



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

Rafael Lima Monteiro

**IMPACTOS DO INTERCÂMBIO CULTURAL NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL:
Uma análise na percepção de intercambistas de Natal/RN.**

Natal/RN
2012

Rafael Lima Monteiro

**IMPACTOS DO INTERCÂMBIO CULTURAL NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL:
Uma análise na percepção de intercambistas de Natal/RN.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação de Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Lissa Valéria F. Ferreira, D. Sc.

Natal/ RN
2012

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

Monteiro, Rafael Lima.

Impactos do intercâmbio cultural na formação profissional: uma análise na percepção de intercambistas de Natal/RN/ Rafael Lima Monteiro. - Natal, RN, 2012.

54f.

Orientador: Profa. Ph. d. Lissa Valéria Fernandes Ferreira.

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

1. Turismo - Monografia. 2. Intercâmbio cultural - Monografia. 3. Capacitação profissional - Monografia. 4. Gestão do conhecimento - Monografia. I. Ferreira, Lissa Valéria Fernandes. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48:658

**IMPACTOS DO INTERCÂMBIO CULTURAL NA FORMAÇÃO PROFISSIONAL:
Uma análise na percepção de intercambistas de Natal/RN**, monografia
apresentada à Coordenação de Graduação em Turismo da Universidade Federal do
Rio Grande do Norte, para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Natal, 30 de novembro de 2012.

Banca Examinadora

Prof.^a Lissa Valéria Fernandes Ferreira, D. Sc.

Orientadora

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Márcio Marreiro das Chagas, M. Sc.

Examinador

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Prof. Carlos Humberto Porto, M. Sc.

Examinador

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Dedico este trabalho aos meus familiares, minha namorada e amigos. E a todos que sempre estiveram ao meu lado em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente aos meus pais, Maria do Rosário e Josafá, que sempre estiveram ao meu lado me apoiando em minhas decisões. Sou grato pela paciência e todo o amor que os mesmos têm por mim. São duas pessoas amáveis nas quais me espelho, pois são exemplos de honestidade e carinho, sem as quais eu não seria ninguém.

A Cleiane, minha namorada, por todo o apoio durante esse processo de trabalho de conclusão de curso e, sobretudo, por ter trazido algo que faltava na minha vida, por me completar e ver que tudo pode ser muito mais extraordinário do que aparenta ser quando se está ao lado da pessoa certa, da pessoa perfeita.

A minha orientadora, Lissa Ferreira, por toda a ajuda e paciência comigo, sempre muito querida por todos e sempre disposta a ajudar.

A todos os meus amigos de infância e que me acompanham até hoje, em especial Anderson, Allan Rafael, Davi, Guilherme, Igor, Nathani, Paulyanne, Rafael Pedro, Ricardo, Rosildo, Sandrey e Wilker.

Aos amigos que conquistei no decorrer desses quatro anos de curso: Ana Luíza, Bruno, Erenilson, Juliana, Nathália, Raniery, Thalles e Vanessa. Dividimos experiências boas e ruins, mas amizades verdadeiras sempre prevalecem.

A banca examinadora que se prontificou em participar da avaliação do meu trabalho de conclusão de curso.

As agências de intercâmbio que se colocaram a disposição para colaborar com o meu trabalho.

Por fim, a todos que tiveram uma parcela de contribuição para o desempenho desse trabalho, onde todo apoio foi essencial.

“Eu tenho o maior medo desse negócio de ser normal”
(John Lennon)

RESUMO

A atividade de intercâmbio está em ininterrupta ascensão abrangendo os mais diversos tipos de clientes, que procuram os mais variados tipos de serviços. Ferramenta considerada, hoje, uma alternativa para a promoção da capacitação profissional, o intercâmbio possibilita ao seu praticante a desenvolver atributos avaliados como imprescindíveis para o profissional da chamada “Era do Conhecimento”. As empresas da atualidade procuram, cada vez mais, por funcionários diferenciados, que não se detenham apenas a fazer o convencional, saibam trabalhar em grupo e lidar com as adversidades, e o intercâmbio surge justamente como um meio de agregar esses valores aos colaboradores. Sendo assim, o objetivo desse estudo foi analisar essas contribuições que o Intercâmbio Cultural promove no contexto da formação profissional, por intermédio de fontes bibliográficas e por meio de uma pesquisa aplicada com pessoas que já realizaram a atividade de intercâmbio. No que tange à metodologia, a pesquisa foi diagnosticada como descritivo-exploratória, com abordagem qualitativa. Os resultados da pesquisa demonstraram que o intercâmbio cultural não só capacita, mas também permite observando o mundo sob nova ótica, aprimora o currículo do indivíduo e facilita sua inserção no mercado de trabalho.

Palavras-Chave: Intercâmbio Cultural. Capacitação Profissional. Gestão do Conhecimento

ABSTRACT

The exchange activity is in uninterrupted ascent covering many different types of customers, looking all kinds of services. Tool currently considered an alternative for the promotion of professional training, the exchange allows the practitioner to develop their attributes evaluated as essential to the professional of called "Knowledge Age". The companies today seek increasingly differentiated employees who do not hold just doing conventional, know how to work in groups and deal with adversity, and exchange arises precisely as a means of adding these values to employees. Therefore, the aim of this study was to analyze these contributions that promotes cultural exchange in the context of professional training through literature sources and through an applied research with people who have already made the exchange activity. Regarding the methodology, the research was diagnosed as descriptive and exploratory, qualitative approach. The survey results showed that cultural exchange not only enables, but also allows observing the world in a new light, enhances the curriculum of the individual and facilitates their integration into the labor market.

Keywords: Cultural Exchange. Professional Training. Knowledge Management

LISTA DE ABREVIATURAS

| | |
|---------------|---|
| BELTA | Brazilian Educational & Language Travel Association |
| CI | Central do Intercâmbio |
| FEIL | Federation of the Experiment in International Living |
| GC | Gestão do Conhecimento |
| IE | Intercâmbio no Exterior |
| STB | Student Travel Bureau |
| UNESCO | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization |

LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Quadro 1- Relação nível de escolaridade – renda dos entrevistados | 40 |
| Gráfico 1- Ranking das principais regiões destino do mundo | 20 |
| Gráfico 2- Número de intercambistas brasileiros entre os anos 2004-2010 . | 20 |
| Gráfico 3- Destinos mais procurados de acordo com agências brasileiras . | 21 |
| Gráfico 4- Produtos mais comercializados nas agências de intercâmbio no Brasil | 22 |
| Gráfico 5- Que impactos a correta gestão do conhecimento trará sobre as empresas de seu setor nos próximos anos?..... | 28 |
| Gráfico 6- Motivos para a realização do intercâmbio..... | 38 |
| Gráfico 7- Destinos mais procurados..... | 38 |
| Gráfico 8- Dificuldades enfrentadas no intercâmbio | 41 |
| Gráfico 9- A experiência do intercâmbio correspondeu às expectativas..... | 43 |
| Gráfico 10- Importância do intercâmbio para o ingresso no mercado de trabalho | 45 |

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 11 |
| 1.1 Problematização | 11 |
| 1.2 Justificativa | 13 |
| 1.3 Objetivos | 14 |
| 1.3.1 Objetivo Geral | 14 |
| 1.3.2Objetivos Específicos | 14 |
| 2 REFERENCIAL TEÓRICO | 15 |
| 2.1 Turismo Pedagógico | 15 |
| 2.2 Turismo Jovem | 17 |
| 2.3 Intercâmbio Cultural | 19 |
| 2.4 Gestão Do Conhecimento | 26 |
| 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 31 |
| 3.1 Tipo de Pesquisa | 31 |
| 3.2 Universo da Pesquisa | 32 |
| 3.3 Instrumento de Pesquisa | 33 |
| 3.4 Coleta de Dados | 33 |
| 3.5 Técnica de Análise dos Dados | 34 |
| 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS | 36 |
| 4.1 Perfil do Intercambista | 37 |
| 4.2 Dificuldades no Intercâmbio Cultural | 41 |
| 4.3 Nível de Satisfação do Intercambista | 42 |
| 4.4 Intercâmbio e Carreira Profissional | 44 |
| 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS | 47 |
| REFERÊNCIAS | 48 |
| APÊNDICE | 50 |

1 INTRODUÇÃO

1.1 Problematização

O perfil do usuário do Turismo vem se transformando gradualmente com o passar do tempo. O mercado se depara cada vez mais com a necessidade de inovar e oferecer um produto diferenciado a esse novo tipo de consumidor moldado através do advento da globalização. Esse é um fato que se faz presente em diversos segmentos do âmbito turístico, sobretudo quando se trata da esfera do Intercâmbio Cultural.

O Intercâmbio Cultural consiste na convivência de povos pertencentes a regiões diversificadas. O simples fato de desempenhar atividades cotidianas, como o estudo, o trabalho e o exercício do lazer, em qualquer outro país do mundo que seja, já se pode considerar que a atividade de intercâmbio está sendo realizada. Quando essas atividades são desempenhadas de maneira que ocorra uma interação com demais pessoas de diferentes nacionalidades e culturas distintas, que aprendem, convivem e crescem juntos, fica caracterizado o Intercâmbio Cultural.

Historicamente, essa atividade surgiu desde os tempos da Roma Antiga, onde os estudantes romanos viajavam à Grécia com o intuito de absorver o conhecimento dos grandes centros de estudo, como Atenas, e, posteriormente, voltar para sua região de origem para aplicá-los da forma que mais achassem oportuna.

O intercâmbio também evoluiu conjuntamente ao contexto da Revolução Industrial na Europa, acompanhando o progresso científico do período. Em seguida, após a Segunda Guerra Mundial, diversas organizações por todo o mundo diagnosticaram a necessidade do desenvolvimento de projetos com o intuito de idealizar a reconciliação entre as nações, amenizar os danos causados pelo conflito e promover a paz pelo planeta daquele momento em diante. Posteriormente a esse cenário conturbado, foram desenvolvidos os primeiros programas de Intercâmbio Cultural voltados para jovens adolescentes, que surgiram como uma alternativa para tornar viável essa concórdia entre nações.

De forma mais ampla, o Ministério do Turismo compreende que “O Turismo de Estudos e Intercâmbio 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”.

O Intercâmbio Cultural no exterior possibilita o conhecimento das mais diversificadas culturas, permite modificar nossa concepção de mundo, proporciona a descoberta de novos dons, novas formas de relacionamento e viabiliza o aprimoramento de nossos valores e crenças. Do ponto de vista profissional, o Intercâmbio Cultural é uma oportuna forma de enriquecimento do currículo, visto que é uma experiência tida como um diferencial na hora do ingresso no mercado de trabalho.

Com o advento da globalização, as empresas da atualidade se deparam, cada vez mais, com uma realidade onde a competitividade global cresce constantemente. Para superar seus concorrentes, além de todos os aparatos relacionados à infraestrutura e equipamentos, a nova tendência mundial no que tange ao âmbito empresarial é a Gestão do Conhecimento.

A Gestão do Conhecimento consiste num meio de utilizar todo o capital intelectual dos seus colaboradores em prol da organização. As empresas buscam profissionais com o desejo de aprender de forma contínua, que não se contenham a fazer apenas o convencional e que possam ver o mundo das mais diversas formas, ou seja, essas instituições almejam profissionais capacitados.

A atividade de Intercâmbio Cultural, com todas as suas atribuições, surge justamente como uma alternativa de grande valor que torna viável essa capacitação profissional, hoje em dia tão visada pelas empresas.

Desta forma, o problema deste estudo se identifica no formato de questionamento: Quais as contribuições do intercâmbio cultural no contexto da formação profissional sob a ótica de intercambistas de Natal/RN?

Por meio dessa abordagem será possível a compreensão dos benefícios proporcionados por uma experiência no exterior, enfatizando a troca de experiências entre intercambistas de diversas nacionalidades, bem como o experimento e absorção de uma nova cultura.

1.2 Justificativa

Atualmente, milhares de estudantes almejam uma experiência internacional, independentemente de sua situação acadêmica, faixa etária ou condição socioeconômica, sendo oriundos das mais distintas nações do planeta.

Tomando como base informações da United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), existem mais de 100 milhões de estudantes de ensino superior atualmente no mundo. Destes, 2,7 milhões estão matriculados fora de seus países e a previsão para o ano de 2025 é de aproximadamente 8 milhões de estudantes em mobilidade no exterior.

É importante ressaltar que a oportunidade de aprimorar seu conhecimento do ponto de vista acadêmico não é um fator motivador exclusivo para o aluno intercambista. Essa espécie de estudante cobiça também desfrutar da cultura e do potencial de entretenimento do país receptor, contemplar as belezas naturais, enriquecer seu currículo e usufruir da qualidade de vida da nação como um todo.

A possibilidade de uma vivência no exterior foi um fator preponderante para a realização desse estudo onde, por meio dos depoimentos de pessoas que já realizaram a atividade, se pode ter uma visão mais ampla de como se desenvolve essa prática, não se limitando apenas ao que se é repassado para os potenciais intercambistas pela mídia, agências de intercâmbio, dentre outros.

Desta forma, justifica-se a realização desta pesquisa, de modo a contribuir para o conhecimento da atividade, prover esclarecimentos a indagações de ordem pessoal e suprir a escassez de estudos no que tange ao Intercâmbio Cultural. Existe a necessidade de uma análise minuciosa das expectativas que esses jovens tiveram da experiência no seu destino-alvo, bem como a apreciação dos comentários após a realização dessa atividade. O intercâmbio exercido de forma apropriada faz com que o estudante desenvolva uma consciência global que será de suma importância no seu processo de formação como cidadão íntegro e profissional capacitado.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar o Intercâmbio Cultural no contexto da formação profissional sob a percepção de estudantes intercambistas em Natal – RN.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar o perfil dos intercambistas;
- b) Apontar os obstáculos enfrentados pelos intercambistas no decorrer da atividade de Intercâmbio Cultural;
- c) Verificar o nível de satisfação do intercambista com a atividade realizada no país de destino;
- d) Apresentar as contribuições que a experiência de intercâmbio agrega à carreira profissional do intercambista;

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo Pedagógico

O Turismo é um fenômeno econômico e social com índices de crescimento incríveis e dinâmicos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO, 2008); no decorrer das décadas essa atividade se tornou uma das mais importantes no que tange a globalização, consolidando e estreitando cada vez mais os laços existentes entre as diversas nações do mundo.

O setor turístico representa um dos setores econômicos que mais rapidamente se desenvolvem numa escala mundial. Do ponto de vista sócio-econômico, é uma atividade de suma importância, provendo renda e emprego, tanto diretamente quanto indiretamente, para a população autóctone da região na qual a prática é realizada.

Levando-se em consideração a abrangência da qual é dotado o Turismo, percebe-se que essa atividade atinge as mais diversificadas áreas que fomentam a economia, e com relação à educação isso não é diferente. Trigo (1993) faz menção a essa predisposição em associar educação, lazer e turismo, que tem como conseqüência um notável acréscimo no número de viagens para exterior como fator de melhora para o currículo, transformando-se em um diferencial na hora de ingressar no mercado de trabalho.

A educação é uma ferramenta que viabiliza ao homem obter conhecimentos dos mais diversificados tipos com o intuito de aprimorar seus atributos. Esses conhecimentos podem ser relacionados ao âmbito das artes, ciências, especializações, dentre outros. De acordo com Ferreira (2004), trata-se do “processo de desenvolvimento da capacidade física, intelectual e moral do ser humano”.

Também com relação ao conhecimento, o mesmo pode ser conceituado como “Informação ou noção adquiridas pelo estudo ou pela experiência.” (FERREIRA, 2004).

As viagens de cunho educativo, por sua amplitude e grande número de atividades englobadas, possuem diversas denominações. No Brasil são comumente chamadas de Turismo Educacional, Turismo de Intercâmbio ou Turismo Educacional-Científico. São utilizados ainda os termos Turismo Universitário,

Turismo Pedagógico, Turismo Científico, além de Turismo Estudantil (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008).

Com base em Cascino (2000, p. 200), pode-se fazer as indagações que se seguem: “o caminho formal de instrução deve passar exclusivamente pela sala de aula e de lá devem emanar os pressupostos para a vida dos jovens? Será o espaço escolar o único a prover as comunidades de uma efetiva estrutura educacional?”

O Turismo Pedagógico surge como um meio de satisfazer a esses questionamentos. Se trata de uma atividade de cunho educacional, vinculado normalmente às escolas. É uma ferramenta viabilizadora do procedimento de aprendizagem, constituindo um fator preponderante para o incremento cultural, visto que permite ao discente aliar a teoria absorvida no âmbito acadêmico com a vivência da prática efetuada *in loco*.

Nesse contexto é importante dar ênfase ao Estudo do Meio, se tratando de uma atividade que permite aos discentes instituírem relações de cunho ativo e interpretativo, intimamente associadas a formulação de novos saberes, baseadas em experimentos numa conjuntura dinâmica da realidade.

A aplicação do Estudo do Meio se justifica no fato de que:

É importante salientar que o espaço de aprendizagem não se restringe à escola, sendo necessário propor atividades que ocorram fora dela. A programação deve contar com passeios, excursões, teatro, cinema, visita a fábricas, marcenarias, padarias, enfim, com as possibilidades existentes em cada local e as necessidades de realização do trabalho escolar (BRASIL, vol. 1, 1997, p. 103).

Portanto, fica evidente que através de viagens, passeios, excursões, dentre outras atividades, o turismo tem muito a contribuir quando se fala em termos de ensino. O Turismo Pedagógico alia educação e viagens do âmbito turístico, que por sua vez atuam como fontes provedoras do câmbio de informações. Ambos intensificam o valor que o lado social e da vivência tem no que tange a absorção e prática do conhecimento *in loco*.

2.2 Turismo Jovem

O Turismo Jovem é um segmento de mercado que apresenta um dos mais altos índices de crescimento e se caracteriza como uma das atividades mais versáteis no que tange o turismo global.

Conforme a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2003, p.23):

O século XX trouxe novas tecnologias, tais como aviões mais velozes e confortáveis, computadores, robôs, e comunicações por satélite, que transformaram o modo das pessoas viverem, trabalharem e se divertirem. Credita-se à tecnologia o desenvolvimento do turismo de massa por uma série de razões: ela proporcionou o aumento do tempo de lazer, propiciou renda adicional, intensificou as telecomunicações e criou modos mais eficientes de transportes.

Esse nicho merece destaque também pelo fato de apresentar grande resistência aos períodos de crises econômicas e políticas. Essas crises geralmente não são um impedimento para que o jovem possa viajar e, por seu comumente espírito desbravador, o mesmo acaba por descobrir novos destinos e novas alternativas para suas viagens.

De acordo com Giaretta, o turismo jovem pode ser definido como:

Turismo praticado por um grupo homogêneo de jovens, com as características marcadas por período etário, estilo de vida e estado de espírito, que desencadeia uma série de sub-segmentos divididos em vários tipos de turismo, entre eles, educativo (estudantil, intercâmbios, cursos no exterior); associativo fomentado por associações como albergues da Juventude, Clube dos Escoteiros, Associação de Cristã de Moços e de Moças; turismo social, promovido por organizações que facilitam o acesso de jovens que ficariam excluídos da prática do turismo convencional; e turismo de natureza (ecoturismo, aventura, esportes radicais, turismo alternativo) (GIARETTA. 2003, p. 08).

Conforme Silva, Kushano e Ávila (2008), viagens que envolvem aventura, interação social e a apreciação de uma nova cultura por meio da realização de um Intercâmbio Cultural ou de um estágio no exterior, por exemplo, são as que mais seduzem os jovens.

A definição de turismo jovem faz menção a pessoas entre dezoito e trinta e cinco anos de idade, apesar de que o trade turístico engloba apenas viajantes entre dezoito e vinte e seis anos de idade (GIARETTA, 2003).

Segundo Richards e Wilson (2003), dados de uma pesquisa desenvolvida no ano de 2002, que tinha como intuito definir o perfil do viajante jovem, diagnosticou que a maior parte deles tem faixa etária inferior a 26 anos de idade e um elevado nível educacional. Suas perspectivas com relação as viagens são de descobrir novas culturas, desfrutar de todas as emoções que uma viagem tem a lhes oferecer, aprimorar seus conhecimentos e apreciar novas pessoas e localidades.

São diversas as espécies de turismo voltadas para o público jovem. Dentre elas, estão o turismo associativo, promovido através dos Albergues da Juventude e a União dos Escoteiros, o turismo educativo, que engloba os intercâmbios, cursos no exterior, o Turismo Social e o Alternativo.

Um outro tipo de turismo destinado a juventude é o Turismo Social. Segundo dados do Ministério do Turismo, “Turismo Social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão”. (Ministério do Turismo, 2008)

Nesse sentido, sustentado por esse intuito de promover um turismo igualitário, o enfoque do Turismo Social são os indivíduos desprovidos de uma situação financeira confortável ou que não tiveram acesso as informações necessárias fazendo com que solicitassem serviços impróprios ou simplesmente não participassem da movimentação turística na esfera nacional.

No contexto do Turismo Jovem é importante mencionar também o Turismo Alternativo, que é baseado em experiências sociais geralmente vinculado a atividades de baixo custo, “uma viagem planejada com itinerários que podem ser mudada livremente, realizada por um número pequeno de pessoas a destinos remotos” (GIARETTA, 2003, p 61).

O turista jovem obtém cada vez mais reconhecimento no âmbito do mercado global de viagens. O deslocamento para localidades diversificadas do globo ocorrem com frequência cada vez maior e sua estadia nesses locais tem maior duração se comparada com turistas de maior faixa etária ou que utilizam pacotes de férias

convencionais. Os fatos supracitados serviram como um estímulo para que diversas empresas especializadas no ramo de turismo jovem se desenvolvessem.

2.3 Intercâmbio Cultural

Segundo o Ministério do Turismo:

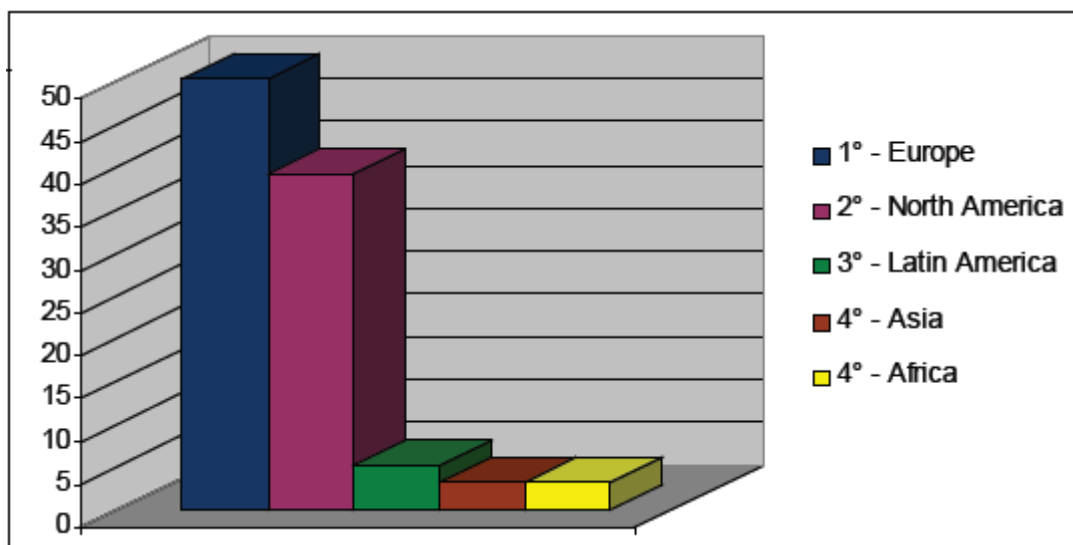
Turismo de Estudos e Intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional. (MTur, 2006, p. 15).

Com o advento tecnológico e as constantes alterações na economia, a acessibilidade às viagens se tornou mais viável valorizando a cultura, as artes, as práticas vinculadas ao lazer e as interações internacionais. (TRIGO, 2003)

Os avanços sociais e econômicos ao longo do tempo incentivam e incrementam as disponibilidades de renda e tempo livre. Mais recentemente, com a incorporação de novas tecnologias, principalmente nas áreas de transportes e telecomunicações, consolida-se uma nova era de viagens e lazer. (FERNANDES; COELHO, 2002, p. 121).

Segundo dados diagnosticados por um estudo da Brazilian Educational & Language Travel Association (2011), o mercado globalizado do âmbito de Estudos e Intercâmbio tem como destinos mais procurados as regiões da Europa, abrangendo 47% do mercado, enquanto a América do Norte representa 35% e a América Latina possui uma média de 5% do total. O gráfico a seguir comprova esses dados:

Gráfico 1 – Ranking das principais regiões destino do mundo



Fonte: BELTA (2011)

Ressaltando-se a realidade do Brasil, ainda de acordo com pesquisas desempenhadas pela BELTA (2011), aponta-se que em 2004, 42 mil brasileiros estudaram no exterior. Posteriormente, em 2010, 160 mil brasileiros viajaram com o intuito de realizar estudos em países estrangeiros. Esses dados podem ser observados no gráfico que se segue:

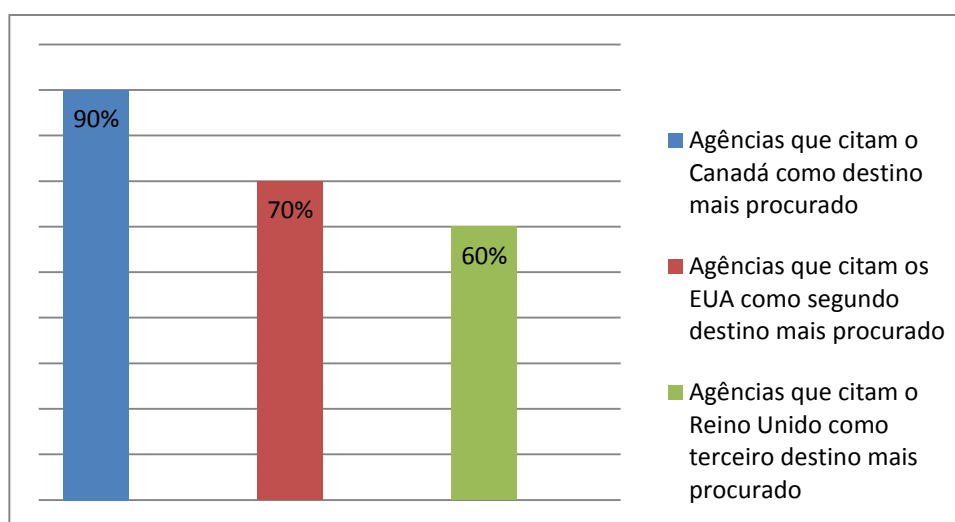
Gráfico 2 – Número de intercambistas brasileiros entre os anos 2004 - 2010



Fonte: BELTA (2011)

Em relação a outro levantamento da BELTA (2011), que retrata os destinos mais procurados segundo as agências de intercâmbio, 90% das mesmas mencionaram o Canadá como primeira alternativa. Em segundo lugar se encontram os Estados Unidos com 70% das respostas, enquanto o Reino Unido abarca 60% do índice de destinos mais almejados de acordo com as agências. Requisitos como despesas, processo de obtenção de visto facilitado, segurança, qualidade da educação e um ambiente hospitaleiro são elementos que tornam o Canadá o destino mais cobiçado pela população brasileira.

Gráfico 3 - Destinos mais procurados de acordo com agências brasileiras



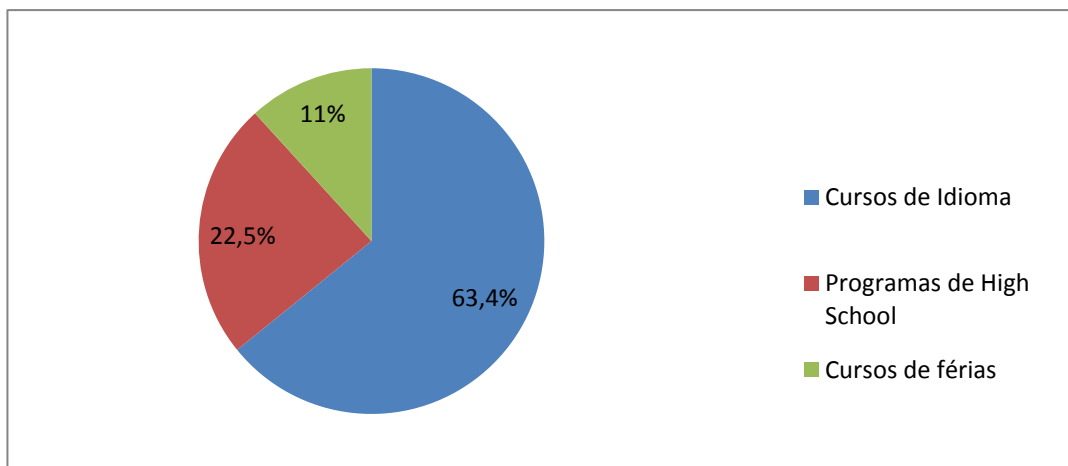
Fonte: BELTA (2011)

O Intercâmbio comporta em sua essência a troca de conhecimentos e experiências entre viajantes e estudantes de diversas partes do globo. Esse segmento engloba pacotes de cursos de idiomas ou colegial no exterior, bem como programas AuPair, dentre outros. Comumente através dos pacotes disponibilizados pelas agências de intercâmbio, o jovem terá a oportunidade de se hospedar na residência de uma família autóctone, em albergues ou hotéis, ficando a critério do próprio estudante escolher.

Outro estudo da BELTA (2011) apresentou dados no que tange aos principais produtos comercializados pelas agências de intercâmbio brasileiras, onde mais de 60% dos negócios são destinados aos cursos de idiomas no exterior. Programas referentes à High School (ensino médio no exterior) estão classificados

em segundo lugar, com um valor pouco superior a 22,5%. Em terceiro se encontram os cursos de férias abrangendo 11% das vendas, como mostra o gráfico a seguir:

Gráfico 4 - Produtos mais comercializados nas agências de intercâmbio no Brasil



Fonte: BELTA (2011)

O intercâmbio voltado para os de cursos de idiomas é uma das particularidades de intercâmbio cultural. No que tange o histórico do Intercâmbio Cultural, é que suas origens estão atreladas às Organizações Não Governamentais (ONG), num contexto Pós Segunda Guerra Mundial, onde se diagnosticou que o fato de se conhecer pessoas de culturas diversas servia como fator de reconciliação das nações, separadas pelos incidentes da guerra. Entretanto, de acordo com Sebben (2001), a história do intercâmbio tem seu início num período longínquo, muito antes da Segunda Guerra, e por sua vez, precede o surgimento dessas instituições consideradas precursoras no intercâmbio. Sebben assegura que viagens de intercâmbio ocorriam desde a Grécia Antiga, continuando no Império Romano:

A Era é antes de Cristo e estamos agora na República Romana. Naquela época, importantes jovens da sociedade romana iam a Grécia aprofundar seus estudos. Os principais centros eram Atenas, Rodes, Pergamo e Alexandria e os temas eram ricos na área de filosofia, literatura e artes. Cícero, César e Horácio fizeram intercâmbio e, quando voltaram a Roma, deram fundamental contribuição para o desenvolvimento do Império. (SEBBEN, 2001, p. 27).

A atividade de Intercâmbio nessa época já era dotada de significativo respaldo pois essas viagens cujos jovens realizavam os proporcionava uma amplificação cultural, que era revertida em auxílio ao seu país de origem quando retornassem, prática essa bastante utilizada pelo Império Romano.

No decorrer do século XIX, devido ao advento da Revolução Industrial, que caracterizou um avanço nos meios de comunicação e transportes da época, o fluxo de jovens intercambistas passou a ser ainda mais assíduo. Esses jovens, ao regressarem à suas respectivas nações de origem, difundiam todo o conhecimento absorvido para os autóctones de sua região, desenvolvendo centros de estudos que posteriormente seriam um conceito primordial do que seriam as universidades existentes atualmente.

O contexto Pós - Segunda Guerra Mundial também foi bastante relevante no processo de evolução do intercâmbio como se conhece hoje. A atividade surgiu como uma oportunidade de promover o entendimento entre nações e suplantar os acontecimentos trágicos ocorridos durante a guerra. Em função disso, os “primeiros intercambistas do pós-guerra foram os que mudaram o conceito de ‘viagens de estudos’ para viagens de estudos e aprendizado de convivência pacífica entre os povos” (SEBBEN, 2007, p. 30).

Seguindo essa linha de pensamento, foram elaborados grupos de assistência com o intuito de dar suporte às áreas assoladas pela ação da guerra. O programa consistia no envio de diversos intercambistas a essas regiões com o objetivo de desempenharem um trabalho voluntário, uma ajuda internacional, o que auxiliou na expansão do ideal de educação internacional.

Ainda no que tange a esses programas, conforme o documento da Unesco denominado Study Abroad, elaborado em 1955, afirma-se que:

O objetivo desses programas de intercâmbio já não é mais o desenvolvimento da ciência ou do aluno ainda que isso aconteça como consequência natural, mas principalmente desenvolver compreensão e colaboração entre os povos (UNESCO, 1955).

A concepção do intercâmbio estudantil é utilizada para detalhar a vivência de um indivíduo que vai estudar por um determinado período numa outra nação. O objetivo fundamental da viagem é aperfeiçoar conhecimentos e interagir com pessoas de outras nacionalidades, conhecendo novos idiomas e tomando ciência

novas culturas. Essa prática representa uma tendência global, que se expande gradualmente com o passar do tempo e propicia o progresso do mercado da educação internacional que, portanto, cria novas chances para se vencer os assíduos obstáculos (BINSARDI; EKWULUGO, 2003).

A partir de um conceito menos específico, Celso Luiz Garcia, diretor da Agência Central de Intercâmbio, garante que o mercado assentou o Intercâmbio como qualquer forma de viagem voltada para o âmbito educacional, seja vinculado a cursos de idiomas, especializações, estágios em outros países, trabalho remunerado ou voluntariado, portanto, engloba qualquer viagem que seja realizada com o intuito de obter novos saberes (GIARETTA, 2003).

Segundo Munt (*apud* GIARETTA, 2003), o intercâmbio é uma tendência que se consolida cada vez mais no âmbito do turismo pós-moderno, busca aperfeiçoar a índole daqueles que exercitam essa prática. Ainda conforme o autor, o turismo se expande pelos mais diversificados segmentos, não só como um fator de obtenção de *status*, mas também como condição de enriquecimento do *curriculum*, o que sem dúvida pode ser um diferencial na hora de ingressar no meio mercadológico.

Essa noção da importância de um enriquecimento multicultural se justifica, onde:

As constantes e cada vez maiores interações entre os países do mundo fazem com que sejam necessários profissionais aptos a lidar com o diferente, com o pertencente a uma outra cultura. [...] É um fluxo de pessoas muito mais consequência da globalização do que causado por ela (ARRUDA, 2003, p.5).

Essa vivência em diferentes culturas vem ganhando cada vez mais respaldo e sendo crucial no momento em que uma empresa busca profissionais qualificados para contratação. A economia globalizada desfaz cada vez mais as fronteiras presentes no meio comercial, a necessidade de interatuar com profissionais das mais diversas áreas acadêmicas e segmentos mercadológicos e, sobretudo, de nacionalidades, distintas é um fator preponderante e uma realidade indiscutível.

Sobre o ponto de vista do Ministério do Turismo, o Turismo de Estudos e Intercâmbio se determina como uma movimentação turística fomentada por programas de aprendizagem e experiências com o intuito de obter qualificação, uma

forma de aprimorar os conhecimentos, bem como o desenvolvimento particular e profissional (MTUR, 2008).

Conseguir uma fluência em outro idioma é de suma importância para todas as profissões hoje em dia. O indivíduo dotado desse tipo de atributo normalmente se sobressai perante seus concorrentes no processo de inserção no mercado de trabalho em função de ter vivenciado experiências no exterior. O intercâmbio é a ferramenta mais eficaz e veloz quando se trata de falar uma nova língua, prevalecendo sobre todos os outros métodos convencionais.

Conforme Teles (2004), “o intercâmbio possibilita ir onde ninguém o conhece, ajuda a ter fluência na língua escolhida. É um laboratório para testar e desenvolver nossa capacidade de encarar nossos problemas por conta própria” (TELES, 2004). Esse aspecto demonstra que o intercâmbio fornece não só uma consciência global, mas também é uma forma de se redescobrir, despertar dons e atitudes inatas.

Segundo Ferreira (1989), o Intercâmbio é uma espécie de permuta comercial ou intelectual, de nação para nação. Entretanto, quando o assunto se refere a Intercâmbio Cultural, vinculado a viagens como forma de aprendizagem, esse conceito ganha maiores proporções.

O Intercâmbio Cultural abrange uma gama de características mais complexas que ultrapassam as esferas mercadológicas e de aprendizagem nas quais o intercâmbio está intimamente ligado. Conhecer os costumes, as diferentes tradições, o idioma do país receptor, além de um dos fatores mais interessantes que é o de se hospedar na casa de uma família autóctone o que intensifica o êxito em tomar conhecimento das atividades supracitadas. Comumente o estudante desconhece a família que o receberá e também não tem fluência no idioma falado por seus anfitriões.

A Abrangência no que tange o Intercâmbio Cultural não se resume a isso. Segundo a Associação Brasileira de Intercâmbio Cultural (ABIC), cuja fundação é de 1987, se trata de uma organização sem fins lucrativos que gera programas de educação intercultural a nível nacional e internacional e mostra que nem somente essas estruturas de intercâmbio podem ser feitas. A variedade de opções é muito extensa e desse modo, coloca muitas outras opções da estrutura do intercâmbio, incluindo algumas práticas sociais de inclusão intercultural, como por exemplo o

encaminhamento de estrangeiros para projetos sociais no Brasil, assim como programas de intercâmbio para clientes de baixa renda (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INTERCÂMBIO CULTURAL, 2008).

Tendo em vista as informações supracitadas, fica evidente que independente de qual seja a modalidade, o que de fato importa é a finalidade almejada. A prática que a muito surgiu como fonte de conhecimento e que já foi utilizada sobre a proposta de reconciliar nações, ganha proporções cada vez maiores, se desenvolvendo cada vez mais no decorrer das décadas. Esse é o perfil do intercâmbio, que se populariza a cada ano, disponibiliza um número cada vez mais de programas e consegue atingir públicos dos mais variados.

2.4 Gestão Do Conhecimento

Atualmente, fica cada vez mais evidente que as transformações efetuadas nas culturas organizacionais da esfera empresarial influenciam diretamente nos resultados que essas instituições almejam alcançar. A época em que as empresas mantinham o foco exclusivamente no que tange o meio operacional e os equipamentos ao seu dispor ficou para trás. Não obstante, a ótica do empresário dos tempos atuais está focalizada no capital intelectual, mais especificamente, aos seus colaboradores.

Bolgar (2011) afirma que: “o grande risco das organizações é a questão do conhecimento”, podendo-se refletir que o objetivo mais visado atualmente nas empresas não se limita a tornar seu produto manual mais eficaz e sim acomodar pessoas para o conhecimento.

As aptidões desses colaboradores são tidas como um diferencial para que as organizações obtenham melhor desempenho. Um profissional qualificado, dotado de criatividade, confiabilidade e de uma gama de conhecimentos dos mais variados, só tem a acrescentar à performance da empresa. Essas pessoas abarcam informações preciosas que auxiliam a identificar erros nas atividades internas realizadas na empresa, a posteriormente solucioná-los e a otimizar o sistema.

Nas organizações o conhecimento é fruto das interações que ocorrem no ambiente de negócios e se desenvolve através do processo de aprendizagem (FLEURY; OLIVEIRA JUNIOR, 2002).

A forma mais eficaz de gerenciar e utilizar esse conhecimento derivado do quadro de colaboradores da empresa é se utilizando da Gestão do Conhecimento.

A Gestão do Conhecimento é um processo estratégico contínuo e dinâmico que visa gerar o capital intangível da empresa e todos os pontos estratégicos a ele relacionados e estimular a conversão do conhecimento. Deste modo deve fazer parte da estratégia organizacional e ter sua implantação garantida e patrocinada pela alta gerência, a quem deve estar subordinado todo o processo de Gestão do Conhecimento (ROSSATO, 2006, p.10).

A Gestão do Conhecimento é uma metodologia voltada para as regras e valores pregados nas organizações. A mesma visa a criar, articular, agregar, difundir e transmitir o conhecimento por todo o ambiente interno da empresa, sendo considerado um inovador sistema de gerenciamento, com o intuito de obter a excelência organizacional.

Gartner Group (2011) define a Gestão do Conhecimento da seguinte maneira:

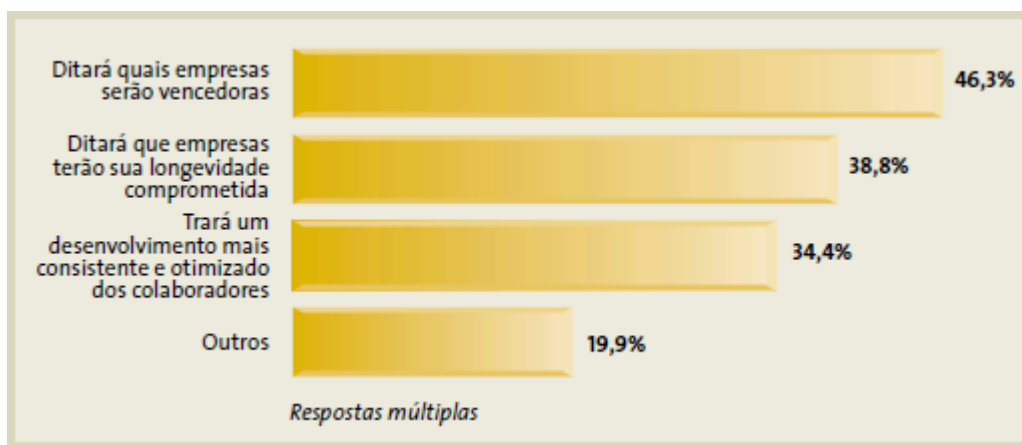
É uma disciplina que promove, com visão integrada, o gerenciamento e o compartilhamento de todo o ativo de informação possuído pela empresa. Esta informação pode estar em um banco de dados, documentos, procedimentos, bem como em pessoas, através de suas experiências e habilidades.

Além de ser um estímulo e fator facilitador da troca de conhecimento em toda a organização, a Gestão do Conhecimento possibilita uma maior valorização dos seus colaboradores e dinamiza as ferramentas de gerenciamento, permitindo que a empresa esteja preparada para lidar com a competitividade utilizando-se do conhecimento como um diferencial para maximizar seus resultados.

A Gestão do Conhecimento nas organizações passa, necessariamente, pela compreensão das características e demandas do ambiente competitivo e, também, pelo entendimento das necessidades individuais e coletivas associadas aos processos de criação e aprendizado (TERRA, 2000).

Sob essa ótica, podemos afirmar que a GC promove transformações futuras às empresas e organizações, fato que pode ser observado no seguinte gráfico:

Gráfico 5 – Que impactos a correta gestão do conhecimento trará sobre as empresas de seu setor nos próximos anos?



Fonte: HSM Management – Jan/Fev. (2004)

A Gestão do conhecimento defende o princípio de que o conhecimento total encontrado na organização, ou seja, no pensamento dos indivíduos, nas entrelinhas dos processos e contido nos seus diversificados setores internos, é propriedade da mesma. Entretanto, todos os seus colaboradores devem ter acesso a esse conhecimento abrangido pela organização, cujo qual ajudaram a construir.

A metodologia da Gestão do Conhecimento se origina nas épocas mais longínquas da história do homem. A propagação do conhecimento era efetuada de forma hereditária, por meio de histórias contadas de pais para filhos, fundamentalmente pela oralidade, sendo um de seus métodos mais tradicionais.

Embora essa técnica nos remeta a tempos antigos, atualmente a Gestão do Conhecimento é uma prática em ascensão, sobretudo no âmbito corporativo.

Segundo Stewart (1998), a GC (Gestão do Conhecimento) apareceu em meados de 1990, com o intuito de acrescer valor à informação e dinamizar o fluxo da mesma por todo o ambiente interno da corporação. A GC elabora sistemas e métodos voltados para a aquisição e o compartilhamento de ativos intelectuais, reproduzindo um conceito de utilização integral do conhecimento tomando-o como ferramenta essencial para tornar a organização competitiva enquanto promove o aumento do aprendizado singular e coletivo de seus colaboradores.

Ainda de acordo com o contexto dessa época, as empresas elaboraram planos corporativos de GC ousados, com o intuito de obter de cada colaborador seu

conhecimento tácito de modo a comportá-lo nas bases de conhecimento da instituição.

Dessa forma, as empresas amenizavam sua subordinação perante o capital humano, pelo fato de que agora possuíam bases de conhecimentos dispostas de maneiras organizadas, onde esses dados seriam armazenados, assegurando a integridade de seus negócios e viabilizando a elaboração de inovações, já que todo o quadro de colaboradores teria todas as informações essenciais ao seu dispor para o fazer.

As empresas e os estudiosos do âmbito administrativo diagnosticaram que o homem, quando bem trabalhado, seria capaz de aperfeiçoar a metodologia de produção.

O que se segue após essa descoberta é um ciclo de tentativa de buscar no indivíduo o máximo que ele podia produzir, por intermédio de instrumentos de manipulação de suas características individuais e de sua submissão ao meio social. Mesmo assim, o indivíduo ainda era considerado - e isso até uns poucos anos atrás - um bem da empresa, utilizável como uma máquina, na qual se faz ajustes de maneira que renda o máximo possível com mínimo de despesas, ou seja, um “produto maximizável” (QUEL, 2006, p.44).

A fundamental inovação competitiva no que tange ao âmbito mercadológico, “com tendência a se intensificar nesse século, passou a ser o trabalhador intelectual, aquele capaz de transformar uma realidade em algo que contribua para o alcance dos objetivos das organizações” (QUEL, 2006, p.48).

Esses trabalhadores serão responsáveis pelo fomento do capital intelectual da empresa. Esse capital consiste na capacidade dos colaboradores de raciocinar, elaborar e desenvolver soluções para os obstáculos enfrentados pela organização e otimizar seus processos. A educação contínua é uma ferramenta vital para o aperfeiçoamento dessa característica do capital humano.

Segundo Bolgar (2011), “O capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe propicia vantagem competitiva”. De acordo com o autor, a superioridade competitiva proporciona às empresas uma organização mais apropriada, fazendo com que sobrepujem seus adversários por meio da produção de produtos inovadores.

As organizações necessitam de colaboradores que promovam inovações. Carecem cada vez mais de capacitação profissional, pois na Era do Conhecimento a

manipulação dos recursos intelectuais de seus trabalhadores é tida como indispensável.

Em função da ampliação contínua da competitividade no âmbito mercadológico, o conhecimento se tornou um fator vital na concepção e aprimoramento de novas aptidões. Atualmente, usa-se o termo “trabalhador do conhecimento”, aquele composto de maior independência, que procura inovar seus métodos de produção, almeja um aprendizado constante e que se empenha com o propósito de alcançar resultados mais satisfatórios para a empresa (GODOY et. al., 2008, p. 259).

Quel também ressalta a influência da capacitação dos colaboradores, cuja performance causa impactos diretos nos resultados obtidos pelas empresas:

Por meio de seu conhecimento e de suas habilidades e competências, o indivíduo pode representar o diferencial no sucesso ou no fracasso dos negócios das empresas. Quando já há uma estabilidade em termos tecnológicos no mercado global, investir na capacitação e no aprimoramento desses indivíduos passou a ser um trunfo das grandes corporações, como forma de alavancar e potencializar seu mercado de atuação (QUEL, 2006, p. 56).

Igualmente para Fitz-enz (2001, p. 137), a economia do conhecimento demanda uma educação continuada. Deste modo, investir em métodos de aprimoramento dos colaboradores, no que tange a capacitação intelectual, é uma atitude capaz de assegurar um desempenho satisfatório do capital humano posteriormente. Isto abrange qualquer tipo de cursos de treinamento, serviços de aperfeiçoamento de carreiras e todo procedimento de aprendizagem externa. O Intercâmbio Cultural surge justamente como uma ferramenta que viabiliza esses dois itens supracitados: a educação contínua e a capacitação intelectual.

Conclui-se que o investimento em aprendizagem e capacitação ininterruptas são requisitos essenciais diante da realidade das “Economias da Era do Conhecimento”, onde o cérebro humano transformou-se numa ferramenta fundamental para o sistema organizacional das empresas, além de um artifício crucial nos processos de produção como um todo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipo de Pesquisa

As pesquisas desenvolvidas para a apresentação deste trabalho são, em relação aos objetivos, de cunho exploratório-descritivas. Em um primeiro momento, para a familiarização com o tema proposto, formulação de objetivos e compreensão de conceitos relacionados ao tema e que compõem o referencial teórico, a pesquisa exploratória foi de grande valia. Para Dencker (2007): “é recomendável iniciar a pesquisa por um estudo exploratório, para tomar conhecimento da situação”.

Na etapa exploratória, que representa “um período de investigação informal e relativamente livre, no qual o pesquisador procura obter, tanto quanto possível, entendimento dos fatores que exercem influência na situação que constitui o objeto da pesquisa” (GIL, 2002, p. 130), o procedimento técnico adotado para obtenção de informações foi a pesquisa bibliográfica.

No segundo momento, a pesquisa tem foco descritivo, visto que “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002, p. 42). Cabe, então, ao pesquisador, observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fenômenos mediante uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário (RODRIGUES, 2006, p. 90). Nessa etapa, o levantamento de dados deu-se por meio de pesquisa de campo.

O presente estudo vale-se da abordagem qualitativa para compreender de modo mais apropriado as questões explicadas na pesquisa. O caráter subjetivo dos fenômenos analisados invalida a utilização de uma abordagem quantitativa, uma vez que esta não compreenderia plenamente aspectos como as percepções acerca da experiência do intercâmbio, e as contribuições proporcionadas pela mesma. Rodrigues (2006) aconselha o uso da metodologia qualitativa quando se é necessário “investigar problemas que os procedimentos estatísticos não podem alcançar ou representar, em virtude de sua complexidade”.

Da mesma forma, Lakatos (2011) considera que a abordagem qualitativa “preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as

investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento etc.” (LAKATOS, 2011, p. 269).

3.2 Universo da Pesquisa

Para garantir a relevância dos resultados obtidos, a prévia participação em algum programa de intercâmbio configurou-se como requisito indispensável na escolha dos entrevistados. Desta forma, no intuito de cumprir tal exigência foi realizada uma consulta junto às agências de intercâmbio de Natal para identificar possíveis informantes, sendo estes os indicados:

- Funcionários e estagiários de agências de intercâmbio em Natal que já participaram de algum programa de intercâmbio;
- Demais clientes de agências de intercâmbio, cujos meios de contato foram disponibilizados pelas agências, com o consentimento daqueles;

As agências consultadas foram: Central de Intercâmbio (CI); Student Travel Bureau; Experimento e Intercâmbio no Exterior. Além dos dois grupos mencionados, foi possível entrar em contato com outros intercambistas que, cientes da existência da pesquisa, se propuseram a auxiliá-la. A pesquisa resultou em um total de 15 questionários respondidos

Como o acesso a outros intercambistas de Natal seria uma tarefa excessivamente complexa, a pesquisa de campo se restringiu às informações prestadas por colaboradores e alguns clientes das referidas agências, e do depoimento de terceiros sem conexão com alguma agência de intercâmbio. O vínculo empregatício existente entre alguns dos entrevistados e agências de intercâmbio não se constituiu como fator de distinção entre estes e os demais investigados, já que todos se enquadram em um único grupo relevante para a pesquisa, o de intercambistas de Natal.

3.3 Instrumento de Pesquisa

O instrumento utilizado para a coleta de dados, na pesquisa de campo, foi o questionário, composto de questões fechadas, relacionadas ao perfil da empresa de intercâmbio utilizadas pelo investigado e seu próprio perfil sócio-demográfico, e questões abertas, relacionadas às motivações e percepções acerca da experiência de intercâmbio.

Dencker (2007, p.175) explica que “a finalidade do questionário é obter, de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação [...] são impressos e respondidos pelos entrevistados”.

Na escolha pelo uso do questionário levou-se em conta a liberdade proporcionada na aplicação desse instrumento, Rodrigues (2006) explica que:

O questionário tanto pode ser enviado pelo correio como ser entregue pessoalmente aos informantes, que deverão preenchê-lo e devolvê-lo ao pesquisador. Sem a presença do pesquisador, as pessoas sentem-se mais à vontade para responder ao questionário (RODRIGUES, 2006, p.95).

Assim, prevendo dificuldades para a realização de uma entrevista ou preenchimento de formulário, relacionadas ao tempo disponível pelos investigados no momento da abordagem, ou impossibilidade de encontro presencial, optou-se pelas facilidades proporcionadas pelo questionário.

3.4 Coleta de Dados

A pesquisa bibliográfica que, segundo Gil (2002): “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos” foi a principal fonte de informações na primeira etapa da pesquisa, a exploratória. Além de livros e artigos científicos, foram utilizados dados disponíveis na internet e monografias.

Esse tipo de investigação foi utilizado durante o processo de elaboração do presente estudo, desde os primeiros contatos com os temas abordados, composição do referencial teórico e como auxílio na análise dos dados obtidos na pesquisa de campo.

A segunda etapa da pesquisa, a pesquisa de campo, “realizada a partir de dados obtidos no local (campo) onde o fenômeno surgiu, e ocorre em situação natural, espontaneamente” (RODRIGUES, 2006, p.89), ocorreu através da aplicação de questionários entre os meses de setembro e novembro do corrente ano.

O contato com colaboradores das agências de intercâmbios foi feito pessoalmente, nas próprias agências e em dois momentos. No primeiro momento eram entregues os questionários, e na oportunidade, questionada a possibilidade de disponibilização do contato de alguns clientes que pudessem auxiliar na pesquisa. O segundo contato ocorria alguns dias após o primeiro, segundo a disponibilidade dos investigados, em data acordada no primeiro encontro, quando se dava o recolhimento dos questionários já preenchidos e disponibilização, ou não, do contato de clientes. O contato com os clientes indicados nas agências e demais investigados deu-se exclusivamente por meio de correio eletrônico.

3.5 Técnica de Análise dos Dados

A importância da análise dos dados consiste no fato de que nesta etapa as observações são reunidas e apresentadas de maneira coerente e organizada, tornando possível responder ao problema da pesquisa (DENCKER, 2007, p. 191). Nesse sentido, a escolha da técnica de análise dos dados deve ser coerente com a proposta da abordagem e objetivos do estudo. No presente trabalho optou-se pelo uso da análise de conteúdo que, consoante Bardin (2004) consiste em:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2004, p. 37).

A análise de conteúdo se adequa aos interesses desta pesquisa na razão em que considera que o pesquisador deve aprofundar sua análise, buscando desvendar, além do que está especificamente manifesto nos documentos, seu conteúdo latente (TRIVIÑOS, 1995). No entanto, é preciso deixar claro que a técnica, apesar de apreciar a riqueza da subjetividade, não abdica do rigor científico necessário à produção de pesquisas de qualidade.

Portanto, a análise de conteúdo alia o rigor científico à capacidade analítica do pesquisador, promovendo uma relação onde os mesmos não se excluem, mas cooperam para a produção do conhecimento, a partir da organização sistemática dos dados, construção criativa dos significados e análise reflexiva e crítica norteadas pelo fundamento teórico científico.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa apresentada foi desempenhada a partir da colaboração de indivíduos que já realizaram a atividade de Intercâmbio Cultural e que se propuseram a compartilhar suas experiências através do preenchimento de questionários.

Os entrevistados possuem os mais diversificados perfis, onde uma parcela dos mesmos fazem parte do quadro de funcionários de agências de intercâmbio natalenses que se prontificaram a cooperar com a investigação. A seguir, para uma melhor compreensão, algumas informações referentes ao histórico dessas empresas retiradas de seus respectivos sites: A CI Intercâmbio foi inaugurada em 1988, abarca um número superior a 60 lojas distribuídas por todo o país, cursos de idiomas em mais de 100 regiões do globo, programa de High School em 12 países, estágios e trabalho sujeitos a remuneração, mochilão na Europa, etc; A STB Student Travel Bureau teve sua fundação realizada em 1971, abrangendo também mais de 60 lojas no Brasil, além de filiais na Austrália e Nova Zelândia. Os programas oferecidos pela STB fazem com que aproximadamente 50 mil jovens viagem todo ano para o exterior, sendo cursos de idiomas, turismo, experiência de trabalho, *au pair*, dentre outros; A Experimento atua no Brasil desde o ano de 1964, compreende 30 lojas espalhadas em todo o Brasil e é membro exclusivo da FEIL (*Federation of the Experiment in International Living*), organização pioneira quando se trata de vivência intercultural no mundo, em 1932; A IE Intercâmbio no Exterior foi fundada em 1998, possuindo uma rede de filiais com 35 agências no Brasil.

Com o propósito de compreender e atingir os objetivos anteriormente estabelecidos, embasando-se em informações de teor teórico, bibliográfico e de um estudo empírico, os dados coletados foram distribuídos em quatro categorias de análise:

- ✓ Identificar o perfil dos intercambistas no que tange ao âmbito socioeconômico e suas motivações para a realização da atividade de intercâmbio;
- ✓ Identificar os obstáculos enfrentados pelos intercambistas no decorrer da atividade de Intercâmbio Cultural;

- ✓ Verificar o nível de satisfação do intercambista com a atividade realizada no país de destino e com os serviços oferecidos pela agência de intercâmbio que viabilizou sua viagem;
- ✓ Apresentar as contribuições que a experiência de intercâmbio agrega à carreira profissional do intercambista;

4.1 Perfil do Intercambista

O número de entrevistados foi de 17 pessoas, de faixa etária entre 22 e 50 anos de idade, que colaboraram com relatos de suas experiências no exterior como intercambistas.

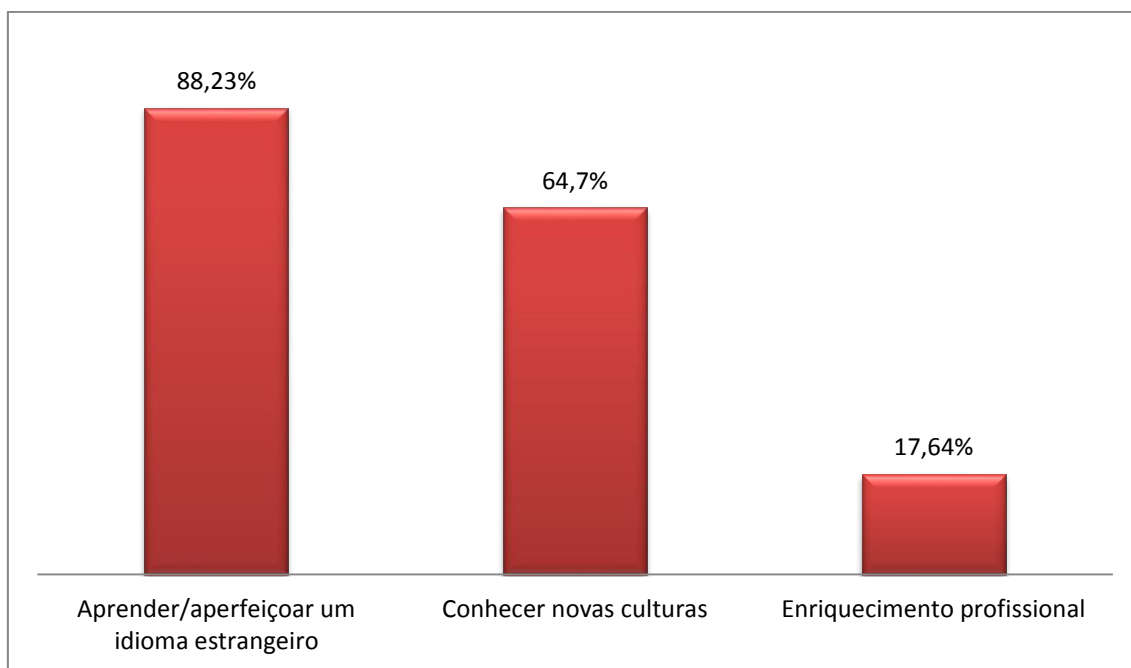
Tendo em vista os dados coletados, observa-se que os intercambistas apresentam perfis diversificados, tanto no que tange ao âmbito socioeconômico, quanto no que diz respeito às motivações que os levam a desempenharem uma atividade de Intercâmbio Cultural.

No tocante às motivações para a realização do intercâmbio, pode-se notar que um número de 15 intercambistas citaram o aprendizado ou aperfeiçoamento de um idioma, como principal fator para o exercício da atividade. Um número significativo de investigados também revelou que, ao mesmo tempo que aprimorar um novo idioma é relevante, conhecer novas culturas é um motivo igualmente de suma importância quando se trata de intercâmbio no exterior, atingindo um índice de 12 entrevistados.

Em menores proporções, com um valor de três pessoas do total de entrevistados, se encontram os investigados que citaram o enriquecimento profissional como aspecto estimulante à prática do Intercâmbio Cultural.

O gráfico a seguir se refere aos dados supracitados:

Gráfico 6 - Motivos para a realização do intercâmbio

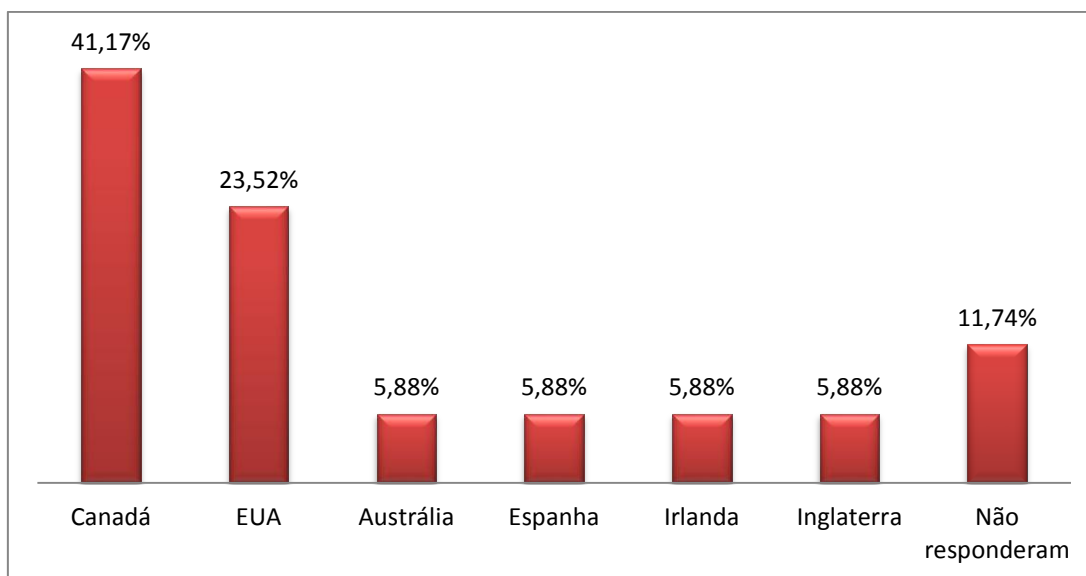


Fonte: dados da pesquisa, 2012

Vale salientar que, apesar de o aprendizado ou aprimoramento de uma língua estrangeira ter sido o elemento mais mencionado pelos entrevistados, os mesmos também não deixam de lembrar da questão de interagir com novas culturas e do aperfeiçoamento profissional como fatores preponderantes no processo de decisão de se realizar ou não o Intercâmbio Cultural.

No que diz respeito aos destinos mais procurados por esses intercambistas, o Canadá se sobressaiu perante os outros, sendo a região escolhida por sete investigados. Os Estados Unidos obtiveram o segundo lugar na pesquisa, sendo a escolha de quatro pessoas das entrevistadas. Outros destinos como Austrália, Espanha, Inglaterra e Irlanda foram a opção de uma pessoa cada, no decorrer da pesquisa. Dois entrevistados não especificaram seus destinos como intercambistas.

Gráfico 7 - Destinos mais procurados



Fonte: dados da pesquisa, 2012

Foram diagnosticadas diversas razões que levam o intercambista a optar por esses destinos supracitados. No desenvolver da pesquisa foram identificados requisitos como as belezas naturais do país, fator mencionado por quatro dos 16 entrevistados, bem como a viabilidade financeira do destino; A questão climática foi levantada por três investigados; Elementos como menos brasileiros na região, trabalho no exterior e a cultura do país foram citados por duas pessoas cada. Uma única pessoa ainda afirmou que um dos motivos de escolha do destino foi a indicação de amigos.

A partir de uma análise das respostas dos investigados, pode-se afirmar que o Canadá é o destino mais procurado por corresponder de forma satisfatória, sobretudo aos requisitos hospitalidade, segurança, qualidade da educação, belezas naturais, viabilidade financeira, dentre outros, além de o país possuir boa estrutura no que tange cursos de idiomas e estágios no exterior.

No que tange ao perfil socioeconômico dos entrevistados, os mesmo foram indagados com questionamentos que faziam menção ao seu sexo, faixa etária, estado civil, nível de escolaridade e renda familiar.

Com relação ao sexo dos investigados, o resultado se apresentou de forma equilibrada, onde sete entrevistados eram do gênero masculino e dez do feminino.

A faixa etária dos investigados que colaboraram com a pesquisa abrangeu pessoas das mais diversas idades, mais especificamente dos 22 anos de idade até os 50 anos. É necessário elucidar o fato de que, já que a investigação se faz em

função de pessoas que já realizaram o intercâmbio, as mesmas podem tê-lo feito em qualquer fase de sua vida, não sendo essencial que os mesmos tenham desempenhado a atividade em um período recente.

No item relacionado ao estado civil dos averiguados, notou-se que, em sua maioria, são solteiros, correspondendo a 13 dos entrevistados. Em número menor, se encontram os divorciados com o valor de três pessoas, enquanto apenas uma pessoa se encontrava casada ou vivia com alguém.

No que tange ao nível de escolaridade dos analisados, oito possuem pós-graduação, cinco nível superior completo e quatro ainda cursam o nível superior. Percebe-se ainda que os itens ensino médio e fundamental não correspondiam a situação de nenhum dos entrevistados.

Evidenciando-se a renda familiar mensal dos entrevistados, constatou-se que, em sua maioria, os mesmos acumulam uma quantia que gira em torno de R\$ 1.501,00 a R\$6.200,00, sendo o valor abrangido por dez dos entrevistados. Quatro pessoas afirmaram ter uma renda de R\$ 6.201,00 a 12.500,00 e três disseram abarcar uma renda superior a R\$ 12.500,00. É válido ressaltar que esse é um valor de renda familiar mensal, ou seja, não se limita apenas a renda do indivíduo entrevistado e a receita de terceiros influencia no cálculo.

O quadro a seguir demonstra a relação entre nível de escolaridade e renda familiar dos investigados:

Quadro 1 – Relação nível de escolaridade – renda dos entrevistados

| Escolaridade | Faixa de renda entre 1501 a 6200 | Faixa de renda entre 6201 a 12500 | Faixa de renda acima de 12500 | Total |
|--------------------------|---|--|--------------------------------------|--------------|
| Superior cursando | 3 | 0 | 1 | 4 |
| Superior completo | 1 | 3 | 1 | 5 |
| Pós-Graduação | 6 | 1 | 1 | 8 |

Fonte: dados da pesquisa, 2012

A partir dos dados supracitados constata-se que os entrevistados cuja faixa de renda se encontra entre R\$ 1.501,00 a R\$6.200,00 possuem, em sua maioria, pós-graduação. Enquanto isso, os investigados que têm faixa de renda

correspondente a R\$ 6.201,00 a 12.500,00 possuem nível superior completo, na sua maior parte. No tocante aos indagados com faixa de renda acima de R\$ 12.500,00, os resultados demonstraram um equilíbrio total independentemente do nível de escolaridade dos mesmos.

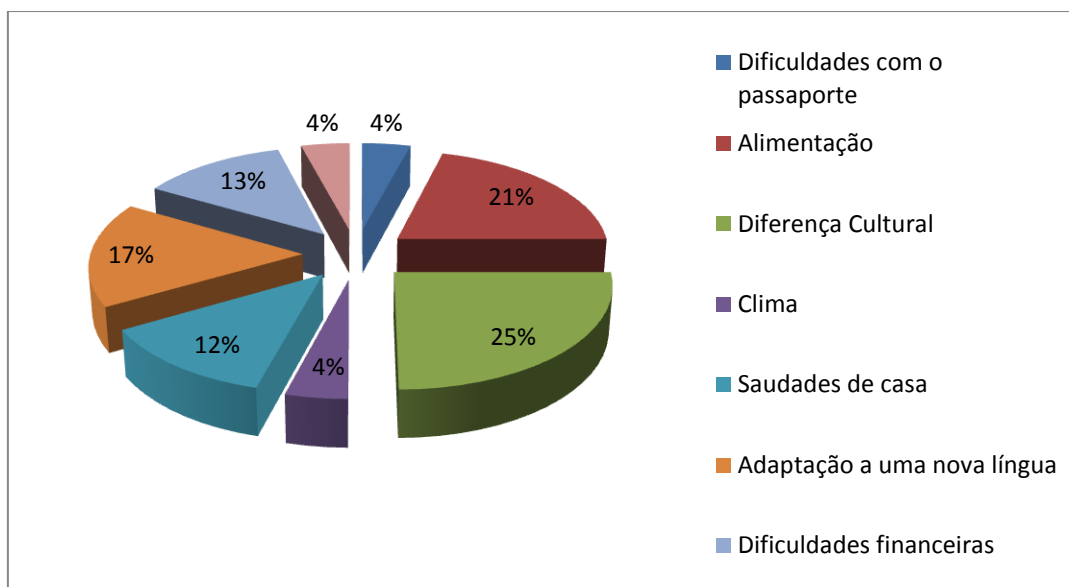
4.2 Dificuldades no Intercâmbio Cultural

No que tange às maiores dificuldades enfrentadas pelos intercambistas no decorrer da atividade do Intercâmbio Cultural, a pesquisa diagnosticou que a questão da diferença cultural foi um fator enfatizado pela maioria dos entrevistados, correspondendo a seis pessoas. O segundo empecilho mais salientado foi a questão de se habituar a culinária local, citada por cinco dos investigados. Dificuldades financeiras durante a estadia no país receptor e saudades de casa são os terceiros itens mais ressaltados pelos intercambistas, mencionados três vezes cada.

Demais fatores foram lembrados em menor proporção, como a adaptação a um novo idioma, elemento citado por três entrevistados, e problemas com a aquisição de passaporte e adaptação ao clima do destino, referidos uma vez cada. Um dos intercambistas afirmou ainda que não enfrentou problemas significativos no decorrer de sua estada no destino.

Os dados supracitados são elucidados no seguinte gráfico:

Gráfico 8 - Dificuldades enfrentadas no intercâmbio



Fonte: dados da pesquisa, 2012

4.3 Nível de Satisfação do Intercambista

O nível de satisfação do intercambista foi analisado perante o perfil da agência de intercâmbio escolhida pelo entrevistado para realizar a atividade e com base na qualidade dos serviços oferecidos pela mesma. O índice de satisfação do intercambista no que tange a receptividade na sua chegada no país de destino também foi abordado.

Primeiramente, os investigados foram indagados se a agência de intercâmbio que viabilizou sua viagem está situada na região em que os mesmos residem. Dos 17 questionados, 15 deles afirmaram que a empresa estava localizada no mesmo lugar em que moram, enquanto apenas duas delas alegaram o contrário.

Evidenciando a qualidade dos serviços disponibilizados pela empresa, foram estipulados cinco níveis de satisfação: a partir do nível 1 (péssimo) ao nível 5 (excelente). A maioria dos intercambistas considerou que os serviços foram oferecidos de forma excelente, contabilizando um total de cinco votos. Quatro dos entrevistados afirmaram que os serviços foram dispostos de forma bem aceitável, três consideraram regulares e uma pessoa não quis opinar.

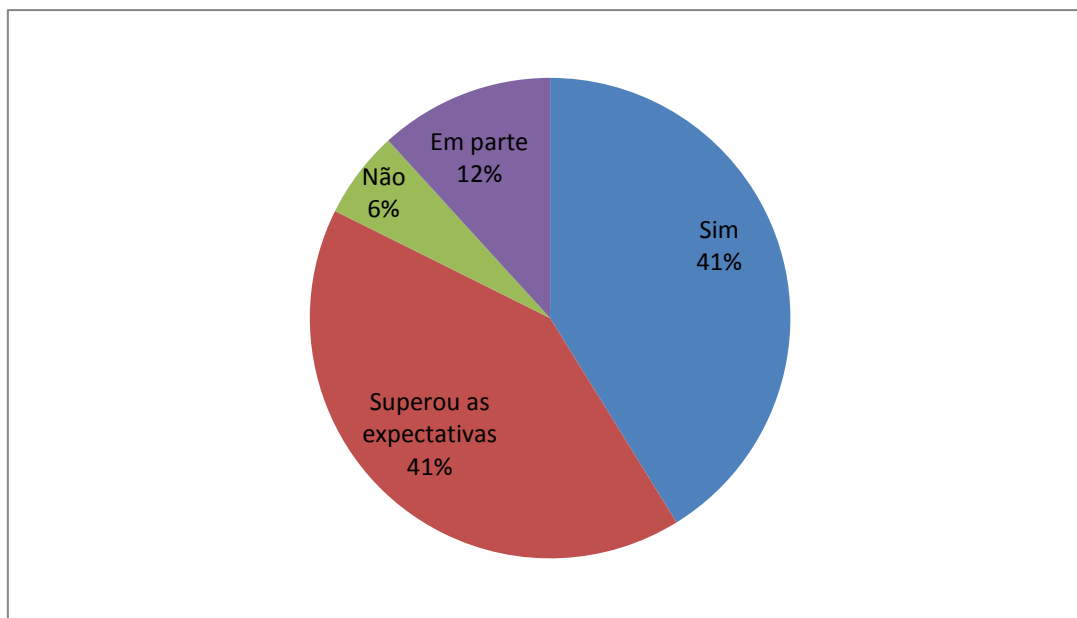
Esses dados demonstram que, de fato, as agências de intercâmbio proporcionam um suporte de qualidade aos seus clientes, tanto que as mesmas obtêm um alto grau de aceitação de acordo com seus usuários.

Ressaltando a questão da receptividade durante a chegada no país de destino do intercâmbio, observou-se um estado de agradabilidade ainda mais acentuado por parte dos entrevistados. Nove deles qualificaram como excelente a forma com a qual foram recebidos no país almejado, enquanto cinco consideraram a recepção muito boa e dois acharam regular. Uma única pessoa não respondeu ou não soube opinar.

Os entrevistados ainda foram indagados se a atividade de intercâmbio correspondeu as suas expectativas de uma forma geral. Na sua grande maioria, os investigados afirmaram que a atividade realmente se desenvolveu da forma com a qual esperavam, ao mesmo tempo que outros responderam que o intercâmbio chegou inclusive a superar suas perspectivas. No total, 14 desses indivíduos compartilharam opiniões similares.

Por outro lado, apenas uma pequena parcela dos entrevistados acharam que suas expectativas foram correspondidas em parte, sendo dois dos investigados, e uma única pessoa afirmou que a atividade deixou a desejar.

Gráfico 9 - A experiência do intercâmbio correspondeu às expectativas?



Fonte: dados da pesquisa, 2012

Dos investigados que asseguraram que o intercâmbio excedeu suas expectativas, muitos expressaram a vasta gama de conhecimento adquirido por meio de uma vivência no exterior. Pode-se tomar como exemplo o depoimento do entrevistado 16: “Sim, superou minhas expectativas. O enriquecimento do idioma, as experiências vividas, as amizades feitas, tudo valeu a pena. É perceptível a mudança na vida de quem faz intercâmbio”.

Acompanhando a mesma linha de raciocínio, o entrevistado 7 afirmou que com a prática do intercâmbio o mesmo conseguiu “(...) aprimorar técnicas de aprendizado e grupo e como falar em público. Além de fortalecer os meus conhecimentos sobre o idioma espanhol”.

No que tange aos investigados que tiveram suas expectativas satisfeitas parcialmente, pode-se ressaltar o seguinte depoimento do entrevistado 8:

Correspondeu a maioria das expectativas: conhecer novas culturas, abrir a mente para o novo, para o diferente. Mas com relação ao aprendizado do inglês, o reforço ficou a desejar. Em Vancouver

existem muitos brasileiros e tinham muitos asiáticos nas salas de aula, o que dificultava o aprendizado, pois eles têm muita dificuldade em se expressar em inglês, o que comprometia o rendimento dos outros alunos (entrevistado 8).

Observa-se que a existência de um número significativo de brasileiros na região, aliada a dificuldade de adaptação a um novo idioma por parte dos asiáticos, comprometeu o aprendizado do investigado, fazendo com que o mesmo não obtivesse seus anseios supridos.

Como já foi mencionado anteriormente, uma pessoa afirmou que a atividade de intercâmbio não foi de forma alguma satisfatória. O entrevistado 12 explanou da seguinte forma: “Não. Quando eu fui, tinha outras expectativas como conseguir um estágio em um hospital (e receber por isso), e depois fazer um mochilão pelos EUA”.

Analisando esse depoimento, nota-se que o investigado não obteve o sucesso profissional que ambicionava quando desempenhou a atividade de intercâmbio, o que acabou por despertar no mesmo um sentimento de frustração no tocante a atividade desenvolvida.

4.4 Intercâmbio e Carreira Profissional

O questionário também abordou os entrevistados em relação às contribuições do Intercâmbio Cultural para que o intercambista ingresse no mercado de trabalho de maneira facilitada.

Os tipos de respostas mais recorrentes fazem menção ao fato de que o aprendizado ou aperfeiçoamento de um novo idioma ainda é um diferencial para o indivíduo que almeja estar inserido no âmbito mercadológico, totalizando 12 citações. No entanto, vale ressaltar que, apesar de atualmente a fluência em um segundo idioma possa ser atributo de um profissional diferenciado, posteriormente esse cenário pode mudar, modificando-se num outro onde isso não será mais um diferencial, mas sim uma exigência do mercado.

Com a competitividade empresarial em ininterrupta ascensão, se faz cada vez mais necessário às empresas a aquisição de funcionários capacitados profissionalmente. Um número significativo de investigados, oito deles pra ser mais preciso, afirmou que as empresas de hoje em dia valorizam muito o fato de seus

colaboradores terem tido a experiência de uma vivência no exterior, fato que habilita os mesmos a desenvolverem uma visão ampliada do mundo.

Os dados supracitados estão claramente ressaltados no depoimento do entrevistado 13, que afirma: “Hoje, vivência internacional e domínio de um outro idioma têm facilitado e aumentado as chances de bons empregos e remuneração”.

Três dos entrevistados asseguraram que o Intercâmbio Cultural tem o potencial de formar profissionais dotados de dinamicidade, que aprendem a agir sobre pressão ou lidar com situações que demandem maturidade de sua parte e que possa atuar com independência. Esse é justamente o perfil de profissional buscado pelas empresas da chamada “Era do Conhecimento” dos tempos atuais, uma tendência abordada pela Gestão do Conhecimento.

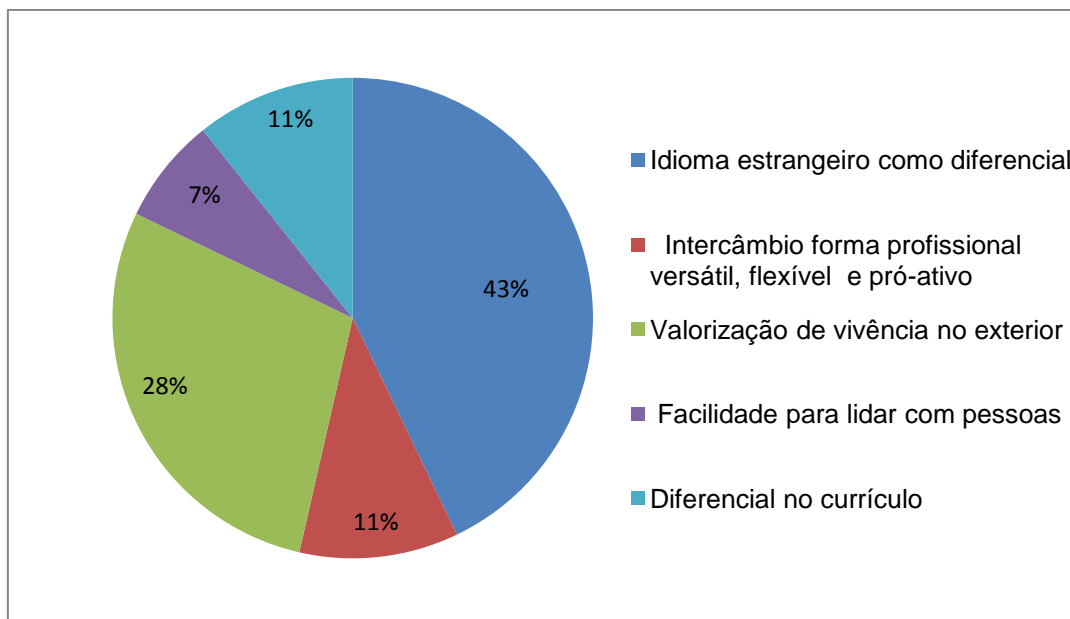
Para elucidar esses dados, menciona-se a seguinte declaração do entrevistado 8, onde o mesmo assegura que “A pessoa que experimenta um intercâmbio, tende a torna-se um profissional mais versátil, flexível, que aprende a agir sob pressão ou situações que exijam maturidade, autonomia”.

Outros três dos investigados explanaram ainda que, como o Intercâmbio Cultural viabiliza o enriquecimento do currículo do profissional, o mesmo proporcionará um aumento significativo nas chances desse indivíduo de ingressar no mercado de trabalho da melhor forma possível.

Essa situação é exemplificada pelo testemunho do entrevistado 4, onde o mesmo descreve: “Como já tinha concluído o curso de inglês, acredito que, na prática, valia mais no currículo o fato de ter o nome de uma escola canadense”.

O gráfico a seguir resume as estatísticas dos dados supracitados:

Gráfico 10 - Importância do Intercâmbio para o ingresso no mercado de trabalho



Fonte: dados da pesquisa, 2012

Vale ressaltar ainda que, segundo alguns dos depoimentos dos próprios intercambistas, a fluência em um idioma estrangeiro que hoje é tida como um diferencial no currículo, em um futuro breve, passará a ser exigência do mercado.

Como se pode verificar, sob a ótica dos entrevistados, o intercâmbio atribui aos seus praticantes características tidas hoje como essenciais no que tange a atuação no mercado de trabalho, visto que são atributos muito visados em profissionais pelas empresas dos dias atuais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Intercâmbio Cultural é dotado de aspectos qualitativos peculiares, o que lhe proporciona grande respaldo perante as demais modalidades que compõem essa vasta gama abrangida pelo Turismo. O turista desse âmbito abarca um tempo de permanência nos destinos mais extenso, bem como capacidade de consumo dos produtos bem elevada e almeja serviços dos mais complexos tipos.

Tendo em vista as informações elucidadas no decorrer do estudo, pode-se assegurar que a atividade de intercâmbio obteve um nível de aceitação bastante elevado, baseando-se nos depoimentos dos investigados, visto que foram exaltados muito mais pontos positivos do que negativos em relação ao desenvolvimento da atividade.

Na atualidade, o intercâmbio é praticado por pessoas das mais diversificadas idades, classes sociais, etc. Apesar de ser uma atividade ainda com custo um tanto elevado, a elaboração de diversos programas, sobretudo por parte de universidades, tanto do setor público quanto da iniciativa privada, têm viabilizado essa realidade.

O Intercâmbio Cultural é um setor em ascensão no Brasil, embora ainda abarque uma cadeia produtiva pouco estruturada quando comparada com a de demais nações consideradas modelo neste segmento. Apesar disso, as agências de intercâmbio existentes no Brasil, mais especificamente em Natal, desempenham um trabalho qualificado, dando todo o suporte necessário para que o intercambista se sinta o mais á vontade possível para realizar as atividades que se disponibilizaram a executar.

Para concluir, observou-se sobretudo que a prática do Intercâmbio Cultural é uma alternativa extremamente relevante à promoção de um profissional capacitado. As contribuições que essa atividade agrega a vida do intercambista são imensuráveis, abrangendo desde o aperfeiçoamento de uma nova língua, até todo o conhecimento que se pode atribuir a uma vivência no exterior.

Com base no depoimento dos entrevistados ficou claro que a realização do intercâmbio permite ver o mundo de forma diferente, enriqueceu o currículo dos mesmos e facilitou seu ingresso no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- ARRUDA, Aline Maria Thomé. **Cultura e internacionalização**: jovens brasileiros que vão residir nos EUA. **Universitas**: Relações Internacionais, Brasília, n. , p.201-217, 2003.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INTERCÂMBIO CULTURAL. **Quem somos**. Porto Alegre: ABIC, 2008. Disponível em: <<http://www.abic.org.br/>>. Acesso em: maio 2012.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Edições 70, 2004.
- BOLGAR, Paulo Henrique. **Gestão do conhecimento e o capital humano**. disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/379595/Gestao-do-conhecimento-e-o-capital-humano>>. Acesso em 20/08/12.
- BRASIL. Ministério da Educação e do Desporto. Secretaria da Educação Fundamental. **Parâmetros Curriculares Nacionais: ensino fundamental**. Brasília: MEC/SEF, 10 volumes, 1997.
- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2000.
- DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em Turismo: planejamento, métodos e técnicas**. 9. ed. São Paulo: Futura, 2007.
- FERREIRA, Aurelio Buarque de Holanda. **Novo Aurelio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.
- FITZ-ENZ, J., **Retorno do investimento em capital humano**, São Paulo: Makron, 2001.
- FLEURY, Maria Tereza Leme; OLIVEIRA JÚNIOR, Moacir de Miranda. **Aprendizagem e gestão do conhecimento**. In:____. (Coords.) *As pessoas na organização*. São Paulo: Ed. Gente, 2002. V.1, p.133 - 146.
- GIARETTA, Maria José. **Turismo da juventude**. Barueri: Manole, 2003.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elabora projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- GODOY, Arilda Schmidt et. al. **Gestão do fator humano: uma visão baseada nos stakeholders**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

KUSHANO, E.S. **Adequação de meios de hospedagem para crianças:** um foco no Ecoresort Tororomba, Distrito de Olivença, Ilhéus, Bahia. Revista Hospitalidade, ano 4, n.1. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica.** 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de estudos e intercâmbio:** orientações básicas. Brasília, 2008.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Why Tourism?**. Disponível em: <<http://www.unwto.org/aboutwto/why/en/why.php?op=>> Acesso em: 27 de maio de 2012.

QUEL, Luiz Felipe. **Gestão de Conhecimento:** e os desafios da complexidade nas organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.

RODRIGUES, Auro de Jesus. **Metodologia Científica:** completo e essencial para a vida universitária. São Paulo: Avercamp, 2006.

ROSSATTO, Maria Antonieta. **Gestão do Conhecimento:** a busca da humanização, transparência, socialização e valorização do intangível. Rio de Janeiro: Interciência, 2002.

SEBEN, A. **Intercâmbio cultural:** um guia de educação intercultural para ser cidadão do mundo. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2011.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas.** 8 ed. São Paulo: Editora Campus. 1998.

TELES, J. M. **Coisas que todo jovem precisa saber.** São Paulo: Melhoramentos, 2004.

TERRA, José Cláudio. **Gestão do Conhecimento:** o grande desafio empresarial. Disponível em <<http://biblioteca.terraforum.com.br/Paginas/OGrandeDesafioEmpresarial.aspx>> Acesso em: 15/08/2012.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A sociedade pós- industrial e o profissional do turismo.** São Paulo: Papyrus, 2003.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade:** tendências contemporâneas Campinas: Papyrus, 1993.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

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

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário da Pesquisa de Campo



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

QUESTIONÁRIO INTERCÂMBIO CULTURAL

Bom dia. Me chamo **Rafael Lima**, sou orientando da **Profa. Dra. Lissa Valéria Fernandes Ferreira** e falo em nome da **Universidade Federal do Rio Grande do Norte** com o objetivo de levantar dados para um estudo realizado pelo **Departamento de Turismo** desta renomada instituição. As informações recebidas terão caráter sigiloso e sem identificação de cunho pessoal como manda a ética profissional.

A sua valiosa participação será de extrema importância para o desenvolvimento do setor e o posicionamento do nordeste brasileiro na referida área. Desde já agradecemos a sua colaboração.

Número do questionário:
Data da entrevista:

MOTIVAÇÕES PESSOAIS PARA O INTERCÂMBIO

A seguir, lhe faremos perguntas sobre suas motivações em realizar o intercâmbio.

1. Qual o principal motivo para a realização do Intercâmbio Cultural?
2. Qual o destino e o motivo da escolha deste (País/Cidade) para realizar o intercâmbio?
3. Quais foram as maiores dificuldades enfrentadas durante a realização do Intercâmbio Cultural?
4. A experiência de Intercâmbio Cultural correspondeu as suas expectativas?
Justifique.

5. Em sua opinião, como a atividade de intercâmbio pode facilitar/facilitou o seu ingresso no mercado de trabalho?

PERFIL DA EMPRESA DE INTERCÂMBIO

Agora precisamos saber sobre a empresa que você optou para realizar o intercâmbio

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------|--|--|--|-----------|-------|
| 6- A empresa está localizada na cidade que você reside ? | 1. <input type="checkbox"/> Sim 2. <input type="checkbox"/> Não | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7- Pontue de 1 (péssimo) a 5 (excelente) sobre a prestação dos serviços realizados pela empresa de intercâmbio | <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">péssimo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">excelente</td> <td style="text-align: center;">Ns/Nr</td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | péssimo | | | | excelente | Ns/Nr |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | |
| péssimo | | | | excelente | Ns/Nr | | | | | | | | | | | | | | |
| 8- Marque de 1 (péssimo) a 5 (excelente) a receptividade na sua chegada ao país do intercâmbio. | <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">péssimo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">excelente</td> <td style="text-align: center;">Ns/Nr</td> </tr> </table> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | péssimo | | | | excelente | Ns/Nr |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | |
| péssimo | | | | excelente | Ns/Nr | | | | | | | | | | | | | | |

PERFIL SÓCIO-DEMOGRÁFICO DO ENTREVISTADO

E para finalizar, gostaríamos de fazer umas perguntas sobre você.

9. Sexo.

1. Masculino 2. Feminino

10. Qual a sua idade? anos

11. Estado civil?

1. Solteiro/a
 2. Casado/a ou vive com alguém
 3. Separado-a/Divorciado-a
 4. Viúvo/a

12. Qual o seu nível de escolaridade

1. Nível fundamental
 2. Nível médio - 2º grau
 3. Nível superior cursando
 4. Nível superior completo
 5. Pós-graduação

13. Qual sua renda familiar mensal média?

1. Até R\$ 1.200,00

2. De R\$ 1.201,00 a R\$ 1.500,00
3. De R\$ 1.501,00 a R\$6.200,00
4. De R\$ 6.201,00 a 12.500,00
5. Acima de R\$ 12.500,00

AGRADECEMOS ENORMEMENTE A SUA COLABORAÇÃO.