

ALINE GAZZE BOTELHO

**Hospitalidade Brasileira:
uma característica cultural ou um mito fundador?**

CELACC / ECA – USP

2011

ALINE GAZZE BOTELHO

Hospitalidade Brasileira:

uma característica cultural ou um mito fundador?

Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação
em Mídia, Informação e Cultura produzido
sob a orientação do Prof. Dr. Dennis de Oliveira

CELACC / ECA – USP

2011

Agradecimentos

Agradeço a todos que me auxiliaram neste projeto. Ao meu orientador Dennis de Oliveira, aos entrevistados Dana Gribbins, Christine Ribeiro, Alfonso Verdeja, Michael Lanham, Patricia Gabaldón e Jurandir Chaves de Oliveira.

Aos amigos que dividiram experiências e ideias para compor este artigo, mesmo nos finais de semana, em especial a Filipe Correia, Renata Frizzarini e Rafael Perrotti. Aos meus anjos, Helen Lima e Rogério Gindro que sempre estão comigo. Aos meus pais que me apóiam e ensinam o sentido da vida, à minha host family que sempre me recebeu com tanta hospitalidade e me apresentou um mundo novo.

Às novas amigadas que fiz durante este curso, Jennifer Arrivabem, Ana Paula Nunes, Daniela Braga, Rose Farias e Amanda Pellini. À minha amiga e sócia, Camila Serrano, que durante dois anos compartilha o seu conhecimento em relação ao tema proposto neste estudo, além da sua amizade.

Meu agradecimento especial à Roberta Sogayar que sempre acompanhou meus sonhos e conquistas, como mestre e como amiga.

Sumário

Agradecimentos

Resumo / Resumen / Abstract.....04

Introdução.....06

1. Definições de Hospitalidade.....06

1.1 A relação entre Hospitalidade Doméstica / Familiar e Cultura.....09

1.2 Os resultados da Hospitalidade Familiar/Doméstica Brasileira.....10

2. O Mito fundador e sua participação na construção de Brasil e povo brasileiro.....11

2.1 A Hospitalidade como característica brasileira.....14

2.2 A Hospitalidade Brasileira na visão do Estrangeiro.....16

Considerações Finais.....19

Bibliografia.....21

Anexo

1. Pesquisa da Demanda Turística Internacional 2004-2009.....23

2. Divulgação do Brasil.....24

Apêndice

1. Entrevistas com estrangeiros.....25

2. Entrevista com profissionais de Turismo.....31

Hospitalidade Brasileira: uma característica cultural ou um mito fundador?

Aline Gazze Botelho

Resumo: Este artigo analisa a hospitalidade brasileira em sua denominação familiar/doméstica através do questionamento levantado: uma característica cultural ou um mito fundador? Utilizando conceitos de Marilena Chauí e Darcy Ribeiro, o tema é discutido através de relatos da História do Brasil e da formação do Povo Brasileiro. Também são analisados os diferentes tipos de hospitalidade e a imagem do Brasil no exterior em que este último dialoga com as pesquisas quantitativas realizadas com estrangeiros que já visitaram o Brasil. O objetivo deste artigo é propor uma reflexão referente à hospitalidade brasileira e compreender o papel que lhe é atribuído na construção do Brasil para os brasileiros e estrangeiros.

Palavras-chave: hospitalidade doméstica/ familiar, turismo, cultura, brasileiro, mito fundador

Resumen: Este artículo analiza la hospitalidad brasileña en su categoría de familia / doméstica, cuestionando la cuestión: un rasgo cultural o un mito fundacional? Utilizando los conceptos de Marilena Chauí y Darcy Ribeiro, el tema se discute de manera anecdótica en la historia de Brasil y del pueblo brasileño. También se analizan los diferentes tipos de hospitalidad y la imagen de Brasil en el exterior en la que éste habla de la investigación cuantitativa realizada con los extranjeros que han visitado Brasil. El objetivo de este trabajo es proponer una discusión en relación a la hospitalidad brasileña y entender el papel que le corresponde en la construcción de Brasil para los brasileños y extranjeros.

Palabras clave: hospitalidad doméstica / familiar, turismo, cultura, brasileño, mito fundador

Abstract: This article analyzes the Brazilian hospitality in its family / domestic category by raising the following question: a cultural trait or a founding myth? Using concepts of Marilena Chauí and Darcy Ribeiro, the topic is discussed anecdotally in the history of Brazil and the Brazilian people. Also analyzed are the different types of hospitality and the image of

¹ Aline Gazze Botelho, bacharel em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi, pós graduanda pela USP em mídia, informação e cultura, orientada pelo professor Dr. Dennis de Oliveira.

Brazil abroad in which the latter speaks to the quantitative research carried out with foreigners who have visited Brazil. The objective of this paper is to propose a discussion relating to Brazilian hospitality and understand the role assigned to it in the construction of Brazil for Brazilians and foreigners.

Keywords: hospitality domestic / family, tourism, culture, Brazilian, founding myth

Introdução

A hospitalidade, considerada a característica de destaque do Brasil pelos estrangeiros que visitaram o país entre 2004 e 2009, tem ganhando visibilidade por se tratar de um tema relacionado à cultura vista como diferencial na oferta turística e com potencial significado nos resultados econômicos dos Estados.

O tema é classificado em quatro categorias, são elas: urbana, comercial, virtual e doméstica. Esta última, também conhecida como familiar e escolhida para análise deste estudo, estabelece a relação entre um indivíduo e o outro, sem interesses comerciais, sem intervenção da infra-estrutura da cidade e independente da utilização de ferramentas virtuais.

Trata-se de uma categoria que depende diretamente das pessoas, mesmo participantes da indústria de serviços e que estão em contato com os estrangeiros seja através de manifestações artísticas ou dos serviços operacionais que atendam atrativos e estruturas turísticas, como os meios de hospedagem, alimentação, entretenimento e outros.

O objetivo geral deste trabalho é identificar a hospitalidade brasileira doméstica/ familiar como característica cultural que influencia e é influenciada por meio das manifestações populares, uma vez que a cultura é sempre viva na construção da imagem do brasileiro seja para ele mesmo ou para o estrangeiro.

Presume-se a necessidade de detectar na história da colonização brasileira o surgimento da hospitalidade; compreender o que é hospitalidade doméstica/familiar, a importância dela na imagem do Brasil no exterior e apontar o papel da cultura popular no tema da identidade nacional, explicando os motivos do brasileiro querer e ser culturalmente hospitaleiro.

1. Definições de Hospitalidade

Desde as antigas civilizações é possível encontrar a hospitalidade junto com os demais aspectos sociais na relação entre os seres humanos. Na Grécia, por exemplo, quando os gregos recebiam os estrangeiros para os jogos olímpicos ou durante o Império Romano quando os convidados eram acolhidos através de um banquete com os melhores alimentos disponíveis.

Hospitalidade, entre suas definições, proveniente do grego, *philoxenia*, significa amor ao estrangeiro e, do latim, *hospitalitate*, o ato de acolher. No idioma francês, derivado do latim, *hospice*, o seu significado é abrigo ao estrangeiro.

Já no idioma português, a hospitalidade não recebe apenas o significado do ato de hospedar; acolhida de hóspedes, hospedagem como no francês; mas também na qualidade do que é hospitaleiro; boa acolhida; recepção ou tratamento afável, cortês; amabilidade, gentileza, reconhecendo a presença do sentimento.

Embora existam estas diferenças nas definições entre um idioma e outro, onde uma estabelece a situação apenas de abrigar enquanto a outra reconhece a necessidade de existir um sentimento, ambas são de caráter positivo, acolhedor e em busca de uma relação pacífica, assim como o filósofo Immanuel Kant analisa a hospitalidade em seus textos relacionando o tema moral e juridicamente.

Hospitalidade significa aqui o direito de um estrangeiro a não ser tratado com hostilidade em virtude da sua vinda ao território de outro (...) Não existe nenhum direito de hóspede sobre o qual se possa basear esta pretensão (para tal seria preciso um contrato especialmente generoso para dele fazer um hóspede por certo tempo), mas um direito de visita, que assiste todos os homens para se apresentarem à sociedade, em virtude do direito da propriedade comum da superfície da Terra, sobre a qual, enquanto superfície esférica, os homens não se podem estender até ao infinito, mas devem finalmente suportar-se uns aos outros, pois originariamente ninguém tem mais direito do que outro a estar num determinado lugar da Terra. (KANT, 1795: p.20)

No final da Idade Média, na França e na Inglaterra, surgem as primeiras influências mercadológicas referentes à hospitalidade. Hospedarias e logo depois os hotéis, eram os novos modelos de negócios voltados diretamente para a aristocracia nos países europeus. O formato de negócio chega aos Estados Unidos no final do século XIX, porém voltado para toda a comunidade. Com o tempo, os empreendimentos de hospedagem americanos começam a utilizar a palavra *hospitalidade*, em inglês *hospitality*, como sinônimo de hospedagem, assim como era entendido na tradução francesa provinda do latim.

A hospitalidade como característica cultural não existe apenas no Brasil. O conceito se dá no convívio social entre as pessoas em seus habitats naturais ou não. Quando se pergunta aos estrangeiros sobre hospitalidade, mesmo aos americanos - que poderiam entender o conceito somente no contexto mercadológico de hospedagem -, há compreensão de que o ato de querer receber o outro predomina o sentido da palavra.

Por este e vários outros motivos, o termo hospitalidade é analisado em diversos segmentos, sejam eles públicos/ urbanos, comerciais, virtuais ou domésticos/ familiares, recebendo indicadores específicos para compreendê-lo.

A hospitalidade pública depende não só do interesse mútuo dos cidadãos em receber visitantes ou não, mas de fatores como a infra-estrutura da cidade, a sinalização, o transporte público, a segurança, o saneamento básico. Uma cidade, antes de ser hospitaleira para o estrangeiro, precisa sê-la para os autóctones, os quais dependem dessa infraestrutura não só no tempo livre, mas em seu cotidiano.

Já na categoria comercial, cuja principal característica é a hospitalidade em forma de produto vendável e lucrativo, parte-se da hipótese de que “a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato, sendo que esse após deve ser entendido como ‘para além do’, ou ‘tudo que se faz além do contrato’”. (CAMARGO, 2006: p.25)

Outro tipo de hospitalidade, presente significativamente nos dias atuais, é denominada hospitalidade virtual que está relacionada diretamente com as novas mídias e a sociedade cada dia mais interada nas relações realizadas através das redes sociais virtuais. Muitas vezes ela é trabalhada em conjunto com as demais categorias de hospitalidade.

Trate-se de uma ferramenta que disponibiliza informações e um novo formato de comunicação ao hóspede, visitante ou convidado, com o intuito de que o mesmo sinta-se parte da organização ou do destino através de uma relação gerada pela exposição da cultura e valores aos interessados.

Segundo dados da ONU, o Brasil, em 2009, já era o 5º país com o maior número de conexões à Internet. Segundo o F/Nazca, são 81,3 milhões de internautas brasileiros a partir de 12 anos e para o Ibope/Nielsen, em setembro de 2011, são 78 milhões de brasileiros a partir de 16 anos.

A hospitalidade virtual está presente seja para facilitar o conhecimento da infra-estrutura da cidade que irá visitar, encontrar as informações úteis ou específicas para o melhor entendimento dos visitantes em relação a cidade e aos serviços turísticos, efetuar a comercialização transparente e atualizada dos meios de hospedagem e outros serviços que estão sendo oferecidos ligados diretamente ao turista ou não.

Por fim, a hospitalidade doméstica/ familiar é aquela que interage diretamente com a cultura popular influenciando todas as demais modalidades de hospitalidade registradas acima.

1.1 A relação entre Hospitalidade Doméstica / Familiar e Cultura

A Hospitalidade Doméstica ou Familiar tem como principal característica os aspectos culturais da sociedade. Analisa-se o relacionamento entre anfitrião e convidado, rituais, tradições, acolhimento, integração, identidade e as particularidades.

A hospitalidade doméstica pode ser entendida como *matriz*: o espaço de preservação dos rituais legados pela tradição, tanto sob a forma de recepcionar, como de hospedar, de alimentar e de entreter. Corresponde ao âmbito das questões associadas à oferta da ‘trindade’ no lar, assim como leva em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede em seu espaço mais íntimo. Percebe-se que, é dentro do contexto doméstico da hospitalidade que o ato de receber reflete a cultura de cada povo. Trata-se da hospitalidade como bem receber, do aconchego, da essência do acolhimento. (FRANCO, PRADO, 2006: p.03)

Esta hospitalidade atada diretamente à cultura popular interage no conjunto das manifestações artísticas, sociais, lingüísticas e comportamentais de um povo ou civilização. A música, a arte, os rituais religiosos, o idioma e as linguagens regionais, os mitos, os hábitos alimentares, as danças, a arquitetura, as invenções, os pensamentos, as formas de organização social e a interação com o outro são características dessa cultura.

Sendo assim, a cultura popular brasileira, rica pela sua diversidade e pluralidade, se fortalece ainda mais na relação entre autóctones e visitantes. “Uma cultura feita de retalhos do que o africano guardara no peito nos longos anos de escravidão, como sentimentos musicais, ritmos, sabores e religiosidade” (RIBEIRO, 2010: p. 222), misturada à cultura indígena que sobrara e a européia que chegava no Brasil.

É desta cultura popular que prevalece o contato direto com o estrangeiro e dialoga com as demais categorias de hospitalidade, seja no atendimento em um restaurante ou em um meio de hospedagem, nas expressões artísticas apresentadas, no querer receber, na identidade cultural que se estabelece.

Assim, a Hospitalidade Brasileira se torna cada vez mais reconhecida como a grande característica cultural do país e um dos principais motivos do estrangeiro querer conhecer e voltar ao Brasil.

1.2 Os resultados da Hospitalidade Familiar/Doméstica Brasileira

Para confirmar as características ressaltadas, segundo pesquisas realizadas pela Embratur, entre 2004 e 2006 o *gosto pelo Brasil*² foi o principal motivo dos estrangeiros quererem conhecer o país.

Vinícius Lages, gerente da Unidade de Desenvolvimento Setorial do Serviço de Apoio a Pequena e Média Empresa (SEBRAE), confirma esta informação: “um dos traços que aparecem em nossas pesquisas é que os brasileiros são reconhecidos como um povo irmão, um povo primo de quase todo mundo, porque tivemos aqui diversas correntes migratórias”. (MOVIMENTO BRASIL DE TURISMO E CULTURA, 2006: p.1).

Em números atualizados, o cenário positivo da hospitalidade não muda. O estudo da demanda turística internacional de 2004-2009, publicado em novembro de 2010 pelo Ministério do Turismo e realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) ligada à Universidade de São Paulo (USP), ouviu 39 mil visitantes nos principais aeroportos e pontos terrestres por onde deixam o país, comprovando que 65% dos entrevistados já vieram para o Brasil outras vezes.

Entre todos os itens destacados na infra-estrutura urbana (limpeza pública, segurança pública, serviço de taxi, transporte público, telecomunicações, sinalização turística), na infra-estrutura turística (aeroporto, rodovias, restaurantes, alojamento, diversão noturna) e nos serviços turísticos (guias de turismo, informação turística, hospitalidade, gastronomia e preços), a hospitalidade é o item que recebe maior satisfação dos estrangeiros, com uma média de 98%³. E por qual motivo o brasileiro é este povo afetuoso, espontâneo, alegre e hospitaleiro?

2 De acordo com o Plano Aquarela - Marketing Turístico Internacional do Brasil – a expressão gosto pelo Brasil significa: hospitalidade.

3. Tabela do Estudo de Demanda Turística 2004-2009, publicado em 2010 no anexo.

2. O Mito fundador e sua participação na construção de Brasil e do povo brasileiro

Ao analisar o povo brasileiro através da história do Brasil, identificam-se duas vertentes distintas, a contada e a omitida, para encontrar motivos da hospitalidade como característica do brasileiro.

Através da história contada nas instituições de ensino, por exemplo, constrói-se uma imagem a ser interpretada e fortalecida não só para o brasileiro, mas para toda a sociedade. Um país descoberto por portugueses que quando chegaram aqui, em caravelas, encontraram um paraíso habitado por índios.

Em um contato receptivo, inicia-se um escambo entre riquezas brasileiras (especiarias, madeira) e objetos europeus (espelhos, pentes, facas). Além disso, utilizam a mão-de-obra indígena até trazerem africanos para somarem ao trabalho. Com o interesse europeu em possuir as terras, muitos começaram a chegar ao Brasil com suas famílias, animais, roupas, livros, costumes, a maneira de pensar e de fazer as coisas. Dessa mistura, nasceu o povo brasileiro hospitaleiro, sem preconceitos.

Marilena Chauí, filósofa brasileira, analisa a construção da imagem do Brasil durante os 500 anos desde a colonização européia em terras ainda só utilizadas pelos povos indígenas que aqui encontraram. Defendendo a idéia de que o Brasil de 500 anos é um semióforo⁴ historicamente produzido, sem considerar o que existia antes da chegada dos exploradores em 1500, utiliza-se o conceito de mito fundador para encontrar um sentido ao momento fundador da coletividade da nação brasileira, do paraíso com características atemporais.

Assim, o Brasil nasce para a história e para a sociedade como o país do futuro, provavelmente porque “Deus ofereceu os signos para conhecermos o destino: o Cruzeiro do Sul, que protege e orienta, e a Natureza- Paraíso, mãe gentil” (CHAUÍ, 2000: p.75), o berço do mundo, uma terra abençoada, um paraíso reencontrado, considerado o mundo originário e original, onde esta nação:

4 Semióforos, derivado do grego, *semeiophoros*, “é um signo traduzido à frete o empunhado para indicar algo que significa alguma outra coisa e cujo valor não é medido por sua materialidade e sim por sua força simbólica”(Chauí, 2000: p.12)

1) é “um dom de Deus e da Natureza”; 2) tem um povo pacífico, ordeiro\generoso, alegre e sensual, mesmo quando sofredor; 3) é um país sem preconceitos (é raro o emprego da expressão mais sofisticada “democracia racial”), desconhecendo discriminação de raça e de credo, e praticando a mestiçagem como padrão fortificador da raça; 4) é um país acolhedor para todos os que nele desejam trabalhar e, aqui, só não melhora e só não progride quem não trabalha, não havendo por isso discriminação de classe e sim repúdio da vagabundagem, que, como se sabe, é a mãe da delinqüência e da violência; 5) é um “país dos contrastes” regionais, destinado por isso à pluralidade econômica e cultural. Essa crença se completa com a suposição de que o que ainda falta ao país é a modernização - isto é, uma economia avançada, com tecnologia de ponta e moeda forte -, com a qual sentar-se-á à mesa dos donos do mundo. (CHAUI, 2000: p.8)

A história, no formato escolhido para ser contada e ensinada, oferece traços de perfeição através do paraíso e do povo pluralizado que aqui formava. É nessa história que “se dá o nascimento à primeira civilização de âmbito mundial, articulando a América como assentamento, a África como a provedora de força de trabalho e a Europa como consumidor privilegiado e como sócio principal do negócio”. (RIBEIRO, 2010: p. 253).

Nesta história muitos acontecimentos são ocultados. A composição invertida entre os anos de 1500 com 5 milhões de indígenas e 1800, onde o Brasil continuava com 5 milhões de habitantes, porém agora com europeus, africanos e futuros brasileiros na sua população, desconsidera o aniquilamento ocorrido.

A metade é formada, agora, por "brancos" do Brasil, predominantemente "pardos" - quer dizer, mestiços e mulatos -, falando principalmente o português como língua materna, e já completamente integrados à cultura neobrasileira. Os negros escravos somam 1, 5 milhão, sendo uma terça parte deles constituída por "crioulos" - quer dizer, negros nascidos no Brasil e amplamente aculturados. Os remanescentes da população indígena original, que haviam sido subjugados e estavam integrados à população neobrasileira como força de trabalho escrava, diretamente subjugada ou incorporada ao sistema através das missões ou das diretorias de índios, somariam meio milhão. Para além das fronteiras da civilização, fugindo ou resistindo à conscrição na força de trabalho e ao avassalamento, viveria mais 1 milhão de índios arredios e hostis, concentrando-se principalmente na Amazônia, mas disseminados por todo o país, onde quer que uma zona de matas indevassadas lhes proporcionasse refúgio. (RIBEIRO, 2010: p.143)

Quando Chauí analisa a história oficial do Brasil e a caracteriza como um mito fundador, entende-se que a palavra *mito*, oferece ao termo um sentido etimológico de narração pública de feitos lendários da comunidade (sentido grego) e também um sentido antropológico, no

qual a narrativa é a solução imaginária para tensões, conflitos e contradições que não encontram caminhos para serem resolvidos no nível da realidade.

Já a palavra *fundador*, vincula o passado como origem, incessante, não permitindo a diferença temporal, oferecendo ao mito, um terceiro sentido, psicanalítico, que impulsiona a repetição de algo imaginário. Sendo assim, “um mito fundador é aquele que não cessa de encontrar novos meios para exprimir-se, novas linguagens, novos valores e idéias, de tal modo que, quanto mais parece ser outra coisa, tanto mais é a repetição de si mesmo”. (CHAUI, 2000: p.9)

Logo é possível imaginar quão perfeita se constrói a imagem desta nação que até hoje é estimulada como paraíso. Logo se imagina pessoas alegres, simpáticas e obviamente, hospitaleiras. Tão imposta esta construção paradisíaca, mesmo em qualquer situação de preconceito ou demais questões negativas relacionadas ao Brasil, simultaneamente os brasileiros continuam se orgulhando de participar desta nação e o estrangeiro reconhece o Brasil através destas características.

No fim, temos a imagem de uma nação sem preconceitos nascida da mistura de raças com suas mais brilhantes características: “os corajosos índios, os estóicos negros e os bravos e sentimentais lusitanos” (RIBEIRO, 2010: p.6), onde

o brasilíndio como o afro-brasileiro existiam numa terra de ninguém, etnicamente falando, e é a partir dessa carência essencial, para livrar-se da ninguedade de não-índios, não-europeus e não-negros, que eles se vêem forçados a criar a sua própria identidade étnica: a brasileira. (RIBEIRO, 2010: p.118)

Se o Brasil é ainda reconhecido como paraíso, país do futuro e sem discriminação racial, o brasileiro possivelmente continua com muitas das características de 511 anos atrás. Em algumas citações relatadas no livro de Darcy Ribeiro, os jesuítas em cartas enviadas a Coroa Portuguesa detalham a receptividade dos indígenas ao recebê-los com festa, danças, o melhor do alimento que teriam para oferecer, além de artesanato, hospedagem e agasalhos.

Seria este sentimento de hospitalidade algo verdadeiro e afetuoso? Ou deveria ser interpretado como um sentimento de inferioridade, uma vez que a Igreja pregava o papel do Padre e da Coroa com o poder sobre os demais como dádiva de Deus aos escolhidos? Seria

algo construído dentro da história brasileira buscando sempre a servidão dos brasileiros que aqui nasciam e se construíam desta mistura cultural?

2.1 A Hospitalidade como característica brasileira

Relembrando que neste estudo analisa-se apenas a hospitalidade doméstica/ familiar, entende-se que no caráter nacional brasileiro, todas as principais características são correlacionadas a hospitalidade. Concomitante a imagem do Brasil, o caráter nacional também é construído, remetendo a idéia de “família brasileira generosa, fraterna, honesta, ordeira e pacífica”. (CHAUI, 2000: p.38)

Dante Moreira Leite, em “*O caráter nacional brasileiro: história a uma ideologia*”, descreve algumas características brasileiras que constroem o caráter nacional, logo também a hospitalidade brasileira, que de tempos em tempos fora citada em distintos formatos, em obras de autores como Silvio Romero, Afonso Celso, Manoel Bonfim, Paulo Prado, Gilberto Freyre e Cassiano Ricardo.

Afonso Celso (1860 – 1938) já utiliza o termo hospitalidade, denominando o esforço e amor ao trabalho, os sentimentos, a energia e a iniciativa de portugueses, negros e mestiços.” Convém também lembrar que atores participam da afirmação desta imagem, promovendo as atividades vinculadas às características da cultura popular brasileira, onde a arte, a música, o esporte e a festa fomentam tal imagem.

Carmem Miranda, a embaixadora da boa vontade pelo Departamento de Estado norte-americano durante os anos da Segunda Guerra Mundial (1939-45), Zé Carioca (1940) sempre divertido e festeiro, os jogadores de Futebol de Pelé que em 1981 recebeu o título de Atleta do Século de todos os esportes pelo Jornal Francês L’Equipe a Ronaldinho Gaúcho 2 vezes campeão mundial pela FIFA (2004 e 2005) e Ronaldo 3 vezes (1996, 1997 e 2002) que foram eleitos por muitas vezes os melhores jogadores do mundo, Ivete Sangalo que replica a festa típica brasileira, o Carnaval, em suas músicas internacionalmente conhecidas, foram alguns destes elementos responsáveis pela imagem do Brasil no exterior nas últimas décadas.

Nas divulgações do Ministério do Turismo, a Embratur trabalha suas campanhas usando símbolos que transmitem o calor humano do povo brasileiro e ativam o senso cognitivo através, das festas, do elemento sorriso, do comportamento de abraçar e tocar o próximo. A campanha que atualmente divulga o Brasil no exterior, em diversos idiomas, utiliza o slogan “*Brasil, um país que saluda os visitantes com um enorme sorriso*”, onde o significado de *saludar*, mais que receber é proclamar o outro como rei.

Portanto, para o inconsciente coletivo cria-se esta imagem em que, além de receber o estrangeiro friamente por parte do receptivo, muito pelo contrário, existe na hospitalidade brasileira a excelência em engrandecer o outro. Compreende tal situação mais que uma hospitalidade doméstica onde, segundo conceitos escolhidos, espera-se o ato de querer acolher o outro, ser amável, receptivo e tratar com igualdade.

Por tal habilidade é que o estrangeiro sente-se tão bem recepcionado em terras brasileiras, uma vez que não só é bem recebido, mas lhe é ofertada a sensação de liberdade e conforto em território paradisíaco. Embora haja exploração desde 1500, o estrangeiro não encontra hostilidade no território.

Todos nós, brasileiros, somos carne da carne daqueles pretos e índios supliciados. Todos nós brasileiros somos, por igual, a mão possessa que os supliciou. A doçura mais terna e a crueldade mais atroz aqui se conjugaram para fazer de nós a gente sentida e sofrida que somos e a gente insensível e brutal, que também somos. Descendentes de escravos e de senhores de escravos seremos sempre servos da malignidade destilada e instalada em nós, tanto pelo sentimento da dor intencionalmente produzida para doer mais, quanto pelo exercício da brutalidade sobre homens, sobre mulheres, sobre crianças convertidas em pasto de nossa fúria. (RIBEIRO, 2010: p.108)

Analisa-se também que antes das terras brasileiras serem chamadas de Brasil, o povo que as habitavam já acolhia bem os que chegavam. Os primeiros europeus foram bem recebidos pelos indígenas tanto no primeiro contato quanto na prática do cunhadismo⁶. Os jesuítas, como fora relatado nas cartas escritas por eles mesmos, recebiam o melhor de cada tribo que visitavam.

⁵ Cópia do site <http://www.braziltour.com/> no anexo 2.

⁶ Prática indígena de incorporar estranhos à sua comunidade. Consistia em lhes dar uma moça índia como esposa. Assim que ele a assumisse, estabelecia, automaticamente, mil laços que o aparentavam com todos os membros do grupo. (DARCY, 2010: p.72)

Esta cultura indígena, juntamente com os europeus e os africanos, que reconstruíam as suas histórias e formavam o povo brasileiro através das fortes características culturais.

Quem de nós ignora que da mestiçagem nasceu o samba, no qual se exprimem a energia índia, o ritmo negro e a melancolia portuguesa? Quem não sabe que a mestiçagem é responsável por nossa ginga, inconfundível marca dos campeões mundiais de futebol? Há quem não saiba que, por sermos mestiços, desconhecemos preconceito de raça, cor, credo e classe? (CHAUI, 2000: p. 6)

Roberta Sogayar, mestre em Hospitalidade e professora de Turismo, pensa que:

a hospitalidade brasileira está inserida dentro de um quadro cultural, considerando os aspectos de colonização do país e as formas de interação entre o colonizador e o colonizado. Percebe-se a formação de uma maneira de se receber, onde aquele que recebe abre os braços para o que chega de fora, aquele que traz a novidade, a boa nova. Esta característica perpetua-se até os dias de hoje no quadro de hospitalidade doméstica. Aliado a este elemento histórico verifica-se também uma forte influência da miscigenação cultural após os movimentos migratórios do pós-guerra, que auxiliaram no processo de formação da cultura nacional e possibilitou a aceitação e a abertura para aquele que vem de fora. (SOGAYAR, Entrevista concedida em: 10/10/2011)

Por conseguinte, o interesse e a supervalorização pelos produtos do exterior, pela cultura americana no capitalismo e pela cultura europeia na elitização dos estudos e da sabedoria do Velho Mundo, até hoje influenciam a relação do brasileiro com o estrangeiro. Contudo, entende-se que o brasileiro pratica o excesso de atenção e prestígio no ato de receber o estrangeiro.

2.2. A Hospitalidade Brasileira na visão do Estrangeiro

Ao comparar a hospitalidade brasileira, como característica cultural, com culturas estrangeiras, mais propriamente das grandes forças mundiais como a de países europeus e como os Estados Unidos, num conceito ainda doméstico/ familiar, percebe-se relevante discrepância. Coteja-se o sentimento de inferioridade do brasileiro perante os demais.

De acordo com os estrangeiros entrevistados para este estudo, numa pesquisa qualitativa, obteve-se a afirmação de que os brasileiros são muito hospitaleiros. Mais calorosos que os espanhóis, mais abertos a outras culturas que os mexicanos e em todos os aspectos comparados, mais hospitaleiros que os americanos.

Segundo Christine Ribeiro, americana entrevistada, “os brasileiros são muito mais abertos para receber os estrangeiros que os americanos. No geral eu sinto que a cultura brasileira é mais receptiva de todas as outras. O Brasil é um país muito mais social”.

Dana Gribbins, americana, além de confirmar as informações relatadas por Christine, diz que nunca se sentiu tão bem acolhida em seu próprio país.

“A receptividade em relação aos estrangeiros nos Estados Unidos é muito diferente. Somos uma sociedade individualista, mantendo nós mesmos em uma base regular. Não ter tempo para conhecer outras pessoas além daqueles da nossa família (e às vezes nem isso). O beijo brasileiro na bochecha é muito pessoal e penetrante, ao contrário do tremor do aperto de mão norte-americano. Gostaria também de dizer que a hospitalidade que recebi no Brasil parecia muito natural, ao invés de apenas ser normal. Acho que os brasileiros formam um povo naturalmente hospitaleiro”. (CROMER. Entrevista concedida em: 11/10/2011)

Ambas americanas entrevistadas apenas visitaram o país, enquanto Michael Lanham, terceiro americano entrevistado morou por seis meses e depois um ano no Brasil, nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro.

Para Michael, os brasileiros são muito hospitaleiros. Ele diz que os americanos não modificam a maneira de viver para fazer os estrangeiros se sentirem bem-vindos, assim como os brasileiros fazem. “Nossa cultura em geral, é mais formal e distante. Por exemplo, apertar as mãos, em vez de abraçar e beijar quando se cumprimenta uns aos outros”. Christine relata outra situação que demonstra a hospitalidade existente no Brasil ao compará-la a americana:

nos Estados Unidos você tem que agendar / programar a sua interação social com os amigos antes do encontro. É culturalmente grosseiro simplesmente aparecer na casa dos amigos sem ser convidado, enquanto no Brasil as pessoas estão sempre fazendo visitas de última hora”. (RIBEIRO. Entrevista concedida em: 11/10/2011)

Patrícia Gabaldón, espanhola entrevistada, diz que o Brasil é hospitaleiro, mas que não observa muitas diferenças, pois acredita que os espanhóis também são, mas percebe a calorosidade⁷ na cultura brasileira.

⁷ aproximação e relação humana oferecida para com outras culturas através do jeito feliz e próximo do brasileiro.

Para os mexicanos, por participarem de uma cultura latina que muitas vezes encontra hábitos parecidos entre elas, Alfonso Verdeja, mexicano entrevistado, diz que não percebe muita diferença, pois o calor latino existe em ambas as culturas e que no México os costumes antigos são mais arraigados que no Brasil. Ele analisa os brasileiros como pessoas muito amáveis e abertas para o estrangeiro. “A impressão é que sempre estão felizes em receber os estrangeiros”. (ALFONSO. Entrevista concedida em: 11/10/2011)

Como na cultura mexicana também existe a identidade latina, calorosa e hospitaleira, comparada aos países europeus e aos Estados Unidos, Alfonso acredita que exista a possibilidade desta hospitalidade intensa do Brasil incomodar outras culturas mais fechadas em conviver com os brasileiros.

Ao contrário dos americanos que não conseguem comparar a hospitalidade brasileira com a americana de maneira equivalente, o mexicano, participante da cultura latina, sente a proximidade e a espanhola cita a calorosidade do povo como diferencial, ambas características culturais brasileiras.

Considerações Finais

A hospitalidade doméstica é aquela que não depende de nada além do indivíduo querer receber bem um outro indivíduo. Neste sentido, o brasileiro é hospitaleiro e esta característica cultural pode ser explicada através da história do Brasil, elaborada na ideia do mito fundador conforme explica Marilena Chauí e da formação do povo brasileiro, segundo Darcy Ribeiro.

Numa história que busca afirmar o cenário paradisíaco e o povo pacífico e alegre que habita o Brasil, a compreensão do termo hospitalidade influencia significativamente nesta análise. Vale lembrar que esta história é considerada um semióforo por Chauí, onde o valor não é medido por sua materialidade e sim por sua força simbólica.

Darcy Ribeiro contribui para a compreensão da formação do povo brasileiro, onde a pluralidade e a diversidade caracterizam a imagem do país, formada por três raízes distintas: africano, européia e indígena, cada uma com suas infinitas diferenças internas entre tribos e externas entre elas.

Identifica-se que a construção da imagem do país se dá através das experiências dos estrangeiros visitantes conforme dados quantitativos e as entrevistas qualitativas apresentadas neste estudo, além da incorporação da hospitalidade como característica cultural brasileira.

Em resultado, o Brasil tem ganhado significativa visibilidade no exterior através da hospitalidade e dos adjetivos positivos que a incorporam: cordialidade, alegria, simpatia, fraternidade, felicidade.

Destaca-se neste estudo que a diferença mais relevante da comparação da hospitalidade brasileira com as demais analisadas é que o povo brasileiro recebe calorosamente as demais culturas, é capaz de modificar a rotina para que o outro se sinta bem informado ou instalado e mostra o interesse de conhecer e compartilhar experiências. Além disso, o brasileiro não analisa o outro em nível superior ou de igualdade. É através da inferioridade que o brasileiro exalta o estrangeiro e o faz sentir importante e bem servido.

Neste excesso de hospitalidade, não necessariamente negativa embora de inferioridade, o brasileiro fortalece esta característica através do mito fundador onde a perspectiva atribuída é

relacional, produzida pela construção do paraíso onde as pessoas são felizes, simpáticas e hospitaleiras, participando fortemente da identidade do brasileiro.

Considera-se neste artigo que a hospitalidade brasileira é uma característica cultural popular refletida nas manifestações culturais e no relacionamento entre os brasileiros e com os estrangeiros.

Bibliografia

ANTONIOLI, Leonardo. **Estatísticas, dados e projeções atuais sobre a Internet no Brasil**, disponível no site http://tobeguarany.com/internet_no_brasil.php, acessado em 28/09/2011

BARRETO, Margarita. **Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos sócio antropológicos**. Revista Turismo em análise, Vol 15, n. 2, nov. 2004, p.133-149

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. **Os domínios da hospitalidade**, In: DENCKER, Ada de Freitas Manetti; BUENO, Marielys Siqueira. Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003

Camargo, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico**, Revista Hospitalidade: São Paulo, ano III, n.2, 2006

CHAUÍ, Marilena. **Brasil: mito fundador e sociedade autoritária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000

EMBRATUR. **Anuário Estatístico 2011 – Ano Base 2010**, disponível no site www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/anuario/downloads_anuario/Anuxrio_Estatxstico_2011_-_Ano_base_2010_-_24-05-2011.pdf, acessado em 28/08/2011

EMBRATUR. **Estudo da Demanda Turística Internacional 2004-2009. Brasil Anuário Estatístico**, disponível no site www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/demanda_turistica/internacional/download_internacional/Estudo_da_Demanda_Turxstica_Internacional_-_2004-2009.pdf, acessado em 28/08/2011

FRANCO, Patrícia dos S. Prado, Juliana do. **A hospitalidade e a cordialidade: reflexões sobre o Brasil**, disponível no site www.periodicodeturismo.com.br/site/artigo/pdf/A_hospitalidade_e_cordialidade2.pdf, acessado em 20/07/2011

KANT, Immanuel. **A paz perpétua: Um projecto Filosófico**, Tradutor: Artur Morão, disponível no site http://www.lusosofia.net/textos/kant_immanuel_paz_perpetua.pdf, acessado em 20/09/2011

MARTINS, Emílio M. OLIVEIRA, Carlyle Tadeu Falcão de. **A hospitalidade e cordialidade brasileira: O Brasil percebido por estrangeiros**, disponível no site www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S1984-8672009000200002&script=sci_abstract, acessado em 20/07/2011

SERAFIM, Marco Antonio M. A história da hotelaria no Brasil e no mundo, disponível no site <http://www.etur.com.br/conteudocompleto.asp?idconteudo=6144>, acessado em 18/09/2011

RIBEIRO, Darcy. O povo brasileiro, São Paulo: Companhia de Bolso, 2010

VISIT BRAZIL. About Brazil., disponível no site <http://www.braziltour.com/> , acessado em 11/09/2011.

Anexo 1. Pesquisa da Demanda Turística Internacional 2004-2009

| Lazer | Destinos mais visitados (%) | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2004 | | 2005 | | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
| | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa |
| Rio de Janeiro - RJ | 33,9 | 31,5 | 30,2 | 28,1 | 30,0 | 28,1 | 19,0 | 21,4 | 20,8 | 19,0 | 19,9 | 19,9 |
| Foz do Iguaçu - PR | 21,7 | 17,0 | 17,1 | 16,1 | 19,0 | 16,1 | 19,0 | 21,4 | 20,8 | 19,0 | 19,9 | 19,9 |
| Floresópolis - SC | 11,9 | 12,1 | 15,1 | 15,3 | 16,9 | 16,7 | 14,9 | 11,5 | 14,9 | 11,5 | 14,9 | 11,5 |
| São Paulo - SP | 13,6 | 13,6 | 12,6 | 13,7 | 14,9 | 11,5 | 14,9 | 11,5 | 14,9 | 11,5 | 14,9 | 11,5 |
| Armação dos Búzios - RJ | 5,8 | 5,4 | 4,4 | 6,4 | 6,2 | 7,9 | 6,2 | 7,9 | 6,2 | 7,9 | 6,2 | 7,9 |
| Negócios, eventos e convenções | | | | | | | | | | | | |
| São Paulo - SP | 51,4 | 48,4 | 51,3 | 52,5 | 53,8 | 48,8 | 48,8 | 53,8 | 48,8 | 48,8 | 53,8 | 48,8 |
| Rio de Janeiro - RJ | 24,6 | 22,3 | 22,9 | 24,7 | 20,4 | 24,9 | 20,4 | 24,9 | 20,4 | 24,9 | 20,4 | 24,9 |
| Ponto Alegre - RS | 7,0 | 8,2 | 4,7 | 5,4 | 5,0 | 4,9 | 4,9 | 5,0 | 4,9 | 5,0 | 4,9 | 5,0 |
| Campinas - SP | 3,7 | 4,1 | 4,0 | 3,9 | 3,9 | 3,8 | 3,9 | 3,8 | 3,9 | 3,8 | 3,9 | 3,8 |
| Belo Horizonte - MG | 4,5 | 4,1 | 4,6 | 4,1 | 4,7 | 3,7 | 4,1 | 4,7 | 3,7 | 4,1 | 4,7 | 3,7 |
| Outros motivos | | | | | | | | | | | | |
| São Paulo - SP | 30,4 | 32,5 | 28,7 | 30,2 | 30,3 | 27,3 | 30,3 | 27,3 | 30,3 | 27,3 | 30,3 | 27,3 |
| Rio de Janeiro - RJ | 26,7 | 25,0 | 20,5 | 19,8 | 19,7 | 21,6 | 19,7 | 21,6 | 19,7 | 21,6 | 19,7 | 21,6 |
| Belo Horizonte - MG | 6,5 | 6,4 | 6,6 | 6,7 | 5,7 | 6,5 | 5,7 | 6,5 | 5,7 | 6,5 | 5,7 | 6,5 |
| Salvador - BA | 7,6 | 6,3 | 6,4 | 6,9 | 6,2 | 5,8 | 6,2 | 5,8 | 6,2 | 5,8 | 6,2 | 5,8 |
| Foz do Iguaçu - PR | 6,3 | 5,1 | 5,8 | 7,5 | 5,5 | 5,5 | 5,5 | 5,5 | 5,5 | 5,5 | 5,5 | 5,5 |
| Organização da viagem | | | | | | | | | | | | |
| Fonte de informação | 37,3 | 43,1 | 39,7 | 38,4 | 30,7 | 30,8 | 30,7 | 30,8 | 30,7 | 30,8 | 30,7 | 30,8 |
| Amigos e parentes | 26,8 | 19,9 | 19,9 | 24,4 | 27,6 | 30,1 | 27,6 | 30,1 | 27,6 | 30,1 | 27,6 | 30,1 |
| Internet | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Viagem corporativa | 11,3 | 11,3 | 8,5 | 8,6 | 13,6 | 12,2 | 13,6 | 12,2 | 13,6 | 12,2 | 13,6 | 12,2 |
| Agência de viagens | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Guias turísticos impressos | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Ferias, eventos e congressos | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Folders e brochuras | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- | -- |
| Outros | 24,6 | 10,6 | 4,5 | 3,1 | 2,5 | 2,3 | 3,1 | 2,5 | 2,3 | 3,1 | 2,5 | 2,3 |

| Avaliação da viagem | Avaliação da viagem (%) | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2004 | | 2005 | | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
| | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa | Positiva | Negativa |
| Infraestrutura | 76,1 | 23,9 | 78,7 | 21,3 | 78,3 | 21,7 | 78,4 | 21,6 | 80,1 | 19,9 | 80,1 | 19,9 |
| Limpeza pública | 75,8 | 24,2 | 78,6 | 21,4 | 76,8 | 23,2 | 78,8 | 21,2 | 76,8 | 23,2 | 76,8 | 23,2 |
| Segurança pública | 80,1 | 10,9 | 80,6 | 10,4 | 80,7 | 10,3 | 80,5 | 9,5 | 80,8 | 9,2 | 81,0 | 9,0 |
| Serviço de táxi | 82,6 | 17,4 | 84,6 | 15,4 | 83,0 | 17,0 | 82,2 | 17,8 | 83,0 | 17,0 | 82,3 | 17,7 |
| Transporte público | 78,3 | 21,7 | 77,0 | 23,0 | 78,8 | 21,2 | 79,8 | 20,2 | 76,6 | 23,4 | 75,0 | 25,0 |
| Telecomunicações | 74,1 | 25,9 | 75,4 | 24,6 | 74,6 | 25,4 | 73,8 | 26,2 | 75,4 | 24,6 | 75,8 | 24,2 |
| Sinalização turística | 85,7 | 14,3 | 86,9 | 13,1 | 85,8 | 14,1 | 80,2 | 19,8 | 82,2 | 17,8 | 82,2 | 17,8 |
| Infraestrutura turística | -- | -- | -- | -- | 64,1 | 35,9 | 66,8 | 33,2 | 63,8 | 36,2 | 64,5 | 35,5 |
| Aeroporto | 94,1 | 5,9 | 95,0 | 5,0 | 94,9 | 5,1 | 95,1 | 4,9 | 95,6 | 4,4 | 95,3 | 4,7 |
| Rodovias | 95,9 | 4,1 | 95,5 | 4,5 | 95,2 | 4,8 | 95,6 | 4,4 | 94,5 | 5,5 | 94,6 | 5,4 |
| Restaurante | 91,3 | 8,7 | 91,9 | 8,1 | 90,2 | 9,8 | 91,4 | 8,6 | 90,1 | 9,9 | 90,0 | 10,0 |
| Diversão noturna | 88,8 | 11,2 | 90,8 | 9,2 | 90,3 | 9,7 | 91,9 | 8,1 | 90,1 | 9,9 | 90,8 | 9,2 |
| Serviços turísticos | 86,2 | 13,8 | 87,3 | 12,7 | 85,5 | 14,5 | 86,5 | 13,5 | 86,2 | 13,8 | 86,6 | 13,4 |
| Guias de turismo | 88,2 | 11,8 | 88,0 | 12,0 | 88,0 | 12,0 | 87,5 | 12,5 | 88,2 | 11,8 | 88,1 | 11,9 |
| Informação turística | 95,5 | 4,5 | 96,1 | 3,9 | 95,0 | 5,0 | 95,0 | 4,0 | 96,0 | 4,0 | 95,7 | 4,3 |
| Hospitalidade | -- | -- | -- | -- | 68,1 | 31,9 | 67,4 | 32,6 | 66,5 | 33,5 | 66,5 | 33,5 |
| Gastronomia | -- | -- | -- | -- | 68,1 | 31,9 | 67,4 | 32,6 | 66,5 | 33,5 | 66,5 | 33,5 |
| Preços | -- | -- | -- | -- | 68,1 | 31,9 | 67,4 | 32,6 | 66,5 | 33,5 | 66,5 | 33,5 |

Fonte: Ministério do Turismo - MTUR e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPÉ. Estudo da Demanda Turística Internacional - 2004-2009

(*) Em 2004 a questão "composição do grupo turístico" admitia mais de uma resposta.

Anexo 2. Divulgação do Brasil

south (4,394.7 km). The country borders French Guiana, Suriname, Guiana, Venezuela and Colombia, to the north; Uruguay and Argentina, to the south; and Paraguay, Bolivia and Peru, to the west. Ecuador and Chile are the only two countries on the South American continent that do not border Brazil. The Atlantic Ocean extends along the country's entire eastern coast, providing 7,367 km of coastline.

Language

The official language is Portuguese; the accent and the intonation, however, are very different from what one hears in Portugal and other former Portuguese colonies. Some people say that Brazilians speak "Brazilian", just like Americans can say they speak "American", and not English. And there are also many Brazilians who are descendants of immigrants and who speak German and Italian, especially in towns in southern Brazil.

Brazil – a country which greets visitors with a huge smile

The mixture of races has made Brazil a culturally rich and at the same time unique country. This miscegenation began with the Indian, the African and the Portuguese, but soon after, immigrants from around the world began to arrive: Europeans, Asians, Jews and Arabs. The result is a happy people, open to everything new, a people one can only find in Brazil.

Because of this massive diversity, Brazil is one of the last places on Earth where no one is a foreigner, where one can change one's destiny without losing one's identity and where each and every Brazilian has a little of the entire world in his or her blood. This may be the reason why Brazilian's welcome people from another land so openly. According to surveys carried out with foreign tourists who visited the country, 97.2% intend to return soon; 56.5% had their expectations completely satisfied; and, for 31.7%, it exceeded their expectations in every way. As you can see, those who come to Brazil become fans on their first visit.

Brazil is
Carniva
such as

Becaus
Brazil is
airlines.
full of ...



learn mo



Apêndice 1. Entrevistas com estrangeiros

(Entrevistados em 20/09/2011)

Norte americano (Americana - Christine, formada em Psicologia, já visitou o Brasil 4 vezes)

Norte americano (Americana – Dana, formada em Psicologia, já visitou Brasil 1 vez)

Norte americano (Americano – Michael, Soldado da Marinha, morou um ano e meio no Brasil 2 vezes)

Latino Americano - (Mexicano - Poncho, já visitou o Brasil uma vez)

Europeu (Espanhola - Patrícia, formada em economia, já visitou 1 Brasil uma vez)

Olá. Estou fazendo uma pesquisa sobre a receptividade do brasileiro para com os estrangeiros que já visitaram o Brasil e gostaria de saber a sua opinião.

*Este estudo tem o objetivo de estudar a receptividade/hospitalidade do brasileiro através dos hábitos culturais e entender se a hospitalidade é uma característica cultural ou algo construído durante os 500 anos de História que conhecemos do Brasil. Para responder estas perguntas abaixo, gostaria que você pensasse apenas na hospitalidade doméstica /familiar e não levasse em consideração a infra-estrutura do país (hospitalidade urbana ou pública) ou as informações através da internet antes de chegar ou a tecnologia utilizada no Brasil (hospitalidade virtual) ou até mesmo a hospitalidade comercial (hospedagem ou restaurantes, por exemplo). Leve em consideração apenas o povo brasileiro.

Quantas vezes você já visitou o Brasil?

Quando visitou?

Que estados visitou?

Já morou no Brasil (permanência mais de 90 dias)?

O que você acha sobre a receptividade do brasileiro em receber o estrangeiro?

No seu país, essa receptividade é diferente? Quais são as principais diferenças?

Voltaria ao Brasil?

Se sim, qual é o principal motivo que te faria voltar ao Brasil?

Algum ponto negativo na receptividade do Brasileiro?

Que imagem você associaria ao Brasil?

Name: Christine Ribeiro / American

How many times have you visited Brazil? 3

When did you visit? December 2004, June-August 2007, August-September 2011

Which states did you visit? São Paulo, Espírito Santo, Bahia, Rio de Janeiro, Paraná, São Luis do Maranhão, Rio Grande do Norte, Paraíba

Have you lived in Brazil (stay over 90 days)? NO

What do you think about the openness of the Brazilian to receive the foreign? Brazilians are very open to receiving foreigners, much more than Americans. Overall I feel the Brazilian culture is more receptive of ALL people, and is a much more social country. Everywhere I travelled in Brazil I was always met with kind-hearted people who were genuinely excited to meet me and talk to me, simply because I was a foreigner. The people of Brazil seem curious about other countries/cultures.

In your country, this receptivity is different? What are the main differences?

In the United States people are curious about other countries and cultures but it seems that people are not as receptive to foreigners, or people in general. I feel that Americans are much less social and do not depend on social interactions as much as the Brazilian culture does. Also, I feel there are many unspoken social “boundries” that exist in my culture that prohibit our culture from being more receptive of people. For instance, in the United States you have to schedule/plan your social interactions with friends ahead of time. It is culturally “rude” to just show up at a friends’ house uninvited, whereas in Brazil the people are always making last-minute visits/chats/ get-togethers with acquaintences. Overall, I feel the American culture is less social and therefore less receptive to people and foreigners.

Would you return to Brazil? DEFINATELY!

If yes, what is the main reason that I would return to Brazil? Of course, the people! I feel it is this openness and receptivity to foreigners that makes Brazil so interesting and exciting to foreigners. The diversity (people) of Brazil is much more blended than the diversity of the American people, and this makes it easy for any foreigner to feel accepted.

Any downside in the responsiveness of the Brazilian? I can’t think of any!

What image do you associate with Brazil? I associate an upbeat, diverse culture....samba, Carnaval, futebol, big cities, beautiful tropical beaches....a big party!

Name: Dana Gribbins/ American

How many times have you visited Brazil? Once

When did you visit? February, 2006

Which states did you visit? São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais

Have you lived in Brazil (stay over 90 days)? no

What do you think about the openness of the Brazilian to receive the foreign?

The Brazilians are a very welcoming and intriguing people. They were curious to know about me, what I do in America, and eager to speak with me in English. I have honestly never felt so welcome in my own country. Although we traveled to every tourist site like a visitor, I was welcomed into their home as family. For example, the day before my return, I was visited by two individuals (friends of the family) whom I'd never met before who wanted to say welcome to Brazil and brought me a gift - a Brazilian bandana. It was very touching and considerate for two complete strangers to come and welcome me just because I was a friend of a friend.

In your country, this receptivity is different? What are the main differences?

Receptiveness to the foreign in America is very different. We are an individualistic society, therefore, keeping to ourselves on a regular basis. We don't take the time to know anyone besides those in our family (and sometimes not even that). The normal Brazilian kiss on the cheek is much too personal and pervasive, much unlike the American hand shake. I would also say that the hospitality I received seemed very natural, as opposed to just being nice, i.e. Brazilians are a naturally hospitable people.

Would you return to Brazil? absolutely

If yes, what is the main reason that I would return to Brazil? One of the main reasons is to share my experiences with my family followed by visiting my sister/best friend and the friends I made while visiting.

Any downside in the responsiveness of the Brazilian? I cannot think about any downside to the Brazilian hospitality.

What image do you associate with Brazil? as silly as it might sound, when I think of Brazil,

I think of a heart or a kiss. The welcoming I received when arriving and the heartfelt goodbyes were filled with love and affection.

Nombre: Alfonso / Mexicano

Antes que nada te aviso que es difícil hablar de hospitalidad del hogar cuando uno viaja como turista, porque convive con personas acostumbradas a recibir personas de otros lados y se les trata bien, la gente que vive en sitios turísticos suele ser más amable porque el turista es dinero jejeje

¿Cuántas veces ha visitado el Brasil? 1

Cuando visitó? en junio de 2005

Que ciudades has visitado? Rio de Janeiro, Petropolis y Niteroi

¿Ha vivido en Brasil (estancia superior a 90 días)? Justo 90 días

¿Qué piensa usted acerca de la apertura de los brasileños para recibir el extranjero?

En general es gente amable, da la impresión de estar felices que les visite gente de otros países, es una cultura muy abierta.

En su país, esta receptividad es diferente? ¿Cuáles son las principales diferencias?

Por ser países latinos y con algunas características similares la diferencia es muy poca, México es conocido por ser un país hospitalario en todos los sentidos, quizá la diferencia es que la mentalidad de los brasileños es más liberal, México aun mantiene muchas costumbres muy arraigadas, cuando la realidad es que las sociedades también deben evolucionar.

Volvería a Brasil? Claro

En caso afirmativo, ¿cuál es la razón principal por la que iba a regresar a Brasil?

Es una cultura que transmite muchas emociones, turísticamente hay demasiados sitios por conocer y por otro lado tengo amigos que me gustaría visitar.

Algún punto negativo de la receptividad brasileña?

Por ser mexicano me identifico con esa receptividad, finalmente es similar a la de mi país, pero para otras culturas puede que sea agresiva o exagerada.

¿Qué imagen asocia con Brasil? Carnavall!!! rs

Nombre: Patricia Gabaldón/ Espanha

¿Cuántas veces ha visitado el Brasil? 1

Cuando visitó? en agosto de 2008

Que ciudades has visitado? 5

¿Ha vivido en Brasil (estancia superior a 90 días)? no

¿Qué piensa usted acerca de la apertura de los brasileños para recibir el extranjero?

en general, son muy receptivos a los extranjeros

En su país, esta receptividad es diferente? ¿Cuáles son las principales diferencias?

Yo soy española y en mi país, las diferencias de lenguaje hace que sea un poco complicado recibir a extranjeros, pero en general solemos ser también bastante receptivos a los extranjeros

Volvería a Brasil? si

En caso afirmativo, ¿cuál es la razón principal por la que iba a regresar a Brasil?

es un país precioso

Algún punto negativo de la receptividad brasileña?

el norte de Brasil es peligroso y es una imagen que se asocia en gran medida a Brasil.

¿Qué imagen asocia con Brasil?

junto con la buena predisposición de los brasileños, la inseguridad y la delincuencia son también parte de la imagen de Brasil

Name: Michael / American

How many times have you visited Brazil? 2

When did you visit? September 2009 - March 2010 and June 2010 - June 2011

Which states did you visit? Sao Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horezonte

Have you lived in Brazil (stay over 90 days)? Yes, once for 5 months, and once for a year

What do you think about the openness of the Brazilian to receive the foreing?

I think it is amazing! Most Brazilians are extremely open and welcoming and friendly and warm. Brazilians are very hospitable.

In your country, this receptivity is different? What are the main differences?

Yes. In the U.S. we grow up with foreigners around us all the time, at least in the big cities. So its more normal and therefore we give them less attention. Many of us dont go out of our way to make foreigners feel welcome. Our culture in general is more formal and distant, for example shaking hands instead of hugging and kissing to say greet each other.

Would you return to Brazil?

YES!!! Would you help me?!?!?! ;))

If yes, what is the main reason that I would return to Brazil?

I love the people, culture, art, lifestyle, landscapes, natural beauty (to include the girls, rs), and the way Brazilians are in general.

Any downside in the responsiveness of the Brazilian?

Not ALL of Brazilians are open and welcoming but the vast majority are. Historically Brazil as a nation has been taken advantage of. Today though I dont think the way that Brazilians are open and helpful and friendly has a downside.

What image do you associate with Brazil?

Good question. I've only been to a small part of Brazil so I dont really have one image that is fair to apply to all of Brazil but I believe that Brazilians are happy and always love to have fun! So when I think of Brazil I think of smiling happy people sweating and dancing and laughing and drinking.

Apêndice 2. Entrevista com profissionais de Turismo

Ms. Roberta Sogayar, brasileira, mestre em Hospitalidade, professora de turismo e avaliadora do

MEC. | Dr. Jurandir Chaves de Oliveira, brasileiro, mestre em hospitalidade, pesquisador e consultor.

Você brasileiro (a) e mestre em hospitalidade, analisando apenas a hospitalidade doméstica /familiar, acredita que a hospitalidade no Brasil é uma característica cultural nata do brasileiro ou um mito, um folclore (um mito fundador?)

Roberta Sogayar (Entrevistada em 10/10/2011)

Acredito que a hospitalidade doméstica brasileira está inserida dentro de um quadro cultural, considerando os aspectos de colonização do país e as formas de interação entre o colonizador e o colonizado, percebe-se a formação de uma maneira de se receber, onde aquele que recebe abre os braços para o que chega de fora, aquele que traz a novidade, a boa nova. Esta característica perpetua-se até os dias de hoje no quadro de hospitalidade doméstica. Aliado a este elemento histórico verifica-se também uma forte influência da miscigenação cultural após movimentos migratórios do pós guerra, e auxiliaram no processo de formação da cultura nacional que possibilitou a aceitação e abertura para aquele que vem de fora.

Jurandir de Oliveira (Entrevistado em 20/10/2011)

Oi Aline! Respondendo sua pergunta, vou levar para o lado do Direito. Penso que para a maioria das pessoas residentes em um lugar, há o entendimento de que receber o forasteiro e tentar auxiliá-lo é uma questão de Direito Natural da pessoa (tal como viver, se locomover livremente, ter segurança). Fazemos isso porque gostaríamos de ter tratamento recíproco em situação análoga (quando estamos viajando e se deslocando por outros lugares, notadamente em outros países de língua diferente da nossa). Os romanos já demonstravam essa preocupação com os estrangeiros, tanto que no Direito Romano encontramos a figura do pretor peregrino, que julgava questões envolvendo pessoas estrangeiras. Portanto, fico com a opção cultural.