



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO DE TURISMO

Hermana Jacinta Lucia Rebouças de Gois

**TURISMO DE INTERCÂMBIO: Análise das motivações e expectativas dos
brasileiros ao realizarem o intercâmbio em Dublin - Irlanda**

Natal
2013

Hermana Jacinta Lucia Rebouças de Gois

**TURISMO DE INTERCÂMBIO: Análise das motivações e expectativas dos
brasileiros ao realizarem o intercâmbio em Dublin - Irlanda**

Monografia apresentado ao Curso de
Turismo da Universidade Federal do Rio
Grande do Norte, como requisito para
obtenção do Título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Sinthya Pinheiro Costa, MSc.

Natal
2013

Catálogo da Publicação na Fonte.
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Góis, Hermana Jacinta Lúcia Rebouças de.

Turismo de intercâmbio: análise das motivações e expectativas dos brasileiros ao realizarem o intercâmbio em Dublin - Irlanda/ Hermana Jacinta Lúcia Rebouças de Góis. - Natal, RN, 2013.
71f.: il.

Orientador^a: Prof^a. M. Sc. Sinthya Pinheiro Costa.

Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Turismo.

1. Turismo de intercâmbio – Irlanda - Monografia. 2. Comportamento do consumidor - Turismo - Monografia. 3. Motivação - Monografia. I. Costa, Sinthya Pinheiro. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48

Hermana Jacinta Lucia Rebouças de Gois

Turismo de Intercâmbio: análise das motivações e expectativas dos brasileiros ao realizarem o intercâmbio em Dublin – Irlanda, monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte/RN, como requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Turismo.

Aprovada em 12/06/2013.

BANCA EXAMINADORA:

Msc. Sinthya Pinheiro Costa

Orientadora – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Msc. Saulo Gomes Batista

Examinador – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Msc. Márcio Marreiro das Chagas

Examinador – Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Dedicatória

Dedico

A minha Mãe,

Aos meus irmãos,

A minha cunhada/irmã,

E a minha sobrinha.

Agradecimentos

A Deus, primeiramente, por me mostrar sempre os melhores caminhos a serem seguidos, pela força e fé nos momentos mais difíceis, por sempre preencher meu coração de paz e por todas as oportunidades que tive durante a minha vida.

A minha mãe, Jacinta, por ser a minha fortaleza e razão da minha vida, por sempre me apoiar em todas as decisões, por várias vezes me incentivar e nunca deixar de acreditar em mim, por ter dito nos meus momentos de desânimo que é preciso ser otimista, por todo amor, carinho, atenção, dedicação e força.

Aos meus irmãos, Sérgio e Rudson, por todo carinho, proteção, ajuda e companheirismo em todos os momentos em que precisei.

A minha cunhada, Thatyanne por sempre ter sido a irmã que eu nunca tive, pela atenção e carinho em diversas situações.

A minha sobrinha, Sarah, por me trazer doces sorrisos todas as manhãs, por seu jeito carinhoso, alegre e por sempre tornar os meus momentos em diversão.

Ao meu pai, Junior, que apesar de toda a ausência nunca deixou de acreditar e torcer por mim.

A toda minha família que de alguma forma também me apoiaram durante a minha vida contribuindo para essa realização.

As minhas amigas, Andressa, Ana Catarina, Michelle, Taíze, Marina e ao meu amigo Renato pela amizade, risadas, resenhas durante esses anos e que apesar da distância sempre conseguimos manter proximidade de alguma forma.

As minhas amigas Natália, Nayara, Ruth, por serem companheiras, divertidas, por tornarem os trabalhos de faculdade prazerosos e por toda compreensão tida diante das obrigações pessoais e acadêmicas de cada uma.

A todos os professores da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, os quais contribuíram para a minha formação acadêmica e também pessoal em virtude das exigências e conselhos.

A minha orientadora, Sinthya Costa, por ter aceitado me orientar mesmo não me conhecendo, por conceder seu pouco tempo livre para tirar minhas dúvidas, por me ajudar sempre que precisei e por passar segurança e tranquilidade diante das incertezas.

Aos professores Saulo e Márcio por disponibilizarem seu tempo para fazer parte da banca. E por serem sempre atenciosos e disponíveis a ajudar. Agradeço, ainda, ao professor Saulo por ter indicado minha orientadora, sem a qual este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos meus amigos de intercâmbio em especial a Joyce, por ter sido a melhor amiga-irmã, divertida, doida, companheira e por todo apoio, conselho, abraços e paciência tida em todos os momentos difíceis do intercâmbio. E a Jonathan por sua amizade, atenção, otimismo, tranquilidade e ajuda.

E a todos os meus colegas de intercâmbio que ajudaram respondendo a pesquisa e a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram para a realização desse trabalho.

*"Se não puderes ser um pinheiro, no topo de
uma colina, sê um arbusto no vale, mas sê o
melhor arbusto à margem do regato.
Sê um ramo, se não puderes ser uma árvore.
Se não puderes ser um ramo, sê um pouco de
relva e dá alegria a algum caminho.
Se não puderes ser uma estrada, sê apenas
uma senda.*

*Se não puderes ser o Sol, sê uma estrela.
Não é pelo tamanho que terás êxito ou
fracasso...*

Mas sê o melhor no que quer que sejas".

Pablo Neruda

RESUMO

Este trabalho pretendeu analisar as motivações e expectativas dos brasileiros com relação ao intercâmbio e ao destino Dublin-Irlanda. Para tanto se realizou um estudo exploratório-descritivo, com enfoque quali-quantitativo. A coleta de dados foi realizada através do questionário elaborado a partir do Google Drive e respondido via internet por brasileiros que realizaram e ainda estão realizando o intercâmbio na cidade de Dublin. A amostra foi não-aleatória através do método da amostragem por intencionalidade chegando-se ao número de 30 entrevistados. A análise dos dados revelou o perfil dos brasileiros que escolhem Dublin para viagem de intercâmbio, como sendo em sua maioria composta por jovens entre 23 e 25 anos, solteiros, com ensino superior completo e incompleto e renda familiar acima de 10 salários mínimos. Os resultados indicaram ainda que há um número considerável de intercambistas do estado de São Paulo, Rio Grande do Norte e Minas Gerais. Verificou-se, também, que o preço, a facilidade de visto e a permissão para trabalhar foram os motivos principais relatados pelos brasileiros para a escolha de Dublin, e que o nível de inglês é um fator relacionado diretamente com as expectativas positivas do intercâmbio. Observou-se que as contribuições do intercâmbio em suas vidas foram muito positivas, principalmente em relação ao crescimento e desenvolvimento pessoal e profissional.

Palavras-Chave: Intercâmbio. Motivação. Expectativa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the Brazilians' motivations and expectations with respect to the exchange and the destination Dublin-Ireland. For that we conducted a descriptive exploratory study with qualitative and quantitative approach. Data collection was conducted by questionnaire from Google Drive and answered via internet by Brazilians who performed and are still performing the exchange in the Dublin's city. The sample was non-random by intentionality by coming up to the number of 30 respondents. Data analysis revealed the profile of Brazilians who decide to travel to realize the exchange in Dublin, as being mostly composed of young people between 23 and 25 years old, unmarried, with complete and incomplete higher education and family income above 10 minimum wages. The results also indicated that there are a substantial number of exchange students from the state of São Paulo, Rio Grande do Norte and Minas Gerais. The price, the ease of visa and the permission to work were the main reasons reported by Brazilians for choosing Dublin, and that the level of English is a factor directly related to the positive expectations of the exchange. It was observed that the exchange's contributions in their lives were very positive, especially in relation to growth and development personal and professional.

Keywords: Exchange. Motivation. Expectation.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Quem faz turismo.....	22
FIGURA 2	Definições dos tipos de viajantes.....	22
FIGURA 3	Estrutura do processo de tomada de decisão pelo consumidor.....	30
FIGURA 4	Tipologia das motivações em turismo.....	33
FIGURA 5	Mapa dos estados e regiões da Irlanda.....	36
FIGURA 6	Parada do Festival St. Patrick 2013.....	38
FIGURA 7	Tradicional Música Irlandesa.....	38
FIGURA 8	Partida de Rugby – Irlanda x Argentina.....	39
FIGURA 9	Rio Liffey.....	40
FIGURA 10	Castelo de Dublin.....	41
FIGURA 11	Página Chi-Rho do Livro de Kells.....	42
FIGURA 12	Museu Nacional da Irlanda.....	42
FIGURA 13	Temple Bar, o pub mais famoso de Dublin.....	43
FIGURA 14	Estátuas humanas na Grafton Street.....	44
FIGURA 15	Parque St. Stephens Green.....	44

LISTA DE TABELAS

TABELA 1	Estudantes não europeus matriculados por setor.....	18
TABELA 2	Estudantes de Língua Inglesa por nacionalidade.....	19
TABELA 3	Bases para a segmentação de mercado.....	23
TABELA 4	Uma seleção da classificação das necessidades humanas de Murray que podem ser aplicáveis ao comportamento do turista.....	32

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	Tipos de Intercâmbio Cultural.....	25
QUADRO 2	Programas Educacionais.....	26
QUADRO 3	Resumo do perfil dos brasileiros que realizam/realizaram intercâmbio em Dublin.....	58

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	Número de brasileiros que fizeram intercâmbio (ano/mil).....	16
GRÁFICO 2	Gênero (%).....	50
GRÁFICO 3	Faixa Estária (%).....	51
GRÁFICO 4	Estado civil.....	52
GRÁFICO 5	Naturalidade (%).....	53
GRÁFICO 6	Escolaridade.....	53
GRÁFICO 7	Renda familiar.....	54
GRÁFICO 8	Situação dos intercambistas (%).....	55
GRÁFICO 9	Tempo de intercâmbio (%).....	56
GRÁFICO 10	Intercambistas que estudaram e trabalharam (número/duração)...	56
GRÁFICO 11	Intercambistas que apenas estudaram (número/duração).....	57

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BELTA	BRAZILIAN EDUCATIONAL & LANGUAGE TRAVEL ASSOCIATION
CSO	CENTRAL STATISTICS OFFICE
EMBRATUR	EMPRESA BRASILEIRA DE TURISMO
ICOS	IRISH COUNCIL FOR INTERNATIONAL STUDENTS
OMT	ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO
PNT	PLANO NACIONAL DO TURISMO
UNESCO	UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 Problemática.....	15
1.2 Justificativa.....	18
1.3 Objetivos.....	20
1.3.1 Geral.....	20
1.3.2 Específicos.....	20
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
2.1 Turismo de Intercâmbio.....	21
2.2 Comportamento do Consumidor no Turismo.....	29
2.2.1 Motivações no Turismo.....	31
2.3 Dublin – Irlanda.....	35
3 METODOLOGIA.....	46
3.1 Tipo de Estudo.....	46
3.2 Universo da Pesquisa.....	47
3.3 Coleta de Dados.....	48
3.4 Plano de Análise dos Dados.....	48
4 ANÁLISE DOS DADOS.....	50
4.1 Perfil dos Brasileiros que realizam/realizaram Intercâmbio em Dublin	
– Irlanda.....	50
4.2 Análise das motivações e expectativas.....	58
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
REFERÊNCIAS.....	67
APÊNDICE A.....	70

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problemática

É evidente a consolidação das atividades turísticas, seja voltada para o lazer bem como para outras finalidades. Dentre estas se encontra em crescimento as viagens de intercâmbio, ou seja, viagens de cunho educativo e principalmente cultural. Vale salientar que as oportunidades expressivas de intercâmbio e as novas formas de experiências culturais ocorreram com a globalização quando houve uma intensificação das interações entre as culturas.

No entanto, foi a partir da década de 70 que as pessoas de diferentes classes sociais e diversos países começaram a viajar para todas as partes do mundo com as mais variadas motivações, sendo a principal delas estudar no exterior (PEIXOTO, 2005). É importante ressaltar ainda, que as viagens de caráter educativo obtiveram impulso com a Revolução Industrial, quando as pessoas passaram a valorizar as viagens e ter uma visão de mundo mais ampla, fato que proporcionou um aumento no número de pessoas que viajavam pela busca de informações e cultura.

A diversidade da oferta turística mundial e a expansão do mercado são fatores que igualmente contribuíram para o crescimento de viagens de intercâmbio. E esse aumento é percebido uma vez que existe uma boa procura, ou seja, um grande número de pessoas buscando realizar o desejado intercâmbio.

Além da enorme procura pelo intercâmbio por parte de jovens e adultos, esse segmento do turismo é também privilegiado afinal acontecem em praticamente todos os países, durante todo o ano e principalmente pelo fato de poder ocorrer independentemente de características geográficas e climáticas específica. Pode-se dizer ainda que o Turismo de Estudos e Intercâmbio é um segmento amplo, o qual engloba diversas atividades (BRASIL, 2010).

De acordo com levantamentos preliminares, existem no Brasil mais de 150 instituições públicas e privadas que trabalham com esse tipo de turismo, tanto na recepção como no envio de turistas de estudos e intercâmbio - agências de intercâmbio, escolas de idiomas, instituições de ensino médio e superior (BRASIL, 2010).

A educação internacional tornou-se parte fundamental nas balanças comerciais de países como Estados Unidos da América, Nova Zelândia, Reino Unido, Austrália e Japão. E estatísticas indicam que apenas os estudantes com ensino médio completo que buscam uma instituição de ensino no exterior já somem 1,5 milhões de pessoas no mundo e movimentem US\$ 30 bilhões por ano (BRASIL, 2010).

Destaca-se ainda que nos países desenvolvidos ou nas classes dominantes dos países mais pobres, a demanda intelectual dos jovens cresceu nos últimos 30 anos (BRASIL, 2010). Isso significa que o nível de instrução atingiu parcelas maiores da população, ou seja, houve uma massificação, uma democratização de bens e equipamentos culturais.

Conforme estudo de Inteligência de Mercado para o Segmento de Estudos e Intercâmbios, existem atualmente no mundo mais de 3 milhões de estudantes fora de seus países e esse número vai ser de aproximadamente 8 milhões no ano de 2025 (EMBRATUR/BELTA, 2009). A partir destes dados é fundamental enfatizar que no Brasil esse número também é significativo e a cada ano vem aumentando, fato que fica comprovado no gráfico 1, que apresenta um crescimento no período de 2009 a 2011.



Gráfico 1: Número de brasileiros que fizeram intercâmbio (ano/mil)
Fonte: BELTA, 2012

Este gráfico mostra que em 2009 o número de estudantes brasileiros no exterior foi em torno de 140 mil e em 2011 esse número ultrapassou os 200 mil

estudantes, ou seja, em dois anos teve um aumento de mais de 60 mil. Confirma, ainda, o crescimento que vem ocorrendo desde a época da Revolução Industrial, assim como uma tendência para os anos futuros não só do Brasil como para diversos outros países.

Segundo o Ministério do Turismo (2010), a maior parte dos intercâmbios de brasileiros é realizada por estudantes de segundo e terceiro graus, os quais procuram aprender uma língua nova. Sabe-se que o conhecimento ou aprimoramento de uma segunda língua tem peso quando um jovem decide realizar o intercâmbio, no entanto existem outras importantes motivações como a oportunidade de conhecer uma nova cultura e vivenciar uma experiência única, qualificação e ampliação de conhecimento, desenvolvimento pessoal e profissional, dentre inúmeras outras.

É importante considerar que outro fator relevante para os que desejam realizar o intercâmbio é com relação ao país de destino, uma vez que essa escolha pode exercer uma influência positiva ou negativa no que tange ao motivo de escolha do intercambista, afinal o valor da experiência educacional internacional varia segundo o país de origem e de destino.

Pensando nisso, este trabalho pretende responder o seguinte questionamento: **o que motiva os brasileiros a escolherem Dublin, Capital da Irlanda como destino para a viagem de Intercâmbio?**

1.2 Justificativa

O estudo desenvolvido se justifica do ponto de vista prático, em razão da importância e do crescimento que o intercâmbio tem apresentado ao longo dos anos e por estar sendo cada vez mais praticado, difundido e acessível ao público. Este segmento do turismo tem movimentado milhões de pessoas para diferentes países em todo o mundo e isto surte efeitos positivos para países receptores, emissores e para as pessoas que o realizam. Com relação a isto, sabe-se que são vários os benefícios, seja na vida pessoal e profissional do intercambista.

E pelo fato de prover uma análise da motivação do público ao decidir realizar o intercâmbio em Dublin, capital da Irlanda, em detrimento de diversos destinos. Identificar até mesmo outros fatores importantes que exercem influência para essa decisão. Destaca-se, inclusive, como resultado pretendido, mostrar o perfil desses intercambistas, conhecer os pontos positivos ao realizar o intercâmbio e, principalmente saber se as expectativas desse público antes de viajar foram realmente alcançadas ao fim do intercâmbio.

Levando em consideração o aumento no número de brasileiros no exterior e o fato da pesquisa abordar o intercâmbio na cidade de Dublin, faz-se necessário mostrar alguns dados importantes. De acordo com ICOS, em 2009 o número de estudantes não europeus matriculados na Irlanda foi de 34.557, conforme tabela 1.

Tabela 1: Estudantes não europeus matriculados por setor.

Registered non-EEA Students by Sector (March 09)		
Sector	Number of Students	% of total
English Language	10379	30.02%
Further Education	8989	26.01%
Higher Education	13415	38.82%
Other	1774	5.13%
Grand Total	34557	100.00%

Fonte: ICOS, 2009

Entende-se também, de acordo com a Tabela 2, que dos 10.379 estudantes de língua inglesa, 4.152 são brasileiros, representando 40% dos estudantes estrangeiros matriculados em escolas de Inglês na Irlanda.

Tabela 2: Estudantes de Língua Inglesa por nacionalidade.

English Language Students by Nationality		
Nationality	Number of Students	% of total
Brazilian	4152	40.00%
Chinese	2770	26.69%
Mauritian	1026	9.89%
Korean	751	7.24%
Mongolian	456	4.39%
Malaysian	370	3.56%
Mexican	108	1.04%
Japanese	93	0.90%
Argentinean	82	0.79%
Venezuelan	50	0.48%
Rest of the world	521	5.02%
Total	10379	100.00%

Fonte: Adaptado de ICOS, 2009

A partir disso, constata-se que a Irlanda recebe muitos brasileiros que vão com o objetivo de aprender o inglês, no entanto, outros vão com a finalidade de fazer um curso, estudar em uma universidade, trabalhar, entre outras. Portanto, se faz necessário realizar um estudo para saber os reais motivos que os brasileiros tiveram e têm ao realizar o intercâmbio em Dublin.

Nesse sentido, a investigação contribui com informações fundamentais para um maior conhecimento desse segmento do turismo em Dublin, no que concerne a análise das motivações do público brasileiro, podendo, desse modo, servir como fonte de dados e informações para futuros brasileiros que desejem realizar o intercâmbio em Dublin, assim como para agências de intercâmbio que necessitem conhecer melhor as motivações dos brasileiros ao escolherem Dublin.

Do ponto de vista teórico, o estudo se faz necessário por investigar um dos importantes segmentos do turismo na atualidade, o intercâmbio. Vale salientar que existem trabalhos abordando o tema intercâmbio, no entanto é interessante ressaltar o escasso número de estudos que se pautam nesta perspectiva, especialmente. Desse modo, o trabalho pretende contribuir para diminuição desta lacuna na literatura assim como para investigações que contemplem o tema.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Analisar as principais motivações e expectativas dos brasileiros ao realizarem o intercâmbio em Dublin.

1.3.2 Específicos

a) Identificar o perfil dos brasileiros que decidem por Dublin como destino para o intercâmbio.

b) Verificar as motivações dos brasileiros na escolha de Dublin e na realização do intercâmbio.

c) Investigar se as expectativas acerca do intercâmbio e da cidade foram atendidas.

d) Constatar as contribuições na vida dos intercambistas com a realização do intercâmbio.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo de Intercâmbio

O turismo de intercâmbio é um assunto ainda pouco discutido, porém tem sido objeto de estudo de alguns pesquisadores nos últimos anos (ANDRADE, 1998; TRIGO, 1998; SEBBEN, 2007, OMT, 2011). Isso se deve ao fato do intercâmbio estar se tornando um importante segmento, visto que vem sendo procurado cada vez mais pelas pessoas.

Para tratar sobre turismo de intercâmbio se faz necessário, primeiramente, abordar sobre o turismo e seus segmentos, bem como sobre as nomenclaturas existentes neste âmbito, como visitante, excursionista e turista uma vez que o turismo de estudos e intercâmbio é um dos tipos de turismo.

Trigo (1998, p. 14) afirma que a “definição de turismo é um processo histórico ao qual se adicionam características como consumo de luxo e cultura, além de outras necessidades e desejos.” Diz ainda que “o turismo é uma atividade econômica, cultural e social que surgiu no século XIX, no contexto da Revolução Industrial” (TRIGO, 1998, p. 13).

O turismo teve inúmeros conceitos desde o seu surgimento, no entanto a definição mais utilizada é da OMT, a qual afirma que o turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante viagens e permanências em lugares diferentes do seu local de residência habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, para lazer, negócios e outras finalidades. (OMT, 2011)

A OMT (2001) apud Dias e Cassar (2005) define visitantes, como sendo as pessoas que viajam para um lugar diferente de onde mora, por um período inferior a 12 meses e a viagem não pode ter como finalidade a realização de alguma atividade remunerada.

E turistas “são todos aqueles visitantes que pernoitam em local diferente de seu local habitual e que permanecem mais de 24 horas ocupando um alojamento coletivo ou privado no lugar visitado.” (OMT, 2001 apud DIAS e CASSAR, 2005, p. 56).

Já excursionistas são “os visitantes que não pernoitam no local visitado, permanecendo menos de 24 horas, não ocupando qualquer alojamento, seja coletivo, seja privado” (DIAS, 2008, p. 21).

Dessa forma, pode-se dizer que visitante se subdivide em duas categorias: os turistas e os excursionistas ou visitantes de um dia, conforme exposto na Figura 1.

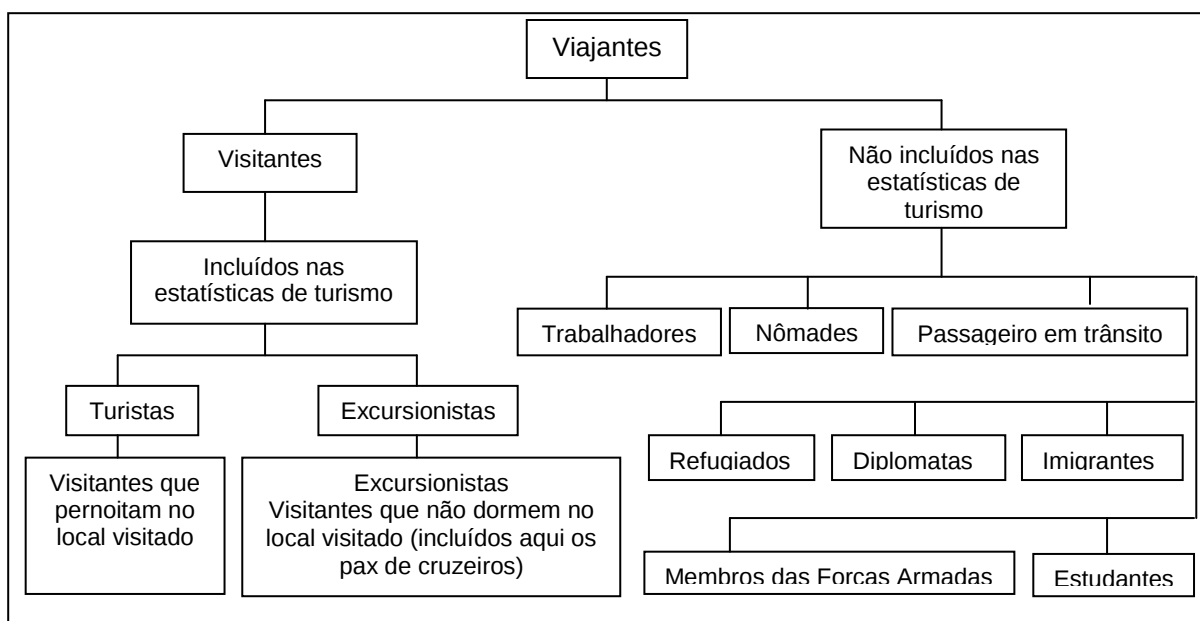
Figura 1: Quem faz turismo



Fonte: Dias, 2008, p. 18.

Para uma melhor compreensão dos termos apresentados, a Figura 2 exhibe as definições dos tipos de viajantes.

Figura 2: Definições dos tipos de viajantes



Fonte: Adaptada por Palhares (2002), de Collier (1999) In: Lohmann & Panosso Netto, 2008, p. 90.

Todos aqueles que fazem parte da atividade turística possuem uma característica em comum que é a motivação, ou seja, ambos deslocam-se com algum objetivo e por isso o turismo é classificado por segmentos, afinal é uma maneira de dispor os turistas por interesses.

No turismo os vários segmentos existentes foram tratados por diversos autores, cada qual da sua maneira, como Swarbrooke e Horner (2002), Middleton (2002), Vaz (2001), entre outros.

Segmentação é a 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. (CAMPOS, 2010, p. 31)

Há várias formas de segmentar um mercado turístico, e a OMT (2003) apresenta uma agrupada em quatro categorias, de acordo com a Tabela 3.

Tabela 3: Bases para a segmentação de mercado.

Categoria	Variáveis
Demográfica	Idade, sexo, estado civil, raça, grupo étnico, renda, escolaridade, profissão, tamanho da família, ciclo de vida familiar, religião, classe social, nacionalidade.
Geográfica	Tamanho da região, cidade ou área metropolitana, densidade populacional, clima, relevo, densidade de mercado.
Psicográfica	Características de personalidade, estilo de vida, motivações.
Comportamental	Ocasão, expectativas em relação aos benefícios, taxa de utilização, fidelidade à marca, atitude em relação ao produto.

Fonte: OMT, 2003 In: Dias e Cassar, 2005, p. 153.

Conforme Swarbrooke e Horner (2002) dividir o turismo em tipos é subjetivo, além disso, a forma escolhida permite analisar o crescimento do turismo e o comportamento do turista.

Dessa forma, Swarbrooke e Horner (2002, p. 56) apresentam os seguintes tipos de turismo:

- visitas a amigos e parentes;
- turismo de negócios;
- turismo religioso;
- turismo de saúde;
- turismo social;
- turismo educacional;
- turismo cultural;
- turismo cênico;
- turismo hedonista;
- turismo de atividade;
- turismo movido por interesse específico.

Vale salientar que os principais segmentos do Programa de Estruturação dos Segmentos Turísticos do PNT (2007-2010) são: Turismo Social, Turismo Cultural, Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Esportes, Turismo Náutico, Turismo de Saúde, Turismo de Pesca, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Sol e Praia, entre outros tipos de turismo. (BRASIL, 2010)

Um destes segmentos abrange as viagens realizadas por motivos educacionais, o Turismo de Estudos e Intercâmbio. De acordo com Brasil (2010) é um segmento que engloba diversas atividades e “constitui-se da 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, 2010, p. 19).

Este conceito foi delimitado pelo Ministério do Turismo, “com base na motivação por atividades e programas de aprendizagem, que podem promover o desenvolvimento pessoal e profissional por meio das vivências interculturais” (BRASIL, 2010, p. 16).

Segundo Andrade (1998, p. 34) o intercâmbio é um tipo de turismo externo que pode ser definido como

um conjunto de atividades turísticas realizadas por cidadãos em que ultrapassam ou viajam além do território do país de sua residência em direção a um ou mais países receptivos, onde, temporariamente, consomem bens e serviços no atendimento de suas necessidades.

No tocante as viagens de cunho educativo, estas possuem diferentes denominações em função da amplitude e do extenso número de atividades englobadas. No Brasil são chamadas frequentemente de Turismo Educacional, Turismo de Intercâmbio ou Turismo Educacional-Científico. Bem como Turismo Universitário, Turismo Pedagógico, Turismo Científico e Turismo Estudantil. (BRASIL, 2010).

É importante ressaltar que este segmento abrange as seguintes atividades, conforme Brasil (2010, p. 21):

os intercâmbios estudantil, esportivo e universitário; a operacionalização de acordos de cooperação entre países, estados e municípios na área educacional e entre instituições pedagógicas; os cursos de idiomas, cursos técnicos, profissionalizantes e cursos de artes; e as visitas técnicas, pesquisas científicas e os estágios profissionalizantes, além dos trabalhos voluntários com caráter pedagógico.

Com relação ao termo Turista de Estudos e Intercâmbio, pode-se dizer que este representa os conhecidos estudantes intercambistas, como também professores, profissionais e pesquisadores, os quais viajam para outro país em busca de desenvolvimento profissional e permanecem por tempo inferior a um ano.

O turista educacional pode ainda ser definido como “uma pessoa que viaja para uma atração ou destino e participa, formal ou informalmente, de uma experiência de aprendizagem disponível na localidade” (KELLY; BROWN, 2004, p. 390).

No entanto, de acordo com o conceito de turismo da OMT, a pessoa que viaja para realizar o intercâmbio poderia não ser considerada como um turista, porém, “entende-se o estudante de intercâmbio como um turista com características próprias e diferenciadas, como a permanência por um período mais longo no destino visitado”. (BRASIL, 2010, p.30)

Para Sebben (2007, p.62),

Se a pessoa viajar para estudar, trabalhar ou viver uma vida rotineira em qualquer outro país do mundo está fazendo intercâmbio. Quando houver fricção étnica, quando pessoas de diferentes culturas se encontram para viver, aprender e crescer uma com as outras, então pode-se definir como intercâmbio cultural. Independente da idade, do que vai fazer ou não, o que realmente conta são as atividades e disposições de aprendizado intercultural do que qualquer outra coisa.

Sebben (2007) esclarece ainda que qualquer experiência internacional que permita o contato direto com outra cultura pode ser considerada intercâmbio cultural. E segundo a autora, este tipo de turismo pode ser classificado nos seguintes programas:

Quadro 1: Tipos de Intercâmbio Cultural.

Programas de Intercâmbio Cultural	Descrição
High-School	O estudante é matriculado em um curso de segundo grau, podendo estudar por um ou dois semestres. É o mais procurado e frequentado por adolescentes de até 17 ou 18 anos.
Cursos de Idiomas	São realizados em diversos países, geralmente com duração mínima de 4 semanas. A hospedagem pode ser em casa de família, em escolas, universidades ou até em hotéis e flats.
Cursos de Idiomas Conjugados	É o estudo de duas línguas estrangeiras, sendo que primeiramente se estuda em um país diferente do nativo e depois se viaja para outro país no exterior, para o estudo da segunda língua.

Curso de Idiomas e outra atividade	Juntamente com o curso de uma determinada língua, pode ser realizado um curso rápido de moda, culinária, esportes, entre outros.
Au Pair	É um programa de intercâmbio cultural realizado por moças entre 18 e 25 anos, no qual elas trabalham como uma espécie de babá por algumas horas diárias (de oito a quatro horas, dependendo do país). Neste caso a hospedagem se dá em casa de família e se recebe uma ajuda de custo pelo trabalho, além de moradia e comida.
Estágios Remunerados	É um programa destinado a jovens universitário que querem ampliar seu <i>know-how</i> sob outra perspectiva cultural. Auxilia experiência intercultural com a profissional.
Cursos Técnicos	São cursos voltados para estudantes recém-saídos do colegial e que buscam uma profissionalização. Estes cursos abordam as seguintes áreas: Secretariado, Turismo, Relações Públicas, Administração, Hotelaria e outros.
Trabalho Voluntariado	É um programa que oferece hospedagem em casa de família, com duração de seis meses a um ano, no qual o intercambista desenvolve um trabalho voluntário a sua escolha, podendo ser em: asilos, orfanatos, escolas infantis, abrigos de refugiados, colônia naturalista, entre outras opções. O objetivo é imersão na cultura local através do trabalho cooperativo. É indicado, sobretudo para adultos e oferece ajuda de custo.

Fonte: Adaptado de Sebben, 2007.

O Ministério do Turismo (2010) expõe no material “Turismo de Estudos e Intercâmbio” os tipos de programas educacionais, estes possuem algumas semelhanças e diferenças com o apresentado por Sebben. Entende-se por programa educacional o “conjunto de atrativos, informações e experiências organizadas de forma a atender ao conteúdo de um intercâmbio”. (BRASIL/BELTA, 2009)

Os programas educacionais, de acordo com Brasil (2010 p. 46-52) são:

Quadro 2: Programas Educacionais.

Programas Educacionais	Descrição
Programa de estudos de/no Ensino Médio	São programas voltados para alunos entre 14 e 18 anos, tradicionalmente de um ou dois semestres acadêmicos em escolas (ensino médio) públicas ou particulares, residindo em casas de famílias pagas ou voluntárias, ou no alojamento estudantil da escola. Este programa consiste na complementação da série do ensino médio em que o aluno esteja em curso no país de origem, com as devidas adaptações curriculares.

Programas de Ensino Superior	São divididos em cursos técnicos de graduação ou extensão universitária, graduação e pós-graduação, pesquisa científica e intercâmbio de estudantes – semestre ou ano acadêmico. Normalmente, os estudantes cursam disciplinas da mesma área de conhecimento da formação que cursam em sua instituição de origem. - Cursos Técnicos de Graduação ou de Extensão Universitária: São aqueles com duração menor que os de graduação e que abordam uma área específica do conhecimento. São procurados por pessoas que buscam valorizar o currículo e atualizar ou aprofundar seus conhecimentos profissionais. Também se destinam àqueles que querem ser professores de um idioma estrangeiro ou aos profissionais que trabalham na área e buscam uma reciclagem. - Graduação e pós-graduação: Cursos universitários e de especialização em todas as áreas. - Intercâmbio de estudantes: A oferta de estudos de um ano ou um semestre acadêmico em uma instituição de ensino superior de outro país é uma das principais alternativas para oportunizar a estudantes de cursos de graduação uma qualificação por meio da realização de estudos no exterior. - Pesquisas científicas: Consistem em observações <i>in loco</i>, para aperfeiçoamento de conhecimento utilizado para uma pesquisa ou trabalho. É comum que seja desenvolvida por meio de convênios ou parcerias firmadas entre pesquisadores e suas instituições de ensino, agências de fomento ou empresas. As pesquisas científicas contam com a colaboração do turista para o seu desenvolvimento. Não existe a necessidade de conhecimento prévio sobre o assunto pesquisado e têm como objetivos a participação e o aprendizado. Geralmente, os turistas participam de grupos de pesquisa já formados e estabelecidos no local e os programas oferecidos cobram uma taxa de participação.
Programas de estudos de curta duração	São os denominados cursos livres, visitas técnicas, entre outros. Objetivam oferecer aos interessados a oportunidade de vivenciar uma experiência no exterior, ao mesmo tempo em que desenvolvem a aprendizagem em diferentes áreas do conhecimento. O principal diferencial dos cursos de curta duração está no dinamismo dos conteúdos e atividades propostas e em sua especificidade em relação aos cursos regularmente oferecidos. São geralmente mais flexíveis e com carga horária inferior aos programas de semestre acadêmico e seus conteúdos podem ser organizados de acordo com os interesses, perfil e rendimento do grupo de participantes. a) Intercâmbio Esportivo: O intercâmbio esportivo visa, primordialmente, aprimorar as habilidades técnicas, táticas e o preparo físico dos praticantes de esportes, proporcionando a

	eles um treinamento especializado em clubes e centros esportivos comprovadamente reconhecidos nacional ou internacionalmente. b) Cursos de Artes: Os cursos de artes compreendem o aprendizado de danças, música, culinária, artes marciais e outros tipos de artes tidas como referência da cultura de um local específico. Em grande parte das vezes, são oferecidos em conjunto com cursos de idioma.
Cursos de idiomas	Podem ser combinados com atividades complementares ou para interesses específicos e são divididos de acordo com o nível de proficiência,⁵⁹ e a carga horária oferecida de acordo com a disponibilidade de tempo e recurso do estudante. Os cursos podem ter duração de uma a 36 semanas e atendem a estudantes de todas as idades. Essa categoria do Turismo de Estudos e Intercâmbio se divide em três tipos de cursos específicos. O primeiro tipo é denominado Idioma e destina-se a pessoas com interesse em aprender e aprimorar o idioma, seja para fins de trabalho, passeio, seja para uso cotidiano. Abrange aspectos como gramática, redação, vocabulário e conversação e é direcionado a qualquer nível de conhecimento. Outro tipo de curso é o de Negócios, destinado a estudantes e profissionais que necessitam aprimorar os conhecimentos do idioma para aperfeiçoamento da carreira. Inclui estudo de termos, leituras e discussões de artigos e temas referentes a negócios, podendo ser totalmente direcionado a uma profissão específica. O último tipo de curso é denominado Exames e é direcionado aos estudantes que pretendem prestar exames de proficiência, necessários para se qualificar em cursos de graduação, pós-graduação ou especialização em países estrangeiros.
Estágio profissionalizante ou Trabalho voluntário	Os estágios profissionalizantes são aqueles em que os estudantes colocam em prática os conhecimentos teóricos aprendidos, por meio de estágios ou programas de treinamento em empresas. Os programas de treinamento são oferecidos a estudantes universitários maiores de 18 anos e buscam aumentar a experiência profissional do estudante por meio de programas de <i>trainee</i>. Os trabalhos voluntários são oferecidos aos turistas que desejam permanecer por um período mais curto no país, geralmente se hospedando em casa de uma família. O trabalho não remunerado é oferecido por instituições pré-selecionadas pelas empresas de intercâmbio nos mais diversos campos de atuação. Os trabalhos voluntários são bastante populares entre os estudantes, assim como estagiar durante o curso pode fazer parte do programa e, portanto, servir para fins de ampliação de conhecimento. Geralmente são feitos por meio de parcerias entre associações, universidades e empresas de grande e médio porte.

Fonte: Adaptado de Brasil, 2010, p.46-52.

Percebe-se que as modalidades de programas educacionais no âmbito do Turismo de Estudos e Intercâmbio podem ser combinadas com diversas atividades relacionadas a outros segmentos turísticos de oferta, como Turismo Cultural e de Esportes. Além disso, é possível agregar benefícios aos produtos do segmento, capazes de serem percebidos pelo estudante, oferecendo a ele novas possibilidades de vivência e de experiências diferenciadas (BRASIL, 2010).

O turismo de intercâmbio como foi visto, é um segmento com várias nomenclaturas e retratado com diferentes abordagens por parte dos estudiosos. Para alguns sua finalidade é cultural e outros educacional. No entanto, independente do nome ou abordagem, este tipo de turismo sempre trará inúmeros pontos positivos para aqueles que o realizam, independente do objetivo pretendido.

Contudo, concluem-se que o intercâmbio possui uma relação intrínseca com a cultura, em todas modalidades praticadas no intercâmbio, as pessoas convivem e obtêm novas experiências com costumes, hábitos e formas de vida diferente do seu país de origem ao vivenciar uma nova sociedade e realidade.

2.2 Comportamento do Consumidor no Turismo

O comportamento do turista, como consumidor de um serviço, não difere muito dos demais, uma vez que adquire ou utiliza um produto ou serviço. Porém, apresenta características que necessitam ser detalhadas (DIAS, CASSAR, 2005).

Compreender o comportamento do consumidor ajuda a entender as decisões dos consumidores ao utilizar os produtos do turismo, bem como auxilia no entendimento dos fatores que influenciam na decisão de viagem dos turistas. Conforme Swarbrooke e Horner (2002) quando os consumidores decidem, eles são influenciados por vários fatores determinantes e motivadores, internos e externos.

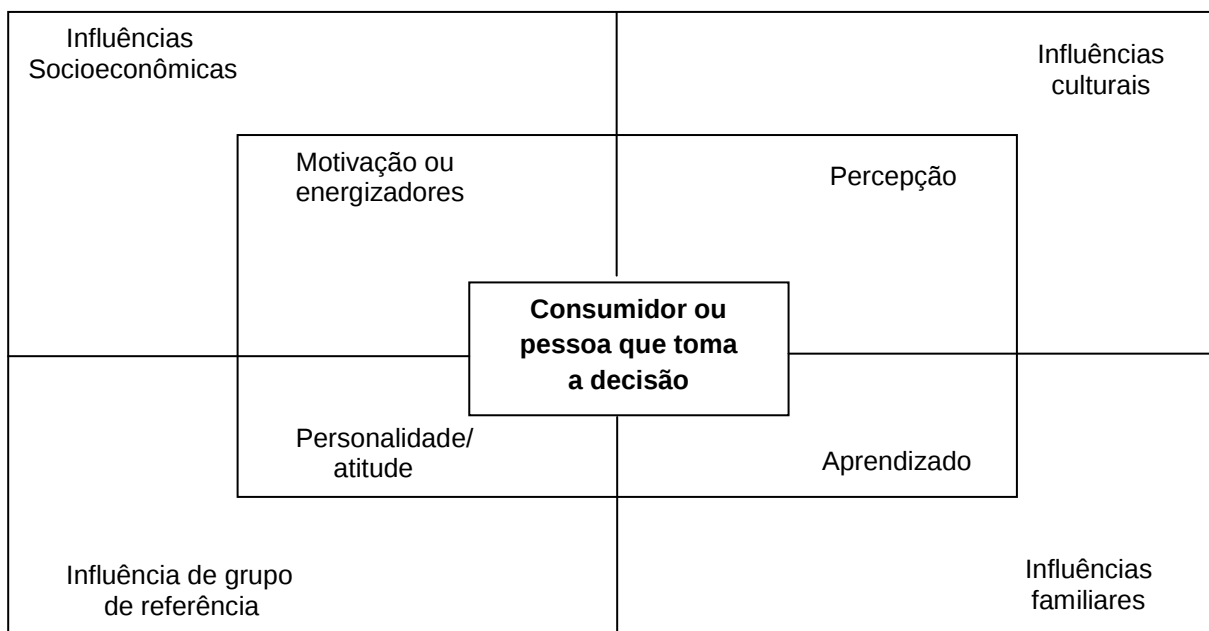
É importante salientar que o produto turístico diferencia-se dos outros produtos, pelo fato de envolver uma experiência, ou seja, elementos como a decisão de compra, o deslocamento, a estadia, entre outros. Essas variáveis devem ser levadas em consideração quando desejam identificar os fatores que envolvem o comportamento do turista. Para Kotler (2000) os fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos interferem na tomada de decisão do consumidor. Outros fatores que também influenciam são os fatores externos, ou seja, econômicos, políticos,

ecológicos, jurídicos, entre outros, e os fatores de marketing que são produto, preço, distribuição e promoção (DIAS, CASSAR, 2005).

Diversos estudiosos criaram modelos de comportamento do consumidor com base na teoria geral de marketing (ANDREASON, 1965; NICÓZIA, 1966; HOWARD; SHETH, 1969; SOLOMON, 1996; FOXAL; GOLDSMITH, 1994), e outros tentaram explicar o comportamento de compra do consumidor no turismo (WAHAB; CROMPTON, ROTHFIELD, 1976; MATHIESON; WALL, 1982; GILBERT, 1991; MIDDLETON, 1994).

Dos modelos de comportamento do consumidor para o turismo, os mais importantes são os modelos de Gilbert (1991) e o de Middleton (1994). O modelo apresentado por Gilbert (1991) apud Swarbrooke e Horner (2002) possui dois níveis de fatores que influenciam o consumidor, no primeiro nível estão as influências psicológicas (percepção e aprendizado), no segundo nível estão as influências desenvolvidas na socialização (grupos e familiares). (SWARBROOKE, HORNER, 2002). Para melhor compreensão é mostrado o modelo na Figura 3.

Figura 3: Estrutura do processo de tomada de decisão pelo consumidor



.Fonte: Gilbert (1991) *In*: Swarbrooke e Horner (2002, p.79).

Já Middleton (1994) sugeriu um modelo estímulo-resposta do comportamento do consumidor, o qual baseiam-se em quatro componentes

interativos, o principal e central identifica as características do comprador e o processo de tomada de decisão (SWARBROOKE, HORNER, 2002).

No tocante a estes estudos e modelos é possível afirmar que o comportamento do consumidor torna-se mais complexo no âmbito do turismo, e que neste processo as decisões de viagem e aquisições do turista são fortemente influenciadas por fatores externos como amigos, familiares, a mídia, a indústria e até pela literatura.

2.2.1 Motivações no Turismo

Entre os diversos fatores que exercem influência no comportamento do turista, a motivação, um fator psicológico, é um dos mais importantes no que tange a sua capacidade de influenciar na decisão do consumidor-turista, ou seja, de entusiasmar o viajante a viajar (DIAS, CASSAR, 2005; DIAS, 2008).

Há diversas teorias, bem como uma grande variedade de autores e pesquisadores que estudam a motivação. E uma das mais conhecidas e citadas é a Teoria Motivacional proposta por Maslow (1943).

Maslow exemplificou seu estudo através de uma pirâmide com as necessidades mais simples (estímulos internos) do ser humano até as mais complexas (estímulos externos). Sua pirâmide motivacional era dividida em cinco partes. Na base encontrava-se a principal necessidade, ou seja, a fisiológica, acima desta estava a de proteção, a terceira eram as necessidades sociais, a quarta de estima e no topo a de auto-realização. (MASLOW apud SILVA, 2001)

Para Maslow (1943) as necessidades são satisfeitas da base para o topo, em níveis de prioridade, uma após a outra. De acordo com Dias (2008) esta teoria é importante uma vez que envolve fatores psicológicos, porém deve-se atentar quando nos tratamos ao turismo porque o turista pode satisfazer em uma viagem diversas necessidades ao mesmo tempo.

Segundo Minicucci (1983, p. 177) apud Silva (2001, p. 73) "...a motivação é a força impulsionadora do individuo para um objetivo". "A motivação é consequência de algum tipo de necessidade que, satisfeita, promove o equilíbrio do organismo. Quanto maior a motivação maior será a motivação para satisfazê-la." (SILVA, 2001, p. 73).

DIAS (2008) define motivação como

forças que se manifestam em resultado de uma necessidade não satisfeita e que induzem condutas ou comportamentos das pessoas que buscam assim sua satisfação. Portanto, a base das motivações são as necessidades que devem atingir um nível de intensidade alto para induzir uma pessoa a agir. (DIAS, 2008, p. 57)

Outro importante estudo da motivação é a teoria das necessidades de Murray apresentada na Tabela 4. Esta teoria “oferece um espaço considerável para a exploração de necessidades e decisões a respeito do destino das viagens”. (ROSS, 2001, p. 33)

Tabela 4: Uma seleção da classificação das necessidades humanas de Murray que podem ser aplicáveis ao comportamento do turista.

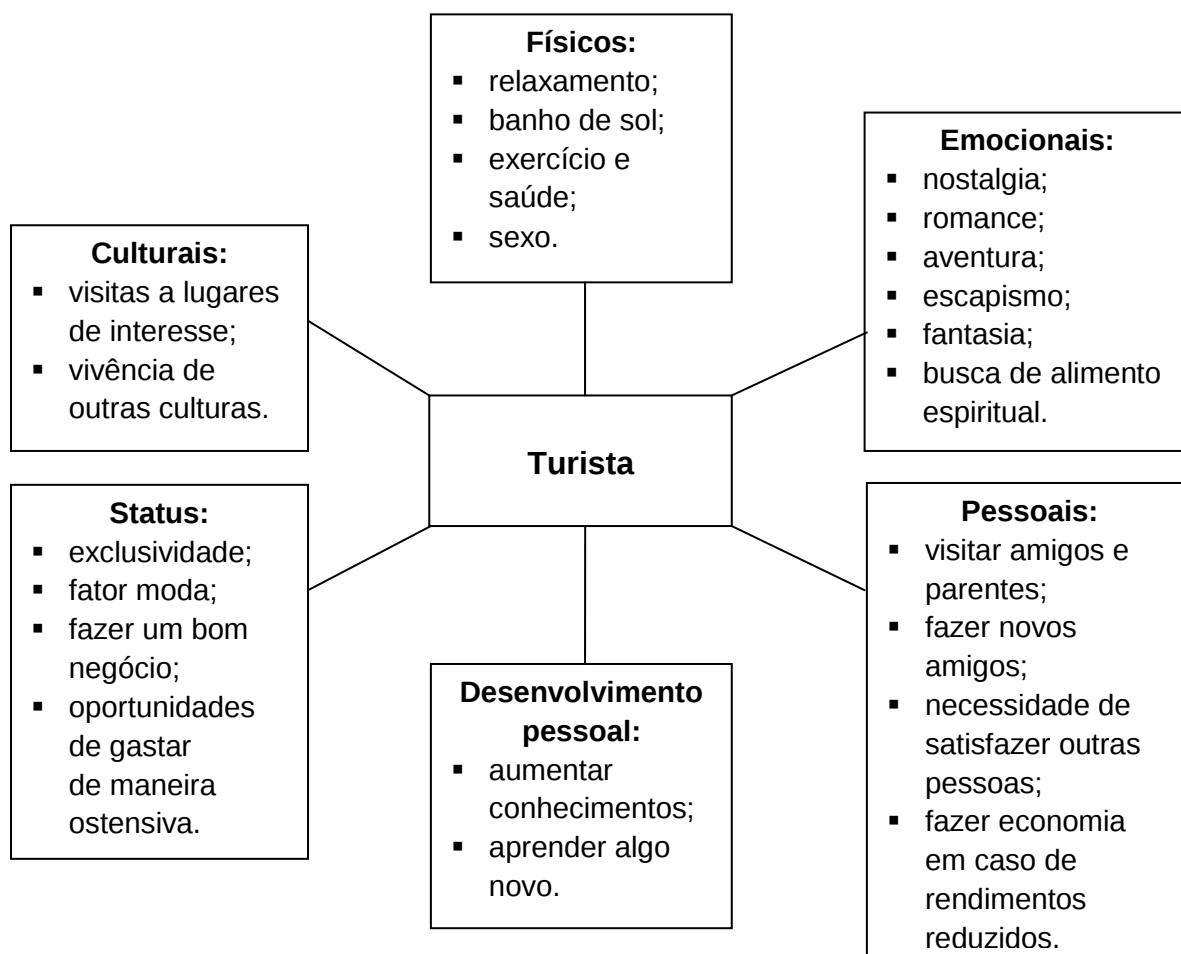
Necessidades de Murray no Contexto Turismo/Trabalho	
Sentimento de competência	Sentir que algo difícil foi realizado.
Poder	Controlar outras pessoas. Organizar o comportamento de um grupo.
Autonomia	Valorizar e lutar pelo sentimento de independência.
Afiliação	Misturar-se e saborear a companhia dos outros.
Atividades lúdicas	Relaxar, entreter-se, procurar diversão e prazer. “Achar graça”, participar de jogos. Rir, brincar e ficar alegre. Evitar tensão séria.
Cognição	Explorar. Fazer perguntas. Satisfazer a curiosidade. Olhar, ouvir, inspecionar. Ler e procurar conhecimentos.

Fonte: Murray (1938) In: Ross (2001, p.33)

VAZ (1999, p.38-39) representa a motivação no turismo de forma simples, em três áreas principais: o turista (Quem), as motivações (Por Quê e Quê) e as opções para atender as motivações (Como, Onde, Quando e Quanto). As atividades estão no “Como”, as localidades são o “Onde”, a época é o “Quando” e o valor dispendido é o “Quanto”.

Segundo Swarbrooke e Horner (2002) os fatores motivacionais em turismo são divididos em dois grupos: os que motivam uma pessoa a tirar férias; e os que motivam uma pessoa a tirar determinadas férias em determinada destinação e determinado período. Para estes autores os principais fatores motivacionais em turismo encontram-se esquematizados na Figura 4.

Figura 4: Tipologia das motivações em turismo



Fonte: Swarbrooke e Horner (2002, p.86).

Enquanto que a OMT (2000) apud Dias (2008, p.55-56) classifica o motivo da viagem por tipos de turismo em:

- Lazer, recreação e férias;
- Visitas a parentes e amigos;
- Negócios e motivos profissionais;
- Tratamento de saúde;
- Religião/peregrinações;
- Outros motivos.

Já Montejano (1996) e Swarbrooke e Horner (2002) apud Dias (2008, p.58-59) classificam as motivações para o turismo em quatro categorias:

- Motivações Físicas;
- Motivações Psicológicas;
- Motivações Sociais;
- Motivações Culturais.

Crompton (1979) apud Ross (2001) classificou a motivação do turista em nove itens, sendo dois motivos culturais ou influências externas e sete como razões sociopsicológicas ou impulsos subjetivos. Os itens são: “saída de um ambiente mundano conhecido, exploração e avaliação do eu, relaxamento, prestígio, regressão, estreitamento das relações de parentesco, facilitação de interações sociais, novidade e educação” (CROMPTON, 1979 apud ROSS, 2001, p. 34).

Enquanto que Vaz (1999) procurou entender o que as pessoas buscam nas viagens e concluiu que as pessoas são pressionadas por diversas necessidades de origens tanto internas quanto externas com intensidade de diferentes graus, além disso, as pessoas procuram benefícios que atendam as suas necessidades. E elencou os benefícios principais que são: mudança de ambiente, repouso, recreação, tratamento, aquisição e troca de conhecimentos, projeção social, funcionalidade, praticidade e economia.

São inúmeros motivos que favorecem o deslocamento do turista e de acordo com Dias (2008) o preço, a comodidade, a segurança e a hospitalidade devem ser levados em consideração como sendo fatores de importância.

Enquanto Barretto (2000) afirma que analisar o turismo conforme a motivação faz com que apareçam diversas possibilidades, e estas podem ser aglomeradas no turismo motivado pela busca de atrativos naturais e no turismo motivado pela busca de atrativos culturais.

Outro estudioso que também contribuiu no estudo das motivações de viagens foi Coltman (1989). Segundo ele as motivações de viagens são os fatores que criam o desejo de uma pessoa de viajar e poderiam ser divididas entre aqueles que não estão relacionadas principalmente ao destino real e aqueles que estão essencialmente relacionados com o destino real.

Non-destination-related motivators are easier to determine than are those that are destination related, and they include travel for business, education, health, and religion and visiting friends and relatives. In other words, motivators not related to a destination give people little or no choice about

going to that destination instead of some other. The cause of travel, rather than the destination, is the determining factor. (COLTMAN, 1989, p. 43)

De acordo com o autor as motivações que não estão relacionadas ao destino são mais fáceis de serem determinadas do que as motivações relacionadas. Ou seja, a causa da viagem é o fator determinante e não o destino.

Percebe-se que diversos estudiosos contribuíram na questão da motivação no turismo, onde vários defendiam pontos em comum e alguns divergiam, entretanto, todos colaboraram para um maior esclarecimento e entendimento do assunto.

2.3 Dublin – Irlanda

A Irlanda é um país localizado na Europa a oeste da Inglaterra, mas seu território não está fisicamente ligado ao continente por ser uma ilha. Possui cerca de 70 mil Km² de extensão e uma população de 4,5 milhões de habitantes. (CSO, 2012)

A Ilha Esmeralda, como também é conhecida, é famosa por seus 1.448 km de costas e belas paisagens compostas de penhascos, águas cristalinas e praias de areia branca e limpa (DISCOVER IRELAND, 2013).

A história da Irlanda é ao mesmo tempo emocionante e sangrenta, que remonta a cerca de 7.000 a.C., quando os primeiros povoadores instalaram-se. Além disso, é repleta de indícios de civilizações pré-históricas, muitas das quais data entre 4.000 – 2.000 a.C. (PICKERAL, 2009).

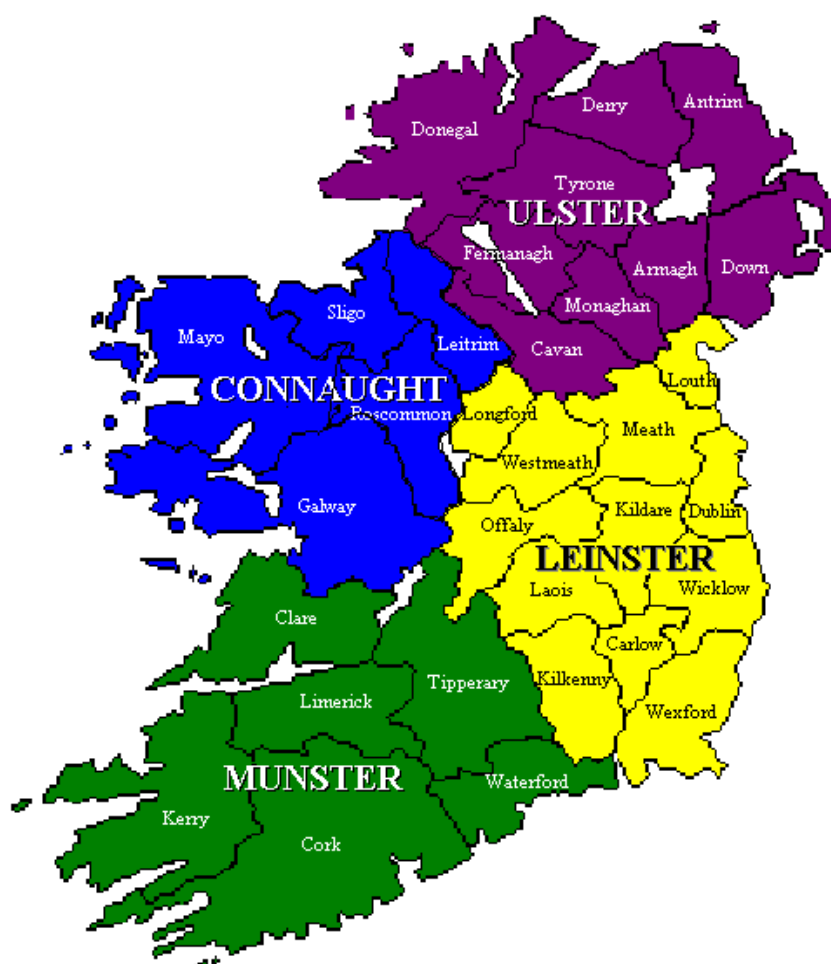
Estas datas justificam a existência do maior monumento da Idade da Pedra do mundo e de vários outros, como um antigo túmulo, *Newgrange*, o qual antecede em 600 anos as Pirâmides de Gizé no Egito e o *Hill of Tara*, que foi a Sede dos reis da Irlanda, bem como os fantásticos edifícios eclesiásticos e monásticos. (DISCOVER IRELAND, 2013)

Sua história é marcada ainda pela chegada dos Celtas, a Cristandade, os Vikings, bem como pela separação/formação da República da Irlanda e da Irlanda do Norte. (DISCOVER IRELAND, 2013)

Segundo Pickeral (2009) a Irlanda é dividida em quatro regiões conhecidas como Ulster, Leinster, Munster e Connaught e cada uma é caracterizada

pelas suas diferentes paisagens e cultura. Ulster (Irlanda do Norte) compreende 6 estados e os 26 estados restantes fazem parte da República da Irlanda, conforme a Figura 5.

Figura 5: Mapa dos estados e regiões da Irlanda.



Fonte: Ireland On Video¹, 2013.

Na Irlanda as pessoas são muito devotas do cristianismo, portanto a religião predominante no país é o catolicismo. É visível a enorme quantidade de Igrejas, afinal estão em toda a parte e a certa distância é possível avistar as suas torres. Dentre as mais importantes tem-se: Christ Church Cathedral, Saint Ann's Church, Abbey Presbyterian Church, Johns Lane Church e St. Patrick's Cathedral.

O cristianismo chegou à Irlanda relativamente devagar durante o século V através de São Patrício, que tempo depois foi o santo padroeiro da Irlanda

¹ Disponível em: <<http://www.irelandonvideo.com/county-map.php>>.

(PICKERAL, 2009). Patrício nasceu no País de Gales, aos 16 anos foi raptado por um grupo de irlandeses e passou seis anos preso, trabalhando com um pastor. Seu consolo era sua religião, o que o tornou um cristão devoto. Após seis anos, Patrício ouviu a voz de Deus dizendo-lhe que era hora de deixar a Irlanda, por isso escapou e voltou para casa. Em seu país ele teve a visão de um anjo indicando-lhe que deveria voltar e a pregar o cristianismo na Irlanda. Assim, ele construiu igrejas e espalhou a fé cristã durante 30 anos, até sua morte, em 17 de março de 460 d.C. (DISCOVER IRELAND, 2013).

A partir disso surgiu o St. Patrick's Day, o Festival mais importante da Irlanda. São cinco dias de festa nas ruas de Dublin, Capital da República da Irlanda, no entanto, o dia oficial é 17 de Março, data em que São Patrício faleceu. Foi criado pelo Governo da Irlanda, em Novembro de 1995. No entanto, a primeira comemoração aconteceu ao longo de um dia, e noite, em 17 de março de 1996 com uma platéia 430 mil pessoas (ST. PATRICK'S FESTIVAL, 2013).

O primeiro "St. Patrick's Festival" propriamente dito ocorreu em 1997, com um evento de três dias. Desde então só tem crescido e em 2001 tornou-se um evento de quatro dias, com aproximadamente 1,2 milhões de pessoas. E com o crescimento do Festival, o evento passou para cinco dias e a ser planejado em 18 meses (ST. PATRICK'S FESTIVAL, 2013).

O principal objetivo do evento é desenvolver um grande festival internacional anual em torno do feriado nacional em que o povo irlandês, ficaria orgulhoso. O festival se propõe a refletir os talentos e realizações de irlandeses em muitos palcos nacionais e do mundo, e atua como uma oportunidade para as habilidades múltiplas do povo da Irlanda, de todas as idades e condições sociais (ST. PATRICK'S FESTIVAL, 2013).

Além disso, é um dia de diversão em que todos podem ser irlandeses, ou seja, podem viver um pouco da cultura e ter uma experiência inesquecível, conforme a Figura 6. A festa possui uma atmosfera de carnaval, com fogos de artifício, carrosséis, teatros de rua, danças e música por toda a cidade.

Figura 6: Parada do Festival St. Patrick 2013.



Fonte: St. Patrick's Festival², 2013.

A Irlanda possui diversas características que a diferencia dos demais países, como por exemplo, suas tradições ao comer uma mistura de couve e purê de batata, vestir roupas e adereços verdes no dia de São Patrício, beber a cerveja Guinness, porém a tradicional música e a dança irlandesa são os atributos mais famosos (DISCOVER IRELAND, 2013).

Figura 7: Tradicional Música Irlandesa.



Fonte: Miltown Malbay³, 2013.

² Disponível em: <<http://www.stpatricksfestival.ie/index.php/gallery>>.

³ Disponível em: <<http://www.visitmiltownmalbay.ie/>>.

A música tradicional pode ser ouvida em todo o país, desde os bares do centro das cidades até aos festivais rurais. E a dança irlandesa é extremamente competitiva e levada muito a sério, com campeonatos regionais e nacionais, podendo também ser encontrada facilmente em restaurantes e pubs das cidades.

Com relação aos irlandeses, pode-se dizer que são muito alegres e usam qualquer motivo para se divertir, são até considerados como o povo mais simpático da Europa. Além de frequentarem pubs, festas e eventos, eles não perdem os jogos de Rugby (Figura 8) e nem o tradicional futebol irlandês, conhecido como futebol gaélico.

Figura 8: Partida de Rugby – Irlanda x Argentina.



Fonte: irishrugby.ie⁴, 2012.

Dublin, capital da República da Irlanda, é a maior cidade e o mais importante centro de comércio, política e indústria do país. De acordo com o censo de 2011 existem em torno de 1,1 milhão de habitantes na capital. No entanto, vale salientar que Dublin é uma cidade com muitos imigrantes oriundos principalmente da Polônia (CSO, 2011). É comum também ver orientais, africanos, pessoas oriundas do leste europeu, bem como brasileiros.

⁴ Disponível em: <<http://www.irishrugby.ie/rugby/27813.php>>.

É considerada uma das capitais mais elegantes da Europa com lojas elegantes, pubs lendários, belas galerias de arte e museus, parques urbanos verdejantes, pela sua arquitetura, fascinante história, e também pela sua localização privilegiada, na orla do mar da Irlanda. (DISCOVER IRELAND, 2013).

O nome Dublin deriva do Gaélico 'Dubh linn', que significa 'black pool' (piscina negra), e isso se refere a cor escura do rio da cidade (PICKERAL, 2009). O Rio Liffey (Figura 9) é um importante ponto turístico de Dublin, o qual divide a cidade em Norte e Sul, sendo ao Norte o lado ímpar e pobre e ao Sul o lado par e rico. O centro de Dublin é onde estão localizados os principais comércios, escolas de inglês, shoppings, pubs, restaurantes, praças, igrejas, estádios, cinemas, pontos turísticos e importantes universidades.

Figura 9: Rio Liffey.



Fonte: Johanna Huber/SIME⁵, 2013.

Em meio à cidade é possível encontrar importantes construções que fazem parte da história de Dublin como o Castelo, as Igrejas Christ Church e St. Patrick's e o City Hall. Todas estas localizadas na parte sul da cidade, e isto explica o fato dessa área ser considerada a parte rica. As catedrais St Patrick's e Christ Church são protestantes e originalmente fundadas pelos Reis Norse (PICKERAL, 2009).

⁵ Disponível em: <<http://travel.nationalgeographic.com/travel/city-guides/dublin-must-dos/>>.

A Figura 10 retrata o Castelo de Dublin, o qual foi construído no século XIII em um local estabelecido previamente pelos Vikings, funcionava como fortaleza militar, prisão, tribunais de justiça e foi sede da Administração Inglesa por volta de 700 anos. Passou por várias reconstruções entre os séculos XVII e XX. Hoje funciona como atrativo turístico e como recepções importantes do Estado e inaugurações presidenciais (HERITAGE IRELAND, 2013).

Figura 10: Castelo de Dublin.



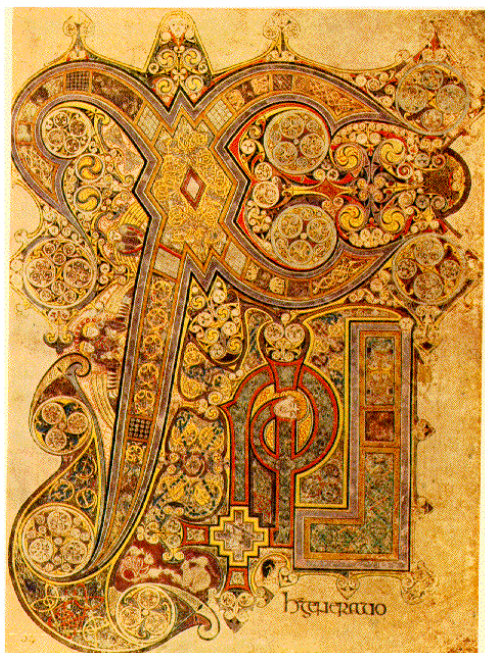
Fonte: Irish Central⁶, 2013.

Em Dublin existem três universidades, sendo a Trinity College a mais antiga e famosa. Fundada em 1592 esta universidade contém edifícios de arquitetura moderna e histórica, incluindo a antiga biblioteca de 1712 que possui um grande volume de acervos (PICKERAL, 2009).

Esta é uma universidade de referência e prestígio, a qual teve fundamental papel na história do país. Escritores famosos como Jonathan Swift e Oscar Wilde foram alunos. Por esses motivos a Trinity College é um local bastante visitado por turistas e em função da antiga biblioteca guardar o mais importante manuscrito do início da Idade Média, o Livro de Kells (Figura 11), época da cristandade celta, conforme Schultz, 2006. Este livro é retratado como sendo o “mais bonito do mundo” (SCHULTZ, 2006, p.42).

⁶ Disponível em: < <http://www.irishcentral.com/travel/County-Dublin-Photo-Gallery-120496119.html>>.

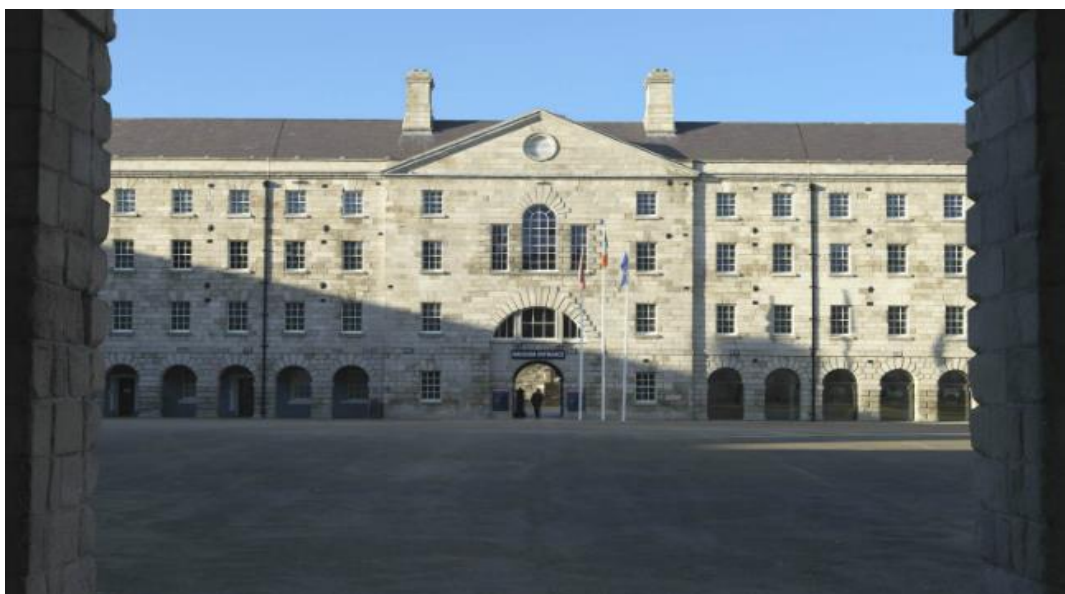
Figura 11: Página Chi-Rho do Livro de Kells.



Fonte: Irish Eyes Tour⁷, 2010.

A arquitetura da cidade possui vários edifícios bem conservados em **estilo** Georgiano, um exemplo são as Praças Merrion e Fitzwilliam, estas são de uma qualidade excepcional, bem como a Trinity College, a Galeria Nacional da Irlanda e o Museu Nacional da Irlanda, conforme Figura 12.

Figura 12: Museu Nacional da Irlanda.



Fonte: Dublin Town⁸, 2012.

⁷ Disponível em: <<http://irisheyestour.blogspot.com.br/2010/03/book-of-kells.html>>.

⁸ Disponível em: <<http://dublintown.ie/culture/the-national-museum-of-ireland-decorative-arts-history/>>.

Existem inúmeros monumentos, os quais representam um pouco a história de Dublin, estes concentram-se em sua maioria na O'Connell Street, como The Spire, The O'Connell Monument, Charles Stewart Parnell, entre outros. Um importante monumento, universalmente conhecido como The Spire ou como "The Monument of Light", o qual possui 120 metros de altura (Dublin City Council, 2003). Muitas pessoas utiliza este monumento como uma forma de orientação, uma vez sua luz ao topo pode ser avistada a certa distância.

Schultz (2006) afirma que existem mais de 1.000 pubs em Dublin, os quais tornam a cidade animada e agitada, nestes a cerveja nacional escura, Guinness, continua sendo a bebida mais consumida, ou seja, de cada oito bebidas vendidas sete são Guinness. Esta cerveja é produzida em Dublin desde 1759, conforme Pickeral (2009). Com relação aos pubs, o mais antigo da cidade é o Brazen Head, construído em 1198 (SCHULTZ, 2006). E o mais famoso de Dublin é o The Temple Bar, o qual possui vários ambientes e sempre com algum músico ou banda local animando os visitantes e frequentadores como mostra a Figura 13. Estes pubs recebem diariamente inúmeros turistas oriundos de toda parte do mundo.

Figura 13: The Temple Bar, o pub mais famoso de Dublin



Fonte: Tino Dudzak, Dublin.ie⁹, 2013.

Em Dublin existem ainda duas ruas que são famosas pelas lojas de estilistas para os que amam comprar e, principalmente, pelos artistas, bandas, músicos, dançarinos, estátuas humanas entre outros que se apresentam ao longo

⁹ Disponível em: <<http://www.dublin.ie/gallery-view.aspx?imageId=1382&catId=5>>.

do dia para ganhar trocados, a principal é a Grafton Street (Figura 13) e outra bastante frequentada é a Henry Street.

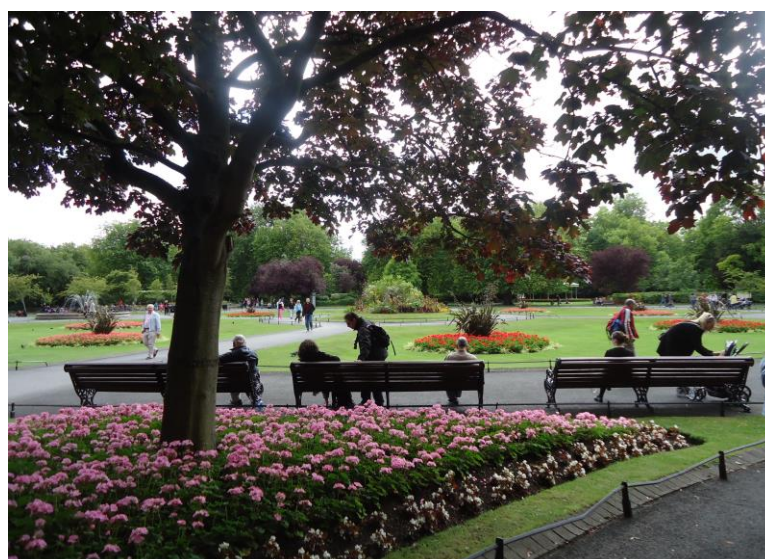
Figura 14: Estátuas humanas na Grafton Street.



Fonte: próprio autor, 2011.

Stephen's Green é o melhor parque público da Irlanda, localizado no centro de Dublin. Aberto desde 1880, este parque ainda possui características Vitorianas originais. Possui um lago, um parque infantil e uma extensa área de árvores, arbustos e uma variedade de flores na primavera (HERITAGE IRELAND, 2013). É um parque muito frequentado pelos cidadãos e turistas, principalmente nos dias ensolarados e de verão, onde as pessoas se reúnem para conversar, lanchar e relaxar.

Figura 15: Parque St. Stephen's Green.



Fonte: Próprio autor, 2011.

Uma característica que representa também a cidade e a Irlanda é o clima. Dublin possui clima temperado marítimo com poucos dias de sol durante o ano, chuvas quase diárias sempre acompanhadas de frio e muito vento. Dezembro, janeiro e fevereiro são os meses mais frios e úmidos com temperatura que variam entre 4 e 7 graus. Julho e agosto são meses quentes com temperatura entre 14 e 16 (MET ÉIREANN, 2013). Contudo, vale salientar que existem anos em que as temperaturas são variáveis, ou seja, alguns invernos são mais rigorosos e alguns verões mais quentes.

A Irlanda e a sua capital foram cenários de vários filmes, dentre estes tem-se: Apenas uma vez, Domingo sangrento, Michael Collins – O Preço da Liberdade, P. S. Eu te amo, Ventos da liberdade, Casa comigo?, entre outros. Alguns contam um pouco sobre a história, as guerras, enquanto que outros mostram as incríveis belezas naturais, pubs e algumas das principais ruas de Dublin.

Diante do que foi visto, percebe-se a riqueza histórica e cultural do país e de sua capital Dublin. As particularidades desse lugar possibilitam experiências e vivências bem diferentes das encontradas no Brasil e em outras partes do mundo. É possível reconhecer a Irlanda pela sua música, dança, comida, bebida, pubs, pela forma de falar e, principalmente pelas pessoas, uma vez que são educadas, acolhedoras, simpáticas e amigas. Além do mais, é um país com belezas encantadoras com suas diferentes paisagens rurais, montanhosas, litorâneas e urbanas.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Estudo

O presente estudo caracteriza-se, quanto aos objetivos, como sendo de caráter exploratório-descritivo, uma vez que busca explorar informações relacionadas ao tema com o objetivo de descrever as motivações que influenciam os brasileiros a realizar o intercâmbio em Dublin, capital da Irlanda, ou seja, entender os reais motivos dessa mobilidade.

As investigações do tipo exploratório possuem como fator primordial o objetivo de “aprimorar ideias ou descobrir intuições” (DENCKER, 1998, p.124).

É a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa, ou modificar e clarificar conceitos. (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 171)

Dessa forma, serve como fonte de aperfeiçoamento de conhecimento relacionada à área de estudo. Portanto, foram realizadas buscas em fontes primárias e secundárias com a finalidade de obter familiarização com o assunto tratado, o que resultou em uma fundamentação teórica que completou a investigação, bem como forneceu segurança para análise dos dados.

A investigação exploratória é importante e marcante nesta pesquisa e no entanto, para atingir os objetivos propostos fez-se necessário complementar com a investigação de caráter descritivo, uma vez que “consistem em investigações de pesquisa empírica cuja finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 170), bem como a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou então, o estabelecimento de relações entre variáveis (GIL, 2006, p. 42). A utilização de ambas proporciona fundamentação para uma análise mais completa e coerente das relações investigadas.

Como a problemática em questão busca compreender as motivações de brasileiros que decidem realizar o intercâmbio em Dublin, quanto a forma de abordagem, a pesquisa caracteriza-se como sendo quali-quantitativa. Essas duas abordagens, nesta pesquisa, são complementares.

Quanto aos procedimentos técnicos, caracterizam-se pela pesquisa bibliográfica, através de materiais já elaborados, como livros, artigos científicos, teses, monografias, publicações eletrônicas e documentos sobre o segmento de viagens de estudos e intercâmbio e através de informações coletadas por *websites* governamentais e institucionais da Irlanda, especificamente de Dublin.

3.2 Universo da Pesquisa

Para Marconi e Lakatos (2010), universo ou população é caracterizado pelo conjunto de seres animados ou inanimados que devem ter pelo menos uma característica em comum, e a amostra ocorre quando não há necessidade de investigar toda a população, deixando assim que os resultados de pesquisa obtidos por um pequeno grupo selecionado sejam considerados como o todo.

Como o trabalho pretende verificar as motivações que influenciam os brasileiros a realizarem o intercâmbio em Dublin, é que foram definidos os partícipes desta pesquisa, sendo, portanto brasileiros que realizaram e que ainda estão realizando o intercâmbio em Dublin.

É importante ressaltar que a população atual de brasileiros em intercâmbio na cidade de Dublin é desconhecida, quantitativamente. Portanto, a técnica de amostragem se faz necessária por não ter conhecimento e por não pesquisar a totalidade dos componentes do universo. Assim, foi imprescindível escolher uma amostra que fosse a mais fidedigna possível por se tratar de uma pesquisa quali-quantitativa, onde tanto a quantificação quanto a qualidade das informações são valorizadas.

Para a seleção do grupo investigado foi necessário adotar a técnica de amostra não-aleatória através do método da amostragem por intencionalidade. Este método consiste na escolha intencional de um grupo de elementos que irão compor a amostra. Neste caso, pelo fato da pesquisadora ter realizado intercâmbio na cidade de Dublin, a mesma optou por selecionar amigos e pessoas com quem conviveu durante o seu intercâmbio no ano de 2011/2012.

Definido os critérios, partiu-se para delimitar o tamanho da amostra. Para um cálculo confiável era preciso conhecer a quantidade de brasileiros em intercâmbio na cidade de Dublin, no entanto, este dado não foi encontrado. Desta

forma, a pesquisadora decidiu aplicar os questionários com todos os brasileiros que conheceu durante seu Intercâmbio em Dublin.

3.3 Coleta de Dados

Para coleta dos dados, foi elaborado um questionário (Apêndice A), contendo 8 questões abertas e 6 questões fechadas. “Questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador.” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 184)

Dividido em três partes, o questionário busca identificar o perfil dos intercambistas brasileiros, as motivações e expectativas dos mesmos ao escolher a cidade de Dublin para a realização do intercâmbio.

O questionário foi feito através do software Google Drive, o qual possui modelos de formulários que podem ser preenchidos com perguntas de acordo como o pesquisador deseja. E a aplicação dos questionários com esses intercambistas foi realizada entre os dias 3 a 6 de Maio de 2013, através de uma rede social, o Facebook, uma vez que o software permite o envio do questionário para essa rede e pelo fato da pesquisadora poder encontrar de forma rápida e fácil a amostra da pesquisa, afinal os pesquisados são de toda a parte do Brasil e alguns ainda se encontram em Dublin.

Obteve-se 34 respondentes, porém 4 questionários foram desprezados por ausência de informações, restando 30 para a análise.

3.4 Plano de Análise de Dados

Para a análise dos questionários foi necessário a utilização do Microsoft Excel para os dados quantitativos, ou seja, para as respostas de questões fechadas e nas questões abertas foi utilizada a técnica de análise de conteúdo. Atualmente esta técnica é cada vez mais empregada para análise de material qualitativo (MACHADO, 1991).

Segundo Bardin (1977) a análise de conteúdo descreve objetiva, sistemática e quantitativamente o conteúdo das comunicações, tendo por finalidade interpretá-las, pois "tudo que é dito ou escrito é susceptível de ser submetido à Análise do Conteúdo", como cita Bardin (1977, p. 31).

Vergara (2003) afirma que é considerada uma técnica para o tratamento de dados que visa identificar o que está sendo dito a respeito de determinado tema. Minayo (2003) enfatiza que a análise de conteúdo visa verificar hipóteses e ou descobrir o que está por trás de cada conteúdo manifesto.

Com relação ao Excel, este representa um conjunto de folhas de cálculo (planilhas) que permite organizar, resumir e efetuar algumas análises dos dados coletado.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Conforme mencionado na metodologia, o instrumento aplicado foi o questionário. Este foi respondido por 30 intercambistas brasileiros através da internet, especificamente pela rede social, Facebook, entre os dias 3 e 6 de maio de 2013.

A partir do questionário, obtiveram-se algumas informações sobre os participantes da pesquisa como idade, sexo, renda familiar, estado civil, naturalidade, entre outras. Estas questões foram importantes para identificar o perfil dos brasileiros que realizam/realizaram intercâmbio em Dublin/Irlanda. Além disso, foi questionado também sobre as motivações e expectativas dos mesmos com relação à realização do intercâmbio e quanto à cidade de Dublin.

Para tanto a análise dos dados foi dividida em duas partes. Na primeira será identificado o perfil desse público quantitativamente e na segunda serão analisadas as motivações e expectativas de forma qualitativa.

4.1 Perfil dos brasileiros que realizam/realizaram intercâmbio em Dublin - Irlanda

Apresenta-se inicialmente uma análise quantitativa dos dados das questões 1, 2, 3, 4, 5, 6, 9 e 10 do questionário (APÊNDICE A).

As respostas a pergunta 1: Gênero, mostra que não há uma disparidade entre o sexo feminino e masculino, ou seja, observou-se que os valores foram aproximados, sendo 16 do sexo feminino (53,3%) e 14 do masculino (46,7%). Os dados são apresentados no Gráfico 2.

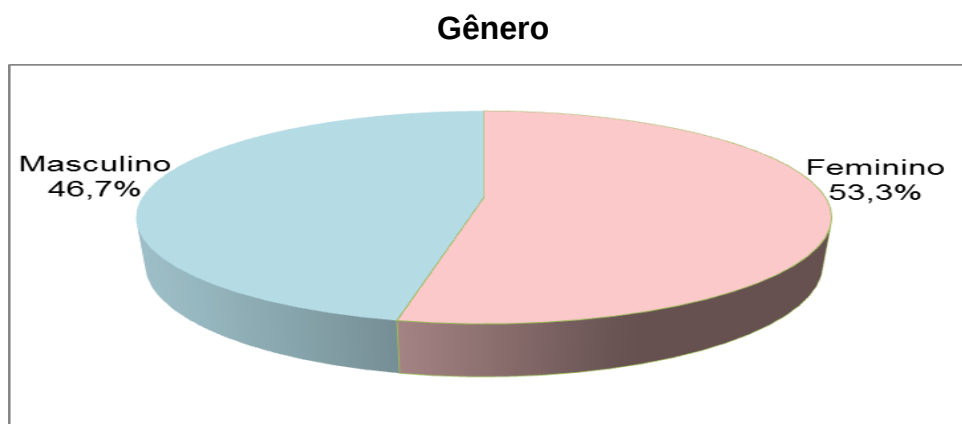


Gráfico 2: Gênero (%).

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Com relação à pergunta 2: idade em que realizaram o intercâmbio verificou-se a partir das respostas que a maior parte (51%) realizaram intercâmbio com 23, 24 e 25 anos de idade, ou seja, 17% em cada idade mencionada. A idade de 26 anos foi a segunda mais evidente com 13% e em terceiro a idade de 28 anos com 10%. Vale salientar ainda que as idades entre 20 e 21 anos, bem como entre 30 e 40 anos foram idades pouco evidenciadas, obtendo apenas 3%. Segue abaixo o Gráfico 3.

Esse percentual alto de idades entre 23 e 26 anos dá-se por ser uma fase em que as pessoas estão tentando se descobrir profissionalmente e procurando qualificações como aprender outras línguas com o intuito de se destacarem no mercado de trabalho ou em sua já escolhida profissão.

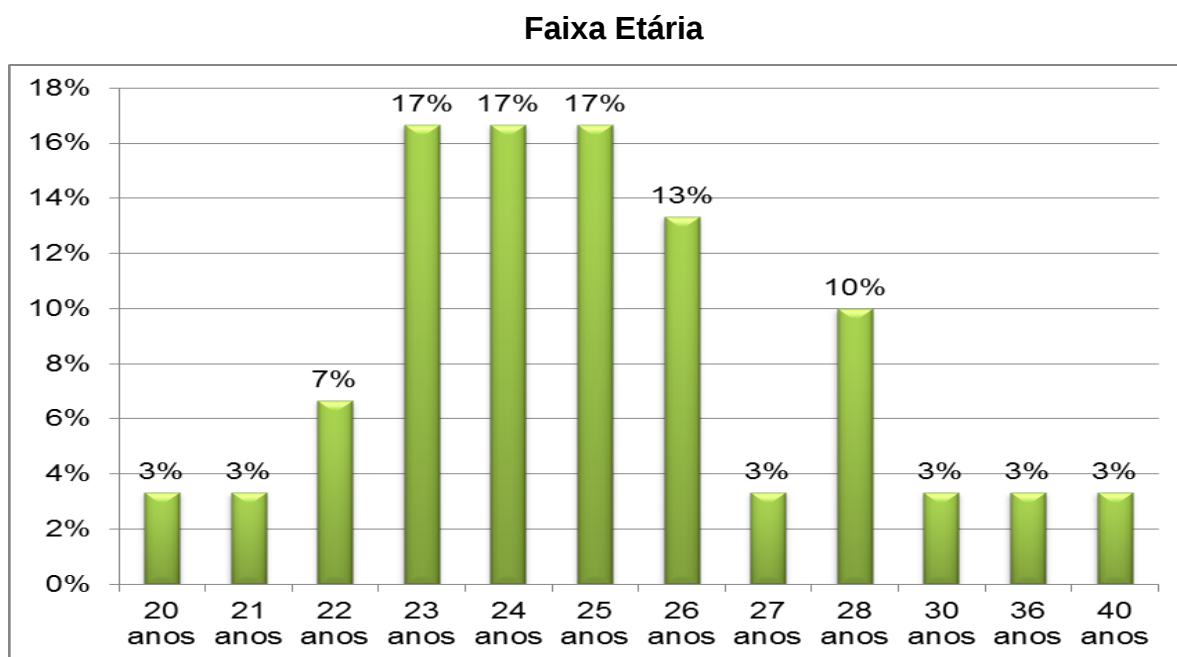


Gráfico 3: Faixa etária (%).
Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Os dados da pergunta 3: estado civil, revelam que a maioria dos intercambistas (24) são solteiros, enquanto que 3 são casados, 2 são divorciados e apenas 1 marcou outro, respondendo como separado (GRÁFICO 4).

A análise destes dados juntamente com a idade dos entrevistados mostram que o intercâmbio é realizado por pessoas jovens, entre 23 e 25 anos e isto justifica a quantidade de pessoas solteiras que buscam vivenciar novas experiências e crescimento pessoal e profissional.

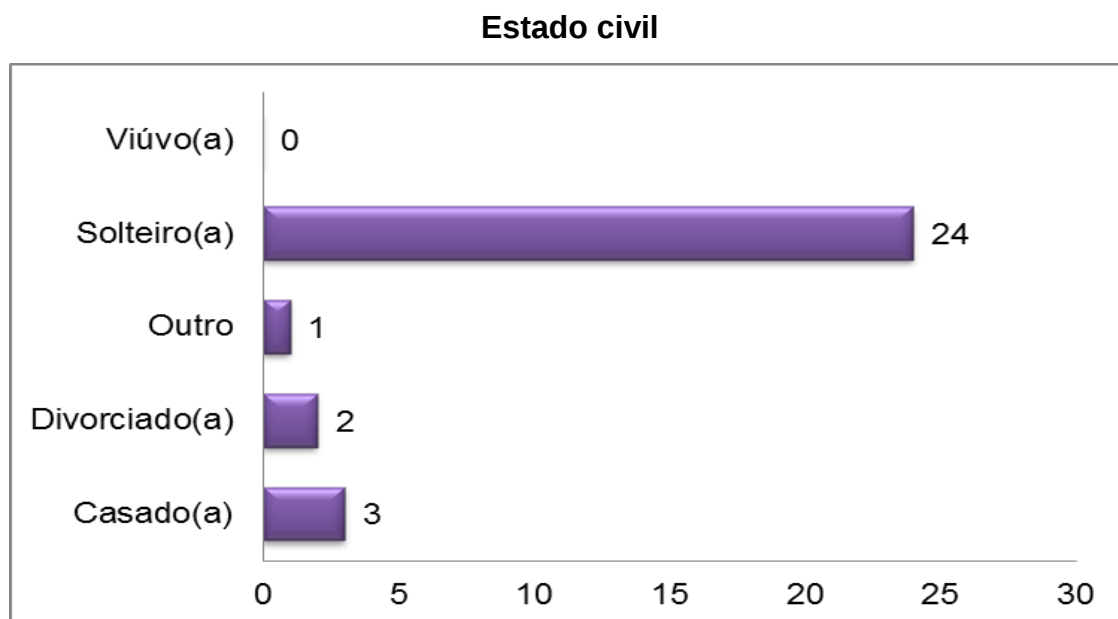


Gráfico 4: Estado civil.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico 5 exibe as respostas a pergunta 4: estado em que nasceu. É oportuno destacar que esta foi uma pergunta aberta onde os participantes responderam o estado em que nasceram e na elaboração do gráfico foram colocados apenas os estados do Brasil mencionados.

A partir desses dados foi identificado que São Paulo e Rio Grande do Norte foram os estados mais citados, representando 23% cada. Vale salientar que possivelmente estes dois estados destacaram-se em função de São Paulo ser o estado mais populoso do Brasil e o Rio Grande do pelo fato da pesquisadora ser deste estado e isso teria motivado seus amigos a responderem o questionário em detrimento dos outros.

Além destes, Minas Gerais foi o segundo mais referido, obtendo 20%. Bahia, Pernambuco e Paraná foram também citados, com 7% cada. Os menos representativos foram Alagoas, Rio de Janeiro, Goiás e Rio Grande do Sul.

É importante ressaltar que Dublin é um destino de intercâmbio com muitos imigrantes e com um grande número de brasileiros, o qual vem aumentando a cada ano. E no tocante a naturalidade desses brasileiros pode-se dizer que há uma grande variação, ou seja, são de toda a parte do Brasil. É possível encontrar intercambistas de estados diferentes dos citados na pesquisa.

Naturalidade

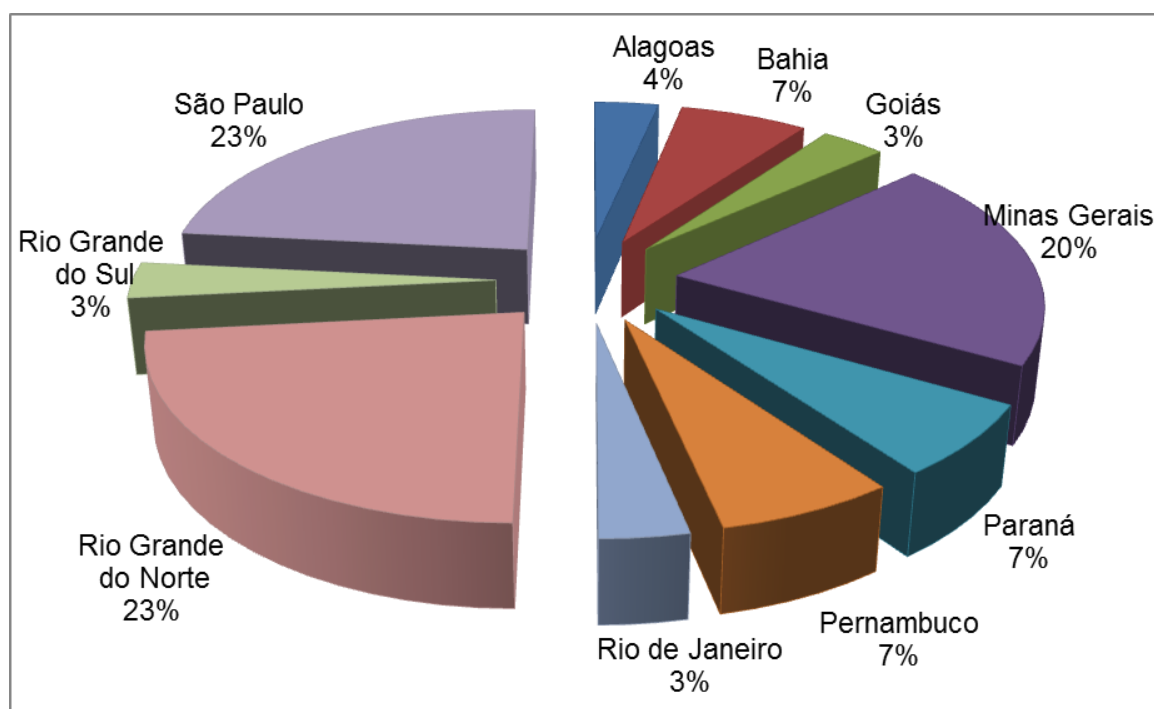


Gráfico 5: Naturalidade (%).

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Com relação a pergunta 5: escolaridade, observou-se que todos os entrevistados possuem o ensino médio concluído. Destes, 12 possuem ensino superior completo, 11 possuem ensino superior incompleto e 7 são pós-graduados, conforme gráfico 6.

Escolaridade

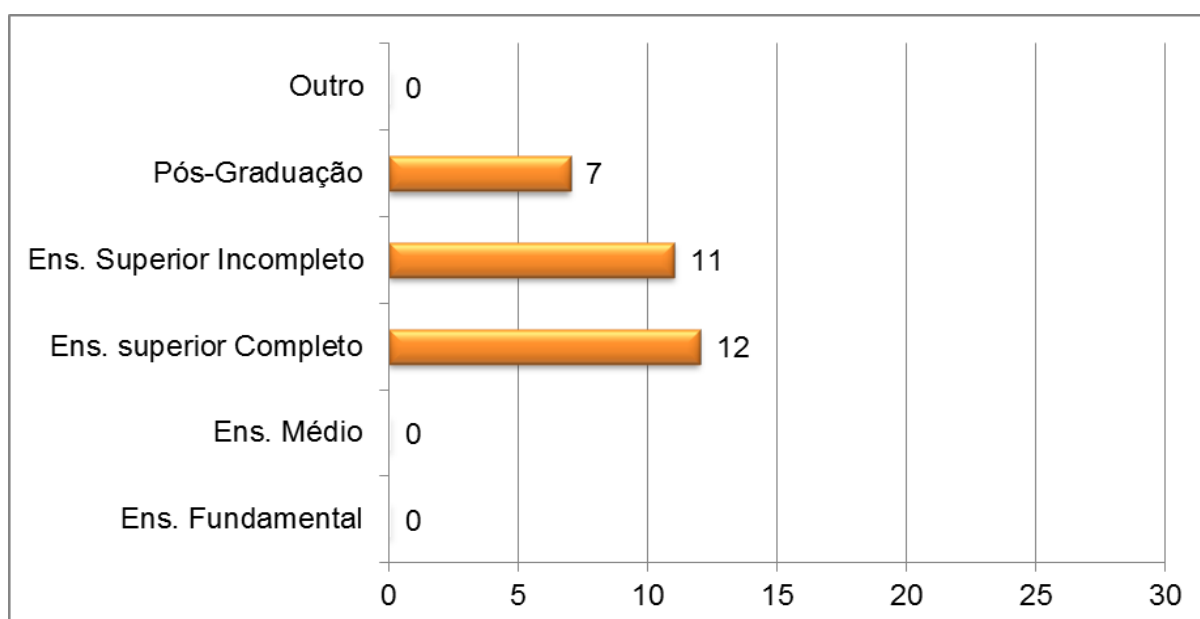


Gráfico 6: Escolaridade.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Estes dados são importantes, uma vez que mostram que Dublin não é um destino de *High-School*, ou seja, não é um destino procurado por adolescentes com a finalidade de estudar um ano em escolas de ensino médio. Justificam também a porcentagem alta de jovens entre 23 e 25 anos (GRÁFICO 3), afinal normalmente nessas idades as pessoas estão cursando ou concluindo o ensino superior.

Os dados referentes a pergunta 6: renda familiar revela que 12 intercambistas possuem renda de mais de 10 salários mínimos, 9 possuem renda entre 5 e 7 salários mínimos, 2 possuem entre 2 e 4 salários mínimos, 7 respondentes não souberam informar e as alternativas entre 7 e 9 e até 2 salários mínimos não obtiveram nenhuma resposta, conforme os dados no Gráfico 7.

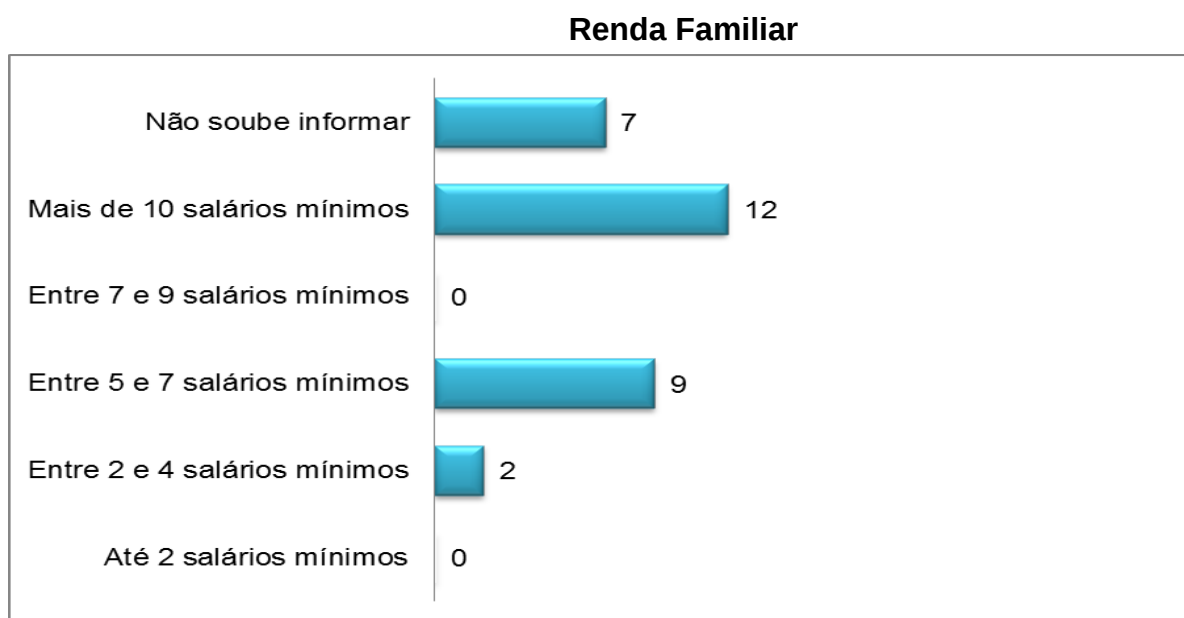


Gráfico 7: Renda familiar.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

As perguntas 9 e 10 do questionário também ajudam a traçar o perfil dos brasileiros que realizam intercâmbio em Dublin. A questão 9: “Qual foi sua situação durante o intercâmbio?” possui 4 alternativas (apenas estudou; apenas trabalhou; estudou e trabalhou; e outro) e a partir da análise desses dados foi possível perceber que 73% dos respondentes estudaram e trabalharam durante o intercâmbio em Dublin e 27% apenas estudaram. As alternativas “apenas trabalhou” e “outro” não obtiveram resposta, conforme Gráfico 8.

Estes dados revelam que a maioria dos intercambistas brasileiros trabalham e estudam. Isto se justifica em função da imigração da Irlanda permitir que estrangeiros com visto de estudante trabalhem até 40h semanais. Além disso, os

intercambistas sentem a necessidade de trabalhar por ser uma forma de colocar em prática o inglês aprendido na escola.

É importante destacar também que muitos permanecem mais tempo do que o previsto no país quando começam a trabalhar durante o intercâmbio, afinal sentem-se mais independentes financeiramente, mais tranquilos para aproveitar sua vida no país, podendo manter-se sem ajuda de pais ou familiares. Porém, vale salientar que muitos intercambistas que apenas estudam sentem-se satisfeitos e na maioria das vezes é uma opção, ou seja, eles vão realizar o intercâmbio com o objetivo de estudar a língua Inglesa e vivenciar uma cultura diferente.

É necessário destacar que o dado dessa questão também possui relação com o motivo de escolha do destino Dublin, afinal muitos responderam que foram para Dublin porque era possível trabalhar, como será visto na análise da pergunta 8.

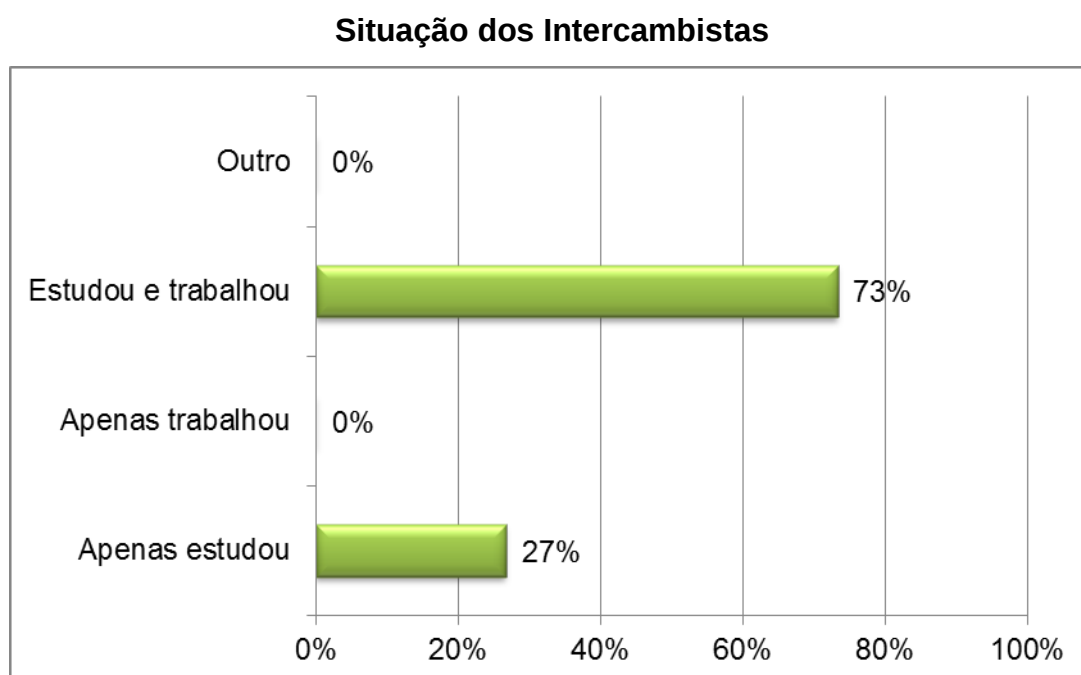


Gráfico 8: Situação dos intercambistas (%).

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

No tocante a questão 10: “Quanto tempo foi o seu intercâmbio?”, pode-se dizer que a maioria dos entrevistados (24%) permaneceram 2 anos em intercâmbio, no entanto percebe-se com o gráfico 9 que os dados são variáveis. O menor tempo foi de 6 meses (3%) e o maior foi de 5 anos (3%), vale salientar ainda que 7 meses e 1 ano obtiveram 13% cada. É muito comum os brasileiros estenderem sua permanência no país além do programado.

Tempo de Intercâmbio

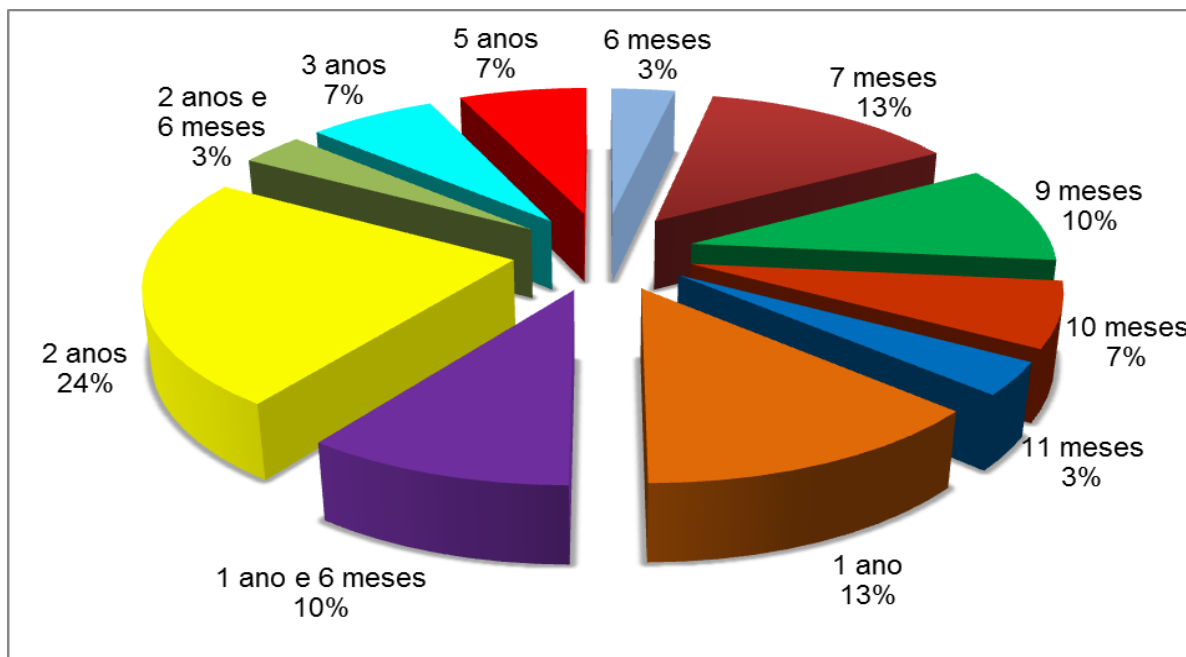


Gráfico 9: Tempo de intercâmbio (%).

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

A partir dos dados das questões 9 e 10, verificou-se que uma relaciona-se com a outra, ou seja, quanto maior é a duração do intercâmbio maior é o número de intercambistas que estudam e trabalham, uma vez que possuem mais tempo para melhorar o inglês e conseguir um trabalho. Segue abaixo os gráficos 10 e 11 referentes à análise realizada mesclando as duas questões.

Intercambistas que estudaram e trabalharam

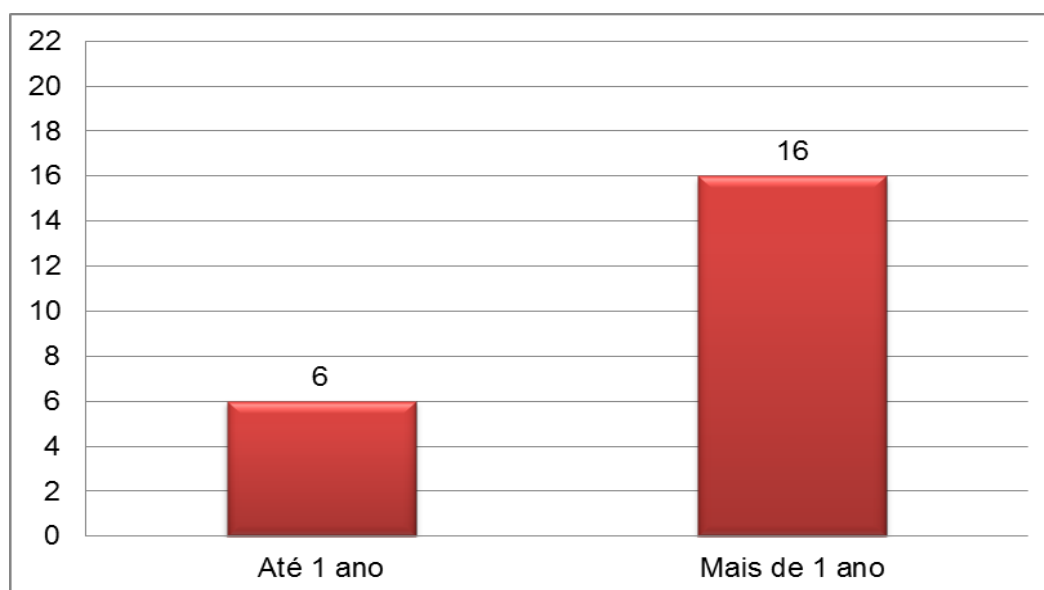


Gráfico 10: Intercambistas que estudaram e trabalharam (número/duração).

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Este gráfico mostra que dos 22 entrevistados que declararam ter estudado e trabalhado durante o intercâmbio, 16 ficaram mais de 1 ano em Dublin e apenas 6 permaneceram menos de 1 ano. Os intercambistas permanecem mais tempo no país quando começam a trabalhar, uma vez que podem se manter e juntar dinheiro para renovar o visto por mais um tempo ou para realizar seus outros anseios como viajar pela Europa, fazer compras, entre outros.

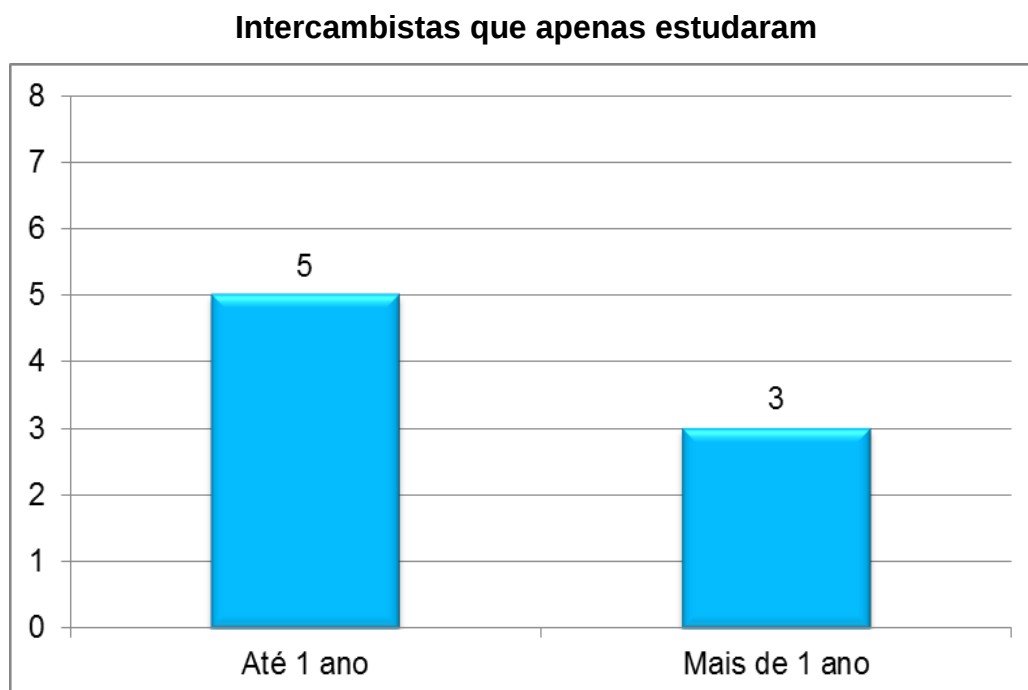


Gráfico 11: Intercambistas que apenas estudaram (número/duração).

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

O gráfico 11 revela que quanto menor for o tempo do intercâmbio maior é a incidência de intercambistas que apenas estudam. Dos 8 entrevistados que responderam apenas ter estudado durante o intercâmbio, 5 permaneceram menos de 1 ano e 3 mais de 1 ano.

Através dos dados quantitativos expostos nos parágrafos anteriores, foi possível identificar o perfil dos intercambistas brasileiros que realizam/realizaram intercâmbio em Dublin. Mas, para uma compreensão resumida acerca do perfil dos brasileiros, segue abaixo o Quadro 3.

Quadro 3: Resumo do perfil dos Brasileiros que realizam/realizaram intercâmbio em Dublin.

Gênero	53,3% do sexo feminino e 46,7% do sexo masculino;
Faixa Etária	Idade entre 23 e 25 anos
Estado Civil	Solteiros
Naturalidade	23% de São Paulo, 23% do Rio Grande do Norte e 20% de Minas Gerais.
Escolaridade	Ensino superior Completo
Renda Familiar	Mais de 10 salários mínimos
Situação dos Brasileiros durante o intercâmbio	73% estudaram e trabalharam
Tempo de intercâmbio	2 anos

Fonte: Dados da pesquisa, 2013.

Esses dados complementarão e esclarecerão melhor a análise qualitativa das motivações e expectativas apresentadas na seguinte parte.

4.2 Análise das motivações e expectativas

Analisar-se-á agora os dados referentes as justificativas dos pesquisados nas questões 7, 8, 11, 12, 13 e 14. Na pergunta 7: “Por que você decidiu realizar intercâmbio?”, o discurso dos intercambistas revela que aprender ou aperfeiçoar o inglês, bem como conhecer uma nova cultura e outro país foram as respostas mais evidentes. A seguir estão algumas respostas a esta pergunta:

“Sempre sonhei em conhecer outro país, cultura, idioma, educação, aprender Inglês. (1)”.

“Para pegar fluência no inglês, e conhecer um novo país, novas pessoas e culturas diferentes. Aprender a lidar com as diferenças sociais e culturais. (6)”.

“Para aperfeiçoar o inglês e ter a experiência de morar em outro país. (9)”.

“Para agregar conhecimento, estudar inglês e ter a oportunidade de conhecer novas culturas. (16)”.

“Para aprender um pouco mais rápido o inglês e viver a experiência de morar fora do país. (27)”.

A partir dos relatos acima percebe-se uma incidência de respostas que retratam a questão de conhecer a cultura de outro país, os costumes, hábitos e pessoas de diferentes nacionalidades. Esses fatores são procurados em função de proporcionar inúmeros pontos positivos aos que vivenciam desde aprender uma nova língua, obter conhecimentos diversos, respeitar as diferenças e até adquirir novos valores educacionais.

Além disso, outras respostas encontradas foram com relação a uma experiência/vivência internacional, para tentar algo novo e/ou diferente em suas vidas e viajar pela Europa.

“Tentar uma coisa nova! (13)”.

“Sempre tive curiosidade de saber se "existia um mundo diferente além daquele que eu costumava viver", [...] e viajar por alguns países na Europa. (18)”.

“Para agregar valor ao meu CV, através de uma vivência internacional [...]. (24)”.

A pergunta 8: “Qual ou quais os motivos que fez você escolher Dublin?” mostrou algumas respostas como:

“Facilidade burocrática, melhor custo x benefício, estar localizado na Europa (facilidade para viagens), principal língua falada é o inglês. (3)”.

“Facilidade com visto e legalidade para trabalhar. (4)”.

“São vários: Preço, Facilidade de tirar visto, segurança, estar na Europa e por ser um lugar belíssimo. (5)”.

“Facilidade com o visto e país mais barato para aprender inglês na Europa. (8)”.

“O preço e facilidade de visto de trabalho e estudo. (9)”.

“Visto mais fácil e facilidade para viajar pela Europa. (15)”.

O motivo que me fez escolher Dublin foi a facilidade que temos de tirar e renovar o visto no próprio país, a permissão para trabalhar legalmente como estudante 40hrs semanais e sem dúvida por ser Europa ainda temos a oportunidade e facilidade de viajar. (17)

Estas respostas evidenciam que os motivos ao escolher Dublin para a realização do intercâmbio se deve a vários fatores como o preço, facilidade de visto, permissão para trabalhar e estudar, e oportunidade de viajar pela Europa.

Dublin é um dos destinos mais baratos dentre os países que falam a língua inglesa e um dos mais viáveis da Europa. Além disso, não necessita retirar previamente um visto, apenas no país ao comprovar que está matriculado em algum curso ou escola. Os intercambistas podem ainda trabalhar e este é também um fator mencionado pelos mesmos, uma vez que ao trabalhar eles podem manter-se mais tempo no país.

No que tange a pergunta 11: “Suas expectativas com relação a Dublin foram atendidas?”, verificou-se que a maioria respondeu que sim, ou seja, foram atendidas e até superadas.

“Sim, Mais que atendidas, superando minhas expectativas em relação a qualidade de vida e nível de aceitação a alunos estrangeiros por parte dos irlandeses. (5)”.

Sim! Os irlandeses são muito simpáticos. A cidade em si é muito bonita, não é grande como São Paulo, mas tem tudo o que uma cidade grande pode oferecer. É segura de se viver e o custo de vida não é alto. A escola de inglês foi muito boa, conheci muitas pessoas de diversas nacionalidades, enfim eu diria que foi melhor do que eu esperava! (7)

“Sim, cidade linda, pessoas simpáticas. Arquitetura muito bela também, foi do jeitinho que eu esperava. (10)”.

“Sim. Consegui trabalho, aprimorei meu inglês, fiz amizades com muitos estrangeiros. (25)”.

Os relatos evidenciam que Dublin atendeu positivamente as expectativas dos intercambistas brasileiros, por ser uma cidade com qualidade de vida, segura, bonita, limpa, por oferecer ótimas escolas de inglês e pelo fato dos irlandeses serem simpáticos, amigos e aceitarem bem os estrangeiros no país. É perceptível essa aceitação, afinal eles adoram fazer amizades e ajudar pessoas de diferentes nacionalidades. Outra questão apontada como positiva foi o custo de vida não ser alto.

Dos entrevistados que se mostraram insatisfeitos em relação a Dublin, apenas 1 não atingiu suas expectativas, e os outros 3 responderam que atingiram em parte, conforme alguns comentários a seguir:

“Em termos. Gostaria que tivesse menos brasileiros. (3)”.

Minhas expectativas não foram atendidas. Fui pensando no preço, e na possibilidade de conciliar estudos e trabalho. Ao chegar, percebi que [...] é difícil conseguir um emprego e há um grande número de brasileiros na cidade. [...] não aconselho outras pessoas a estudarem em Dublin. Mas aconselho a fazerem um intercâmbio. (26)

Mais ou menos. Dublin é uma cidade linda e segura, porém possui muitos brasileiros, o que é bom, porque são eles que te “ajudam” no dia-dia, e ruim, porque seu ciclo de amizade continua sendo de brasileiros e isso dificulta na prática do inglês [...]. (28)

Sim e não. Sim com relação à cidade no geral. Tudo é diferente. Tudo é um novo aprendizado. Porém, como relação ao aprendizado do inglês, é um pouco mais complicado, porque existem muitos brasileiros lá, e de certa forma, isso influencia demais. (30)

Os comentários acima relatam o grande número de brasileiros na cidade como sendo o causador da insatisfação com relação a Dublin. E isso se deve as facilidades burocráticas para a realização do intercâmbio, o preço, bem como pela possibilidade de estudar e trabalhar ao mesmo tempo como foi mostrado na análise da questão 8.

A pergunta 12 do questionário: “Você voltaria a Dublin? Responda por que e/ou para que.”, revelou que a grande maioria voltaria a Dublin e por diferentes motivos, enquanto que uma se mostrou incerta se voltariam algum dia:

“[...] não tenho certeza se voltaria a visitar Dublin, porque é uma cidade pequena e já visitei vários pontos turísticos. (18)”.

Com relação aos motivos para voltar a Dublin, percebeu-se distintas respostas, no entanto, alguns voltariam para estudar e trabalhar, outros para passear e fazer turismo, para rever amigos, e alguns responderam que voltariam para morar. Segue adiante algumas das respostas:

“Sim. Para estudar novamente e abrir algum negócio para ser rentável, rever amigos. (1)”.

“Sim, para fazer turismo pela Ilha. (5)”.

“Sim! Gostaria de morar em Dublin, trabalhar na minha profissão. Por melhor qualidade de vida e melhores salários também. (7)”.

“Para visitar amigos. (8)”.

“Sim, voltaria. Fiz amigos queridos lá, e voltaria também para fins acadêmicos [...]. (10)”.

“Sim, voltaria porque é uma cidade tranquila, as pessoas são muito simpáticas e lá eu fiz grandes amigos!! Voltaria para fazer um curso e ou apenas para passar férias. (22)”.

“Sim. Turismo ou mesmo para morar. (23)”.

“Sim. Devido a grande qualidade de vida no país, segurança e outros fatores eu voltaria sim e para morar de vez. (25)”.

“Sim. Para estudar e trabalhar. (28)”.

Algumas respostas são as mesmas evidenciadas na pergunta 11, como a segurança, pessoas simpáticas e a qualidade de vida da cidade. Todos os fatores mencionados influenciam na motivação para voltar a Dublin, seja para estudar, morar, trabalhar ou passear.

No tocante a questão 13: “Você atingiu suas expectativas em relação ao intercâmbio?”, verificou-se que em quase todos os depoimentos os intercambistas relacionaram suas expectativas (positivas ou negativas) com o aprendizado da língua inglesa, afinal a maioria declarou ter atingido as expectativas porque conseguiram voltar para o Brasil com um bom nível de inglês.

“Sim. Eu não sabia e não entendia nada em inglês, sem dúvidas o intercâmbio mudou a minha vida profissional, pois eu tinha muita dificuldade de aprender no Brasil. (2)”.

“Em termos. Pude viajar bastante. Mas não aprendi o inglês que gostaria. O tempo não foi suficiente e a quantidade muito grande de brasileiros na cidade também dificulta esse processo. (3)”.

“Poderia ter sido melhor, com relação ao inglês, mas a experiência ultrapassou minhas expectativas. (4)”.

“Sim! Viajei pra diversos países e hoje posso dizer que meu inglês é fluente. (7)”.

“Sim, meu inglês está fluente. Viajei, conheci lugares, pessoas etc. Valeu cada minuto. (10)”.

“Sim, vim com o propósito de aprender a língua Inglesa e estou muito contente com o resultado. (16)”.

“Não atingi. Convivi com um número muito grande de brasileiros, e não consegui aprimorar meu inglês como queria. (26)”.

Como visto nos comentários acima, todos os intercambistas relacionaram suas expectativas de acordo com o nível do inglês. Em alguns casos mesmo não atingindo um bom nível de inglês, eles se mostraram satisfeitos com o intercâmbio, enquanto que outros não, por ter convivido com um grande número de brasileiros.

Por fim a questão 14: “Quais as contribuições do intercâmbio na sua vida?”, mostrou que o crescimento pessoal e profissional com destaque para a independência, amadurecimento, respeito e educação foi o que impactou na vida dos intercambistas:

“Foi uma grande experiência em minha vida, pessoal, profissional, familiar. (1)”.

“Amadurecimento, independência pessoal e financeira, reconhecer e aceitar diferenças culturais. (7)”.

“Crescimento pessoal e profissional (14)”.

O intercâmbio foi uma experiência única. Abriu portas na minha vida aqui no Brasil e com relação ao crescimento pessoal, isto foi perceptível para mim e para todos que me conhecem, me tornei uma pessoa mais centrada e independente. (22)

“Aprendi a ter mais responsabilidade, a me virar melhor em situações adversas, a me relacionar melhor com as pessoas, etc. (25)”.

“Experiência pessoal. (28)”.

“Crescimento pessoal indiscutível. (29)”.

Essa questão revelou que para a maior parte dos intercambistas, a oportunidade de morar fora foi única, positiva e importante. É perceptível nos comentários a questão do crescimento pessoal, uma vez que essa experiência traz valores diferentes dos que temos no Brasil. Aprende-se a falar “obrigado”, “licença” e “por favor” em todas as situações do dia, bem como a respeitar as diferenças culturais e ter responsabilidade com os horários e compromissos. Além de proporcionar uma maior independência e autoconhecimento.

Percebe-se que o crescimento profissional é uma consequência do intercâmbio, afinal é com o enriquecimento pessoal e o aprendizado de uma nova língua que o intercambista se destaca no mercado de trabalho.

Ao analisar as respostas dos entrevistados em todas as perguntas, foi possível constatar que o intercâmbio é considerado por todos como a melhor experiência de suas vidas, e para a maioria essa oportunidade foi possível pelo fato de terem escolhido a cidade de Dublin, afinal como foi visto é um destino barato e menos burocrático. Foi observado também que muitos não foram para Dublin motivados pela cidade e sim pelos fatores envolvidos, no entanto, a maior parte dos brasileiros se encantaram e não se arrependeram da escolha feita.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo de intercâmbio é um segmento que vem apresentando crescimento por parte de um número cada vez maior de pessoas de todas as faixas etárias, classes sociais e de todas as partes do mundo. E esse crescimento vem acontecendo em função dos inúmeros pontos positivos da sua prática. Ou seja, as pessoas estão buscando ampliar seus conhecimentos, qualificações, experiências, desenvolvimento profissional e pessoal, entre outros.

Estes fatores são de conhecimentos de todos, no entanto, existem algumas outras diferentes motivações buscadas, principalmente quando se trata de uma análise de um destino em particular. Partindo desse pressuposto, esta pesquisa objetivou analisar as motivações e expectativas dos brasileiros ao decidirem realizar o intercâmbio na cidade de Dublin-Irlanda.

A primeira contribuição da pesquisa foi conhecer os diversos conceitos que pudessem ser utilizados como aporte teórico e esclarecedor da pesquisa. Estes ajudaram em um melhor entendimento a respeito da atividade turística, seus segmentos, em específico o turismo de viagens e intercâmbio, assim como comportamento do consumidor no turismo e as motivações dos turistas. Além disso, foi abordado detalhes sobre a Irlanda e em especial, Dublin, visto que ajudaria para uma compreensão a respeito desse destino que vem sendo procurado por um número cada vez maior de brasileiros e de outras nacionalidades.

Outra contribuição do trabalho foi o entendimento do porque da realização do intercâmbio, além dos motivos que levam os brasileiros a optarem por Dublin em detrimento de outros tantos destinos. Foi possível também traçar um perfil desses brasileiros, identificando o público de intercambistas em Dublin. Dessa forma, esta pesquisa colaborou para um esclarecimento sobre este destino de intercâmbio assim como para uma diminuição da lacuna existente na literatura de turismo de viagens e intercâmbios.

Dentre os principais resultados obtidos com a aplicação do questionário revelou que os brasileiros decidem realizar o intercâmbio para conhecer e vivenciar diferentes culturas bem como outros países, aprender uma nova língua. Com relação a procura e escolha por Dublin, evidenciou-se que se dá pelo fato de ser um destino de intercâmbio barato e que oferece facilidades, como retirada de visto e permissão para estudar e trabalhar. Em outras palavras, os intercambistas não

decidem ir para Dublin pela cidade em si, mas pelos fatores mencionados anteriormente, porém o destino acaba por surpreendê-los durante e ao final do intercâmbio em detrimento das particularidades encontradas na cidade.

Os dados revelaram ainda o perfil dos brasileiros que realizam o intercâmbio em Dublin, este foi representativamente de jovens entre 23 e 25 anos. Além disso, foi visto que o número de intercambistas de São Paulo, Rio Grande do Norte e Minas Gerais prevaleceram e que a maioria possui renda mensal familiar acima de 10 salários mínimos.

A questão da situação durante o intercâmbio mostrou que a maioria estudou e trabalhou e que isso interfere diretamente no tempo do intercâmbio e na motivação da escolha do destino Dublin. Uma queixa frequente dos pesquisados foi com relação ao excessivo número de brasileiros na cidade, e que isso interferiu nas expectativas dos intercambistas. Porém, pode-se dizer que existem brasileiros em toda a parte do mundo, e na realização de um intercâmbio cabe ao intercambista manter o foco no objetivo a que se pretendia. Afinal, a quantidade de brasileiros não justifica o fato dos intercambistas conviverem apenas com brasileiros.

Diante do exposto, percebe-se a importância desse estudo para futuros intercambistas, agências de intercâmbio e até para a cidade em questão, Dublin. Afinal, a pesquisa esclarece a realidade atual do intercâmbio na cidade com relação aos brasileiros. E que essas insatisfações apresentadas poderiam ser evitadas com o conhecimento dos interessados a partir do momento que a agência de intercâmbio conhece e revela a realidade. Este estudo proporciona também dados importantes para as agências de intercâmbio sobre o perfil dos brasileiros que viajam para Dublin.

Por fim, ficou claro que Dublin se apresenta como um destino acessível para os que desejam realizar o intercâmbio, visto que o investimento chega a ser a metade comparando-se com os outros destinos, e pelo fato de não ser uma cidade com alto custo de vida, bem como pela possibilidade de trabalhar e custear suas próprias despesas como foi evidenciado na pesquisa.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Persona, 1977.

BARRETTO, Margarita. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BRASIL, Ministério do Turismo; BELTA, Brazilian Education & Language Travel Association. **Estudo de Inteligência de Mercado para o Segmento de Estudos e Intercâmbio**. Brasília: EMBRATUR; São Paulo: BELTA, 2009.

BRASIL, Ministério do Turismo; BELTA, Brazilian Educational & Language Travel Association. **Manual Técnico de Operações de Estudos e Intercâmbio**: Destino Referência São João Del-Rei/MG. Brasília: Ministério do Turismo; São Paulo: BELTA, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo – **Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Estudos e Intercâmbio**: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CAMPOS, Suzana Santos. **Segmentação turística e o mercado**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

COLTMAN, Michael M., **Introduction to travel and tourism**: an international approach. New York: Van Nostrand Reinhold, 1989.

CSO. Central Statistics Office. **Profile 6 Migration and Diversity**. Ireland: Sun Alliance House, 2012.

DISCOVER IRELAND. Disponível em: <http://www.discoverireland.com>. Acesso em: 05 Mai 2013.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

DIAS, Reinaldo; CASSAR, Mauricio. **Fundamentos do marketing turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DUBLIN CITY COUNCIL. **O'Connell Street Monument Report**, 2006.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HERITAGE IRELAND. Disponível em: <http://www.heritageireland.ie/en/>. Acesso em: 12 Maio 2013.

ICOS. Irish Council for International Students. **Non EEA Students - Some Key Statistics**. Disponível em: <http://www.justice.ie/en/JELR/Statistics.doc/Files/Statistics.doc>. Acesso: 20 Mar 2013.

KELLY, I.; BROWN, G. Developing educational tourism: conceptual considerations and an examination of the implications for South Australia. **Creating Tourism Knowledge**. Brisbane, 2004.

KOTLER, P. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Teoria do Turismo**: Conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

MACHADO, M. N. M. **Entrevista de pesquisa**: a interação entrevistador / entrevistado. Tese. (Doutorado). Belo Horizonte, 1991.

MARCONI, Mariana de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MASLOW, A. H. **A Theory of Human Motivation**. 1943.

MET ÉIREANN. Disponível em: <http://www.met.ie/climate-ireland/climate-of-ireland.asp>. Acesso em: 18 Maio 2013.

MINAYO, M.C. de S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. 22. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2003

NATIONAL GEOGRAPHIC. Disponível em: <http://travel.nationalgeographic.com/travel/city-guides/dublin-walking-tour-2/>. Acesso em: 07 Mai 2013.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Handbook on tourism product development**. Published by the World Tourism Organization (UNWTO) and the European Travel Commission (ETC), Madri, Spain, 2011

PEIXOTO, R. P. L. **A crescente procura pelo intercâmbio cultural**. 2005. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) – Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília.

PICKERAL, Tamsin. **The taste of Ireland**: Landscape, culture & food. London: Star Fire, 2009

ROSS, Glenn F. Trad. Dinah Azevedo. **Psicologia do turismo**. São Paulo: Contexto, 2001

SCHULTZ, Patricia. 1000 lugares para conhecer antes de morrer. Tradução Cláudio Figueiredo, Pedro Jorgensen Junior. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.

SILVA, Fernando Brasil da. **A psicologia aplicada ao turismo e hotelaria**. 3. ed. São Paulo: CenaUn, 2001.

ST. PATRICK'S FESTIVAL. Disponível em:
<http://www.stpatricksfestival.ie/index.php/about>. Acesso em: 10 Mai 2013.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo Básico**. São Paulo: Senac, 1998.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing turístico: receptivo e emissivo: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados**. São Paulo: Pioneira, 1999.

VERGARA, S.C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

APÊNDICE A
QUESTIONÁRIO

1. Gênero:

() Feminino () Masculino

2. Idade em que realizou o intercâmbio: _____

3. Estado Civil:

() Solteiro () Casado () Divorciado () Viúvo () Outro: _____

4. Estado em que nasceu: _____

5. Escolaridade:

() Ens. Fundamental	() Ens. Médio
() Ens. Superior Completo	() Ens. Superior Incompleto
() Pós-Graduação	() Outro: _____

6. Qual a renda mensal da família:

() Até 2 salários mínimos	() Entre 2 e 4 salários mínimos
() Entre 5 e 7 salários mínimos	() Entre 7 e 9 salários mínimos
() Mais de 10 salários mínimos	() Não soube informar

7. Por que você decidiu realizar intercâmbio?

8. Qual ou quais os motivos que fez você escolher Dublin?

9. Qual foi sua situação durante o Intercâmbio?

() Apenas estudou	() Apenas trabalhou
() Estudou e Trabalhou	() Outro: _____

10. Quanto tempo foi o seu intercâmbio: _____

(Exemplo: 3 semanas; 6 meses; 1 ano e 7 meses)

11. Suas expectativas com relação a Dublin foram atendidas? Comente.

12. Você voltaria a Dublin? Responda por que e para que.

13. Você atingiu suas expectativas em relação ao intercâmbio? Comente.

14. Quais as contribuições do intercâmbio na sua vida?