fome são obtidos apenas caso o produto ou serviço seja usado. Eles podem ser reforçadores ou punitivos. Se eles aumentarem ou mantiverem o comportamento, serão reforçadores. Se eles diminuïrem, serão punitivos (PORTO, 2015, p. 43);

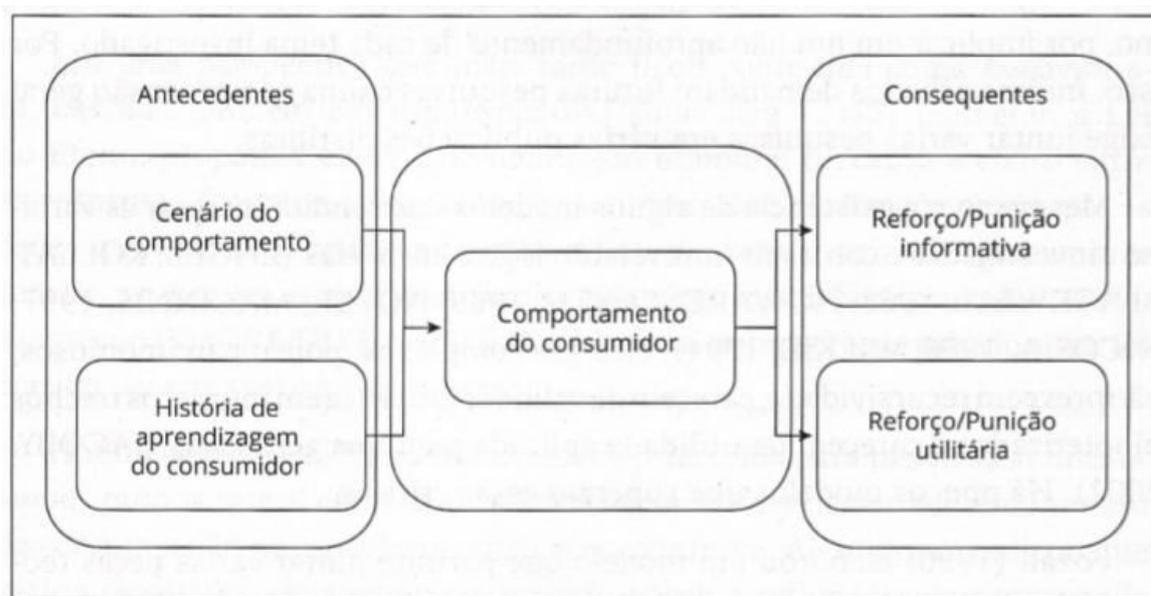
E podem ser **informativos**, simbólicos, não possuem utilidade prática, porém possuem significância pessoal

[...] e derivam das ações e reações no relacionamento social. [...] Ou seja, são consequências que apenas têm como ser obtidas caso sejam mediadas por uma pessoa ou grupos de pessoas. Tendo foco no indivíduo que participa da troca, pode sinalizar o quão correto (incorreto) ou apropriado (inapropriado) é o comportamento de aquisição ou de descarte dos bens. Essas consequências podem ser

status, prestígio, realização ou benevolência, respeito.<sup>3</sup> Elas são reforçadoras ou punitivas (PORTO, 2015, p. 43).

Segue abaixo a figura que exemplifica os aspectos citados anteriormente:

Figura 1: Modelo da Perspectiva Comportamental



Fonte: Foxall (1990) *Apud* PORTO, 2015, p. 42.

### 2.6.5 Relação entre residentes e visitantes

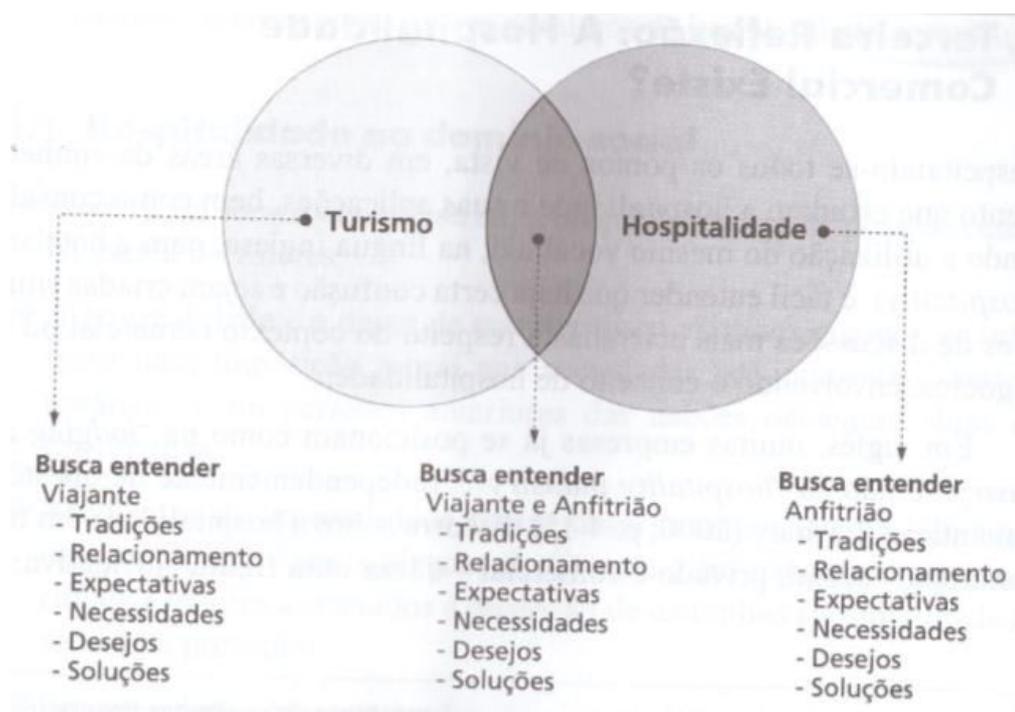
As relações entre residentes e visitantes nem sempre se fazem de maneira pacífica e mútua, muitas vezes esse contato não se dá espontaneamente, mas de forma 'obrigatória', e isso pode ser ocasionado pela inexistência de hospitalidade, que é, de acordo com Camargo (2005), a qualificação, condição de hospitalidade, é o gesto de receber e de ser recebido, e essa possível falta/ausência de hospitalidade pode afetar tanto hóspedes quanto anfitriões.

Conforme exposto por CRUZ (2002), "a hospitalidade pode ser voluntária ou involuntária, ou seja, nem sempre o anfitrião está recebendo o visitante de forma espontânea" (CRUZ, 2002, p. 41), pois o visitado não exerce controle sobre a atividade turística da localidade que habita. Portanto o "anfitrião não assume, propriamente falando, sua hospitalidade: ele não a oferece, ela lhe é roubada" (LEDOUX, 2011, p. 731).

<sup>3</sup> Os aspectos citados fazem parte de um conjunto de elementos que, associados, desencadeiam a hospitalidade conforme ilustrado na Figura 3, página 34.

Por este motivo é importante que a atividade turística seja desenvolvida com o “envolvimento das comunidades receptoras” (CRUZ, 2002, p. 44), ou seja, com a participação e concordância de todos os atores envolvidos e afetados de alguma maneira nesse processo (governo, empresas, habitantes, visitantes, entre outros), de modo a não causar qualquer tipo de repulsa/prejuízo aos agentes que integram esse sistema. Pois, como destacado por Cruz, “o confronto entre a territorialidade nômade do turista e a territorialidade sedentária do habitante do lugar tem sido”, de acordo com Knafo (1996), “responsável pela grande parte dos conflitos associados à prática social do turismo” (KNAFOU, 1996, *Apud* CRUZ, 2002, p. 44). A importância da vinculação entre turismo e hospitalidade pode ser visualizada na Figura 2, que segue.

Figura 2: Interseção entre turismo e hospitalidade



Fonte: WADA, 2003, p. 67.

Grinover (2009) aponta que a hospitalidade ultrapassa qualquer barreira, qualquer fronteira, e, por esse motivo, ela pode ser utilizada como uma ferramenta de pacificação, sendo o seu desafio vencer a hostilidade, podendo essa ser

A sua missão mais nobre: a de trazer à reflexão consciente dos indivíduos a realidade social oculta nos gestos aparentemente sem sentido e já automatizados do cotidiano e que, na verdade, produzem

as múltiplas formas de agressão e de hostilidade e fazem da hospitalidade um ritual de apaziguamento (CAMARGO, 2005, p. 32).

Apesar de combater a hostilidade, que pode vir a existir, não se deve misturar os papéis do anfitrião e do visitante. Cada um deve desempenhar sua função na estrutura pré-estabelecida intrinsecamente, de modo que não haja a descaracterização da atividade. Deve-se, portanto, “manter o estrangeiro como tal, isto é, ‘preservar certa distância’ para preservar sua identidade, sua originalidade, sua singularidade” (GRINOVER, 2007, p. 36). Castelli também discorre sobre a distância entre visitante e visitado falando que sempre existe “uma *distância*, uma privacidade do visitado, que cabe ser respeitada por parte do visitante, o mesmo ocorrendo na relação oposta” (CASTELLI, 2010, p. 20, **grifo do autor**).

#### 2.6.5.1 Vínculo Humano/ Social

O ser humano se faz existente quando reconhece o outro como um ser semelhante, quando existe o reconhecimento da existência do outro, quando coloca-se na posição do outro, quando existe uma troca, uma reciprocidade, e é a partir do contato com o outro que o “eu” existe, através do encontro, mas não no sentido de homogeneização, unificação, massificação, mas é devido ao fato do outro ser diferente que há o encontro, e é por causa dessa constante busca ao diferente que surgiu o turismo, as inovações turísticas, as segmentações e as constantes modificações na área visando um atendimento quase que exclusivo/específico à cada indivíduo.

“Praticar a hospitalidade é proporcionar o encontro com o outro” (GRINOVER, 2009) e é através do conhecer o outro que se gera, desenvolve, o próprio autoconhecimento. A maior humilhação, a morte, não física, mas psíquica, do ser humano é quando não o reconhece como tal, quando o ignora, quando passam despercebidos aos olhos dos outros. O ato de ignorar, o calar em meio ao barulho, o ato de silenciar, passa a mensagem ao outro de que ele não existe, que ele não é reconhecido como semelhante perante seus semelhantes e, muitas vezes, esses atos passam despercebidos no dia-a-dia das pessoas.

É preciso que se reconheça que todo ser humano deve ser tratado como tal, pois o “eu” só existe mediante a existência do outro, e é na relação com o outro que

o “eu” se conhece, reconhece-se a si mesmo e no mundo ao qual está inserido, e isso só é possível quando o “eu” faz parte do mundo de um outro alguém.

Por este motivo a hospitalidade se faz imprescindível à atividade turística, pois pressupõe o contato com o outro, o acolhimento, o vínculo criado através desse contato realizado. O vínculo social se dá através do desenvolvimento do vínculo humano, bem como, “[...] a hospitalidade é uma qualidade social antes de ser uma qualidade individual [...]” (GRINOVER, 2007, p. 125).

O vínculo social é realizado através da dádiva, que pode ser associada à hospitalidade e que, segundo Caillé (2002), é “toda prestação de serviços ou de bens efetuada sem garantia de retribuição, com o intuito de criar, manter ou reconstituir o vínculo social” (CAILLÉ, 2002, *Apud* Camargo, 2005, p. 19).

Já o vínculo humano, se torna efetivo através do acolhimento, assim como a hospitalidade que “supõe a acolhida; é uma das leis superiores da humanidade, é uma lei universal” e que permite “sob certas condições, a inclusão do outro no próprio espaço” (GRINOVER, 2007, p. 125).

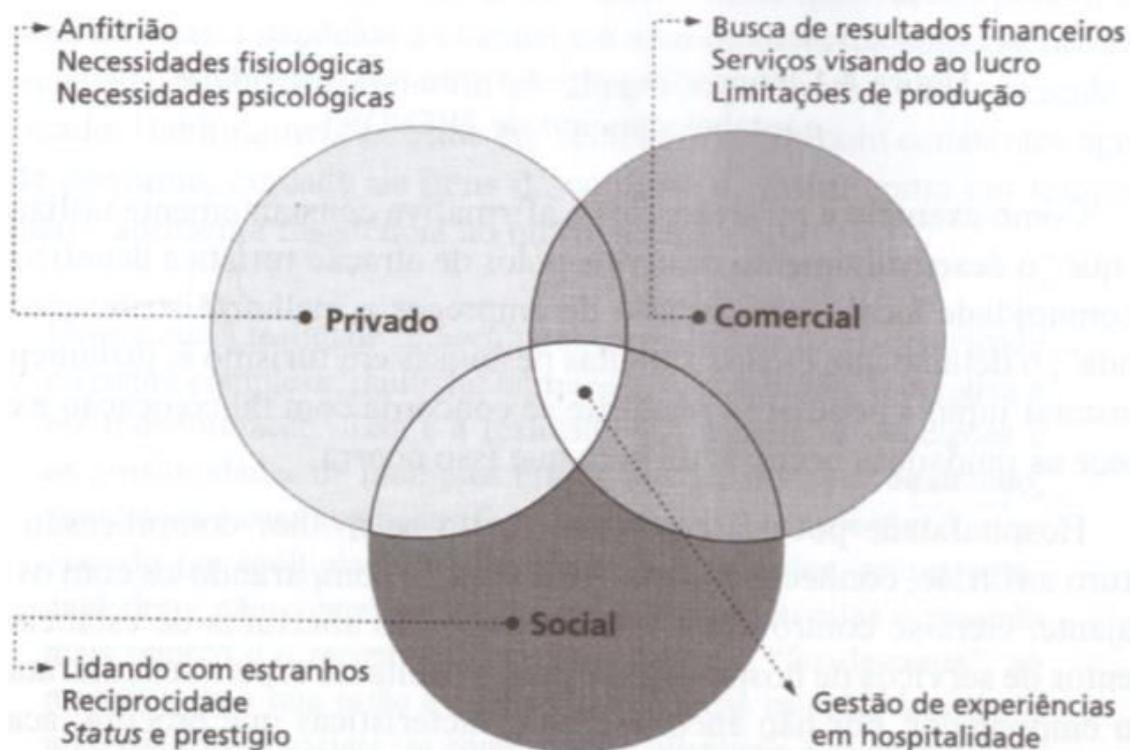
Conforme exposto por Camargo (2005), após a reciprocidade ser efetuada o processo não se acaba, ao contrário, permanece o ‘comprometimento’, o vínculo criado continua a existir, “é um processo sem fim que alimenta o vínculo humano” (CAMARGO, 2005, p. 24), dessa maneira, esse comprometimento de correspondência ao acolhimento dado se torna um elemento reforçador do vínculo humano que foi criado.

### 2.6.6 Experiências

Buscam-se, através da atividade turística, novas sensações, satisfações e experiências, físicas e psíquicas. Sobre a importância dessas, Grinover (2009) discorre que, “o que se vende não é o lugar, mas a experiência que se produz” (GRINOVER, 2009, p. 10).

“O termo *experiência* cobre significados novos e evoca explicitamente o envolvimento profundo do sujeito na representação social” (GRINOVER, 2009, p. 10, **grifo do autor**), dessa maneira, a hospitalidade desempenha papel importante e, pode-se dizer, crucial, no resultado dessas experiências, pelo fato de estar intrinsecamente ligada às sensações e satisfações geradas. A experiência gerada pode ser vista como consequência do processo explicitado na Figura 3:

Figura 3: Atividades de Hospitalidade



Fonte: Lashley, 2000, p. 4 Apud WADA, 2003, p. 68.

Conforme explanado anteriormente, a hospitalidade traz em si, em suas características sociais sua vertente administrativa. Sob essa visão pode ser relacionada às variáveis individuais do consumidor e aos estímulos de *marketing*. As variáveis individuais do consumidor revelam as suas experiências, as histórias de aprendizagem, já os estímulos de *marketing* tratam dos cenários de consumo, onde o consumidor pode, ou não, realizar/efetivar um comportamento.

Pode-se correlacionar, dessa forma, as variáveis individuais do consumidor ao turismo e à hospitalidade, quando abordam-se as experiências já vivenciadas, pois da mesma maneira que, no cenário comercial, o consumidor se baseia em suas experiências já vividas ou vivenciadas por pessoas próximas a ele. No turismo, os turistas partem do mesmo princípio com suas experiências de viagens já realizadas.

O mesmo pode ser percebido com a história de aprendizagem do cenário de comportamento do consumidor que

É formada por experiências, tais como se ele já comprou, usou ou descartou uma marca que teve como consequência a facilidade/dificuldade no uso, seus hábitos ou intenções, taxas de

lealdade, tempo gasto ou poupado, entre outras. [...] propiciam ou inibem a emissão de algum comportamento como comprar ou não comprar, usar ou não usar, descartar ou não descartar (PORTO, 2015, p. 42-43).

Em contexto comercial, o consumidor toma ou não a atitude de compra. No turismo, este aspecto pode ser relacionado à intenção de retorno ou não a determinado destino, de acordo com as experiências vivenciadas.

### **2.6.7 Reciprocidade**

Alguns autores, que serão citados à frente, veem a hospitalidade com o compromisso de recompensa, restituição, conforme Camargo, que atrela a hospitalidade à dádiva, e discorre que “a dádiva traz implícito um débito [...] a obrigação de retribuir implícita no gesto de receber” (CAMARGO, 2005, p. 23). Bernard Reymond apresenta a “hospitalidade desinteressada’ como a primeira forma de acolher gentes e pessoas” e as “leis da hospitalidade antiga e patriarcal” como relevantes na evolução do modelo atual (REYMOND, 1997, *apud* GRINOVER, 2007, p. 36).

Pode-se dizer que, de certa forma, a reciprocidade auxiliou no desenvolvimento da hospitalidade, pois “este dever ser implícito na hospitalidade, embora nunca elevado à categoria de lei jurídica estruturada, continua agindo e orientando formas de agir dos indivíduos” (CAMARGO, 2005, p. 17). Porém, a hospitalidade não pode ser vista como um produto inserido no meio mercadológico, mas como uma doação de si próprio, do seu tempo, de sua cordialidade, de sua generosidade, espontaneamente, sem qualquer interesse previsto. Montandon apresenta a contradição nesse dever de retribuição quando afirma que “o paradoxo do gesto hospitaleiro é dever oferecer, dar algo” em troca (MONTANDON, 2001, *apud* GRINOVER, 2007, p. 37).

A hospitalidade se faz a partir das experiências, do acolher, do receber sem olhar a quem, como já apresentado nessa monografia sobre os primórdios da hospitalidade. Posto isso, ao abordar a hospitalidade como dever de retribuição ao que foi dado, pode-se desvalidar um ato genuíno do ser humano desde sua existência. Por este motivo, quanto mais se instaurar uma dívida do recebido em relação ao recebedor, a hospitalidade poderá perder suas características, o

princípio, não ‘só’ que a conduz, mas que rege a vida, a sociedade, a humanidade como um todo, que pode ser exemplificado com um ditado popular que faz válida sua inserção no presente contexto, que é o ‘fazer o bem, sem olhar a quem’.

#### **2.6.7.1 Lei não escrita**

A hospitalidade como lei não escrita se refere a um gesto legítimo, próprio do ser humano, que vai além das leis escritas, ou seja, das leis instituídas legalmente que todos os cidadãos devem seguir, concordando ou não. Como afirmado anteriormente acerca da hospitalidade e reciprocidade, pode-se ver a hospitalidade como “mais do que uma ética aplicada, [...] hospitalidade e suas leis não escritas como uma ética em si mesma” e

Essa expressão ‘não escrita’ remete de imediato à ideia de que a hospitalidade é um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não-verbais ou de conteúdos verbais que constituem formulas rituais que variam de grupo social para grupo social, mas que ao final são lidas apenas como desejo/ recusa de vínculo humano (CAMARGO, 2005, p. 31).

A hospitalidade está ligada a aspectos sociais básicos, tal como a autonomia, independência, de cada indivíduo:

“A liberdade de ir e vir é uma dádiva e uma lei não escrita, assegurada ancestralmente dentro daquilo que, para cada indivíduo, constitui o seu território, do seu lugar, a ponto de poder-se dizer, retroagindo, que o território ou o lugar, no sentido que Magnani (2004) colocou, é antes de mais nada um espaço de livre circulação. Essa lei não-escrita hoje se traduz concretamente em artigo do direito constitucional. É, pois, ao mesmo tempo, lei escrita mas também não-escrita” (CAMARGO, 2008, p. 20).

#### **2.6.7.2 Hospitalidade Comercial Vs. Hospitalidade Original**

A hospitalidade possui suas subdivisões, como a hospitalidade comercial e a original, que podem ser comparadas, respectivamente, à hospitalidade objetiva e à hospitalidade subjetiva, já explicitadas anteriormente. Inserida na hospitalidade comercial, a hospitalidade original, autêntica, só se dá através daqueles que são

considerados ‘pequenos’ gestos, pequenos agrados, ou seja, “*na hospitalidade comercial, a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato*, sendo que esse após deve ser entendido como ‘para além do’ ou ‘tudo que se faz além do...’ contrato” (CAMARGO, 2005, p. 46, **grifo do autor**).

A hospitalidade, no sentido etimológico do termo, precedeu o acolhimento, propriamente dito. Ela foi, durante séculos, um verdadeiro dever sagrado. Já a comercialização da hospitalidade e do acolhimento, não podendo ser atribuída como culpa entre os profissionais do turismo, não implica obrigatoriamente uma depreciação dessa prestimosidade. É verdade que o serviço ao cliente e sua exploração financeira são de tal modo imbricados um no outro, que se tornou quase impossível separá-los. A dificuldade, com certeza, é um problema de harmonia: a harmonia da hospitalidade original *versus* sua exploração comercial (GRINOVER, 2007, p. 59).

A hospitalidade atual, devido aos fins mercadológicos, pode descaracterizar-se perante o seu sentido primário, que remete a acolhida, a dádiva, ao bem receber sem o dever de reciprocidade.

Hoje, com o turismo, assistimos a uma instrumentalização da hospitalidade pelo dinheiro. A hospitalidade pagante cria, com efeito, seus próprios paradoxos, pois padece pela essência do conceito da hospitalidade que, na origem, deveria ser gratuita (GRINOVER, 2007, p. 57).

Camargo discorre sobre a hospitalidade comercial e original, explanando os aspectos que as diferenciam:

O comércio moderno da hospitalidade humana efetivamente abole o sacrifício implícito na dádiva, ao trocar serviços por dinheiro, mas a hospitalidade sempre foi atributo de pessoas e de espaços, não de empresas [...] receber um serviço condizente com o preço pago é condição de cliente, não de hospede. A sua relação é vigiada pelo Código de Defesa do Consumidor e não pela lei não escrita da dádiva (CAMARGO, 2005, p. 45).

Pode-se perceber cada vez mais a inversão de papéis, enquanto os meios de hospedagem buscam cada vez mais o atendimento pessoal, personalizado, as residências domésticas se baseiam nos modelos de construção hoteleiros. Isso pode ser percebido nos

Atuais modelos de articulação entre sala de visitas e quarto de hóspedes nos projetos arquitetônicos de casas, os diferentes rituais que surgem dia a dia e seus reflexos na hospitalidade comercial e, inversamente, como os projetos das casas imitam os hotéis. A atual transformação de condomínios verticais em condomínios-*resorts* e as inovações dos hotéis para criar uma atmosfera doméstica [...] (CAMARGO, 2011, p. 25).

Na hospitalidade comercial o visitante tem o 'direito' à hospitalidade, pois está pagando pelos serviços prestados, contudo busca-se apresentar que, mesmo em âmbito comercial, pode existir a hospitalidade desinteressada, que está acima de toda e qualquer negociação, que não se mede, que não se conta, um gesto genuíno do ser humano que não se encaixa em padrões, regras ou etiquetas pré-estabelecidas, pois a hospitalidade comercial nutre-se de sua matriz, a hospitalidade doméstica/ original (Camargo, 2005).

O fato de estar fora de seu local de residência, em um lugar desconhecido, coloca o visitante em uma posição de vulnerabilidade e é nesse momento que o sentido fraterno é aguçado involuntariamente, o desejo de ajudar mesmo que não seja a obrigação pela retribuição do pagamento, mas pela vontade de ajudar, pelo sentimento de satisfação que permanece mesmo após o retorno do viajante ao seu local de origem, afinal, "como deixar de reconhecer que nunca somos tão frágeis como quando em território estranho, e que essa 'com-paixão' para conosco é a marca da solidariedade humana e não pode ser prevista em nenhum contrato?" (CAMARGO, 2005, p. 47).

A hospitalidade original é também conhecida como doméstica e espontânea. Independente da terminologia utilizada todas possuem o mesmo objetivo, a mesma base conceitual, ou seja, versam sobre o pilar da hospitalidade, sobre o seu conceito legítimo, sobre o gesto natural, sincero, despretensioso e involuntário de acolhimento.

A hospitalidade interligada à dádiva mesmo em esfera comercial pode guiar, delimitar modelos, caminhos a serem seguidos, mesmo que não estritamente, mas de maneira geral, ou seja, "a hospitalidade entendida como dádiva continua sendo a principal referência para o sistema comercial, seja como metáfora, seja como *mise en scène* (encenação) da hospitalidade" (CAMARGO, 2007, p. 13, **grifo do autor**). Montandon também aborda essa vertente no que se refere ao estabelecimento de possíveis exemplos a serem seguidos:

Qualificar (de hospitalidade) a hospedagem comercial não é escandaloso (grifo nosso) desde que estejamos de acordo com as definições. A utilização comercial do termo indica, em todo caso, como a hospitalidade permanece uma marca, uma perspectiva e um horizonte para uma interação bem sucedida entre os homens, quer sejam clientes, amigos ou simplesmente estrangeiros com a mão estendida (MONTANDON, 2003, apud CAMARGO, 2007, p.3, **grifo do autor**).

Portanto, não importa se em âmbito comercial ou não, particular ou público, a hospitalidade se dá independentemente do local, do contexto em que está inserida ou de qualquer outro aspecto que possa surgir. Ela vai além de toda e qualquer delimitação que possa existir, pois é um aspecto intrínseco ao ser humano e uma consequência das relações de ser humano para ser humano e não de empresas para empresas.

### **3 PROGRAMA DE PADRINHOS**

#### **3.1 O programa**

O Programa de Padrinhos Voluntários da UnB é coordenado pela Assessoria de Assuntos Internacionais - INT da Universidade de Brasília, com o objetivo de prestar apoio aos estudantes estrangeiros que chegam à Instituição para desenvolver estudos de graduação e pós-graduação. (INT/UNB)

#### **3.2 Objetivos**

O Programa visa atender às necessidades dos estudantes estrangeiros desde a sua chegada à Instituição e, principalmente, durante a sua permanência, tentando sanar as dificuldades encontradas nos mais diferentes âmbitos. O principal objetivo deste Programa é promover a integração acadêmica e social dos estudantes estrangeiros junto à comunidade local, através do companheirismo e da solidariedade. (INT/UNB)

#### **3.3 Funcionamento**

Todo semestre no portal do INT – UnB disponibiliza-se o regulamento vigente e é estipulada uma data de início e término para os alunos interessados em se inscrever no programa.

Podem participar os alunos dos cursos de graduação e pós-graduação, servidores técnico-administrativos e os docentes da Universidade de Brasília. Não existe pré-requisito para a inscrição, o domínio de outro idioma é levado em consideração, mas o interesse em auxiliar e apresentar a cultura local aos estudantes intercambistas é essencial.

Os benefícios são pessoais e não financeiros, no entanto pode-se observar uma crescente procura para inscrição no programa.

Ao final o padrinho/madrinha é avaliado pelo aluno intercambista, proporcionando, assim, um parâmetro do acolhimento e atenção que teve no período que esteve na universidade. Dependendo dessa pontuação o padrinho/madrinha pode ganhar até 1,0 ponto na seleção seguinte.

### 3.4 Informações coletadas

O grupo existente na rede social *Facebook* é organizado por uma aluna da UnB (madrinha) e por um aluno intercambista (afilhado). Pertencem a esse grupo todos os participantes do programa, tanto padrinhos, quanto afilhados.

Todo semestre o INT abre inscrições para quem deseja apadrinhar um intercambista, o interessado faz a inscrição e espera ser chamado. A partir do momento que o aluno é selecionado para ser padrinho/madrinha o INT os convoca por *e-mail*, com todo o detalhamento do afilhado (a), contatos, informações sobre as funções que devem desempenhar para com o intercambista, bem como um cronograma com as atividades.

Os afilhados vêm de universidades estrangeiras. Precisam obter CPF e RG brasileiros, se matricular nas disciplinas da universidade, localizar moradia, entre outras coisas. A função do padrinho/ madrinha é ajudá-los em todos os aspectos, dentro de suas possibilidades. Os intercambistas realizam em seus países de origem um curso de português básico.

Não existe treinamento e preparação prévios, porém o INT se mantém disponível, por meio presencial ou telefônico, para o esclarecimento, elucidação de quaisquer possíveis dúvidas ou dificuldades que possam vir a surgir.

A organizadora do grupo do *Facebook*, Bruna Chacon, apontou o nome do funcionário do INT responsável pelo programa, Bruno Bortoleto, para responder a outras perguntas.

## **4 METODOLOGIA**

Consiste na forma como foi elaborado o trabalho, nela constam o progresso, a delimitação da pesquisa, de que maneira foram definidos os objetivos, as participações de outras pessoas, bem como os instrumentos utilizados, o levantamento bibliográfico, as ações tomadas, os questionários, as pesquisas de campo, as entrevistas, entre outras diversas formas que possam ter sido adotadas para se chegar ao propósito final definido.

Conforme definido nos objetivos geral e específico, para apresentar o PPUUnB, utilizou-se, principalmente, a pesquisa eletrônica na própria página do INT, bem como uma entrevista. As visões de hospitalidade ligada ao turismo tiveram, em sua grande parte, o embasamento de livros acerca dessa temática, mas também de documentos e pesquisas eletrônicas. Já a captação das impressões dos participantes para correlacionar teoria e prática do PPUUnB se deu através de entrevista e aplicação de questionários.

### **4.1 Tipo de pesquisa**

Para desenvolver o trabalho utilizou-se a pesquisa exploratória, onde, através do levantamento bibliográfico realizado, determinou-se os aspectos de maior relevância relacionado ao tema definido, assim como entrevistas e questionários com os responsáveis pelo PPUUnB e seus participantes, bem como pesquisa em documentos oficiais, meio eletrônico e livros.

### **4.2 Questões da pesquisa**

Quem surgiu primeiro, a hospitalidade ou o turismo? Qual a importância da hospitalidade para o turismo? Em que ponto a caracterização histórica do *Grand Tour*, a conceituação sobre o segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio elaborada pelo Ministério do Turismo e a promoção empresarial do intercâmbio se entrelaçam e se contrapõem? Como funciona o Programa de Padrinhos da UnB? De quais benefícios os intercambistas desfrutam? Qual a significância dessa recepção? Como se dá o acolhimento na UnB para o estudante de intercâmbio estrangeiro? A

recepção do estudante de intercâmbio estrangeiro praticada pela UnB pode ser entendida a partir da noção de hospitalidade?

### 4.3 Instrumentos de coleta de dados

Em vista da obtenção de dados para realização de uma pesquisa, de acordo com Ribeiro (2011), é possível definir a utilização de dois tipos de fontes, a primária e a secundária. A primária consiste na investigação executada pelo próprio pesquisador, logo a coleta de dados através de pesquisa de campo (questionários, entrevistas, formulários, entre outros), já a secundária é feita através da observação de dados já existentes (pesquisa bibliográfica, por meio eletrônico, documentos oficiais, fontes estatísticas, entre outros).

No presente trabalho foram utilizadas tanto fontes primárias, quanto fontes secundárias. No que tange as fontes primárias recorreu-se a uma entrevista por *e-mail* e outra pela rede social *Facebook*, aplicação *online* de dois questionários com perguntas diferenciadas, sendo um deles direcionado a três padrinhos e o outro a três afilhados. No que se refere às fontes secundárias foram utilizados documentos oficiais e de instituições, livros e pesquisa por meio eletrônico.

Nas entrevistas e questionários foram selecionadas perguntas gerais em relação ao PPUb e seu funcionamento e específicas com o intuito de observar a imersão na hospitalidade na prática. As questões foram praticamente todas abertas para que os representantes e integrantes do PPUb discorressem livremente de acordo com suas visões. O roteiro da entrevista e questionário foi elaborado de acordo com os aspectos observados ao longo da elaboração do trabalho, bem como da identificação das possíveis limitações de pesquisa.

Foi realizada uma entrevista com a organizadora do grupo do PPUb no *Facebook*, que se deu pela própria rede social, as perguntas abarcaram o grupo na rede social, convocação dos padrinhos, a maneira com que o programa é realizado na prática e outras informações, como a indicação do representante do PPUb no INT. A entrevista com a representante da coordenação de intercâmbio do INT não foi realizada pessoalmente, mas via *e-mail* nos dias 24 e 26 de junho de 2015. As questões foram produzidas com base no referencial teórico absorvido para elaboração do trabalho, bem como na análise do PPUb e suas proposições

(Apêndice C). Esta entrevista foi transcrita para realizar a análise das informações adquiridas.

A entrevista foi realizada com Priscyla Teofilo, devido ao fato do servidor do INT indicado pela organizadora do grupo do *Facebook*, se encontrar em período de férias, porém a servidora pôde auxiliar e atender todos os questionamentos, pois faz parte da coordenação de intercâmbio da Assessoria de Assuntos Internacionais lidando diretamente com o Programa de Padrinhos da Universidade de Brasília.

Ademais, foram elaborados dois questionários diferentes, cada um com o foco em um grupo, o de padrinhos e o de afilhados. Apêndices E e F, respectivamente. O roteiro de perguntas foi elaborado de acordo com o embasamento teórico e observações acerca do PPUb. Foram selecionados três integrantes de cada grupo. A escolha dos respondentes foi realizada de maneira aleatória por manifestação própria daqueles que tivessem interesse em colaborar, através de publicação feita no grupo que possuem na rede social *Facebook*. Logo, só responderam os que se propuseram, não houve indução de respostas, visto que o questionário foi disponibilizado em uma ferramenta *online*, sem qualquer intervenção. Por este motivo solicitou-se que informassem via mensagem no momento em que terminassem de responder.

#### **4.4 Método de Análise**

Os dados foram analisados de maneira a descrever o funcionamento do programa, como ele é realizado na prática, fazendo um contraponto entre os elementos teóricos e práticos constatados a partir das entrevistas e questionários. Ademais, compilaram-se as impressões dos estudantes de intercâmbio referentes ao PPUb através dos questionários.

#### **4.5 Limitações da pesquisa**

Houve a intenção inicial de aplicar uma quantidade significativa de, aproximadamente, vinte questionários aos participantes do PPUb (padrinhos e afilhados), com o objetivo de avaliar de que forma o programa era visto pelos que recebiam e eram recebidos, seus pontos positivos e negativos, propor sugestões de

melhoria ou a possível implantação de um novo projeto que proporcionasse uma experiência mais enriquecedora a ambos. Porém pôde-se observar que não haveria tempo hábil, tanto para que os participantes respondessem ao questionário quanto para a compilação dos dados coletados e a incerteza de que se obteria um número de respostas significativas.

Observou-se que poder-se-ia atingir o objetivo pretendido, da mesma maneira, ao abordar, através das entrevistas e dos questionários focados em um número menor de participantes de forma mais pessoal. Outro aspecto que afetou a pesquisa foi o fato de que um dos funcionários do INT, indicado para prestar mais informações sobre o PPUb se encontrava em período de férias, atrasando, assim, a elaboração da pesquisa referente ao programa, mas não comprometendo-a.

## **5 RESULTADOS OBTIDOS**

Com base nos dados coletados, buscou-se correlacionar o embasamento teórico aqui apresentado sobre as possíveis ações de contribuição acerca do bem receber com as atividades que ocorrem na prática no Programa de Padrinhos da Universidade de Brasília.

### **5.1 O programa de padrinhos na prática**

De maneira geral o programa cumpre muito bem o papel proposto. Pôde-se perceber através do primeiro contato com o grupo do *Facebook* que muitos são prestativos e buscam auxiliar no que lhes é possível. Através dos dados levantados pôde-se depreender também que o Programa de Padrinhos da Universidade de Brasília é de grande significância, não só para aqueles que participam efetivamente, que recebem e são recebidos, mas, possivelmente, para toda a comunidade, pois ao integrar o aluno intercambista com o aluno residente promove aspectos característicos da hospitalidade, do acolhimento, visto que esses são de extrema importância no processo de bem receber, pois esses aspectos afetam todos os envolvidos direta e indiretamente, impactam na impressão que o turista terá e se desejará retornar.

### **5.2 Caracterização dos padrinhos e sua visão sobre o PPUUnB**

A faixa etária dos padrinhos é de, aproximadamente, 23 anos, com predominância do sexo masculino, diferentes cursos e desempenharam o papel de padrinhos no começo e meio de suas trajetórias acadêmicas. Conseguem definir de maneira geral acerca da hospitalidade e acolhimento e entendem claramente a proposta a que o programa se propõe, sua importância não só institucional, mas social, bem como o valor que eles têm para o PPUUnB. A participação e percepção desses atores possui grande relevância e uma percepção que deve ser destacada é a da intenção de retorno, que todos os padrinhos detectaram como positivas em seus afilhados.

Dentre os aspectos que foram considerados essenciais para recepcionar os intercambistas os padrinhos destacaram o comprometimento, o envolvimento da

universidade como um todo, o contato prévio com o intercambista, assim como, disposição e atenção. A iniciativa de participar do programa se deveu a vontade em ajudar, conhecer outras pessoas, outras culturas, trocar experiências, retribuir o conhecimento adquirido e o acolhimento recebido quando realizou viagem de intercâmbio para outro país. Acerca de suas visões sobre o programa, em geral, todos concordam com a grande satisfação em relação ao programa, destacando certos aspectos a serem melhorados, como, por exemplo, estreitar a relação dos padrinhos com o INT.

### **5.3 Caracterização dos afilhados e suas experiências**

A faixa etária dos intercambistas é de, aproximadamente, 23 anos. São de diversas nacionalidades, permaneceram entre um e dois semestres na universidade, possuem um conhecimento geral acerca da definição de hospitalidade, descrevendo-a como uma maneira de oferecer o próprio tempo, ajudar o próximo, bem receber, carinho e compreensão, aspectos que, conforme exposto ao longo do trabalho, estão inseridos no conceito de hospitalidade. Em geral a forma de comunicação inicial dos padrinhos para com seus afilhados se deu por rede social, seguido pelo contato pessoal, ao recepcioná-los no aeroporto, oferecer almoço e até mesmo apresentar a própria família ao afilhado (da), em geral, os primeiros auxílios recebidos foram em relação a matrícula, carteira estudantil e outros assuntos acadêmicos.

Não existe uma regra quanto à preparação antes de realizar o intercâmbio. Alguns fazem aulas de português, mas não é algo obrigatório. Geralmente os intercambistas dispõem dos mesmos direitos de um aluno nativo, porém, em algumas situações, não conseguem desfrutar desses direitos, como quando não existem vagas nas moradias estudantis, por exemplo, eles mesmos devem procurar um local para se hospedar. Quanto à escolha pela Universidade de Brasília para realização do intercâmbio, descrevem acerca do convênio com a faculdade de origem e devido a sua grande qualidade, superando as expectativas que tinham antes de realizar o intercâmbio.

Todos expõem a presença do padrinho/ madrinha como muito importantes no seu período de permanência, categorizando seus desempenhos como satisfatórios e muito satisfatórios. Classificam-nos como prestativos, prestando auxílio a eles, mas podendo melhorar no contato inicial em relação a assuntos acadêmicos. Em sua maioria concordam que deveria haver mais comprometimento ou mesmo treinamento dos padrinhos, para que a experiência e o bem receber sejam dados a todos e não somente àqueles que tiveram 'sorte' por ter um padrinho atencioso.

A existência de um programa de recepção ao estrangeiro foi vista como muito importante e inexistente em algumas universidades. Programas como esse já eram de conhecimento de alguns, mas foi um fator novo para outros. Quanto à experiência vivenciada todos são unânimes em suas respostas, manifestando sua enorme satisfação, com o desejo de 'voltar no tempo', como sendo muito enriquecedora, descrevendo as amizades feitas, a paixão desenvolvida pela cidade e relatando o desejo de retorno para visitar ou estudar, realizar mestrado, por exemplo.

#### 5.4 Quadro demonstrativo/ estatístico Intercâmbio

Quadro 3: Demonstrativo dos intercâmbios realizados na Universidade de Brasília

Continentes	Quadro Demonstrativo Intercâmbio																												
	Alunos																												
	Internacionais								UnB no Exterior								Ingressos Especiais PEC -G						CSF		CSF				
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	1/2015	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	1/2015	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2012/13	2013/14					
América	9	15	20	34	31	60	49	15	27	30	41	20	31	29	24	2											91		
Ásia	5	5	5	2	8	12	24	11	1	10	3	5	4	6	5	4												4	
África				2		0	7	5						0	0		8	23	7	9								0	
Europa	14	25	40	45	29	77	79	76	75	89	63	192	209	127	156	70												175	
Oceania				3		1					1	3		1	0													5	
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>45</b>	<b>65</b>	<b>86</b>	<b>68</b>	<b>150</b>	<b>159</b>	<b>107</b>	<b>103</b>	<b>129</b>	<b>108</b>	<b>220</b>	<b>244</b>	<b>163</b>	<b>185</b>	<b>76</b>	<b>8</b>	<b>23</b>	<b>7</b>	<b>9</b>							<b>275</b>		

Fonte: Assessoria de Assuntos Internacionais – INT, 2015.

Conforme dados do quadro acima, é possível verificar de maneira contábil, na prática, aspectos observados ao longo da pesquisa desenvolvida e dos resultados obtidos, no que se refere ao crescimento do segmento de Turismo e Intercâmbio, tanto no recebimento de alunos quanto na sua emissão.

Atenta-se ainda ao fato de Brasília se torna foco de um número crescente de estudantes de diversos locais, advindos de continentes cada vez mais variados. Com o exposto acerca da importância da hospitalidade no desenvolvimento deste, o

PPUnB, que recepciona esses alunos, apresenta-se com progressiva relevância no acolhimento e nas experiências vivenciadas pelos estudantes estrangeiros.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Voltando as definições iniciais da hospitalidade e do acolhimento e tendo como base os objetivos previamente definidos, pôde-se perceber nos padrinhos a vontade em receber, o desejo de transmitir àquele que chega as experiências vividas, o novo e ao mesmo tempo aprender, ser ensinado através da cultura do outro, da vivência, da língua. Ajudar está acima de tudo, o receber na própria casa, os laços criados, laços familiares que se criam com pessoas de outra família, de outro mundo, de outra cultura e que nos enriquece, nos engrandece.

O acolhimento recebido pelo intercambista pode ser um dos fatores que determinam a sua intenção de retorno ou não. Percebe-se tamanho encantamento com o modo como foram recebidos pelos padrinhos, professores e pela universidade que sentem saudade e desejam retornar, desejo esse relatado tanto pelos padrinhos, quanto pelos afilhados.

Segundo as informações obtidas percebe-se que o PPUUnB cumpre a função a que se propõe, de recepcionar, receber, acolher, auxiliar. No entanto, não são todos os padrinhos que têm a desenvoltura ou disposição necessárias, acarretando em afilhados sem padrinhos, que não veem o programa com a importância que ele possui e comprometimento que demanda.

Mesmo que padrinhos, madrinhas, afilhados e afilhadas somente entendam a definição teórica de maneira geral sobre hospitalidade, acolhimento, possuem o gesto afetivo, a solidariedade para com o outro, evidenciando que a hospitalidade é sim intrínseca ao ser humano, que se nasce com ela e que todo tipo de tentativa de comercialização que exista ou que possa um dia vir a existir não apagará, ou sequer fará sombra sobre um gesto genuíno, caridoso, primordial, dos indivíduos que vivenciam essa troca, que é acima de tudo humana, humana em todos os sentidos existentes e possíveis, nas trocas, nos olhares, na linguagem falada e corporal, no escutar, no falar, no se importar, no se preocupar, no vivenciar.

Conforme o exposto e através das respostas aos questionários pôde-se perceber que muitos intercambistas não receberam a atenção devida de seus padrinhos, ou mesmo ficaram sem o auxílio desses, visto isso sugere-se, primeiramente, uma seleção mais rigorosa, com entrevistas com os candidatos a padrinhos de modo a verificar o real interesse em participar do programa, promover uma aproximação entre o INT e os padrinhos após realizada a seleção e convocação, realizar uma reunião com todos os atores envolvidos de apresentação do programa e possíveis punições aqueles que abandonarem seus afilhados ou obtiverem uma nota baixa na avaliação de seu afilhado (da), estimular a troca entre aqueles que já foram padrinhos e aqueles que serão pela primeira vez de forma que um possa ajudar o outro no que for necessário.

A representante da coordenação de intercâmbio do INT informou que os intercambistas recebem um guia para estudantes internacionais com informações da cidade e da universidade, propõe-se que, chegando a cidade o INT realize uma nova reunião com todos os atores envolvidos, coordenadores, professores, padrinhos e os afilhados de modo que haja uma troca geral de experiências e que o convívio não seja limitado ao contato padrinho-afilhado, mas que outros padrinhos ou outros afilhados possam auxiliar nas possíveis dificuldades e que o intercambista se sinta bem recebido, nesse primeiro contato com a comunidade em geral, se sinta 'abraçado' por todos os integrantes desse processo hospitaleiro.

A elaboração pelo INT de um formulário de satisfação em relação ao programa, ao padrinho/ madrinha e a aspectos de recepção, acolhimento do aluno durante a sua permanência da universidade, todos os intercambistas deveriam preencher ao final do intercâmbio, objetivando entender as aspirações por parte dos estudantes e suas impressões captadas na prática, esses documentos serviriam de base estatística quanto à efetividade do programa e para melhorias futuras.

## REFERÊNCIAS

BOULLÓN, Roberto C. **Planejamento do Espaço Turístico**. Tradução Josely Vianna Baptista. Bauru, SP: EDUCS, 2002, 280 p.

BRASIL. Ministério da Educação e da Ciência Tecnologia e Inovação. **Ciência Sem Fronteiras: O que é**, 2015. Disponível em: <<http://www.cienciasemfronteiras.gov.br/web/csf/o-programa>> Acesso em: 13 julho 2015.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. **Marcos Conceituais**, 2006. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Marcos\\_Conceituais.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf)>. Acesso em: 03 junho 2015.

\_\_\_\_\_. **Plano Aquarela: Marketing Turístico Internacional do Brasil 2007 – 2010**, 2007. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Plano\\_Aquarela\\_2007\\_a\\_2010.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Plano_Aquarela_2007_a_2010.pdf)>. Acesso em 04 junho 2015.

\_\_\_\_\_. **Segmentação do Turismo e o Mercado**. 1. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010a. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em: 21 maio 2015.

\_\_\_\_\_. **Turismo de Estudos e Intercâmbio: orientações básicas**. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010b. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Turismo\\_de\\_Estudos\\_e\\_Intercxmbio\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Estudos_e_Intercxmbio_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)>. Acesso em 04 de junho de 2015.

BURNS, Peter M. **Turismo e Antropologia: uma introdução**. São Paulo, SP: Chronos, 2002.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **A Pesquisa em Hospitalidade**. INTERCOM 2007 - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos-SP. Anais do XXX INTERCOM. São Paulo, 2007. v. 1.

\_\_\_\_\_. Apresentação à Edição Brasileira: O estudo da hospitalidade. In: MONTANDON, Alain (org.) **O Livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011. 1437 p.

\_\_\_\_\_. **Hospitalidade**. 2. ed., rev. São Paulo: Aleph, 2005. 96 p.

\_\_\_\_\_. Os Domínios da Hospitalidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (orgs.) **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. xiv, 148 p.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade**: a inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços. São Paulo: Saraiva, 2010. xi, 259 p.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Hospitalidade Turística e Fenômeno Urbano no Brasil: Considerações Gerais. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (org.) **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002. xv, 164 p.

GRASSI, Marie-Claire. Hospitalidade: Transpor a soleira. In: MONTANDON, Alain (org.) **O Livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011. 1437 p.

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007. 191 p.

\_\_\_\_\_. **A hospitalidade na Perspectiva do Espaço Urbano**. Revista Hospitalidade. São Paulo, ano VI, n. 1, p. 04-16, jan.-jun. 2009.

LEDOUX, Sandrine. Anfitrião: Um hospedeiro que se ignora. In: MONTANDON, Alain (org.) **O Livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011. 1437 p.

LYNCH, Paul; MACWHANNELL, Doreen. Hospitalidade Doméstica e Comercial. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison, (orgs.) **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004. xvii, 424 p.

MAZZA, Débora. **Intercâmbios acadêmicos internacionais: bolsas Capes, CNPq e Fapesp**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, v. 39, n. 137, p. 521-547, ago. 2009. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-15742009000200010&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742009000200010&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 18 junho 2015. <<http://dx.doi.org/10.1590/S0100-15742009000200010>>.

OMT. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001. 371p.

PACIEVITCH, Thais. **O que é Intercâmbio?** Disponível em: <<http://www.infoescola.com/educacao/o-que-e-intercambio/>>. Acesso em: 16 junho 2015.

PATI, Camila. **As melhores universidades do Brasil, segundo o MEC, 2014**. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/as-melhores-universidades-do-brasil-segundo-o-mec>>. Acesso em: 04 junho 2015.

PERROT, Danielle. Dádiva: Hospitalidade e Reciprocidade. In: MONTANDON, Alain (org.) **O Livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011. 1437 p.

SALOMON, Délcio Vieira. **Como Fazer Uma Monografia**. 11. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2004. 425 p.

PORTO, Rafael Barreiros. Comportamento do Consumidor: História, Teoria, Função para Atividades de Marketing e seu Futuro. DEMO, Gisela (org.) **Marketing de Relacionamento & Comportamento do Consumidor: Estado da Arte, Produção Nacional, Novas Medidas e Estudos Empíricos**. 1 ed. Atlas, 2015. 424 p.

RIBEIRO, Lore Mânica. **Artigos de TCC: Procedimentos Básicos**. Disponível em: <[http://www.facitec.br/downloads\\_arquivos/APOSTILA\\_DE\\_ORIENTACAO\\_ALUNO\\_S\\_V7.pdf](http://www.facitec.br/downloads_arquivos/APOSTILA_DE_ORIENTACAO_ALUNO_S_V7.pdf)>. Acesso em: 13 julho 2015.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002. 405 p. (Série turismo).

Universidade de Brasília; Assessoria de Assuntos Internacionais. **Programa de Padrinho 2015-2**. Disponível em: <<http://www.int.unb.br/alunos-unb/padrinhos>>. Acesso em: 21 maio 2015.

\_\_\_\_\_. Federal de Lavras. **Programa Brother UFLA**. Disponível em: <<http://www.dri.ufla.br/brotherprogram/>>. Acesso em 04 de junho de 2015.

\_\_\_\_\_. Minas Gerais. **Programa de Apadrinhamento 2015/2**. Disponível em: <<https://www.ufmg.br/dri/chamada-para-participacao-do-programa-de-apadrinhamento-20152/>>. Acesso em 04 de junho de 2015.

\_\_\_\_\_. Santa Catarina. **Programa de Apadrinhamento**. Disponível em: <<http://sinter.ufsc.br/programa-de-apadrinhamento/>>. Acesso em 04 de junho de 2015.

\_\_\_\_\_. Viçosa. **Embaixadores da UFV**. Disponível em: <[http://www.dri.ufv.br/?page\\_id=25](http://www.dri.ufv.br/?page_id=25)>. Acesso em 04 de junho de 2015.

\_\_\_\_\_. do Rio Grande do Sul. **Amigo Internacional**. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/relinter/portugues/menugeral/amigo-internacional>>. Acesso em 04 de junho de 2015.

VIEIRA, Domingos. **Grande Dicionário português ou Thesouro da Língua Portuguesa**: publicação feita sobre o manuscrito original, inteiramente revisto e consideravelmente augmentado. Porto: Chardron e Morais, 1873. E - L, Vol. 3. 1360 p.

WADA, Elizabeth Kyoko. Reflexões de uma Aprendiz da Hospitalidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (orgs.) **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. xiv, 148 p.

YASOSHIMA, José Roberto; OLIVEIRA, Nadja da Silva. Antecedentes das Viagens e do Turismo. In: REJOWSKI, Mirian (org.) **Turismo no percurso do tempo**. 2. ed., rev. e atual. São Paulo: Aleph, 2005. 162 p. (Série turismo).

**ANEXO A – Quadro explicativo com os tempos/ espaços da hospitalidade humana**

<b>Categoria</b>	<b>Recepcionar</b>	<b>Hospedar</b>	<b>Alimentar</b>	<b>Entreter</b>
<b>Doméstica</b>	Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual	Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas	Receber em casa para refeições e banquetes	Receber para recepções e festas
<b>Pública</b>	A recepção em espaços e órgãos públicos de livre acesso	A hospedagem proporcionada pela cidade e pelo país	A gastronomia local	Espaços públicos de lazer e eventos
<b>Comercial</b>	Os serviços profissionais de recepção	Hotéis Hospitais e casas de saúde Presídios	A restauração	Eventos e espetáculos Espaços privados de lazer
<b>Virtual</b>	A net-etiqueta do enviar e receber mensagens por meios eletrônicos	Sites e hospedeiros de sites	A gastronomia eletrônica	Jogos e entretenimento

Fonte: CAMARGO, 2003, p. 19.

## APÊNDICE A – Roteiro de elaboração de trabalho

<p>- Abordar as noções de hospitalidade relacionadas à acolhida de estrangeiros</p>	<p>Selecionar, ler e fichar textos e documentos sobre a hospitalidade e o turismo na acolhida dos estrangeiros</p>
<p>- Apresentar como funciona o Programa de Padrinhos da UnB</p>	<p>Quem são os estrangeiros?          Quem são os padrinhos?          Como é o ritual da recepção / hospitalidade?          Existe algum material impresso ou <i>online</i> de orientação para os que são acolhidos e para aqueles que acolhem?</p>
<p>- Verificar se a teoria e a prática do Programa possuem alguma correlação</p>	<p>Através da realização de entrevistas e questionários.</p>

## **APÊNDICE B - Roteiro de entrevista com a responsável pelo grupo de participantes na rede social**

- Sobre o grupo na rede social:
  - Quem organiza o grupo no *Facebook*? São só os participantes ou alguém da INT o administra?
  - Fazem parte do grupo somente os padrinhos ou os afilhados também?
  
- Sobre o programa:
  - Vocês somente recebem alunos de universidades estrangeiras ou de outras universidades estaduais também?
  
- Padrinhos / Convocação
  - Como é feita a convocação, por *e-mail*, telefone? Depois que são chamados, qual é o processo que os possíveis padrinhos passam para receber os intercambistas? Há algum treinamento ou preparação?
  
- Afilhados/ Preparação
  - Quanto aos alunos que virão, na universidade de origem eles são preparados de alguma forma para vir para cá? Quais os requisitos para que eles consigam vir?
  
- Informações Adicionais:
  - Você conhece alguém que trabalhe no INT e que se disponha a responder outras perguntas?

## **APÊNDICE C – Roteiro de entrevista com a responsável pela coordenação de intercâmbio da Assessoria de Assuntos Internacionais (INT) da Universidade de Brasília**

- Sobre o Programa de Padrinhos da UnB:

Constatar se a coordenadoria tem percepção da proporção que a recepção que o programa proporciona pode ter. O que você entende por hospitalidade? Você acredita que a UnB exerce o acolhimento dos estudantes de intercâmbio estrangeiro? Como? Falta algo?

- Padrinhos:

- Os padrinhos recebem algum treinamento/preparação antes de receber os (as) afilhados? Como funciona o processo de convocação?

- Os padrinhos recebem algo em troca?

- Afilhados/ requisitos:

- Os intercambistas são preparados antes de vir? Quais são os requisitos para que eles consigam vir?

- Afilhados/ Direitos:

- Quais são os direitos dos afilhados? Eles têm todos os direitos de um aluno normal? Tem direito à moradia e à bolsa permanência?

- Afilhados/ Satisfação:

- Existe algum mecanismo que meça a satisfação dos intercambistas? E dos padrinhos? Possuem algum arquivo que contenha o número anual de intercambistas recebidos pela universidade?

**APÊNDICE D – Roteiro de entrevista com os integrantes do PPUUnB (padrinhos)**

- Aspectos Gerais
  - Qual a sua idade?
  - Em que semestre você foi padrinho?
  - Qual o seu semestre atualmente?
  - Qual o seu curso?
- Conhecimentos Gerais
  - O que você entende por hospitalidade? Você acredita que o Programa de Padrinhos desempenha a hospitalidade?
- Acerca do programa
  - Como você vê o programa de padrinhos da UnB? Qual a função do programa?
  - Qual a importância desse programa para a universidade e para a comunidade como um todo?
  - Você acredita que o programa desempenha bem, na prática, o papel ao qual se propõe, teoricamente? Como? Falta algo? O quê?
  - De 1 a 5, estipule o seu nível de satisfação com o programa e diga o porquê da nota.
  - Você acredita ter uma função importante no programa? Por quê?
  - O que você considera essencial no acolhimento aos afilhados (das)?
    - Treinamento padrinhos
      - Você acha que haveria necessidade de um treinamento dos padrinhos/ madrinhas para melhor receber os intercambistas?
  - Intenção de Retorno
    - Você percebe nos intercambistas a intenção de um retorno futuro?
  - Candidatura e experiência
    - Por que você decidiu se candidatar a participar do programa? O que buscava? O programa supriu as suas expectativas? Você conseguiu obter aquilo que buscava?
    - Em quais aspectos essa experiência acrescentou para você? Por que?

## **APÊNDICE E – Roteiro de entrevista com os participantes do PPUb (afilhados)**

- Aspectos Gerais
- Qual a sua idade?
- Qual a sua nacionalidade?
- Em qual semestre você realizou o intercâmbio?
  - Conhecimentos Gerais
  - O que você entende por hospitalidade? Você acredita que o programa de padrinhos desempenha a hospitalidade?
  - Primeiros contatos padrinhos-afilhados
  - Como foi o seu primeiro contato com o seu padrinho/ madrinha? Como você foi recepcionado?
  - Quais foram as primeiras atitudes do seu padrinho/ madrinha para te auxiliar?
    - Preparação
    - Você teve algum preparo antes de vir? Quais foram?
      - Acerca dos padrinhos
      - Qual a importância do seu padrinho/ madrinha no seu período de permanência na universidade?
      - O desempenho do seu padrinho/ madrinha foi satisfatório? Você acrescentaria ou melhoraria algo? O quê? Por que?
      - De 1 a 5, estipule o seu nível de satisfação com o seu padrinho/ madrinha e diga o porquê da nota.
        - Direitos
        - Você dispõe de todos os direitos de um aluno da universidade, como moradia estudantil e bolsa permanência?
          - Experiência
          - Qual a importância dessa experiência na sua vida? Quais aspectos do acolhimento recebido você destaca?
          - A experiência foi enriquecedora para você?
          - De 1 a 5, estipule o seu nível de satisfação com a experiência vivida e diga o porquê da nota.

- Treinamento padrinhos
- Você acha que haveria necessidade de um treinamento dos padrinhos/ madrinhas para melhor receber os intercambistas?
  - Intenção de Retorno
- Você saiu de Brasília com a intenção de retornar futuramente?
  - Decisão pela Universidade

Por que você escolheu a universidade de Brasília? Quais as suas impressões? O que buscava? O interÂmbio supriu as suas expectativas? Você conseguiu obter aquilo que buscava?

- Acerca do programa
- Você sabia da existência do programa de padrinhos? Você considera importante um programa como esse? Existe algum programa similar a esse na sua universidade de origem?

## APÊNDICE F - Perguntas e respostas padrinhos PPUb

Ordem	Perguntas	Respostas
1	Qual a sua idade?	23
		24
		23
2	Em que semestre você foi padrinho/madrinha?	1º/2013
		1º/2013
		1º/2013
3	Qual o seu semestre atualmente?	*****
		8º
		5º
4	Qual o seu curso?	Administração
		Direito
		Jornalismo
5	O que você entende por hospitalidade? Você acredita que o programa de padrinhos desempenha a hospitalidade?	Sim, desempenha. Hospitalidade é o acolhimento do intercambista, ajudando-o a se adaptar à nova cultura e à nova rotina.
		Sim, acredito que ter alguém para fazer contato em um país no qual você vai fazer intercâmbio te traz bastante conforto, mesmo que às vezes não haja um controle sobre a atenção que necessitamos desempenhar pelos afilhados estrangeiros
		Sim, pois faz com que o intercambista já se sinta familiarizado com a universidade.
6	Como você vê o programa de padrinhos da UnB? Qual a função do programa?	O objetivo dele é ajudar o intercambista a se situar em Brasília. Eles pedem que você execute pelo menos algumas atividades: ajuda na resolução de coisas burocráticas, tipo documentação e matrícula, e ambientação antes e na chegada. Acho que isso é o mínimo que o programa deve proporcionar. Fiz intercâmbio e outras coisas que tive no exterior e que a UnB poderia desenvolver é passeios, encontros em locais. Também acho que o INT poderia conhecer melhor os padrinhos.
		O programa põe estudantes da UnB em contato com estudantes estrangeiros, acredito que isso nos faz desempenhar uma função de anfitriões e ao mesmo tempo ganhamos amigos/contatos estrangeiros.
		Acredito que a função principal é auxiliar em todos os primeiros momentos na cidade e na Universidade. Para que ele se sinta seguro.
7	Qual a importância desse programa para a universidade e para a comunidade como um todo?	É importante para a internacionalização da UnB e, conseqüentemente, da comunidade também. É uma forma de termos contato com novas culturas sem precisarmos sair da cidade.
		A internacionalização da universidade trazendo o intercâmbio como valor e parte da experiência acadêmica
		A troca de cultura

8	<b>Você acredita ter uma função importante no programa? Por que?</b>	Sim. Quando fui para o exterior, tive um suporte muito grande, principalmente de forma mais institucionalizada. Quis retribuir muito isso. Por isso, além de prestar o mínimo citado anteriormente, sempre fiz questão de conhecer todos e sair algumas vezes com eles. No final das contas, era "padrinho" de vários. No semestre seguinte, por exemplo, apesar do INT não me selecionar para ser padrinho, "adotei" uma intercambista espanhola cujo padrinho nunca havia aparecido. Portanto, me envolvi muito no programa.
		Sim, acredito que acrescenta bastante na experiência acadêmica
		Sim, acredito que todos nós temos uma função importante
9	<b>Você acredita que o programa desempenha bem, na prática, o papel ao qual se propõe, teoricamente? Como? Falta algo? O quê?</b>	O programa cumpre o papel para a qual se propõe que é conectar estudantes da UnB para dar um suporte inicial para os intercambistas. Porém, falta um pouco mais de conhecimento do INT com os padrinhos, para eles se sentirem parte do programa. Além disso, proporcionar também para os intercambistas momentos de contato entre o INT, talvez professores, mais alunos, e padrinhos. Enfim, creio que atividades mais sistematizadas poderiam agregar muito!
		O programa não tem muitas regras, vai de cada padrinho, da sua disponibilidade, mas acredito que cumpra seu papel.
		Acredito que sim. Não tive grandes problemas, mas acho que deveriam mandar todos os passos que o intercambista deve seguir dentro da universidade.
10	<b>Você acha que haveria necessidade de um treinamento dos padrinhos/madrinhas para melhor receber os intercambistas?</b>	Talvez não treinamento, mas sim melhor seleção. Era muito comum ter intercambistas sem padrinhos no início do semestre.
		Não
		Com certeza, de preferência com antigos participantes e professores da determinada língua para dar dicas.
11	<b>Em quais aspectos essa experiência acrescentou para você? Por que?</b>	Conheci pessoas fantásticas do mundo todo! Ontem mesmo estava conversando com uma intercambista do Chile da minha época e ela vive me cobrando uma visita. Espero poder economizar nas minhas viagens internacionais. Além disso, conheci muitas culturas e costumes.
		Ganhei colegas que troquei experiências internacionais desde como é a vida de estudante fora do país até a vida/cultura em geral
		A troca de experiências, uma nova amizade como se fosse da família e conhecer outras áreas da UnB. Acredito também que ajuda na língua.

12	<b>Você percebe nos intercambistas a intenção de um retorno futuro?</b>	Sim
		Sim
		Sim
13	<b>O que você considera essencial no acolhimento aos afilhados (das)?</b>	Considero essencial um maior envolvimento, em formato de rede. Os coordenadores de curso, por exemplo, não dão tanta moral para os intercambistas. Brasileiros gostam de estrangeiros, mas poucos estudantes se envolvem mesmo (seja por falta de tempo ou falta de conhecimento). Professores geralmente são acolhedores, alguns são super compreensivos quanto ao idioma. Enfim, acho que o essencial é que não só meia dúzia de padrinhos e o INT façam o trabalho, mas que toda a UnB se mobilize para receber os alunos internacionais.
		Entrar em contato, se dispor a o que o intercambista necessitar e manter um contato prévio para o estrangeiro saiba que ele tem com quem contar na UnB.
		Atenção e fácil mobilidade
14	<b>Por que você decidiu se candidatar a participar do programa? O que buscava? O programa supriu as suas expectativas? Você conseguiu obter aquilo que buscava?</b>	Decidi participar para retribuir o suporte que recebi quando fui intercambista. Buscava conhecer gente de outros países, novas culturas e novos hábitos. Também era muito bom sair com eles, já que quase todos finais de semana eles encontravam algo bacana para fazer.
		Queria conhecer pessoas, trocar experiências.
		Buscava ajudar
15	<b>De 1 a 5, estipule o seu nível de satisfação com o programa e diga o porquê da nota.</b>	4, pois acho que o programa é bom, mas precisa de mais institucionalização, conforme me expressei nos comentários anteriores.
		4
		5

## APÊNDICE G - Perguntas e respostas a filiados PPUUnB

Ordem	Perguntas	Respostas
1	Qual a sua idade?	24
		21
		26
2	Qual a sua nacionalidade?	Mexicana
		Americana
		Chilena
3	Em qual semestre/ano você realizou o intercâmbio?	2º/2013 e 1º/2014
		2º/2013
		2º/2013
4	O que você entende por hospitalidade? Você acredita que o programa de padrinhos desempenha a hospitalidade?	Hospitalidade é oferecer seu tempo, ajudar ao próximo. Eu acho que sim, minha madrinha foi a melhor de todas, sem ela meu intercâmbio tivesse sido bem diferente e bem mais difícil de me acostumar.
		Sim, meu padrinho me ajudou muito durante meu tempo no Brasil.
		Eu entendo por hospitalidade a possibilidade de bem receber uma pessoa estrangeira num país desconhecido. Nesse sentido, o programa de padrinhos sim desempenha a hospitalidade pelo fato do estrangeiro receber uma ajuda para se instalar na nova cidade, além de ter teto, o estrangeiro recebe carinho e compreensão por pessoas que moram na cidade que o estrangeiro está chegando.
5	Como foi o seu primeiro contato com o seu padrinho/madrinha? Como você foi recepcionado?	Ela contatou-me por <i>e-mail</i> e <i>Facebook</i> , falamos uns dias antes que eu chegasse ao Brasil. Quando cheguei ela foi me buscar no aeroporto, levou-me ao meu apartamento e me ensinou sobre a cidade e sobre a UnB.
		Ele me levou para almoçar juntos! Muito amável!
		Meu padrinho me adicionou ao <i>Facebook</i> , minha recepção foi perfeita. A família de meu padrinho se transformou em minha família em Brasília, eu só morei 10 dias com eles, mas gerei muito carinho pela família toda.
6	Quais foram as primeiras atitudes do seu padrinho/madrinha para te auxiliar?	Ela foi bem legal, não só me ajudou, ela tornou-se uma amiga, e sempre estava ajudando aos outros intercambistas
		Ele sempre queria me ajudar em qualquer forma eu precisava
		Meu padrinho falava espanhol, ele me ajudou a pegar as carteirinhas que eu precisava para me desenvolver durante o intercâmbio.
7	Você teve algum preparo antes de vir? Quais foram?	Ela me falou sobre o clima da cidade, sob onde era melhor morar.
		Já fiz aulas de português antes de ir.
		Eu não tive muitas preparações, eu peguei o visto e me comuniquei com meu padrinho pelo <i>Facebook</i> .
8	Qual a importância do seu padrinho/madrinha no seu período de permanência?	Foi de muita importância, meus pais ficaram mais tranquilos quando eu lhes falei dela e também as coisas ficaram mais certas graças a ela.
		Ele era muito importante, mas achei outros amigos.
		Foi muito importante, ele e a família dele sempre me ajudaram com qualquer coisa que eu precisei.

9	<b>Você dispôs de todos os direitos de um aluno da universidade, como moradia estudantil e bolsa permanência?</b>	Não, eu tive que alugar um apartamento na asa norte, porque não tinham mais vagas na moradia de UnB
		Não usei os mesmos direitos
		Sim.
10	<b>Qual a importância dessa experiência na sua vida? Quais aspectos do acolhimento recebido você destaca?</b>	O meu intercâmbio mudou minha vida, eu conheci pessoas bem legais e fiquei apaixonada pelo Brasil, a verdade eu tive sorte de ter uma madrinha como a minha. O acolhimento dela e do pessoal de serviço assim como dos professores foi ótimo, só meus companheiros das aulas não foram tão acolhedores assim (em comparação com o México)
		Foi muito importante! Ainda penso no Brasil muito
		Foi importante porque desde o começou eu matei saudade pelo fato de ser bem-vindo pela nova família. Meu padrinho foi um bom amigo que sempre teve disposição a me ajudar.
11	<b>Você acha que haveria necessidade de um treinamento dos padrinhos/madrinhas para melhor receber os intercambistas?</b>	Pode ser, mas o que eu faria é que os padrinhos e madrinhas realmente se comprometessem em ajudar aos intercambistas porque eu tive sorte, mas outros amigos intercambistas não tiveram a mesma sorte, muitos deles não tiveram padrinhos e ao começo de chegar ao Brasil estavam sozinhos e eles tiveram que pesquisar tudo por sua conta.
		Não. Eles já sabiam o que eles precisavam fazer.
		Seria bom treinar a padrinhos, porque tem padrinhos que trabalham mais que outros.
12	<b>Você saiu de Brasília com a intenção de retornar futuramente? Por que?</b>	Com certeza eu quero voltar, Brasília tornou-se minha segunda moradia, aí conheci pessoas incríveis, e gostaria de voltar para fazer um mestrado.
		Sim, tenho toda intenção de voltar.
		Eu quero voltar, porque amei a cidade e gostaria de estudar um mestrado.

13	<b>O desempenho do seu padrinho/ madrinha foi satisfatório? Você acrescentaria ou melhoraria algo? O quê? Por que?</b>	Foi mais que satisfatório, sério ela tornou-se numa amiga eu a considero quase minha irmã
		Foi satisfatório. Ele podia me ajudar um pouco mais com matricula.
		Foi satisfatório demais. Não melhoraria nada, tive muita sorte com o padrinho que recebi e com a família dele.
14	<b>Por que você escolheu a universidade de Brasília? Quais as suas impressões? O que buscava? O intercâmbio supriu as suas expectativas? Você conseguiu obter aquilo que buscava?</b>	A verdade minha universidade foi quem a escolheu, eu queria muito ir ao Brasil, mas eles me deram à opção para ir a Brasília, sim com certeza superou minhas expectativas, tive muitos bons professores também.
		UnB era uma das melhores universidades para estrangeiros. Gostei muito mesmo.
		Escolhi a UnB porque era uma boa universidade. Tive uma boa impressão, fiquei feliz e agradecido pela experiência, procurava aprender uma nova língua e ao mesmo tempo ter uma experiência de intercâmbio. Consegui tudo e inclusive mais do que eu buscava.
15	<b>A experiência foi enriquecedora para você?</b>	Foi a experiência mais enriquecedora de minha vida
		Sim! Aprendi muito
		Demais.
16	<b>Você sabia da existência do programa de padrinhos? Você considera importante um programa como esse? Existe algum programa similar a esse na sua universidade de origem?</b>	Não eu não sabia, até que minha madrinha me contactou. Não em minha universidade não tem nada igual com isso com certeza é importante um tipo de programa como esse, assim o estrangeiro não fica tão perdido num novo mundo para ele.
		Sim, acho que este programa é muito importante para estrangeiros.
		Sim sabia e sim considero importante.

17	<b>De 1 a 5, estipule o seu nível de satisfação com o seu padrinho/madrinha e diga o porquê da nota.</b>	5 Eu acho que já falei, ela me ajudou o tempo todo.
		4 Ele podia me ajudar mais com matrícula.
		5 Ele me ajudou muito, dormi na casa da família dele.
18	<b>De 1 a 5, estipule o seu nível de satisfação com a experiência vivida e diga o porquê da nota.</b>	5 Até gostaria de voltar o tempo para viver de novo tudo.
		5 Foi muito bom!
		5 Foi perfeita, fiz amigos para a vida inteira, me apaixonei pela cidade, pelas pessoas que conheci e pela experiência que vivi.