

Impressões de estudantes de turismo brasileiros sobre o *House Sitting* e a Era da Viagem Colaborativa

Impressions of brazilian tourism students about **House Sitting** and the **Collaborative Travel** Era

NATALIA FORNARI * [natalia.pais@usp.br]

RAFAEL BAUER ** [rafaelbauer@ua.pt]

Resumo | O presente artigo discute a ideia de Viagem Colaborativa destacando uma de suas novas modalidades, o chamado *House Sitting*. Para tal, aponta a impressão de alunos de graduação de turismo em fase de conclusão de dois dos mais importantes cursos do Brasil acerca destes temas. Para isto, contextualiza-se o processo de globalização e a aparição da Economia Colaborativa até o seu encontro com o setor turístico e o fomento de uma nova interação entre turista e receptor. Para a realização deste artigo foram realizadas pesquisas bibliográficas para embasamento dos assuntos tratados, pesquisas de cunho quantitativo para coletar as impressões dos estudantes acerca dos temas trabalhados e, por fim, pesquisa *online* sobre as plataformas de *House Sitting* existentes no mundo. Ao final do estudo, percebeu-se que ainda há grande desconhecimento do público alvo sobre as novas tecnologias do turismo e que estudos mais aprofundados sobre o tema são necessários.

Palavras-chave | Economia colaborativa, viagem colaborativa, *house sitting*, turismo

Abstract | This article aims to discuss the idea of Collaborative Travel, highlighting one of its new modalities, called House Sitting; As well as intend to demonstrate the impression on these topics of undergraduate tourism students from two of the most important courses in Brazil. For this, the process of globalization and the emergence of the Collaborative Economy are contextualized and related with the tourism sector, fomenting a new interaction between tourists and hosts. For the accomplishment of this article were carried out bibliographical researches to base the subjects dealt with, quantitative researches to collect the impressions of the students about the subjects worked and, finally, online research on the platforms of *House Sitting* existing in the world. At the end of the study, it was noticed that there is still a lack of knowledge of the target audience about the new technologies of tourism and that further

* **Mestranda** em Turismo pela Universidade de São Paulo. **Pós-graduanda** lato sensu no Curso de Formação de Professores com ênfase no Ensino Superior e Tecnóloga em Turismo, ambos pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo.

** **Doutorando** em Turismo pela Universidade de Aveiro. **Mestre** em Filosofia com Ênfase em Estudos Culturais, Especialista e Bacharel em Turismo pela Universidade de São Paulo. **Professor** Adjunto da Área de Turismo e Hospitalidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo.

studies on the subject are necessary.

Keywords | Collaborative economy, collaborative travel, house sitting, tourism

1. Introdução

Em um mundo de rápidas mudanças e com grande avanço tecnológico, o setor de bens e serviços precisa, mais do que nunca, estar atento às tendências que surgem dia após dia. Essas mudanças afetam os serviços tradicionais e trazem novidades ao consumidor, mais opções de escolha e novas tecnologias.

Este artigo põe em pauta um dos temas mais atuais no cenário mundial: a economia colaborativa. Traz para perto do turismo as mudanças que já estão ocorrendo com essa nova modalidade econômica e, em especial, as formas colaborativas de viajar. A escolha deste tema justifica-se pela sua importância enquanto nova tendência no mercado turístico, uma vez que todos os tópicos relacionados a este assunto são relevantes aos profissionais da área, bem como por tratar-se de um assunto de prévio conhecimento dos autores.

O estudo tem como objetivo principal elucidar as impressões pessoais de estudantes de Turismo enquanto em relação ao *House Sitting* enquanto nova tecnologia advinda da Economia Colaborativa dentro do setor turístico. Desta forma, os objetivos específicos são: contextualizar o processo de globalização, descrever a influência deste processo na aparição da Economia Colaborativa, dimensionar as novas práticas de viagem dentro do conceito de Viagem Colaborativa e, por fim, caracterizar a modalidade de viagem colaborativa denominada *House Sitting*. Para o alcance dos objetivos mencionados realizou-se pesquisa bibliográfica a partir de livros digitais e artigos aca-

dêmicos, levantamento *online* das plataformas de *House Sitting* existentes na *web* e pesquisa qualitativa/ quantitativa, com uma amostra de 100 entrevistados de cursos de turismo de duas instituições de graduação em São Paulo – a Universidade Anhembi Morumbi, Campus Bresser-Mooca, correspondendo a 50% da amostra e o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus São Paulo, com os outros 50%. Escolheu-se essas instituições em função da grande importância das mesmas enquanto polos formadores dos profissionais da área turística.

O artigo estrutura-se da seguinte maneira: Introdução; Referencial Teórico, que contempla a globalização e conceituação de Economia Colaborativa, contextualiza-se a dimensão e a dinâmica da Viagem Colaborativa no cenário atual, inserindo referências sobre o tema de maneira concisa. Ainda, descrevem-se algumas das importantes modalidades de Viagem Colaborativa, seguindo então para o item a seguir, em que se caracteriza mais detalhadamente o *House Sitting*. Por fim, parte-se para a descrição metodológica, análise dos resultados da pesquisa e conclusões.

2. Contextualização Teórica

Esta seção se divide em tópicos, os quais tratam de: a) o processo de globalização e o surgimento da economia colaborativa; b) conceituação e importância da economia colaborativa; c) viagem colaborativa – dimensão e dinâmica; d) principais formas e modelos de viagem colaborativa;

e) *House Sitting*– novo modalidade de viagem colaborativa

2.1. O Processo de Globalização e o Surgimento da Economia Colaborativa

O período das grandes navegações deu início ao processo da Globalização, onde o homem – em busca do novo – aventura-se em águas e terras desconhecidas à procura de riquezas (Costa, 1979). Porém, o evento “divisor de águas” para o mundo globalizado de hoje foi a queda do Muro de Berlim, em 1989. A reunificação da Alemanha rasga a cortina de ferro comunista que encobria o Leste Europeu, trazendo o fim da União Soviética e abrindo novos caminhos para uma economia globalizada, fundamentada nos pilares do capitalismo e do livre comércio. A partir da quebra de paradigmas e do fim de alguns conflitos, abrem-se as portas para a relação entre nações e inicia-se um processo de estreitamento cultural, social, econômico e tecnológico: a globalização tal qual se vê hoje (Dowbor, 1994).

Neste cenário, as mudanças bruscas nas ideias e nas transações de todo o planeta surgiam e a nova “*pangeia*”¹ instalava-se como um globo único, interligado pela *web*, investimentos, comércio e migrações. Os frutos deste acontecimento histórico são latentes: unificações, acesso global e intercâmbio cultural, sendo que este processo ainda passa por aceleradas mudanças.

2.2. Conceituação e importância da Economia Colaborativa

O conceito de Economia Colaborativa veio de um modelo empregado pela geração *Millennials*² em que, ao invés de realizar a compra de um produto ou serviço, fomenta-se o uso comum e a troca. Estas ações, sugerindo uma espécie de “novo escambo”³ a suprimir o capital, determinam as novidades do compartilhamento, colaboração e criação de ideias como que em um único espírito coletivo a dividir os bens e serviços. Tudo o que é produzido torna-se de um para todos em tempo real, conduzindo uma nova trajetória em que o coletivo torna possível o surgimento de um modo mais sustentável e menos consumista de usufruir dos bens do planeta.

Os três pilares para o desenvolvimento saudável deste novo modelo econômico baseiam-se no a) Social, com ênfase para questões populacionais e vinculadas à sustentabilidade e ao altruísmo; b) Econômico, relacionada a monetização do estoque ocioso ou em excesso, da flexibilidade financeira, preferência por acesso ao invés de aquisição, grande oferta de capital de risco; e c) Tecnológico, beneficiado pelas redes sociais, dispositivos/plataformas móveis e sistemas de pagamentos (Krupinski, 2014).

Nota-se que a flexibilidade conseguida através do colaborativismo transforma o excesso em compartilhamento, gerando uma plataforma única de acesso - descentralizado, libertário e ao alcance de todos.

Sabe-se que a cada três pessoas, duas gostariam de alugar ou compartilhar seus bens e/ou produtos. Não bastante, os dados ainda mostram que

¹Pangeia: Supercontinente hipotético e único que teria existido na Terra até o período cretáceo, o qual, ao se fragmentar, teria dado origem aos continentes atuais. (Wagner, A. et al).

²Millennials: Também chamada de Geração Y ou da Internet, abarca as pessoas nascidas de meados da década de 1970 a meados da década de 1990. Essa geração desenvolveu-se numa época de grandes avanços tecnológicos, prosperidade econômica e facilidade material. Além disso, prevalece em ambiente altamente urbanizado, imediatamente após a instauração do domínio da virtualidade como sistema de interação social e midiática, e em parte, no nível das relações de trabalho.

³Novo Escambo refere-se às “novas trocas”, a partir da etimologia da palavra Escambo, que quer dizer troca de mercadorias ou serviços sem fazer uso de moeda.

o mercado individual de locação movimenta cerca de US\$ 26 bilhões ao redor do mundo. Neste sentido, pode-se ainda supor que este mercado seja capaz de se movimentar mesmo em cenários de crise (Nielsen, 2014).

Ainda pensando na importância da Economia Colaborativa e dando um passo à frente, o escambo não se restringe apenas a bens materiais. Através da mesma lógica colaborativa, tornou-se possível a troca de habilidades e conhecimento. Além de todo o senso comunitário, o fator social se mostra latente: conhecer pessoas e acelerar o contato humano em uma realidade onde os *smartphones* ganham cada vez mais espaço soa como um caminho de retorno às celebrações das novas gerações – uma espécie de nova miscigenação que vai muito além do crioulo, mestiço e mulato: agora, a mistura é intelectual.

Os primeiros sinais da Economia Colaborativa no Brasil puderam ser vistos com o *boom* dos *sites* de compras coletivas como o Peixe Urbano (2010), Clickon (2010) e Hotel Urbano (2011), já adentrando no objeto “turismo”. A necessidade de estar atento às mudanças do mercado e inserir-se nelas é, atualmente, primordial para manter-se atuante em meio a todas as curvas sinuosas do grande rio da economia (Balestrin; Verschoore, 2008).

2.3. Viagem Colaborativa: dimensão e dinâmica

Os *Millennials* introduziriam um novo contexto de viagens no mundo (Benckendorff, Moscardo, Pendergast, 2010): gastar menos, usufruir da identidade do local visitado, compartilhar impressões, receber por experiência e trocar conhecimento como os grandes pilares do escambo turístico atual.

Em meados dos anos 2000, a criação do *site* TripAdvisor⁴ (TripAdvisor, 2014) seria uma das primeiras tecnologias a adentrar o setor turístico. Sites de alcance mundial, como o Hostelworld⁵, redes hoteleiras, equipamentos turísticos, *blogs* de viagem como os encontrados na Associação Brasileira de *Blogs* de Viagem (ABBV) e até mesmo o aplicativo *Google Earth*⁶ possibilitam uma maior integração dos usuários facilitando a escolha do destino turístico.

A cada mês, cerca de 375 milhões⁷ de pessoas consultam o *site* TripAdvisor. A rede ainda conta com cerca de 250 milhões de avaliações e opiniões, mais de 5,2 milhões de estabelecimentos em sua cobertura e mundialmente são 45 países interligados pela rede, conforme indicadores de seu *sítio* oficial – comprovando assim a dimensão que o serviço de busca compartilhada tomou no cotidiano do turismo, mostrando também sua relevância para o processo de planejamento da viagem (O'Connor, 2008).

2.4. Principais Formas e Modelos de Viagens Colaborativas

Inicialmente, cumpre destacar que o conceito acerca deste termo é muito recente e está em construção e, portanto, consolidação. Neste sentido, são poucas as bases para a caracterização epistemológica do tema.

O conceito de consumo colaborativo considera-o como um sistema baseado em compartilhar e intercambiar bens e serviços utilizando a tecnologia moderna, através de plataformas digitais. Desse sistema *peer-to-peer* surge a Viagem Colaborativa, com uma proposta inovadora de troca entre turista e comunidade local, iniciando-se no espaço virtual (Krishnan et al, 2003).

⁴TripAdvisor: Rede colaborativa de opiniões e reviews de usuários e viajantes sobre equipamentos e destinos turísticos

⁵Hostelworld: Plataforma de busca *online* de albergues da juventude por todo o mundo.

⁶Google Earth: Ferramenta disponibilizada pelo *site* de busca Google que permite ao usuário visualizar imagens de satélite de qualquer lugar do mundo, diretamente de algum dispositivo eletrônico.

⁷Fonte: Google Analytics, média mensal de usuários únicos, 2º trimestre de 2015. Acesso em 28Set

A Viagem Colaborativa ou o turismo “P2P” é a aplicação do conceito do consumo colaborativo ao setor turístico. Está relacionada à forma tradicional de compartilhar, intercambiar, alugar e apresentar através das comunidades e dos atuais aparatos de interface tecnológica (Giménez, 2014).

Resumidamente, surge a partir de um cenário de crise do sistema capitalista global – iniciado em 2008 –, das mudanças de consumo trazidas pelas novas gerações, em especial a dos *Millennials*, e dos meios de tecnologia que interligam viajantes e residentes locais por meio de plataformas digitais.

Atualmente, existem diversos modelos de viagem colaborativa. Com diferenças entre si, todos os pilotos do colaborativismo se unem ao propor um maior aprofundamento da interação do viajante com os autóctones, interagindo com a cultura da localidade e fomentando a criação de novas ideias e perspectivas sobre a era da viagem colaborativa. Duas referências consagradas mundialmente são o Couchsurfing e o AirBnB, sobre os quais vale destacar:

- *Couchsurfing*, em uma tradução literal “surf de sofá”, consiste em hospedar-se gratuitamente em residências por todo o globo, admitindo desta forma uma maior interação do turista com a comunidade local e autóctones. De acordo com as premissas de sua fundação, tem como base cinco pilares colaborativos: (1). Compartilhe a sua vida, (2). Crie conexões, (3). Ofereça gentilezas,

(4). Continue curioso e (5). Ao sair, deixe o lugar melhor do que quando você o encontrou⁸. A rede já atingiu a marca de 10 milhões de membros em mais de 200 cidades, com cerca de 520 mil eventos já realizados (Couchsurfing, 2015).

- *AirBnB*, de acordo com seu sítio oficial, é um “(...) mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja de um computador, de um celular ou de um tablet.” A rede atua desde 2008 com sede no estado de São Francisco, Califórnia. Atualmente, cobre mais de dois milhões de acomodações pelo globo, entre 34 mil cidades, em mais de 194 países. No total, conta-se o número de mais de 60 milhões de hóspedes, conforme dados coletados diretamente pela empresa (*AirBnB*, 2015).

Nota-se que diferentemente do *Couchsurfing*, o projeto *AirBnB* atua como um mercado de hospedagem, visando o lucro. Utiliza-se igualmente de estratégias de interação entre viajantes e residentes, no entanto, com fundo comercial.

Inúmeras plataformas online que permitem ocorrer o novo escambo turístico podem ser acessadas atualmente, e cada uma delas traz especificidade em relação ao produto ou serviço ofertado. De forma a melhor elucidar as possibilidades que estas plataformas propõem, sucintamente no quadro abaixo descrevem-se algumas das modalidades de viagem colaborativa.

⁸Tradução livre dos autores sobre os 5 pilares do Couchsurfing. Termos Originais em couchsurfing.com/about/about-us/: (1).Share Your Life / (2).Create Connection / (3).Offer Kindness / (4).Stay Curious / (5).Leave It Better Than You Found It.

Quadro 1 | modalidades de viagem colaborativa

Rede	Descrição
<i>Rent a Local Friend**</i>	Rede colaborativa de dicas de viagem. Através de uma plataforma online, é possível "alugar" um morador local para passeios, dicas de viagem, conteúdos sobre o destino e conhecer novas pessoas.
<i>WorldPackers**</i>	Rede colaborativa de troca de mão de obra por hospedagem em hostels. Os viajantes encontram na plataforma online hostels com vagas de trabalho em aberto e se candidatam. Se selecionados, em troca de sua mão de obra recebem hospedagem gratuita no hostel de destino.
<i>Workaway**</i>	Rede colaborativa de troca de conhecimento entre turistas, estudantes de idiomas e interessados em conhecer novas culturas. Propõe voluntariado em diversos países desde que haja troca intelectual/ cultural entre o indivíduo e a comunidade.
<i>Gigging**</i>	Rede colaborativa de troca de habilidades. O usuário desta rede promove a troca de seu tempo livre em viagens ao redor do mundo, realizando o escambo de suas habilidades (por exemplo administração, ensino, idiomas, entre outras) no local de destino.

Fonte: Consumo Colaborativo, 2015

2.5. House Sitting: nova modalidade de viagem colaborativa

Novos modos de viajar foram criados. A brusca mudança de comportamento das novas gerações transformou as buscas pessoais em detrimento dos valores atuais - desvia-se do convencional para frutificar a experiência do ser e do estar. O *House Sitting*, como nova modalidade de viagem colaborativa propõe um encontro entre *housesitter*⁹ e *houseowner*¹⁰, conectando-os através de afinidades e realizando desta forma um escambo entre anfitrião e hóspede. O *housesitter* cuida do imóvel, dos animais residentes e de todas as tarefas comuns ao cotidiano do *houseowner* enquanto este está fora de seu lar e, em troca, recebe a hospedagem neste imóvel. Os acordos podem durar de uma ou mais semanas até meses inteiros, introduzindo os *housesitters* na realidade local e no modo de vida da cidade destino, colaborando desta forma com uma

questão social importante sobre a interação do viajante com a cidade, tornando a experiência da viagem realmente significativa (Trigo, 2010).

A ideia de *House Sitting* está intimamente atrelada ao *Pet Sitter*¹¹, uma vez que seu surgimento na Europa em meados de 2010 se deu conjuntamente com a necessidade de cuidados com animais de estimação. Com significativa adesão de indivíduos empáticos aos animais domésticos, houve também uma procura relacionada a esta modalidade para a prática turística, unindo a afinidade individual aos *pets* com a propensão de viagens de baixo custo e alto nível de experiência no destino.

Logo, surgiram plataformas *online* para o encontro de ambas as partes e, de acordo com a maior plataforma, a *Trusted HouseSitters.com* (2015), já foram mais de 600.000 pernoites realizadas com uma economia de US\$ 150 milhões em cuidados com animais e com hospedagem.

⁹Housesitter – o indivíduo que se hospeda dentro da modalidade de House Sitting. Denominação própria dos serviços de House Sitting.

¹⁰Houseowner – o anunciante do imóvel nas plataformas de House Sitting. Denominação própria dos serviços de House Sitting.

¹¹Tradução Livre: Cuidador de animais domésticos

Quadro 2 | principais plataformas online de House Sitting

Nome da Plataforma	Website
<i>Trusted Housesitters</i>	https://www.trustedhousesitters.com Alcance global da modalidade de House Sitting.
<i>House Sitters America</i>	https://www.housesittersamerica.com/ Alcance global e líder da modalidade nos Estados Unidos.
<i>Aussie House Sitters</i>	https://www.aussiehousesitters.com.au/ Alcance global e líder da modalidade na Austrália.
<i>Kiwi House Sitters</i>	https://www.kiwihousesitters.co.nz/ Alcance global e líder da modalidade na Nova Zelândia.

Fonte: Elaboração Própria

Nota-se primariamente que o *House Sitting* ainda é uma modalidade não muito conhecida no Brasil. Após pesquisa em buscadores *online* e artigos nacionais sobre o tema, verificou-se que poucos são os canais que viabilizam informações assertivas sobre esta nova tecnologia e é ainda menor o número de relatos de brasileiros que já praticaram o *House Sitting*, seja como *housesitters* ou como *houseowners*. Aferindo as plataformas online desta modalidade em detrimento dos anúncios de todos os países disponíveis nestas, nota-se que há poucos registros de imóveis brasileiros anunciados.

Ao interligar os fatores que levaram à criação do *House Sitting* no mundo com seus denominadores comuns no Brasil, verifica-se que o aumento de animais domésticos nos lares dos brasileiros superou o número de crianças de até 12 anos (Arias, 2015).

Abre-se, com isso, uma janela oportuna na que tange um possível despontamento desta modalidade no Brasil. Juntamente à presença cada vez maior de animais domésticos nos lares, cresce a demanda de cuidado com os *pets*, o que indica não somente itens materiais como cuidadores e indivíduos dispostos a ceder tempo e atenção aos animais domésticos, revelando uma profunda mudança de valores e comportamento das novas gerações - supondo-se que este cenário positivamente incidirá em projetos iguais ou tão similares quanto o *House Sitting* no país.

3. Metodologia

Para a coleta de dados em campo, foi aplicado questionário de caráter qualitativo e quantitativo entre estudantes de cursos superiores de turismo de duas das principais instituições de ensino de São Paulo e do Brasil – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), de caráter público, sob administração do governo federal brasileiro e ofertante do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo com a mais elevada nota do país segundo parâmetros do Ministério da Educação do Brasil, e a Universidade Anhembi Morumbi (UAM), de caráter privado e ofertante do curso de Bacharelado em Turismo, a qual foi pioneira no oferecimento de cursos superiores na área e conta com um corpus acadêmico robusto, de professores, infraestrutura, periódicos e cursos de graduação e pós-graduação vinculados à área.

Ao todo foram feitas 100 entrevistas nas citadas instituições, entre 21 e 23 de Outubro de 2015. Colheram-se impressões pessoais sobre a realização de viagens dentro da modalidade colaborativa e impressões também no âmbito profissional, enquanto futuros turismólogos sobre o *House Sitting*.

A amostra, de caráter intencional não-probabilística, contou com 50 entrevistados do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de São Paulo – Campus São Paulo (50%) e 50 entrevistados do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Anhembi Morumbi – Campus Bresser-Mooca (50%), os quais concluíram ou estavam em vias de conclusão dos respec-

tivos cursos, matriculados nos últimos semestres dos mesmos. Considerando um universo de aproximadamente 1000 alunos matriculados em ambos os cursos, o erro amostral é de aproximadamente 10%, totalizando 100 entrevistados.

Os questionários compostos por perguntas fechadas de caráter quantitativo foram distribuídos aleatoriamente a alguns estudantes dos citados cursos/instituições em formato impresso. O mesmo foi auto-aplicado e posteriormente encaminhado à tabulação de dados. Notou-se boa aceitação em se responder o questionário, assim como facilidade para sua aplicação nas salas de aula das citadas instituições, as quais autorizaram previamente a realização do levantamento.

O questionário contou inicialmente com perguntas para detectar sucinto perfil social dos entrevistados, com ênfase às questões que definem a faixa etária e o gênero dos mesmos. A seguir, aplicaram-se questões as quais diziam respeito às impressões dos alunos sobre Viagem Colaborativa e *House Sitting*, com escala tipo Likert com três a cinco graus de avaliação, dependendo da questão. Importante destacar ainda que, antes da aplicação do questionário, foi explanado brevemente o conceito de viagem colaborativa e também o de *House Sitting*, para que questões de identificação pessoal com a modalidade pudessem estar mais claras ao entrevistado.

4. Resultados

No que concerne ao perfil dos entrevistados destaca-se que, em relação ao gênero, 67% dos entrevistados eram do sexo feminino, enquanto 33% representava o sexo masculino. A faixa etária dos entrevistados variou de 18 a 46 anos, sendo 63% entre 18 e 22 anos, 23% entre 23 e 27 anos, 5% entre 28 e 32 anos, 3% entre 33 e 37 anos e por fim 6% dos entrevistados tinham mais de 38 anos.

Já sobre a percepção dos entrevistados em rela-

ção ao grau de relacionamento de alguns conceitos com a ideia de Turismo Colaborativo, vale destacar que o questionário apresentou uma escala de valor, em que os entrevistados deveriam afirmar a existência de “Muita Relação”, “Pouca Relação”, “Sem Relação” e “Não Sei” com termos específicos, relacionados ou não com a ideia de Turismo Colaborativo.

As maiores incidências da opção “Muita Relação” foram com os termos Viagem de Baixo Custo (91%), Viagem de Experiência (90%), Intercâmbio Cultural (89%), Novas Gerações (86%) e Globalização (78%).

As maiores incidências de “Pouca Relação” e “Sem Relação” foram com os termos Turismo de Massa, sendo que 42% afirmou haver “Pouca Relação” e 44% afirmou não haver relação (Sem Relação); bem como com o termo Imigração, em que 45% afirmou haver “Pouca Relação” e 21% afirmou não haver relação (Sem Relação).

Quando questionados sobre conhecimento prévio de modalidades de viagem colaborativa já existentes como *Couchsurfing* e *AirBnb*, apenas 15% dos entrevistados afirmaram compreender bem do que se trata e já ter utilizado um ou os dois serviços, 52% afirmaram conhecer não muito bem e nunca ter utilizado os serviços, 26% nunca ouviram falar sobre nenhum dos dois serviços e 7% se enquadraram na categoria “Outros”.

Na sequência, os entrevistados foram questionados se já haviam ouvido falar previamente sobre *House Sitting*, sendo que 63% afirmou já conhecer o modelo, contra 37% que afirmou não conhecer. Destes, 56% viajariam nesta modalidade, 39% talvez viajariam e 5% não viajariam.

Conclui-se que a resposta positiva acerca do prévio conhecimento desta modalidade se deva ao fato da explanação do tema anteriormente à aplicação do questionário. Embora breve, esta rápida conceituação trouxe à tona a curiosidade dos entrevistados e muitos se mostraram interessados em saber mais sobre o assunto.

Quando questionados por quanto tempo viaja-

riam como *Housesitters*, 39% afirmou que viajaria por mais de dois meses, 33% de uma a quatro semanas e 20% de um a dois meses. Os demais (8%) não opinaram ou não viajariam.

A seguir, ao serem questionados sobre a aceitação em realizar as tarefas de *housesitter* como cuidar dos animais residentes no imóvel, checar correio, cuidar do jardim e demais tarefas cotidianas, 67% afirmou que sim, realizariam as tarefas, enquanto 30% respondeu que talvez realizariam as tarefas. O equivalente a 3% dos entrevistados não realizariam ou não opinaram.

No último bloco de perguntas, os entrevistados foram questionados sobre uma possível diferença de recepção entre brasileiros e estrangeiros no *House Sitting*, no que tange uma maior aceitação de estrangeiros em detrimento de brasileiros. O equivalente a 89% dos entrevistados afirmaram que creem existir diferença na recepção, onde os termos que mais se repetiram durante a resposta qualitativa foram “Desconfiança” e “Cultural” (nesta ordem) e apenas 11% creem não existir estas diferenças.

Por fim, quando questionados sobre o potencial do segmento de *House Sitting* no Brasil sob a ótica de futuros turismólogos 26% acreditam que o potencial é “Grande”, contra 40% que afirmou ser “Médio”, 27% “Pequeno” e 1% afirmou não haver nenhum potencial. Os demais 6% não opinaram ou não souberam responder.

5. Conclusões

O presente artigo buscou investigar a temática da Viagem Colaborativa abordando as diferentes formas de viajar neste formato, além de analisar temas correlatos como a Globalização e a Economia Colaborativa, referências, dimensão e dinâmica da Viagem Colaborativa bem como o surgimento e ascensão do *House Sitting* como nova tecnologia. Além disso, buscou mostrar a visão de futuros tu-

ristmólogos brasileiros de renomadas instituições de ensino em relação a essas novas tendências.

Através de pesquisas em artigos técnicos e acadêmicos, livros físicos e de base digital, artigos *online* e *sites*, foi possível alcançar os objetivos específicos propostos, sendo eles: contextualizar o processo de globalização; descrever a influência deste processo na aparição da Economia Colaborativa, dimensionar as novas práticas de viagem dentro do conceito de Viagem Colaborativa e, por fim, caracterizar a modalidade de viagem colaborativa denominada *House Sitting*.

Entretanto, por se tratar de um tema recente, poucos são os estudos acadêmicos correlatos, principalmente no idioma português, o que limitou o embasamento teórico deste artigo. Contudo, é possível encontrar na *web* – em blogs, *feeds* e veículos eletrônicos de notícias – abundância de material sobre o assunto, uma vez que todo o tema baseia-se no novo escambo da era digital.

Após pesquisa realizada com 100 alunos do curso de turismo de duas renomadas instituições de São Paulo, cumpriu-se o principal objetivo deste artigo: elucidar as impressões pessoais, bem como a visão enquanto futuros turismólogos de estudantes de Turismo em relação ao *House Sitting* e Economia Colaborativa dentro do setor turístico. De acordo com os dados coletados por esta pesquisa, verificou-se que há potencial intenção de realizar viagens no modelo do colaborativismo e pressupõe-se que o segmento tende a ocupar algum espaço no turismo a longo prazo. Diagnostica-se, também, uma carência de estudantes de turismo no que tange o conhecimento das novas tecnologias do turismo, o que abre lacunas para novos estudos turísticos e implantação de novas grades curriculares com a abordagem destes temas, além de questões profissionais de como prever e mediar a atividade turística através de plataformas *online*, quais os planos de negócios que podem lograr êxito nesta esfera, dentre tantos outros.

O *House Sitting*, como nova tecnologia e objeto deste estudo inclui-se no desejo de viajar bus-

cando o compartilhamento e a troca. A modalidade já possui alguns seguidores no Brasil e pode vir a se tornar uma boa opção para os brasileiros que desejam viajar para outros países em modelo de baixo custo, seguindo-se os passos daquilo que se aplica com maior êxito em outros países, com destaque para alguns dos mais desenvolvidos e de língua inglesa, como Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia.

Conclui-se ainda que a experiência e a troca são fatores substanciais para o futuro desenvolvimento da atividade turística. Compreender a demanda com base em estudos do cenário atual, a partir das necessidades e desejos das novas gerações, bem como conquistar a demanda reprimida que de alguma forma demonstre interesse nas novas tecnologias e desta forma ressignificar o modo como se viaja hoje continuará sendo o grande desafio do profissional de turismo.

Referências

- Algar, R. (2007). Collaborative Consumption. *Leisure Report*. April, 16-17.
- Arias, J. (2015) Lares Brasileiros Já Tem Mais Animais que Crianças. *El País Brasil*. Disponível em: http://brasil.elpais.com/brasil/2015/06/09/opinion/1433885904_043289.html. Acesso em: 26 de outubro de 2015.
- AirBnB. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br>. Acesso em: 25 de outubro de 2015.
- Aussie House Sitters. <https://www.aussiehousesitters.com.au/>. Acesso em: 25 de outubro de 2015.
- Balestrin, A. Verschoore, J. (2009). Redes de cooperação empresarial: Estratégias de gestão na nova economia. Porto Alegre: Bookman. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/Redes_de_coopera%C3%A7%C3%A3o_empresarial_Estrat.html?id=wIzIDxt3T10C&redir_esc=y. Acesso em: 24 Outubro 2015.
- Benckendorff, P., Moscardo, G. & Pendergast, D. (2010). Tourism and Generation.Y.. Disponível em: https://books.google.com.br/books?id=LuKm8Tugg1UC&redir_esc=y. Acesso em: 22 Outubro 2015.
- Consumo Colaborativo. Disponível em: <http://consumocolaborativo.cc/category/sites/viagens/>. Acesso em: 22 out. 2015.
- Costa, M. F. (1979). *As navegações atlânticas no século XV*. Lisboa: Livraria Bertrand.
- Couchsurfing. Disponível em: <https://www.couchsurfing.com>. Acesso em: 21 de outubro de 2015.
- Dowbor, L. (1994). *Da Globalização ao Poder Local: A Nova Hierarquia dos Espaços*. São Paulo: São Paulo em Perspectiva - SEADE.
- Giménez, A. M. (2014). *Turismo P2P. Análisis de un fenómeno en alza*. Zaragoza, Espanha: Universidad Zaragoza.
- House Carers. (2015) Disponível em: https://www.housecarers.com/house_sitting_in_uk_2.cfm. Acesso em: 21 Outubro 2015.
- House Sitters America. (2015) Disponível em: <https://www.housesittersamerica.com>. Acesso em: 25 de outubro de 2015.
- Kiwi House Sitters. (2015) <https://www.kiwihousesitters.co.nz>. Acesso em: 25 de outubro de 2015.
- Krishnan, R, M.D. Smith & R. Telang. (2003). The Economics of Peer-To-Peer Networks. *The Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)*, 5(3), 31-44.
- Krupinski, C. (2014) *Entendendo a Economia Colaborativa e Compartilhada*. Disponível em: <http://ecommercenews.com.br/artigos/cases/entendendo-a-economia-colaborativa-e-compartilhada>. Acesso em: 27 set. 2015.
- Nilsen, M. (2015) How To Know If You're Too Old To Call Yourself A Millennial? Disponível em: <http://www.businessinsider.com/definition-of-generational-cohorts-2013-5>. Acesso em: 23 Outubro 2015.
- O'Connor, P. (2008). *User-Generated Content and Travel: A Case Study on TripAdvisor.Com*. Nova York: Springer. Disponível em: http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-211-77280-5_5?LI=true. Acesso em: 22 Outubro 2015.
- Trigo, L. G. (2010). A Viagem como Experiência Significativa. In: Panosso Netto, A. & Gaeta, C. (org.) *Turismo de Experiência*. Senac. 21-42.
- TripAdvisor. (2015) Disponível em: <http://www.tripadvisor.com.br/>. Acesso em: 21 Outubro de 2015

Trusted.Housesitters. (2015) .Disponível em: <http://www.trustedhousesitters.com/about/>. Acesso em: 21 Outubro 2015.