

**Licença CC BY:**

Artigo distribuído  
sob os termos  
Creative Commons,  
permite uso e  
distribuição  
irrestrita em  
qualquer meio  
desde que o  
autor credite  
a fonte original.



# IMIGRANTES OU CONSUMIDORES DE INTERCÂMBIO? AS AGÊNCIAS COMO POSSÍVEIS FACILITADORES DA IMIGRAÇÃO DE BRASILEIROS PARA AUSTRÁLIA

## IMMIGRANTS OR EXCHANGE CONSUMERS? AGENCIES AS POSSIBLE FACILITATORS OF BRAZILIAN IMMIGRATION TO AUSTRALIA

## ¿INMIGRANTES O CONSUMIDORES DE INTERCAMBIO? AGENCIAS COMO POSIBLES FACILITADORES DE LA INMIGRACIÓN BRASILEÑA A AUSTRALIA

**EDUARDO PICANÇO CRUZ<sup>1</sup>**  
**ROBERTO PESSOA DE QUEIROZ FALCÃO<sup>1</sup>**  
**FÁBIO DE OLIVEIRA PAULA<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE, NITERÓI, RIO DE JANEIRO, BRASIL

---

**DATA DE SUBMISSÃO:** 13/06/2019 – **DATA DE ACEITE:** 19/11/2019

---

**RESUMO:** O objetivo do artigo é evidenciar o possível papel das agências de intercâmbio de estudantes como facilitadores de imigração. Visando entender o comportamento de consumo e os fatores que motivam os brasileiros a imigrar para Austrália, os pesquisadores realizaram uma *survey* com 608 consumidores, ligados a 10 grupos do *Facebook*, representando comunidades de brasileiros na Austrália. Por meio de um modelo de regressão logística, os pesquisadores escolheram a variável dependente do estudo para ser representada pelo imigrante permanente, sendo atribuído o valor 0 (zero) se os inquiridos não pretendessem viver na Austrália permanentemente ou 1 (um), no caso contrário. As variáveis independentes, representantes de fatores presentes no momento de sua chegada ao país, e que podem afetar a decisão de imigrar permanentemente, foram o gênero, a idade na chegada, a intenção futura de empreender, o visto de estudante e o nível educacional. Os resultados apontam para fatores estatisticamente significativos relacionados à imigração para a Austrália, com base nos perfis sociodemográficos dos respondentes. Também foram realizadas entrevistas em profundidade com um agente de viagens e residentes brasileiros. Como implicações práticas, o artigo evidencia o comportamento de consumo, motivações para imigração e fatores que levam à contratação de agências de intercâmbio estudantil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Agências de intercâmbio. Imigração brasileira. Intercâmbio de estudantes.

---

Eduardo Professor Associado III da Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil. Doutor em Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: [epicanco@id.uff.br](mailto:epicanco@id.uff.br). Orcid: 0000-0003-4484-3256.

Roberto Professor Substituto da Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil. Doutor em Administração, Escola de Negócios PUC-Rio, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: [robertopqfalcao@gmail.com](mailto:robertopqfalcao@gmail.com). Orcid: 0000-0002-8125-0938.

Fábio Professor Assistente da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Doutor em Administração de Empresas, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. E-mail: [fabioop@gmail.com](mailto:fabioop@gmail.com). Orcid: 0000-0002-1926-2241.



**ABSTRACT:** This paper highlights the possible role of student exchange agencies as facilitators of immigration. It aims to understand consumer behavior and the factors that motivate Brazilians to immigrate to Australia. The researchers conducted a survey of 608 consumers, linked to ten Facebook groups representing communities of Brazilians living in Australia. Using a logistic regression model, the researchers chose the study-dependent variable to be represented by the permanent immigrant, with a value of 0 (zero) if respondents did not intend to live in Australia permanently or 1 (one) if they did. The independent variables, representing factors present at the time of arrival in the country, and which may affect the decision to immigrate permanently, were sex, age on arrival, future intention to investing in the country, student visa, and level of education. The results point to statistically significant factors related to immigration to Australia, based on the respondents' sociodemographic profiles. In-depth interviews were also conducted with a travel agent and Brazilian residents. As practical implications, the article highlights consumer behavior, motivations for immigration, and factors that lead to the hiring of student exchange agencies.

**KEYWORDS:** Travel agencies. Brazilian immigration. Student exchange.

**RESUMEN:** El objetivo del artículo es evidenciar el posible papel de las agencias de intercambio de estudiantes como facilitadores de inmigración. Con el objetivo de entender el comportamiento de consumo y los factores que motivan a los brasileños a inmigrar a Australia, los investigadores realizaron una encuesta con 608 consumidores, vinculados a 10 grupos de Facebook, representando a comunidades de brasileños en Australia. A través de un modelo de regresión logística, los investigadores eligieron la variable dependiente del estudio para ser representada por el inmigrante permanente, siendo atribuido el valor 0 (cero) si los encuestados no pretendían vivir en Australia permanentemente o 1 (uno), en el caso contrario. Las variables independientes, representantes de factores presentes en el momento de su llegada al país, y que pueden afectar la decisión de inmigrar permanentemente, fueron el género, la edad a la llegada, la intención futura de emprender, la visa de estudiante y el nivel educativo. Los resultados apuntan a factores estadísticamente significativos relacionados con la inmigración a Australia, sobre la base de los perfiles socio demográficos de los respondientes. También se realizaron entrevistas en profundidad con un agente de viajes y residentes brasileños. Como implicaciones prácticas, el artículo evidencia el comportamiento de consumo, motivaciones para la inmigración y factores que conduce a la contratación de agencias de intercambio estudiantil.

**PALABRAS CLAVE:** Agencias de viajes. Inmigración brasileña. Intercambio de Estudiantes.

## 1 INTRODUÇÃO

O mercado de viagens estudantis, conforme afirma Richards e Wilson (2004), está ligado a características dos consumidores, motivações e decisões de consumo. Na época, os autores estimavam que cerca de 20% de todas as viagens de turismo no mundo eram feitas por jovens de 15 a 20 anos (Horak & Weber, 2000). Ainda segundo os autores, estudos seminais do mercado estudantil incluem os de Bywater (1993), Carr (2003), Chadee e Cutler (1996), Mintel (2001) e Hudman (1990). No entanto, poucos estudos fazem o paralelo de programas estudantis no exterior e imigração, a exemplo de Feng e Page (2000), quando evidencia o que acontece com os estudantes chineses na Nova Zelândia.

Já a imigração é um fenômeno intrinsecamente ligado às condições políticas e econômicas tanto do país de origem quanto do país anfitrião. O Brasil, historicamente,

tem vivido fluxos migratórios de seus indivíduos, que fogem de várias crises econômicas, conforme relatado por Margolis (2013), Sasaki (1999), Rocha (2006) e Firmeza (2007). Os destinos mais comuns incluem países europeus e norte-americanos, bem como o Japão. No entanto, a imigração brasileira para a Oceania tem sido relatada como um fenômeno crescente.

De acordo com os dados da Receita Federal brasileira, entre 2014 e 2016 foram emitidas 55.402 “Declarações de Saída Definitiva do País”, apresentando um aumento de 81,61% em relação ao triênio imediatamente anterior, de 2011 a 2013 (antes da crise econômica do Brasil). No entanto, os especialistas estimam que esse número seja ainda maior, já que nem todos os cidadãos brasileiros fornecem essa informação ao sair do país (Neira & Rossetto, 2017). Relatos da mídia retratam particularidades de imigrantes residentes, que foram por sua vez intermediados por agentes de viagens em sua trajetória migratória, como o extraído de influente revista de negócios brasileira (Pati, 2017). Já na mídia australiana, a *Australian Business Insider* e a estação de rádio SBS também destacaram evidências do crescimento da imigração qualificada de jovens brasileiros (Kimmorley, 2017). Todos esses relatórios revelam a intenção de cidadãos brasileiros em permanecerem por um período prolongado na Austrália (Wagner, 2016). Corroborando com esta tendência, os tipos de pacotes de viagens disponíveis, assim como o número de agentes de viagens que vendem programas de intercâmbio estudantil, têm crescido significativamente (SEBRAE, 2016). Devido à relevância crescente do fenômeno migratório brasileiro, o objetivo deste artigo é o de evidenciar uma questão específica:

*Pergunta de Pesquisa: qual é o possível papel dos programas de intercâmbio e de estudo, assim como dos agentes de viagem, como facilitadores da imigração brasileira para a Austrália?*

O contexto da pesquisa é composto por agências de viagens brasileiras que se concentram em intercâmbio estudantil, que configuram um robusto mercado, com milhares de consumidores no Brasil. Para tanto, os pesquisadores investigaram quais fatores estão significativamente relacionados ao fenômeno. Para responder à questão de pesquisa, os pesquisadores realizaram uma *survey* com N = 608 respondentes, que foi complementada por análise documental de 10 grupos do Facebook, representando as comunidades de imigrantes brasileiras que vivem na Austrália. Foi também empreendida uma triangulação de fontes abrangendo entrevistas em profundidade com um agente de viagens e outros residentes brasileiros. O questionário foi disponibilizado nos grupos do Facebook escolhidos pelos pesquisadores, no período compreendido entre outubro de 2015 a janeiro de 2016. Além disso, representantes diplomáticos e associações brasileiras ajudaram a divulgar o questionário da pesquisa entre outras comunidades brasileiras. Primeiro, a pesquisa abrangeu uma avaliação dos perfis sociodemográficos dos respondentes. Em segundo lugar, os pesquisadores identificaram fatores estatisticamente preditores da decisão de imigrar definitivamente. Isso visava evidenciar se os cidadãos brasileiros estavam realmente imigrando como estudantes, usando de maneira recorrente seus vistos de estudante como forma de ingresso na Austrália, com objetivo de permanecerem no país. Os resultados mostraram que entrar com um visto de estudante é, dentre outros fatores, um preditor significativo da decisão de permanecer definitivamente na Austrália, dando fortes indicativos para confirmar a hipótese original do estudo.



## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 IMIGRAÇÃO BRASILEIRA PARA A AUSTRÁLIA E AS DUAS ONDAS MIGRATÓRIAS

A diáspora brasileira é um fenômeno recente. De fato, esse movimento migratório ganhou ritmo a partir da década de 1980 (Margolis, 2013), alimentado por um cenário de longa estagnação econômica e hiperinflação no país. No entanto, o Brasil é um país que historicamente recebeu fluxos consideráveis de imigrantes (Sasaki, 1999). Hoje em dia, de acordo com Araújo, Teixeira e Malini (2013), os brasileiros sofrem uma espécie de “síndrome de Gulliver”, usando o personagem clássico de Jonathan Swift como uma metáfora. Isto é refletido por um dilema de se sentirem, ao mesmo tempo, um gigante e um anão, quando enfrentam os problemas relacionados à imigração. Por exemplo, quando os brasileiros imigram para países desenvolvidos, eles podem experimentar um sentimento de interiorização perante os habitantes locais (como sendo o anão de Gulliver). Por outro lado, quando os brasileiros se relacionam com imigrantes e refugiados de países como Bolívia, Peru, Síria, Angola, Haiti, etc., eles podem se sentir superiores, como se fossem gigantes na metáfora de Gulliver, revelando também preconceitos contra estes outros imigrantes. No entanto, certos elementos são cruciais para a compreensão da imigração, de acordo com Menezes (2012). Primeiro, sua motivação (ou seja, causas atraentes da nação anfitriã ou causas repulsivas da nação de origem). Em segundo lugar, a duração do processo, seja temporária ou permanente. Em terceiro lugar, o espaço, interno (dentro de um país) ou externo (no exterior). Em quarto lugar, a forma, seja voluntária ou forçada. Finalmente, o controle, seja pelo ingresso legal ou clandestino. De acordo com Borjas (2017), o desejo da maioria dos imigrantes é o de construir uma vida melhor. Além disso, apesar das dificuldades enfrentadas por eles, muitos o fazem, independentemente da nação anfitriã e seus grupos étnicos. No entanto, melhorar as condições de vida dos imigrantes tem um preço para as sociedades hospedeiras.

A Austrália é o segundo destino de preferência de jovens imigrantes brasileiros (28%), perdendo apenas para o Canadá (37%). Já a Irlanda se encontra em terceiro lugar (14%) (Infomoney, 2017). Embora os três destinos sejam procurados para o aprendizado do idioma inglês, as diferenças residem nas condições climáticas, na facilidade de entrada e nas políticas de imigração. No entanto, todos os países permitem que os alunos trabalhem a tempo parcial durante os períodos de estudo. A Austrália, além de oferecer uma qualidade de vida excepcional, combina um clima e estilo de vida agradáveis, que é um importante influenciador na escolha, o que se diferencia do clima frio do Canadá e da Irlanda. No entanto, a Irlanda, devido à sua alta demanda de força de trabalho, está se tornando cada vez mais popular como destino para estudantes brasileiros, pois o país permite uma licença de trabalho de oito meses após o término de qualquer curso. Segundo Rocha (2006), a imigração brasileira para a Austrália experimentou duas ondas diferentes: (i) uma na década de 1970, de imigrantes mais pobres, pertencentes à classe trabalhadora, os quais se estabeleceram em uma região de imigrantes portugueses; (ii) outra no final da década de 1990, composta tanto por

profissionais mais qualificados, de classe média alta, como também de estudantes ou profissionais em busca de um melhor padrão de vida (Rocha, 2006; Firmeza, 2007).

Os dados disponíveis a respeito do número de brasileiros residentes no exterior sofrem com a falta de informação gerada pela ilegalidade de alguns de seus imigrantes, o que é agravado pela temporalidade dos censos da população local. Apesar dos esforços do Ministério das Relações Exteriores australiano e sua intenção em divulgar novos dados do Censo australiano em 2016, eles apenas representam a proporção real de populações imigrantes, referindo apenas 27.625 brasileiros residentes em território australiano (Australian Bureau of Statistics, 2016). De acordo com o Ministério das Relações Exteriores do Brasil (MRE, 2016), o número total estimado de brasileiros na Austrália em 2015 já era de 37.330. Vale ressaltar que a onda mais forte de imigração brasileira se iniciou em 2006, totalizando 73% de todos os cidadãos brasileiros residentes no país. Dos 27.265 brasileiros oficiais, 44,5% (12.317) relataram viver no estado de Nova Gales do Sul e 92% destes (11.332) viviam especificamente em Sydney (Australian Bureau of Statistics, 2016). Este fato sugere um possível "enclave étnico", com quase 41% dos brasileiros se aglomerando em uma única cidade do país, que combina uma vida urbana com seu peculiar estilo de vida praiano. A faixa etária mais representativa, de acordo com o censo australiano, se encontra entre 30 e 39 anos, representando 40% dos brasileiros que vivem na Austrália. Se se adicionar a faixa de 20 a 29 anos, esse número chega a 70%. Dos brasileiros em solo australiano, 47% possuem diploma universitário, sendo 50% trabalhadores em posições subalternas, como prestadores de serviços ou atendentes (garçons, encanadores, babás, etc.). Isto pode ser explicado por problemas de validação de diploma ou por baixa proficiência na língua local. Expressões culturais, como as artes marciais (capoeira ou *jiu-jitsu*), moda praia ou festas brasileiras, têm conquistado o público australiano. A assistência e o fomento cultural da comunidade são promovidos por diversas organizações, conforme descrito na Tabela 1.

**Tabela 1:** Associações brasileiras e seu papel na comunidade

Sigla	Nome	Foco
BRACCA	<i>Brazilian Community Council of Australia</i>	Comunidade brasileira: fornecendo ajuda aos requerimentos para ambos os governos. Também promove o intercâmbio cultural - baseada em Sydney.
ABRISA	<i>Associação Brasileira para o Desenvolvimento Social e Integração na Austrália</i>	Com objetivo semelhante ao BRACCA - baseado em Melbourne.
BACANA	<i>Brazilian Association of Canberra</i>	Intercâmbio cultural, manutenção de revistas próprias, jornais e promoção de programas de estações de rádio que visam a comunidades brasileiras (por exemplo, SBS e <i>Eastside FM</i> ).
BAQ	<i>Brazilian Association of Queensland</i>	
Brazil WA	<i>Brazilian Association of Western Australia</i>	
ABCC	<i>Australia-Brazil Chamber of Commerce</i>	Negócios: promove também a participação de seus membros em seminários, <i>workshops</i> , exposições e outros eventos.

Fonte: Elaboração própria com base em sites das associações



## 2.2 MOTIVAÇÕES PARA REALIZAÇÃO DO INTERCÂMBIO ESTUDANTIL NO BRASIL

Centenas de agências de viagens brasileiras vendem destinos como Austrália, Irlanda e Canadá como alternativas que combinam a possibilidade de aprender inglês e/ou estudar outros assuntos, associadas a um excelente padrão de vida e possibilidade de trabalhar em tempo parcial, paralelamente aos estudos. Os consumidores desses destinos, por sua vez, apresentam motivações intrínsecas para efetivar a compra dos serviços desses agentes de viagem.

Llewellyn-Smith e McCabe (2008) postulam que algumas motivações e fatores relacionados aos alunos influenciam em sua decisão sobre uma temporada estudantil no exterior, ou na decisão por determinado programa de intercâmbio. De acordo com os autores, a oportunidade de diversão e emoção são os principais motivadores para a realização de um intercâmbio educacional, juntamente com o clima do país anfitrião, ambiente natural e atrações turísticas. Entre 187 nações auditadas anualmente pelas Nações Unidas, a Austrália apresentou o segundo maior IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), atrás da Noruega, por uma diferença de 0,011 ponto (UNDP, 2014).

Já outro estudo brasileiro de Tomazzoni e Oliveira (2013), realizado por meio das principais agências de intercâmbio no Brasil, propõe uma tipologia do perfil e sua definição como meso-alocêntrico a alocêntrico (ver Plog, 1974; Crompton, 1992). Segundo a pesquisa, os intercambistas possuem autonomia, são de natureza exploradora de novas culturas e lugares. Em geral são indivíduos bem informados sobre os programas, decidem sua realização ao analisarem as vantagens dos destinos (países desenvolvidos) e da atuação das agências especializadas. Fatores impulsionadores do intercâmbio seriam disponibilidade de renda, tempo e preço da viagem. Já as vantagens dos programas, a qualidade dos serviços de hospitalidade e da infraestrutura seriam, por sua vez, determinantes para a decisão do programa a ser escolhido (Tomazzoni & Oliveira, 2013). Outro estudo recente (Schneider & Ashton, 2019) também evidencia quais seriam as principais contribuições para os jovens que participam em programas de intercâmbio. Outros autores elencam resultados como a qualificação profissional, o crescimento pessoal e o aumento do conhecimento nas áreas cultural, social e disciplinar.

## 2.3 AGÊNCIAS ESTUDANTIS E POLÍTICAS DE TRABALHO PARA ESTUDANTES

No que se refere às agências com foco em intercâmbio estudantil, segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2016), houve crescimento significativo de pacotes e número de agências. Esses programas passaram de 42 mil pacotes vendidos no ano de 2004 para 220 mil em 2015. Além disso, o número de agências de intercâmbio passou de 189 em 2009 para 1.085 agências em 2016, representando um crescimento de quase 600% em 12 anos. Além disso, dentre os países mais procurados para o intercâmbio, estão, por ordem de demanda: Canadá, Estados Unidos, Austrália, Irlanda e Reino Unido. Já em termos de perfil etário, o mais frequente é entre 22 e 24 anos, seguido, respectivamente, de 25 a 29 anos, de 18 a 21 anos e de 15 a 17 anos. Destes estudantes de intercâmbio, 49% usam poupança pessoal e 40,6% são patrocinados por suas próprias famílias. Os 10,4% restantes viajam com recursos de

bolsas de estudo, oferecidos por agências governamentais nacionais e internacionais. Dentre os principais influenciadores, destacados pelo SEBRAE (2016) encontram-se os amigos, seguidos, respectivamente, por sites especializados em viagens educacionais, feiras de intercâmbio, família e, finalmente, as agências de intercâmbio.

Portanto, milhares de jovens brasileiros de classe média, desiludidos com sua pátria, esperam obter um visto de permanência em um país desenvolvido, fazendo com que embarquem em um projeto bem planejado de imigração facilitada pelo estudo. Os agentes, por sua vez, lucram com suas expectativas. Esses fatos foram corroborados por entrevistas de triangulação com agentes de viagens e estudantes. Configura-se, portanto, um mercado composto de consumidores (futuros estudantes e imigrantes) e fornecedores (agentes de viagem).

Já autores como Oliveira, Almeida, Gomes, Bilharva e Cunha (2016), Spears (2014), mostram que as principais motivações dos estudantes de intercâmbio brasileiros são a experiência internacional, a aprendizagem de línguas e a vida em países mais desenvolvidos e seguros.

As políticas de emprego temporário do governo australiano incentivam uma imigração qualificada. Os estrangeiros com visto de estudante podem trabalhar até 20 horas semanais durante os períodos de aula e horas ilimitadas nas estações de férias. Os seus parentes também têm permissão para trabalhar no mesmo período do visto do estudante. Portanto, a experiência internacional torna-se viável, ou, pelo menos, cobre os custos das viagens de lazer internas durante os períodos estudando no país. Como resultado, um grande contingente de estudantes pode obter empregos em tempo parcial, como garçons, babás, jardineiros, assistentes de compras, pessoal de hospedagem, pessoal de vendas, colhedores de frutas, etc. No entanto, é relatado por uma agente de viagens no Brasil que, recentemente, muitos vistos de estudantes estão sendo rejeitados para jovens casais que desejam imigrar para o país com a estratégia de estudo e trabalho. A depender da categoria de estudos, o tempo de trabalho permitido varia, conforme mostrado na Tabela 2.

Tabela 2: Horas de trabalho permitidas por tipo de curso

Tipo de curso	Horas de Trabalho permitidas
Cursos de inglês, cursos técnicos, cursos universitários de graduação ou de pós-graduação (como MBA)	40 horas (máximo) a cada duas semanas, durante os períodos de estudo e horas ilimitadas durante os períodos de férias.
Mestrados ou programas de doutorado	Permissão para permanecer após o curso variando de dois anos (graduação) a até quatro anos (doutorado).

Fonte: Desenvolvimento próprio (adaptada das políticas de emprego temporário do governo australiano)



### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 COLETA DE DADOS E AMOSTRA

Baltar e Icart (2013) obtiveram sucesso na obtenção de respostas de 924 argentinos que vivem na Espanha, enviando um questionário via Facebook, e inspiraram a estratégia de coleta de dados. Os pesquisadores inicialmente listaram as principais comunidades brasileiras do Facebook (Tabela 3), sabendo que alguns membros das comunidades virtuais na verdade não são habitantes das cidades relacionadas. Portanto, apenas os questionários preenchidos pelos habitantes reais das cidades foram considerados válidos. O questionário da pesquisa teve seu link criado pelo GoogleDocs e disponibilizado no início de novembro de 2015 até janeiro de 2016, totalizando 608 respondentes. Várias chamadas foram realizadas nos grupos. Adicionalmente, visando evitar um viés em relação aos respondentes mais jovens e mais acostumados com o Facebook, os pesquisadores ensejaram o envio do questionário através da representação diplomática (Embaixada do Brasil em Canberra e Consulado em Sydney), bem como por meio das várias associações brasileiras na Austrália.

**Tabela 3:** Grupos de Facebook, cidades e web-links

Cidade	Número de membros	Web link
Sydney	29.663	<a href="http://www.facebook.com/groups/brasileirosemsydney/">www.facebook.com/groups/brasileirosemsydney/</a>
Adelaide	1.325	<a href="http://www.facebook.com/groups/BrasileirosAdelaide/">www.facebook.com/groups/BrasileirosAdelaide/</a>
Brisbane	13.875	<a href="http://www.facebook.com/groups/brasileirosbrisbane/">www.facebook.com/groups/brasileirosbrisbane/</a>
Perth	7.574	<a href="http://www.facebook.com/groups/BrasileirosPerth/">www.facebook.com/groups/BrasileirosPerth/</a>
Gold Coast	9.004	<a href="http://www.facebook.com/groups/brasileirosemgoldcoast/">www.facebook.com/groups/brasileirosemgoldcoast/</a>
Canberra	308	<a href="http://www.facebook.com/groups/195697393800642/">www.facebook.com/groups/195697393800642/</a>
Newcastle	261	<a href="http://www.facebook.com/groups/217495811720977/">www.facebook.com/groups/217495811720977/</a>
Sunshine Coast	1.923	<a href="http://www.facebook.com/groups/brasileirosemsunshinecoast/">www.facebook.com/groups/brasileirosemsunshinecoast/</a>
Geelong	199	<a href="http://www.facebook.com/groups/673448026058005/">www.facebook.com/groups/673448026058005/</a>
Townsville	157	<a href="http://www.facebook.com/groups/brasileirosemtownsville/">www.facebook.com/groups/brasileirosemtownsville/</a>
Cairns	300	<a href="http://www.facebook.com/groups/estudantesbrasileirosemcairns/">www.facebook.com/groups/estudantesbrasileirosemcairns/</a>
Darwin	139	<a href="http://www.facebook.com/groups/brasileirosemdarwin/">www.facebook.com/groups/brasileirosemdarwin/</a>
TOTAL	64.728	

Fonte: Desenvolvimento próprio (números atualizados em janeiro de 2016)

O questionário da pesquisa envolveu questões sociodemográficas sobre o perfil dos consumidores respondentes, as razões para deixar o Brasil e a escolha do destino, particularmente abordando situações relacionadas às intenções de imigração. O ponto de partida para o questionário foi o estudo de Evans *et al.* (2007) sobre a comunidade brasileira em Londres. Segundo os autores, o Ministério das Relações Exteriores do Brasil declarou dificuldades em medir o número de brasileiros em muitos países, devido ao

perfil ilegal de alguns imigrantes. Portanto, exigiu uma precaução pelos pesquisadores sobre a determinação do tamanho da amostra. A fim de minimizar essa questão, os autores quase triplicaram a estimativa MRE de brasileiros na Austrália (37.330), atingindo uma população arbitrária de 90.000 indivíduos. Com um erro de amostragem de 4% e uma margem de confiança de 95%, a amostra mínima seria de 597 indivíduos (Malhotra, 2008). No entanto, a presente *survey* obteve 608 respostas, excedendo o limiar original.

### 3.2 DESCRIÇÃO DAS VARIÁVEIS

Para testar se algumas características dos imigrantes influenciaram sua decisão de permanecer definitivamente na Austrália, algumas variáveis foram criadas a partir do questionário aberto. A variável dependente escolhida foi Imigrante Permanente, definida como 0 (zero) se a pessoa não pretendia viver na Austrália permanentemente e como 1 (um) caso contrário. Nesse trabalho, considerou-se que o entrevistado é um imigrante permanente se ele declarou a intenção de permanecer definitivamente na Austrália ou se o seu retorno ao Brasil é indefinido. O entrevistado que declarou a intenção de voltar a qualquer momento teve essa variável definida como 0 (zero).

As variáveis independentes, que representam características do respondente no momento da chegada à Austrália, e que podem afetar a decisão de imigrar permanentemente, são:

- i) Sexo - 0 (zero) se o entrevistado for homem e 1 (um) se for mulher;
- ii) Idade na chegada - idade do entrevistado quando ele (ou ela) chegou à Austrália;
- iii) Negócios futuros - 0 (zero) se o entrevistado pretende abrir um negócio na Austrália no futuro e 1 (um) caso contrário;
- iv) Visto de estudante - 1 (um) se o entrevistado entrou na Austrália com um visto de estudante e 0 (zero) caso contrário;
- v) Nível de educação - 0 (zero) se a pessoa tinha apenas o ensino fundamental completo ou menos no momento da chegada à Austrália, 1 (um) se tinha o ensino médio completo, 2 (dois) se ele (ou ela) possuía graduação e 3 (três) se ele (ou ela) tinha completado alguma pós-graduação.

### 3.3 ANÁLISE ESTATÍSTICA

Primeiramente, como todos os dados vieram da mesma fonte de dados, verificou-se a possibilidade de existência de *common-method bias* (CMB) realizando uma análise fatorial exploratória (EFA) com todas as variáveis utilizadas no estudo. Uma variância total explicada de 50% ou mais em um único fator indicaria a possível presença CMB (Podsakoff, MacKenzie, & Lee, 2003). Depois, analisam-se várias variáveis que descrevem características dos respondentes da pesquisa (incluindo as variáveis independentes descritas anteriormente e outras), a fim de verificar as diferenças entre os imigrantes que pretendem permanecer definitivamente na Austrália e os que pretendem retornar ao Brasil. Executou-se uma ANOVA (teste F) para analisar as diferenças médias das variáveis contínuas e um teste  $\chi^2$  para as variáveis categóricas em ambos os grupos, os imigrantes permanentes e não permanentes (Hair, Black, Babin, Anderson,



& Tatham, 2006). Os resultados indicam alguns fatores que podem ser usados para descrever o perfil dos imigrantes permanentes. Utilizou-se regressão logística (logit) com Imigrante Permanente como variável dependente para determinar quais variáveis são estatisticamente relevantes para prever se um imigrante brasileiro na Austrália pretende se estabelecer permanentemente neste país. Todas as variáveis independentes descritas na seção anterior foram utilizadas na logit, que é descrita pela equação (i):

$$(i) \text{Imigrante Permanente} = \beta_0 + \beta_1 \text{Sexo} + \beta_2 \text{Idade} + \beta_3 \text{Negócios futuros} + \beta_4 \text{Visto de estudante} + \beta_5 \text{Nível de educação} + \varepsilon$$

## 4 RESULTADOS

Os resultados são apresentados em duas seções distintas: i) dados sociodemográficos de pesquisas e triangulação de dados por meio de entrevistas em profundidade e ii) resultados da análise do modelo logístico, ou seja, o perfil de imigrante permanente.

### 4.1 DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS DE PESQUISAS E CENSO AUSTRALIANO

Ao contrário do que foi encontrado por Margolis (2013) em Nova Iorque e Evans *et al.* (2007) em Londres, a maioria dos brasileiros que vivem na Austrália eram mulheres (60,5%). Esses dados despertaram a curiosidade dos pesquisadores para investigar por que mais mulheres estavam imigrando para a Austrália.

Em relação à idade dos imigrantes, 87,3% tinham entre 21 e 40 anos de idade, o que indica, em um primeiro vislumbre, a hipótese de um estudante de intercâmbio tradicional, estudantes de graduação ou de pós-graduação. Os pesquisadores também verificaram o número de agências de intercâmbio no Brasil, que se concentram em brasileiros que desejam viajar para a Austrália, sendo encontradas 52 agências em uma pesquisa preliminar. Das 52 agências, 21 tinham origens internacionais, trabalhando com o público brasileiro, e 10 delas eram exclusivas em programas de intercâmbio para a Austrália. As opções oferecidas para os vários perfis de candidatos também variaram em termos de preço e qualidade. Já em relação ao perfil educacional dos imigrantes, os pesquisadores utilizaram os dados do *Australian Bureau of Statistics* (2011), pois a última atualização de 2016 não havia sido divulgada até o momento em que o artigo foi elaborado. A atual política de imigração adotada pelo governo australiano também busca resolver um problema enfrentado pelo país: a falta de mão de obra qualificada. Isto é provavelmente porque apenas 18,8% dos seus cidadãos têm formação acadêmica no nível terciário (da graduação ao Doutorado), conforme demonstrado pelos dados da pesquisa, e apoiado pelo Censo Australiano 2011, realizado pelo *Australian Bureau of Statistics* [ABS].

## 4.2 PERFIL DO IMIGRANTE PERMANENTE

Do total dos 608 respondentes, 282 são pessoas que têm a intenção de retornar ao Brasil (46,38%) e 326 são pessoas com intenção de imigrar permanente (53,62%). Na Tabela 4, apresentam-se as estatísticas descritivas das características das pessoas da amostra completa e dos dois grupos.

Existe uma prevalência de mulheres na amostra (60,5%) e em ambos os grupos (56,7% dos imigrantes não permanentes e 63,8% dos imigrantes permanentes). A porcentagem de mulheres no grupo de pessoas com intenção de serem imigrantes permanentes é significativamente maior. A idade média dos respondentes é de cerca de 30 anos, com imigrantes permanentes mais velhos que não permanentes (cerca de 32 anos *versus* cerca de 27 anos). A idade em que chegaram à Austrália era, em média, 26 anos, sendo 25 anos para imigrantes não permanentes e 27 anos para imigrantes permanentes. Os imigrantes permanentes estão há mais tempo na Austrália, com uma média de 4,86 anos *versus* 2,02 para os imigrantes não permanentes. Como esperado, os imigrantes não permanentes têm menos intenção de abrir uma empresa no país (79,4% não possuem essa intenção *versus* 46,6% no outro grupo). Como atividade atual, há uma maior prevalência de pessoas trabalhando e estudando (66,3% e 67,9% em toda a amostra) com uma presença significativamente maior de trabalhadores do grupo de imigrantes permanentes e uma maior presença de estudantes no outro grupo. Turistas compõem apenas 0,5% da amostra, sem diferença estatística entre os grupos. Considerando o tipo de visto, a maior parte da amostra entrou na Austrália com o visto de estudante (79,8%), seguido do visto de trabalho (8,4%). O nível médio de educação é ligeiramente acima de 2 (dois), o que significa que, em média, as pessoas completaram a graduação. Não há diferença significativa entre os dois grupos com relação a esta variável. É interessante observar que todas as variáveis são estatisticamente diferentes entre os dois grupos, com exceção de Turista, Visto de Trabalho e Nível de Educação.



Tabela 4: Médias e desvios padrão das características dos respondentes por grupo

Variável	Total (n = 608)		Imigrante não permanente (n=282)		Imigrante permanente (n=326)		Teste F / $\chi^2$
	Média	D.P.	Média	D.P.	Média	D.P.	
Sexo (% de mulheres)	60,5%	48,9%	56,7%	49,6%	63,8%	48,1%	*
Idade atual	29,77	7,79	26,97	6,13	32,19	8,25	***
Idade na chegada	26,23	9,94	24,95	12,73	27,33	6,45	***
Tempo na Austrália	3,54	8,69	2,02	10,94	4,86	5,81	***
Negócios Futuros	61,8%	48,6%	79,4%	40,5%	46,6%	50,0%	***
Trabalhando	66,3%	47,3%	50,4%	50,1%	80,1%	40,0%	***
Estudando	67,9%	46,7%	88,3%	32,2%	50,3%	50,1%	***
Cuidando da casa	3,3%	17,9%	0,4%	6,0%	5,8%	23,5%	***
Empresário	3,0%	17,0%	0,7%	8,4%	4,9%	21,6%	***
Turista	0,5%	7,0%	0,4%	6,0%	0,6%	7,8%	-
Visto de estudante	79,8%	40,2%	89,4%	30,9%	71,5%	45,2%	***
Visto de turista	4,4%	20,6%	1,1%	10,3%	7,4%	26,2%	***
Visto de trabalho	8,4%	27,7%	9,2%	29,0%	7,7%	26,7%	-
Visto de residência	6,4%	24,5%	0,4%	6,0%	11,7%	32,1%	***
Cidadania	1,0%	9,9%	0,0%	0,0%	1,8%	13,5%	**
Nível de educação	2,13	0,70	2,18	0,71	2,10	0,68	-

\*  $p < 0,1$ ; \*\*  $p < 0,05$ ; \*\*\*  $p < 0,01$

Em seguida, verificou-se a possibilidade de existência CMB. A EFA executada com todas as variáveis dependentes e independentes, gerando um fator único, apresentou uma variância total explicada de 18,95%, que é muito menor do que o limite de 50%. Por esse motivo, CMB não foi considerado um problema e a análise seguiu em frente. A Tabela 5 mostra os resultados da *logit* que estimou a intenção de permanência definitiva na Austrália (variável Imigrante permanente) de acordo com as características do respondente antes da chegada ao país. O ajuste geral do *logit* foi significativo, com  $p < 0,01$ , Cox e Snell R<sup>2</sup> de 0,186 e Nagelkerke R<sup>2</sup> de 0,249. A proposição principal, que a entrada na Austrália com um visto de estudante indica uma possível intenção de viver permanentemente no país, foi suportada ( $p < 0,01$ ). Todos os outros preditores propostos também influenciaram na decisão de permanência. O sexo também é influente, com o fato de o respondente ser mulher influenciando negativamente na intenção de permanência. A idade de chegada também influenciou positivamente a intenção de permanência. Quanto mais velho é um cidadão brasileiro que chega à Austrália, mais provável a intenção de morar lá. Quanto à educação, quanto menor o nível educacional do imigrante, mais provável que ele (ou ela) pretenda ficar. Além disso, como esperado, a intenção de se abrir um negócio na Austrália está positivamente relacionada com a intenção de ficar definitivamente.

Tabela 5: Regressão logística – Imigrante Permanente

Variável independente	B	Erro	Sig,
Preditores			
Visto de estudante	1,284	0,251	***
Sexo (ser mulher)	-0,413	0,187	**
Idade na chegada	0,048	0,017	***
Nível de educação	-0,467	0,151	***
Negócios futuros	1,593	0,194	***
Constante	-0,764	0,427	*
Estatística de ajuste do modelo			
Predição correta	69,7%		
Teste $\chi^2$	125,33		***

\* p<0,1, \*\* p<0,05; \*\*\* p<0,01

#### 4.3 TRIANGULAÇÃO DE DADOS POR MEIO DE ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

Para estabelecer uma triangulação de fontes, os pesquisadores realizaram nove entrevistas com cidadãos brasileiros residentes na Austrália que entraram no país com um visto de estudante. Os entrevistados foram selecionados por conveniência e acessibilidade. Os intercambistas entrevistados relataram suas experiências após seu retorno ao Brasil. As entrevistas foram conduzidas no *campus* de uma universidade privada do Rio de Janeiro e na casa dos entrevistados, sendo integralmente gravadas e transcritas. Uma entrevista adicional também foi realizada com um agente de viagens experiente e proprietário de duas unidades do STB brasileiro (*Student Travel Bureau*), que trabalha com a permanência dos estudantes por mais de 20 anos.

A análise seguiu as recomendações de se explorar novos fenômenos sob uma perspectiva diferente para gerar novos conhecimentos emergentes a partir dos dados (Denzin & Lincoln, 2011). Embora o intercâmbio estudantil e a imigração sejam assuntos relativamente bem pesquisados, o contexto deste estudo ligando imigração ao intercâmbio de brasileiros é pouco estudado. Portanto, os pesquisadores consideraram que uma abordagem qualitativa adicional aos questionários permitiria uma boa triangulação, trazendo questões emergentes únicas. Nesse sentido, o método de análise das entrevistas seguiu o protocolo de Bardin (1977). A análise foi dividida em três fases: (i) Pré-análise; (ii) Exploração do material; (iii) Tratamento de resultados, inferência e interpretação, que forneceram subsídios para uma análise qualitativa. Sendo assim, as principais citações dos alunos são apresentadas na Tabela 6:



Tabela 6: Declarações extraídas das entrevistas em profundidade

Evidências de que o objetivo era mudar definitivamente	Justificativa	Tempo na Austrália	Estudante
"Me mudei para a Austrália para viver com meu namorado neozelandês".	Intenção de casamento	1 ano e 3 meses	1
"Estou cansado de ser desrespeitado pelo governo e ver o país afundado na corrupção".	Precondição da insatisfação	2 anos	2
"Em busca de mais segurança e melhores oportunidades, procurando uma vida mais estável financeiramente. Facilidade de imigração, clima e similaridades de pessoas com o Brasil"	Facilidade para imigrar	2 anos e 11 meses	3
"Uma das melhores escolas de design do mundo está aqui. Agora estou morando na melhor cidade do mundo!"	Conhecimento prévio sobre o país	1 ano	4
"Meu namorado (marido atual) é escocês e queríamos viajar pelo mundo. Eu era um executivo de marketing, e eu estava estressado, sofri um sequestro que me deixou no medo total da violência. Adoro o Brasil e a cultura brasileira, mas acredito que haja melhores lugares para viver".	Precondição da insatisfação	1 ano e 8 meses	5
"Meu sonho sempre foi viver no exterior. Encontrei uma oportunidade e vim aqui."	Conhecimento prévio sobre o país	3 meses	6
"Porque as condições eram insustentáveis! Falta de segurança, educação ou saúde pública... posso continuar citando motivos se quiser!"	Precondição da insatisfação	1 ano e meio	7
"Eu sempre sonhei em viver na Austrália."	Conhecimento prévio sobre o país	2 anos	8
"Tentar um melhor padrão de vida."	Conhecimento prévio sobre o país	2 anos e 3 meses	9
"Nós já tínhamos a intenção. Nós viemos estudar e solicitar o visto de residência..."	Precondição da insatisfação	Cerca de 12 anos	10

O agente de viagens entrevistado, um empresário brasileiro de 49 anos, informa que até 2015 a Austrália era o principal destino dos jovens brasileiros (de 25 a 35 anos), ao lado do Canadá e da Irlanda, sendo um dos três principais destinos para o seu o negócio. Ele também mencionou que, antes de 2015 (crise econômica brasileira), seus clientes não costumavam mencionar claramente a vontade de imigrar. Geralmente, eles estavam apenas procurando experiência no exterior, mas com intenções de retornar ao Brasil. Após a crise (a partir de 2015), muitos declararam claramente suas intenções de emigrar e consultar com ele as opções disponíveis e as melhores estratégias.

## 5 DISCUSSÃO

No tocante ao comportamento de consumo, este estudo mostrou que a principal motivação dos estudantes para fazer intercâmbio é a melhoria da língua inglesa, seguida pelo desejo de possuir um diploma internacional, incluindo experiências de estudo no exterior (por exemplo, por meio programa do governo brasileiro 'Ciência sem Fronteiras'), ou até mesmo obter uma pós-graduação. No entanto, quando os pesquisadores confrontaram o perfil de idade dos respondentes com perguntas como "qual é o seu propósito na Austrália?" E "por quanto tempo você pretende permanecer?", as evidências deram indícios de que uma "experiência de estudo" pode ser uma forma velada de "imigração permanente". Isso foi corroborado pelos resultados do *logit* (Tabela 6), que indicou uma relação entre a entrada no país como estudante (com visto de estudante) e uma intenção de imigrar permanentemente. Ambas as análises (qualitativa das respostas e quantitativa) dão fortes indícios, sustentando a proposição de que imigrar como aluno é uma modalidade importante para brasileiros na Austrália.

A prevalência de consumidores jovens na amostra está alinhada com a maior presença desta faixa etária nas redes sociais (principal plataforma para identificar os respondentes). No entanto, também se usaram associações brasileiras na Austrália para divulgar o questionário *on-line*, o que abrangeu outras faixas etárias. Além disso, de acordo com o *Australian Bureau of Statistics* (2016), 90% da população na Austrália têm menos de 50 anos.

A análise da amostra mostrou que 82,6% daqueles que imigraram para a Austrália têm grau de bacharel ou estão matriculados em cursos de nível superior (incluindo Bacharelado, MBA, Mestrado ou Doutorado). Adicionando o fato de que 56,9% destes imigrantes têm entre 21 e 30 anos, pode-se sugerir que o Brasil está "perdendo jovens mentes" que estão começando sua carreira e deixando o país por não enxergarem perspectivas de crescimento no Brasil.

De acordo com os dados oficiais do Censo Australiano de 2011 (*Australian Bureau of Statistics*, 2011), 57,45% dos imigrantes brasileiros detêm um diploma de graduação ou de pós-graduação, o que supera significativamente os 18,8% dos australianos que possuem os mesmos graus. As diferenças para a pesquisa atual podem refletir o fato de que o recenseamento é anterior à pesquisa (2011 versus 2016/2017). Em comparação com outros países imigrantes, o Brasil ocupa a 58ª posição no número absoluto de imigrantes. No entanto, em relação ao absoluto número de mestres e doutores, o Brasil ocupa a 36ª posição. Em termos percentuais de mestres e doutores, o Brasil ocupa o 16º lugar. Ao comparar imigrantes com pelo menos o diploma de graduação, o Brasil ocupa o 38º lugar. Em termos percentuais, no entanto, representa o quarto lugar entre os imigrantes na Austrália, logo após Bangladesh, Índia e Nepal. Considerando apenas imigrantes com bacharelado ou diploma de graduação, o Brasil tem a porcentagem mais alta (ver Tabela 7).

**Tabela 7:** Grau de escolaridade dos imigrantes na Austrália (ranking por país de origem)

TOTAL	Origem	Bacharelado	Diploma (graduação)	TOTAL
1	Brasil	35.7%	9.7%	45.5%
2	Malásia	34.6%	9.8%	44.4%
3	Nepal	22.8%	21.4%	44.2%
4	Rússia	30.2%	12.0%	42.2%
5	Filipinas	32.7%	6.8%	39.5%

Fonte: ABS (2011).

Em relação às carreiras dos imigrantes brasileiros, há predominância de gestores e engenheiros (32,98%). Outras áreas relevantes são estudos de mídia (10,9%), saúde (10,69%) e ciências naturais e biológicas (9,22%). As carreiras citadas representam um total de 54,57% dos respondentes, mostrando que existe uma concentração.

Quando perguntados se haviam estudado em uma universidade pública ou privada, apenas 214 respondentes responderam. 56,1% declararam ter estudado em universidades públicas brasileiras. Isso mostra uma evidência perturbadora de que o governo brasileiro está financiando o treinamento de pessoas qualificadas sem necessariamente obter o retorno do "capital humano investido".

Quando questionados sobre os motivos para escolher a Austrália como destino, as respostas dos consumidores, as quais podem ser classificadas como "pelos problemas do Brasil" e "melhores oportunidades pessoais", somam um total de 44,3% das respostas. Os "motivos relacionados a estudo" (por exemplo, para estudar inglês, na universidade, graduação ou pós-graduação) também apresentam uma frequência significativa, totalizando 45,6%. Quando a questão foi "Por que a Austrália atraiu você?", além de "oportunidades pessoais" (28%), outros fatores como "qualidade de vida" (28,1%) e "clima" (24,7 %) despontaram. Isto indica que a Austrália foi escolhida pelo seu IDH elevado em comparação ao Brasil, mas também pelo clima quente (diferente do frio do Canadá, que seria um destino alternativo para jovens adultos). A próxima pergunta foi "qual é o seu propósito na Austrália?". Notavelmente, 29,4% dos respondentes declararam estarem "dispostos a obter um visto permanente" para morar no país. Adicionando a esse contingente, "oportunidades pessoais", "melhor qualidade de vida", "escapar do Brasil" e "casamento ou criar uma família", elevam-se a 48,2% dos respondentes.

Sendo assim, a maioria dos respondentes vivia na Austrália há menos de cinco anos, o que mostra indícios de um padrão de imigração recente. Os 9,4% dos respondentes que disseram estar na Austrália a mais de 10 anos faziam parte do grupo de pioneiros desta nova onda migratória (Rocha, 2006). A natureza temporária da imigração de muitos brasileiros que estudam na Austrália provavelmente promoverá pouca variação na porcentagem de imigrantes assentados ao longo dos anos. A intenção desses brasileiros é obter um visto permanente, no entanto apenas uma pequena parte deles será bem-sucedida nesse esforço.

Quanto ao tipo de visto usado para entrar na Austrália, 79,8% dos inquiridos deixaram o país com um visto de estudante. Isso é facilmente explicado se se correlacionar os dados do grupo etário dos brasileiros, o tempo restante na Austrália e suas motivações. Outro fato que destaca a alta frequência de brasileiros com visto de estudante é o grande número de agências de intercâmbio, que oferece perspectivas de obtenção desse tipo de visto. O SEBRAE (2016) também relatou um crescimento significativo das vendas de programas de intercâmbio de estudantes no Brasil e agentes de viagens.

Em relação às cidades de destino, Sydney emergiu como principal destino (43,75%), seguido por Melbourne (17,6%), Brisbane (13,98%) e Perth (8,72%). Isso possivelmente indica que os imigrantes estão concentrados nas maiores cidades da costa australiana. Isso também pode estar relacionado a oportunidades de trabalho em centros urbanos, combinados com um estilo de vida praiano.

Quanto ao perfil de habitação, 64,4% vivem longe de suas famílias, compartilham apartamentos com amigos ou vivem sozinhos, o que é típico de estudantes que viajam sozinhos. Também se observa uma percentagem significativa de indivíduos pertencentes às categorias “trabalha e estuda” e “apenas trabalha” (66,3% da amostra). Curiosamente, 3% relataram ser empresários (ou empreendedores). Por outro lado, quando as categorias “apenas estudando” e “trabalha e estuda” são adicionadas, ela supera 68% dos respondentes, apoiando a conclusão previamente discutida de que uma das principais estratégias de imigração é vinculá-la ao estudo. Outra descoberta que corrobora essa conclusão é que quase 40% dos imigrantes declararam sua intenção de “permanecer para sempre no país”. Adicionando a categoria “não sei”, essa porcentagem aumenta para 53,7%.

Um número relativamente elevado de respondentes declarou seu desejo de abrir seus próprios negócios no futuro (38,2%). Destes, 61,7% referiram ter encontrado oportunidades de mercado para se aventurar. Em relação ao contexto australiano, Evans e Leighton (1990) discutiram por que alguns grupos de imigrantes são mais propensos a ter sucesso nesse intento. Com base na ecologia organizacional, os autores argumentaram que um determinado grupo de imigrantes atua como um nicho econômico para pequenas empresas. Grupos maiores proporcionam um nicho ainda mais favorável para empresários étnicos. A menor fluência na língua local também pode incentivar a criação de nichos mais fechados, nos quais os funcionários de mesma etnia são mais bem aceitos (ou assimilados). No entanto, devido ao seu perfil educacional e nível de proficiência em inglês, os brasileiros que vivem na Austrália não tendem a ser tão dependentes de seus nichos étnicos.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O resultado da triangulação entre as entrevistas em profundidade e a análise dos questionários fornece indícios de que as agências de viagem especializadas em estudantes servem como mediadoras da intenção de brasileiros em migrar definitivamente para a Austrália. Esse papel tende a ser reforçado no futuro, com o crescimento da intenção de vários brasileiros de saírem definitivamente do país. Embora



essa intenção não seja declarada no momento do contato com a agência de viagem, as entrevistas com pessoas que utilizaram essas agências apontam nessa direção. A utilização de tais agências dá mais segurança aos possíveis emigrantes, pois elas possuem contatos prévios com instituições de ensino australianas, conhecem o processo e realizam contatos que facilitam a obtenção de visto, dado que as agências possuem um portfólio de clientes que emigraram com sucesso. Além de as agências divulgarem todos esses fatores em suas campanhas de *marketing*, o boca a boca também funciona de forma muito eficiente nesse mercado, já que pessoas já estabelecidas na Austrália e em outros países tendem a incentivar seus parentes e amigos a fazerem o mesmo. Se elas utilizaram uma agência de viagens de forma satisfatória, também fazem a sua divulgação como um canal que aumenta suas probabilidades de sucesso.

Se, por um lado, a escolha de alguns países para implementar uma política seletiva de imigração pode levar à importação de mentes e capital intelectual, enriquecendo a nação de destino; por outro, cria uma distorção no fornecimento de serviços de intercâmbio estudantil, promovendo uma indústria para atender a essa demanda. Relembrando que a principal questão de pesquisa reside no estabelecimento do possível papel de programas de intercâmbio e agentes de viagem como facilitadores da imigração para estudantes intercambistas brasileiros para a Austrália, essa pesquisa suportou a proposição de que a entrada na Austrália com um visto de estudante indica uma possível intenção de viver permanentemente no país, além de identificar outros fatores que influenciam essa intenção de permanência (por exemplo, sexo e idade).

Paralelamente, o fenômeno da exportação de mentes dos países emergentes para as nações mais desenvolvidas (Chellaraj, Maskus, & Mattoo, 2005) é preocupante. Iniciativas como o programa Ciência sem Fronteiras (Martinez, Stallivieri, & Mazon, 2016) buscaram uma maior exposição dos brasileiros ao mundo acadêmico global, embora o processo de seleção desta iniciativa seja questionável. Além disso, especialistas como Pang e Appleton (2004) postulam que a imigração estudantil é uma estratégia comum. Isso foi corroborado pela triangulação das entrevistas em profundidade com a *survey*. No que diz respeito às implicações teóricas, evidenciou-se o fenômeno de viagens de intercâmbio como primeiro passo para a imigração. Portanto, espera-se contribuir com o campo do turismo e dos estudos de migração. Do ponto de vista gerencial, o estudo contribui com dados empíricos sobre as motivações e as expectativas dos brasileiros na Austrália, apoiando este importante nicho de mercado de viagens estudantis.

A dificuldade de acessar respondentes, e limitações orçamentárias, fez com que os autores se valessem dos membros de grupos de *Facebook*, o que se apresenta como uma limitação da acessibilidade de respondentes qualificados para o estudo. Ainda como limitações do método, acrescenta-se também o fato de que os respondentes da pesquisa, primariamente, foram pessoas que viajaram para a Austrália por meio dos serviços de uma agência, desconsiderando-se as que foram por conta própria, por exemplo, sendo o impacto das agências para esse público relativamente alto. Desconsideraram-se também para este estudo fatores que impactaram os intercambistas em sua decisão de ficar ou de retornar, após sua chegada à Austrália.

Entende-se dessa forma que o presente artigo evidenciou um relevante comportamento de consumo pouco pesquisado, relativo às motivações para contratação de agências, ligadas às motivações intrínsecas para imigrar para Austrália. Como sugestões para novos estudos, propõe-se pesquisar os programas de pós-graduação ou bacharelado no Brasil para identificar as intenções migratórias e os possíveis destinos desses outros tipos de consumidores de programas de pós-graduação. Países como o Canadá e a Irlanda parecem oferecer oportunidades semelhantes às da Austrália, embora com condições climáticas menos favoráveis. Outra sugestão, no campo de empreendedorismo, é o estudo de empreendimentos de brasileiros na Austrália, que pode incluir o mapeamento dos aspectos gerenciais dos empreendimentos, o estudo dos perfis dos empreendedores e suas habilidades de gestão de iniciativas de internacionalização.

## REFERÊNCIAS

- Araújo, B. F. V. B., Teixeira, M. L. M., & Malini, E. (2013). Estrangeirismo e Complexo de Gulliver: brasileiros na percepção de expatriados. *Organizações & Sociedade*, 20(66).
- Australian Bureau of Statistics - ABS (2011). *Australian Census 2011*. Retrieved from: <http://www.abs.gov.au/websitedbs/censushome.nsf/home/CO-56>.
- Australian Bureau of Statistics - ABS (2016). *Australian Census 2016*. Retrieved from: <http://www.abs.gov.au/websitedbs/censushome.nsf/home/CO-56>.
- Baltar, F., & Icart, I. B. (2013). Entrepreneurial gain, cultural similarity and transnational entrepreneurship. *Global Networks*, v. 13, n. 2, p. 200-220.
- Bardin, L. (1977). *Analysis of content*. Lisboa: Edição, 70.
- Borjas, G. (2017). The Immigration Debate We Need. *The New York Times*, Feb, 27.
- Bywater, M. (1993). The youth and student travel market. *EIU Travel and Tourism Analyst*, 3, 35-50.
- Carr, N. (2003). University student's holiday behaviour: A case study from New Zealand. In C. Michael Hall (Ed.), *Introduction to tourism: Dimensions and Issues* (4th ed.). South Melbourne: Pearson Education.
- Chadee, D. D., & Cutler, J. (1996). Insights into international travel by students. *Journal of Travel Research*, 35(2), 75-80.
- Chellaraj, G., Maskus, K. E., & Mattoo, A. (2005). The contribution of skilled immigration and international graduate students to US innovation.
- Crompton, J. (1992). Structure of vacation destination choice sets. *Annals of tourism research*, 19(3), 420-434.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The SAGE handbook of qualitative research*. Sage.
- Evans, D.S., & Leighton, L.S. (1990). Small business formation by unemployed and employed workers. *Small business economics*, v. 2, n. 4, p. 319-330.
- Evans, Y., Wills, J., Datta, K., Herbert, J., McIlwaine, C., May, J., & França, A. P. (2007). Brazilians in London: a report for the Strangers into Citizens Campaign. *Department of Geography, Queen Mary, University of London*.



- Feng, K., & Page, S. J. (2000). An exploratory study of the tourism, migration–immigration nexus: Travel experiences of Chinese residents in New Zealand. *Current Issues in tourism*, 3(3), 246-281.
- Firmeza, G. T. (2007). *Brasileiros no exterior*. Fundação Alexandre de Gusmão.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis 6th ed. Upper saddle River: Pearson Prentice Hall*.
- Horak, S., & Weber, S. (2000). Youth tourism in Europe: Problems and prospects. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 37-44.
- Hudman, L. E. (1990). Student international travel. *Tourism Recreation Research*, 15 (2), 41-45.
- Infomoney. (2017, October 11). Os 10 destinos preferidos dos brasileiros para fazer intercâmbio, *Infomoney – Carreira*. Retrieved from: <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/pos-e-carreira/os-10-destinos-preferidos-dos-brasileiros-para-fazer-intercambio-159c45dqbi0cgomglxb5qz9f5>
- Kimorley, S. (2017, May 19). Suddenly, Sydney is the new home for the next generation of Brazilians, *Business Insider Australia*. Retrieved from: <https://www.businessinsider.com.au/about/>
- Llewellyn-Smith, C., & McCABE, V. S. (2008). What is the attraction for exchange students: the host destination or host university? Empirical evidence from a study of an Australian university. *International Journal of Tourism Research*, 10(6), 593-607.
- Malhotra, N. K. (2008). *Marketing research: An applied orientation*, 5/e. Pearson Education India.
- Margolis, M. L. (2013). *Goodbye, Brazil: emigrantes brasileiros no mundo*. Editora Contexto.
- Martinez, K. L., Stallivieri, L., & Mazon, M. D. S. (2016). *Mobilidade Estudantil Internacional: Programa Ciência Sem Fronteiras Em Evidência*.
- Menezes, M. A. D. (2012). Migrações e mobilidades: repensando teorias, tipologias e conceitos. *Migrações: implicações passadas, presentes e futuras*. Marília: Cultura acadêmica editora.
- Ministério das Relações Exteriores – MRE. (2016). *Brasileiros pelo mundo: estimativas populacionais*. 2016. Retrieved from: <http://www.brasileirosnomundo.itamaraty.gov.br/a-comunidade/estimativas-populacionais-das-comunidades>.
- Mintel (2001) *Student travel*. London: *Mintel Market Intelligence*, Mintel International Group Limited.
- Neira, A. C., & Rossetto, R. (2017, June 20). Com a crise, número de brasileiros que deixam o País quase dobra, *O Estado de São Paulo*. Retrieved from: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,com-a-crise-cresce-numero-de-brasileiros-que-deixam-o-pais,70001849689>
- Oliveira, C. R. D., de Almeida, C. S., Gomes, K. M., Bilharva, M. I. B., & da Silveira Cunha, P. (2016). NOVOS HORIZONTES: análise das motivações do turismo de intercâmbio. *Maiêutica-Estudos Contemporâneos em Gestão Organizacional*, 4(1).
- Pang, B., & Appleton, N. (2004). Higher education as an immigration path for Chinese students and scholars. *The Qualitative Report*, 9(3), 500-527.
- Pati, C. (2017, March 27). Nunca a Austrália recebeu tantos estudantes brasileiros, *Revista Exame – Carreira – Você SA*. Retrieved from: <https://exame.abril.com.br/carreira/nunca-a-australia-recebeu-tantos-estudantes-brasileiros/>
- Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, 14(4), 55-58.

- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). The international student travel market: Travelstyle, motivations, and activities. *Tourism Review International*, 8(2), 57-67.
- Rocha, C. (2006). Two faces of God: religion and social class in the Brazilian diaspora in Sydney. *Religious pluralism in the diaspora*, 4, 147.
- Sasaki, E. M. (1999). *Movimento de kassegui: a experiência migratória e identitária dos brasileiros descendentes de japoneses no Japão. Cenas do Brasil migrante*. São Paulo: Boitempo, 243-74.
- Schneider, A. C., & Ashton, M. S. G. (2019). Turismo de Intercâmbio: as contribuições da experiência Afebrae/Schloss Hotel Lisl GmbH & co. kg. na Alemanha. *Turismo-Visão e Ação*, 21(2), 128.
- SEBRAE (2016). *Relatório de Inteligência. Turismo de Estudos e Intercâmbio: Segmento em Crescimento*. Retrieved from: <https://www.sebraeinteligenciasetorial.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/turismo-de-estudos-e-intercambio:-segmento-em-crescimento/583595cb3553321900188fbc>
- Spears, E. (2014). O Valor de um Intercâmbio: Mobilidade Estudantil Brasileira, Bilateralismo e Internacionalização da Educação (tradução). *Revista Eletrônica de Educação*, 8(1), 151-163.
- Tomazzoni, E. L., & de Oliveira, C. C. (2013). Turismo de Intercâmbio: Perfis dos Intercambistas, Motivações e Contribuições da Experiência Internacional. *Turismo: Visão e Ação*, 15(3).
- UNDP (2014). IDH Rankings. *United Nations*. Retrieved from: <http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0/rankings/idh-global.html>
- Wagner, B. (2016, November 21). Brazilians are some of the most qualified migrants in Australia, *SBS Portuguese*. Retrieved from: <https://www.sbs.com.au/yourlanguage/portuguese/en/audiotrack/brazilians-are-some-most-qualified-migrants-australia>

---

### Contribuição dos autores:

**Eduardo Picanço Cruz:** Foi responsável por coordenar o envio do instrumento de coleta, coordenar equipe de coleta de dados na Austrália, a análise e a discussão de resultados. Contribuiu em todo o texto.

**Roberto Pessoa de Queiroz Falcão:** Foi responsável por elaborar a introdução, o referencial teórico e a discussão dos resultados.

**Fábio de Oliveira Paula:** Foi responsável por conduzir as análises estatísticas dos dados coletados e contribuir para discussão dos resultados.