

Turismo de intercâmbio: análise da experiência e da satisfação dos intercambistas do Programa *Au Pair* Brasil-Estados Unidos

Exchange tourism: An experience and satisfaction analysis of the *Au Pair* Program Brazil-United States' exchange students

Turismo de intercâmbio: análisis de la experiencia y satisfacción de estudiantes de intercambio en el Programa *Au Pair* Brasil-Estados Unidos

Daiana de Sousa Machado¹

Mirian Cristina Vidal da Rocha²

João Victor Hortencio³

Marília dos Santos Aragão de Carvalho⁴

Resumo: Este estudo abordou as vivências positivas e negativas de intercambistas brasileiros no programa de *Au Pair* nos Estados Unidos, elegendo como sujeitos de análise: os futuros, atuais e ex-participantes do referido intercâmbio e a família anfitriã. O trabalho se justifica pela sua carência de material bibliográfico em português sobre o tema e sua relevância para o campo de estudos do turismo e da hospitalidade. Assim, objetivou-se analisar as percepções, satisfações e compreensões fomentadas pela experiência turística dos sujeitos participantes do aludido programa de intercâmbio. Utilizou-se a pesquisa exploratória com abordagem multimétodo, coletando dados por meio de questionários e de depoimentos extraídos da rede social Facebook. Dentro de um universo com 36 participantes, os principais resultados indicaram discrepância entre as expectativas do intercambista e do anfitrião, evidenciando conflitos laborais e de relacionamento, visto que há desconformidades no que se refere ao que é vendido pelas agências. Logo, concluiu-se que as experiências em um intercâmbio são significativas, únicas e distintas para cada indivíduo. Ademais, é necessário ajustes nas regras do programa, assim como uma melhor supervisão das normas postas, em prol do benefício justo e pleno de todos os participantes, garantindo o bem-estar coletivo e evitando situações desagradáveis de falta de hospitalidade.

Palavras-Chave: Agência de viagem, intercâmbio, hospitalidade, turismo, *Au Pair*.

Abstract: This study addressed the positive and negative experiences of Brazilian exchange students in the *Au Pair* program in the United States of America, choosing as subjects of analysis: future, current and former participants of the aforementioned exchange and the host family. The work is justified by its lack of bibliographic material in Portuguese on the subject and its relevance to the field of tourism and hospitality studies. Thus, the objective was to analyze the perceptions, satisfactions and understandings fostered by the tourist experience of the subjects participating in the aforementioned exchange program. An exploratory research with a multimethod approach was used, collecting data through questionnaires and testimonials extracted from the social network Facebook. Within a universe of 36 participants, the main results indicated a discrepancy between the expectations of the exchange student and the host, evidencing labor and relationship conflicts, since there are disagreements with regard to what is sold by the agencies. Therefore, it was concluded that the experiences in an exchange are significant, unique and distinct for each individual. Furthermore, it is necessary to adjust the program's rules, as well as better supervision of the established norms, in favor of the fair and full benefit of all participants, guaranteeing the collective well-being and avoiding unpleasant situations of lack of hospitality.

Key words: Travel agency, exchange program, hospitality, tourism, *Au Pair*.

¹ Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca do Rio de Janeiro. E-mail: daiana.sousa15@gmail.com

² Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. E-mail: mirianala@yahoo.com.br

³ Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. E-mail: joavictorhortencio@hotmail.com

⁴ Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca do Rio de Janeiro. E-mail: mariliaaragao@gmail.com

Resumen: Este estudio abordó las experiencias positivas y negativas de estudiantes de intercambio brasileños en el programa de Au Pair en los Estados Unidos, eligiendo como sujetos de análisis: futuros, actuales y ex participantes del mencionado intercambio y la familia anfitriona. El trabajo se justifica por la falta de material bibliográfico en portugués sobre el tema y su relevancia para el campo de los estudios de turismo y hotelería. Así, el objetivo fue analizar las percepciones, satisfacciones y comprensiones propiciadas por la experiencia turística de los sujetos participantes del citado programa de intercambio. Se utilizó una investigación exploratoria con enfoque multimétodo, recolectando datos a través de cuestionarios y testimonios extraídos de la red social Facebook. Dentro de un universo de 36 participantes, los principales resultados indicaron una discrepancia entre las expectativas del estudiante de intercambio y el anfitrión, evidenciando conflictos laborales y de relación, ya que existen desacuerdos con respecto a lo que venden las agencias. Por lo tanto, se concluyó que las experiencias en un intercambio son significativas, únicas y distintas para cada individuo. Además, es necesario adecuar las reglas del programa, así como una mejor supervisión de las normas establecidas, en favor del justo y pleno beneficio de todos los participantes, garantizando el bienestar colectivo y evitando situaciones desagradables de falta de hospitalidad.

Palabras clave: Agencia de viajes, intercambio, hospitalidad, turismo, *Au Pair*.

1 Introdução

Intercâmbio é todo o tipo de experiência realizada no exterior, simplificada é viajar com o propósito de conhecer costumes, língua, tradições e comportamentos. Significa ainda, buscar conhecimento por meio de cursos de idiomas ou colegial no exterior, ensino e pesquisas científicas, estágios e programas de *Au Pair* (Doné & Gastal, 2012). O fenômeno turístico compreende diversos interesses e finalidades, atendendo de maneira implícita também à dimensão educativa. É nesse contexto que se insere o conceito de turismo de intercâmbio: viagens e experiências turísticas de especialização, sobretudo de caráter pedagógico, objetivando aplicar os conceitos e teorias de diversas áreas do conhecimento, em diferentes destinos turísticos (Beltrame, 2008).

O intercâmbio é um dos sonhos mais citados durante a formação de estudantes e até mesmo de profissionais consolidados no mercado, sendo uma opção significativa para a formação pessoal e profissional de pessoas que optam em ter a experiência no exterior, motivadas principalmente por uma vivência intercultural (Tavares & Braga, 2008). Desse modo, destaca-se o programa de intercâmbio *Au Pair*, objeto de estudo deste trabalho, e que tem chamado atenção devido às suas possibilidades de trabalho e de troca de experiências.

Criado nos Estados Unidos (EUA), em 1986, como um programa piloto que levou 3.000 jovens oriundos da Europa - com idade entre 18 e 25 anos - para o continente americano, em um teste que teria 2 anos de duração (Delaney, 1994). O programa *Au Pair* oferece alojamento, alimentação, salário semanal e bolsa de estudos para o jovem intercambista, desde que em troca,

seja assumido a função de cuidar da(s) criança(s) de uma família anfitriã e tornar-se “parte dela” (Mousinho, 2019).

Em dados gerais, a participação de brasileiros em intercâmbios aumentou consideravelmente. Em 2022, comparado ao ano-base 2019, a busca para realizar um intercâmbio cresceu 30%, segundo levantamento da consultoria especializada em educação internacional, *Student Travel Bureau* (STB, 2023). Deste total, o Canadá é o destino favorito dos intercambistas. À medida que o número de intercâmbios realizados aumenta, aponta-se a necessidade de investigações científicas que analisem as nuances dos diferentes programas de mobilidade em diversas perspectivas, seja com foco nos indivíduos ou no próprio destino.

O presente artigo preenche a lacuna de pesquisas que analisam a relação entre intercambistas *au pairs* e anfitriões, justificando a relevância do trabalho tanto para os sujeitos envolvidos, quanto para a produção científica. Ressalta-se aqui o intuito de conhecer melhor o perfil do público destes viajantes, a partir de suas experiências, a fim de entender quais seriam suas impressões em relação ao intercâmbio. A partir disso, objetiva-se analisar as compreensões dos sujeitos envolvidos no programa de intercâmbio, investigando suas percepções, satisfações e expectativas.

2 Turismo de estudos e intercâmbio: Programa Au Pair

O Turismo de Estudos e Intercâmbio é considerado uma oportunidade para trocas de experiências (Tavares & Braga, 2008; Brasil, 2010), possibilitando a troca de produtos, de conhecimento e de vivências, assim como novas relações comerciais e educacionais. O programa de intercâmbio sugere uma mudança interna, que também reflete além do indivíduo em si. No esforço sadio de romper suas fronteiras, suas limitações, preconceitos, inseguranças e barreiras culturais, os resultados vão além do plano individual e se estendem ao coletivo, nascendo então um novo indivíduo (Sebben, 2001).

O Ministério do Turismo – MTur (Brasil, 2010), define que o Turismo de estudos e intercâmbio se baseia na busca de atividades e de programas de aprendizagem, entendido como o deslocamento turístico motivado por atividades e programas de aprendizagem, ou vivências para objetivos de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal ou profissional (Brasil, 2006).

O turismo de intercâmbio atende à dimensão cultural, educacional, profissional e humana (Sebben, 2001). Nele, está contida a noção de hospitalidade, que é o bem receber, acolhendo o outro da melhor forma possível. A hospitalidade envolve sobretudo, um modelo de prática cultural: receber, hospedar, alimentar e entreter (Camargo, 2003). O ato de acolher é um processo social de agregação do ser humano à comunidade, significa recepcionar espontaneamente aquele que “bate à porta”, ainda que a lógica de vida nos grandes centros urbanos subverta esta prática. Pode também ser entendida como a interação de seres humanos em tempos e espaços planejados para tal, indo além da concepção do bem receber e da cordialidade (Camargo, 2004).

A hospitalidade está relacionada às práticas humanas de receber ou visitar alguém em determinadas localidades e estes entes interagem sendo norteados por suas condutas valorativas, requerendo um processo de interação humana em diferentes contextos, por meio de uma estrutura que deve favorecer um ambiente acolhedor, cortês, amigável e generoso (Camargo, 2003; 2019). Nesse sentido, a hospitalidade familiar traz em seu cerne o desejo de o visitante “sentir-se em casa”, de acolhimento, pois envolve questões de tradição e das raízes familiares, culturais e do bem-estar pessoal (Camargo, 2004).

É no espaço doméstico que se reflete a cultura e os rituais do anfitrião com o hóspede em seu espaço mais íntimo, o seu lar, pautado no sistema da dádiva. Enquanto a hospitalidade comercial, para além do fenômeno social, é fomentada sobretudo por interesses econômicos. A oferta de acomodação, alimentação e entretenimento ocorre através de troca monetária e nessa relação, o hóspede pode usufruir das instalações sem temer qualquer outra obrigação mútua em relação ao hospedeiro, além daquela exigida pelo relacionamento mercadológico, isto é, pagar a conta (Camargo, 2003; Lashley & Morrison, 2004).

Lashley (2008) ressalta a importância do anfitrião no exercício da hospitalidade. Dessa forma, torna-se relevante para as participantes do programa *Au Pair* a experiência positiva da viagem. A ideia se alarga e se torna ainda mais complexa, pois apoia-se no ambiente familiar dos anfitriões, constituindo uma amálgama de relações, desafios e ganhos, nas quais o quesito “trabalho” não deve ser subestimado, pois é este o constituinte basilar para aproximar pessoas e, sobretudo promover os ganhos profissionais e culturais.

No programa *Au Pair*, os intercambistas não são os únicos agentes participantes, mas também as famílias anfitriãs que dividem o ambiente doméstico; local em que as relações

acontecem, transcendendo a mera noção de “vínculo empregatício de estrangeiros” para a ideia mais sofisticada que engloba hospitalidade e prestação de serviço (Arrais & Allis, 2021). Assim, nas experiências de intercâmbio, a hospitalidade pode se converter em virtude, pressupondo o convívio doméstico e familiar, abarcando sentimentos de afetividade e amor, como também, podem suscitar conflitos e hostilidade (Camargo, 2019). Do francês “*au pair*”, o termo significa “ao par” ou “igual” e é usado para se referir a um ajudante oriundo de um país estrangeiro, que trabalha e vive como se fosse parte de uma família hospedeira. O programa consiste em um intercâmbio cultural para jovens de ambos os sexos, e tem duração média de 12 a 24 meses a depender do país e da escolha dos participantes (Mousinho, 2019).

Nos Estados Unidos, o intuito consiste em promover a oportunidade de moradia com visto J-1. A categoria de visto J-1 consiste em um visto de não imigrante, propiciando que o indivíduo aprovado para participar de programas de intercâmbio baseados em estudos e trabalho possa permanecer no país por um período. Isso é estabelecido pelo *The U.S. Department of State's Exchange Visitor Program* (Programa de Intercâmbio de Visitantes do Departamento de Estado), responsável por designar, monitorar e fazer parcerias com organizações dos EUA para administrar o Programa de Visitantes de Intercâmbio, incluindo agências governamentais, instituições acadêmicas, organizações educacionais e culturais, e corporações.

Para que as *au pairs* tenham uma experiência bem-sucedida, existem várias regras que conduzem um programa de intercâmbio de *au pair* nos Estados Unidos, determinadas pelo Departamento de Estado Americano, mais especificamente o Art. 22 da Lei nº 62, 31 (LII, 2022). Algumas dessas normas são:

- Exigir que a participante *au pair* seja alocada em uma família anfitriã, localizada a uma distância de no máximo uma hora de carro da casa do representante organizacional local, autorizado a agir em nome do patrocinador em questões de rotina e de emergência, decorrentes da participação da *au pair* em seu programa de intercâmbio;
- Os patrocinadores devem garantir que todos os intercambistas tenham entre 18 e 26 anos, ensino médio completo, proficiência na língua inglesa e que sejam capazes de participar plenamente do programa, conforme evidenciado pela conclusão satisfatória de um exame físico;

- Os patrocinadores devem garantir, antes da partida da *au pair* do país de origem, a designação em uma família anfitriã. Os patrocinadores não devem: colocar uma *au pair* com famílias com crianças menores de três meses, a menos que um dos pais ou outro adulto responsável esteja presente na casa;
- As *au pairs* devem receber um mínimo de um dia e meio de folga por semana, além de um fim de semana completo de folga a cada mês, e receber duas semanas de férias remuneradas.

É válido ressaltar que embora existam regras gerais aplicáveis para as diferentes nações, os países podem exigir outras regulamentações específicas para o programa, de acordo com suas normas de fronteiras (Mousinho, 2019). Todavia, o foco deste trabalho será no programa de *au pair* nos EUA.

De acordo com o Ministério do Turismo (Brasil, 2006), as agências de intercâmbio, as escolas de idiomas, as organizações sem fins lucrativos e as instituições de ensino médio e superior são empresas responsáveis pela atuação como intermediadores. As agências possuem o papel de vender produtos e serviços vinculados à educação e à formação educacional, tal como intermediar e orientar os intercambistas. As viagens de intercâmbio são mais complexas, por essa razão as agências se especializam na área (Tavares, 2007).

No que tange às agências de intercâmbio especializadas⁵ que disponibilizam pacotes de intercâmbio, torna-se fundamental a preocupação com a forma que um destino pode impactar a experiência dos sujeitos. Para poder satisfazer as necessidades do cliente, é preciso primeiro, conhecer seu perfil (Tomazzoni & Oliveira, 2013), considerando que todas as possibilidades de análise influenciam ou determinam o perfil comportamental do consumidor. No caso do programa *Au Pair*, as agências de intercâmbio vendem o controvertido ideal de que a intercambista fará parte da família, dissociando o caráter laboral desta atividade a uma dimensão afetiva e docilizada de manutenção do lar e cuidados com as crianças (Rodrigues; Adrião, 2018). Entretanto, muitas vezes, a realidade é de depreciação do trabalho, divergências contratuais no cumprimento das tarefas, subordinação à família anfitriã e conflitos culturais.

⁵ De acordo com a Lei Geral do Turismo em vigor, nº 11.771/08, que regulamenta a prestação de serviços turístico “compreende-se por agência de turismo a pessoa jurídica que exerce a atividade econômica de intermediação remunerada entre fornecedores e consumidores de serviços turísticos ou os fornece diretamente” (Brasil, 2008). Já as agências especializadas, são aquelas que possuem a sua estratégia voltada para um determinado segmento, com o acompanhamento individual durante o processo pré e pós-viagem.

Em busca da valorização do conhecimento e da troca de informações, o Turismo de estudos e intercâmbio se apresenta como um fenômeno potencial para experiências significativas. E isso ocorre, pois os valores que a experiência e a competência intercultural oferecem não são apenas o poder de integração, mas também de preparação dos cidadãos para a cooperação global. Assim, os ganhos acadêmicos, culturais e sociais por meio da mobilidade estudantil internacional resultam também em transformações do setor produtivo em escala mundial (Tomazzoni & Oliveira, 2013).

2.1 Experiência

Experiência do cliente é um conceito chave do mercado, fundamental para o gerenciamento e para a competitividade. Mas há algumas contradições na sua definição. Alguns estudos definem esse termo como o próprio produto/serviço prestado, outros como a reação e resposta do cliente a determinado estímulo, tratando-se, portanto, de uma percepção subjetiva (Becker & Jaakkola, 2020). Neste estudo, optou-se pela segunda opção.

Visitar um destino turístico vai além da presença física e da decisão lógica e racional daquele que o visita. As escolhas também são pautadas pela percepção de aspectos emocionais e singulares (Schmitt, 2002). A percepção cognitiva é a forma como um determinado destino turístico faz-se percebido e compreendido em todos os seus atributos por seus visitantes, segundo Baloglu e McCleary (1999) esses atributos podem ser belezas arquitetônicas, naturais ou atrações da localidade. A partir dessas percepções, componentes cognitivos se associam aos componentes afetivos construindo respostas avaliativas das experiências vividas que vão da intenção de retorno do visitante e da recomendação do destino turístico.

A criação de uma experiência envolvente é uma característica distintiva para uma organização, especialmente no desenvolvimento da fidelidade do consumidor. Um dos principais passos para isso é a identificação do cliente, das suas necessidades, dos seus valores, das suas expectativas e das suas vivências prévias. É necessário entender a experiência do cliente e garantir que ela seja efetivamente administrada em todas as fases de interação (Rahimian et al., 2020).

Becker & Jaakkola (2020) defendem que a experiência do cliente é a espontânea reação a um estímulo em particular. Ela é, portanto, subjetiva e especificamente contextualizada, porque as respostas às ofertas relacionadas aos estímulos e seus resultados avaliativos dependem das

contingências socioculturais, situacionais e do próprio cliente. Isso significa que variáveis contextuais relacionadas ao consumidor e ao ambiente influenciam as respostas aos estímulos. A experiência satisfatória sendo atingida, implicará em uma avaliação positiva, assim como, a insatisfação, em uma avaliação negativa (Hosany & Gilbert, 2010). Em outras palavras, as experiências emocionais dos turistas estão relacionadas à satisfação, o que tem significativa contribuição nas intenções comportamentais. Elas são determinantes de comportamentos pós-consumo, como satisfação e intenção de recomendar.

Emoções positivas são associadas a eventos desejáveis, prazerosos e congruentes com as expectativas, enquanto as negativas resultam das falhas de um indivíduo para atingir seus objetivos. As pessoas buscam benefícios agradáveis e subjetivos na vivência do consumo da sua viagem. Se as expectativas gerais do turista são atendidas, ele avaliará a experiência como satisfatória (Hosany & Gilbert, 2010).

As pessoas desenvolvem relacionamentos com os lugares e apresentam respostas emotivas ao seu ambiente. Tal, pois, as emoções são onipresentes no fenômeno do turismo e desempenham um papel fundamental na definição das experiências do visitante, afetando também a sua satisfação. Às vezes, o próprio turista tem o que é chamado de visão otimista da sua viagem, mitigando acontecimentos negativos na memória e ampliando as experiências positivas (Hosany et al., 2015).

Por conseguinte, a espontaneidade das reações e a questão do tempo são igualmente relevantes para uma avaliação da experiência do cliente. Se apoiar na memória não é tão interessante quanto capturar as respostas ao vivo (Becker & Jaakkola, 2020). Por isso, este estudo não apenas se baseou em autorrelatos em retrospectiva de *ex-au pairs*, como também em avaliações de grupos pré-embarque e de *au pairs* atuais.

De acordo com Hosany e Gilbert (2010), as emoções interferem na satisfação dos turistas em suas experiências de integração em um novo contexto cultural e têm forte influência em vários aspectos. Os programas de intercâmbio não desenvolvem apenas os fatores de desenvolvimento pessoal e profissional do indivíduo, mas também impactam na promoção e no incentivo de relações de trocas socioculturais para o ganho da sociedade.

Tung e Ritchie (2011) definem a experiência turística como uma avaliação subjetiva do indivíduo (afetiva, cognitiva e comportamental) sobre acontecimentos associados à sua prática

turística que começam antes da viagem (planejamento e preparação), durante a viagem no destino (atividades passivas ou ativas) e depois da viagem (recordação).

Os autores defendem que as experiências turísticas são embasadas nos sentimentos pessoais dos envolvidos, resultando em experiências satisfatórias e memoráveis. A emoção é estimulada por vários aspectos porque é onipresente no turismo (Aho, 2001) e desempenha um papel importante, que proporcionará experiências memoráveis (Tung & Ritchie, 2011). Portanto, diante dos posicionamentos supracitados, considera-se importante a pesquisa empírica para aprofundar-se no perfil e nas significações do intercambista, assim como suas expectativas, frustrações, nuances e considerações a respeito do programa *Au Pair*.

3 Procedimentos metodológicos

O estudo trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória e multimétodo, ou seja, de abordagem qualitativa e quantitativa. Bardin (1977), esclarece que a análise quantitativa se funda na frequência de aparição de certos elementos da mensagem, enquanto a análise qualitativa focaliza nos motivos e comportamentos dos fenômenos. Justifica-se o emprego dos métodos mistos, diante da busca em correlacionar diferentes perspectivas para alcançar os objetivos da pesquisa e analisar o objeto de estudo por meio de técnicas que possibilitam a compreensão detalhada do perfil dos sujeitos e as variáveis do próprio programa (Souza, 2018).

A pesquisa também se classifica como exploratória visando promover maior conhecimento sobre a temática, com os sujeitos a serem investigados, para o entendimento do conjunto do problema por meio da coleta de dados estruturada e para descrever padrões em áreas que ainda existem lacunas a serem investigadas (Veal, 2011).

Sobre a abordagem qualitativa, empregou-se a análise caracterizada por buscar uma apreensão de significados na fala dos sujeitos, conduzindo a um jogo de questões e respostas, e favorecendo o discurso oral relativamente autônomo interligado ao contexto em que eles se inserem. O próprio conteúdo da memória oral representa um canal que leva a diversos resultados e delimita a abordagem conceitual (teoria) do pesquisador, trazendo à tona, na redação, uma sistematização baseada na qualidade (Fernandes, 1991). Já a abordagem quantitativa, pautou-se nos processos cognitivos envolvidos no processo (Utsumi et al., 2007), ou seja, no perfil dos

respondentes e nos indicadores de satisfação dos sujeitos participantes do programa de intercâmbio.

Em relação aos instrumentos de coleta de dados, entre os dias 31 de outubro e 01 de dezembro de 2021, por meio da plataforma *Google Forms*, encaminhou-se os questionários aos grupos 1, 2, 3 e à anfitriã estadunidense. Salienta-se que a pesquisa foi respondida durante a Pandemia da Covid-19. Elaboraram-se quatro instrumentos, com perguntas direcionadas a cada público específico: futuras *au pairs*⁶, atuais *au pairs*⁷, *ex-au pairs*, e família anfitriã. A amostra total foi de 36 participantes, sendo todos dentro da faixa etária dos 18 aos 26 na época da viagem.

O primeiro grupo, composto por 16 respondentes (identificadas pelos códigos R1 a R16), é formado pelo público de pré-embarque (GRUPO 1). São pessoas que já haviam contratado o serviço de intercâmbio com uma agência credenciada. Neste grupo, existia a expectativa e ansiedade pela viagem de pessoas, uma vez que elas estavam no processo de aguardar o fechamento com alguma família anfitriã estadunidense ou na espera da data de embarque para os Estados Unidos.

O segundo grupo, composto por 14 respondentes (identificadas pelos códigos R17 a R31), é destinado ao público de *au pairs* (GRUPO 2), ou seja, às atuais *au pairs* em 2021. Trata-se de pessoas que estavam realizando o intercâmbio e possuíam propriedade para relatar suas experiências e concepções sobre o programa.

Por fim, o terceiro grupo, formado por duas pessoas (identificadas pelos códigos R32 e R33), é direcionado ao levantamento pós-intercâmbio (GRUPO 3). Além dos questionários, também foram coletados relatos por meio de grupos - compostos por atuais e *ex-au pairs* - na rede social *Facebook*. A escolha da rede social se justifica tendo em vista o propósito de extrair depoimentos relevantes e o fato de existir uma comunidade na qual o tema *au pair* é o objetivo geral de debate do grupo. Serão apresentados três relatos destas participantes (identificadas pelos códigos P34 a P36), que também participaram do mesmo programa de intercâmbio, visando identificar perspectivas contra ou a favor, pontos de vistas e os objetivos da realização do intercâmbio e procurando compreender as subjetividades e sentimentos em relação à experiência vivenciada (Fonseca, 2002).

⁶ Condição na época da pesquisa.

⁷ Condição na época da pesquisa.

A dificuldade de localizar integrantes para o público “*host family*” ou “família anfitriã”, representou limitações na amostra. Mesmo assim, trataremos aqui desse depoimento por considerá-lo imprescindível para a reflexão e compreensão dos resultados. Apresentaremos a seção apenas como “família anfitriã”. Representada por apenas uma respondente (identificada pelo código HF1), coletou-se depoimentos que permitiram reflexões sobre os conflitos, as nuances e os interesses desta família anfitriã em participar do programa de intercâmbio. Apesar das dificuldades mencionadas, optou-se por apresentar esta percepção nos resultados do estudo, por conta da relevância das informações obtidas.

4 Resultados e discussão

Entende-se que o intercâmbio cultural é um mecanismo de interação entre os povos, onde as partes se unem visando compartilhar interesses, onde estes, mesmo não sendo comuns, são consensuais e carregam em si perspectivas positivas de confiança, ainda que se considerem questões de riscos e incertezas ao longo do processo que se apoia na hospitalidade (Tamião, 2010). Destarte, apesar das regras determinadas em contrato, a subjetividade da interação das partes envolvidas, requer que alguns parâmetros inconscientes de sociabilidade sejam respeitados para a prática da hospitalidade. Muitas vezes, essa interação pode transitar entre a afetividade e a “rejeição” ao outro, podendo converter-se em inospitalidade. No Programa *Au Pair*, prevê-se, em caso de dificuldades nas relações, estabelecer novo vínculo entre a intercambista e a família anfitriã. O chamado *rematch*, rompimento de contrato com a família anfitriã, pode partir de qualquer uma das partes.

No caso dos participantes do programa *Au Pair*, a demanda constitui-se por jovens que carregam a expectativa de realizar um sonho, logo, a falta de preparo pode acabar prejudicando os planos de vida no exterior (Sebben, 2001). Diante do exposto ao desconhecido, as agências de viagens procuram oferecer estratégias para atender seus consumidores. Todavia, em alguns casos, podem existir adversidades na relação entre o intercambista e as agências envolvidas (Mousinho, 2019).

Figura 1 – Propaganda de agência especializada em comercializar o Programa *Au Pair* Brasil-Estados Unidos

Seja babá nos Estados Unidos por até dois anos

O Au Pair é um programa de trabalho remunerado, estudo e intercâmbio cultural nos Estados Unidos. As inscrições e colocações acontecem durante todo o ano e os embarques acontecem todos os meses. Após selecionada, a Au Pair será recebida por uma família norte-americana como um novo membro familiar, assim, participará das atividades sociais da casa enquanto cuida das crianças. A Au Pair recebe uma remuneração semanal, acomodação e alimentação na casa da família, além de uma bolsa de estudos.

Fonte: TravelMate (2023).

Observa-se, de acordo com a figura (1), que o programa *Au Pair* é comercializado sendo uma oportunidade de intercâmbio cultural e de estudos e com a possibilidade de tornar o estrangeiro um novo membro “familiar”. Tendo em vista as contradições apresentadas pela literatura, por meio da pesquisa empírica com diferentes perfis de intercambistas, essa seção irá traçar um paralelo sobre as experiências, as compreensões, as percepções e reações deste público sobre o referido programa.

4.1 Pré-embarque (Grupo 1)

Destaca-se uma participação exclusiva (100%) do gênero feminino na pesquisa, mesmo sendo um intercâmbio permitido a quaisquer gêneros. Portanto, pode-se refletir sobre o desinteresse ou desmotivação da demanda masculina em participar do programa, sobretudo no Brasil por questões culturais, o fato de ser uma atividade ligada ao cuidado de crianças pequenas e socialmente relacionado ao trabalho feminino, ou por mera falta de informação a respeito dos pré-requisitos para ser uma *au pair*. Por conta dessa particularidade, optou-se por se referir às *au pairs* utilizando o artigo feminino.

Em relação à escolaridade das respondentes: 37% possuem o Ensino Superior completo; 19% Ensino Superior incompleto; 44% Ensino Médio completo. No que concerne à faixa etária,

a maior procura para realizar o programa foi entre o grupo de 22 aos 24 anos (50%), seguida pelo grupo de 19 a 21 anos (37%) e pelas intercambistas de 25 a 26 anos (13%).

Na sequência, em uma pergunta aberta, as respondentes expressaram as suas ocupações no Brasil. Percebe-se que algumas ocupações se repetem nas respostas, como advogada, estudante e desempregada. Ademais, 87,5% das respondentes já possuíam ocupação profissional. Mesmo assim, estavam dispostas a abandonar suas carreiras profissionais no país para serem babá no exterior em busca de algum propósito pessoal ou profissional. Doné & Gastal (2012) destacam esse ponto, pois para as intercambistas existe uma expectativa de desenvolvimento profissional e profissional. Para Crompton (1992), os diferenciais competitivos dos países desenvolvidos também podem determinar as escolhas na realização do programa pelo consumidor de turismo de intercâmbio.

Quadro 1 - Qual é a sua atual ocupação no Brasil?

CÓDIGO DE IDENTIFICAÇÃO DO RESPONDENTE	OCUPAÇÃO
R1 / R16	Desempregada
R2 / R3	Auxiliar administrativo
R4	Supervisora de portaria
R5	Babá
R6 / R8	Estudante
R7	Professora de Inglês
R9 / R12	Advogada
R11	Assistente de Expedição
R13	Auxiliar de indústria
R14	Telemarketing e empreendedora
R15	Auxiliar financeiro

Fonte: autores (2023).

Levando em consideração as 45 horas semanais e todas as atividades que envolvem as crianças (cuidado, limpeza, dentre outros), 50% das respondentes consideram o programa um intercâmbio de trabalho e estudo. Por outro lado, 31% interpretam o programa apenas como intercâmbio de trabalho, por conta da elevada carga horária de trabalho e das responsabilidades da função. Já 19% das respondentes acreditam que o intercâmbio de *au pair* realmente seja um intercâmbio cultural. Dantas (2021) relata que mesmo nos Estados Unidos, há um

questionamento na categorização do programa *Au Pair*, a despeito da alta carga horária de trabalho.

A questão “Qual o motivo de participar do programa de *Au Pair* nos EUA?” mostrou justamente a motivação e a expectativa do grupo pré-embarque. Trata-se do que Hosany e Gilbert (2010) afirmam sobre a satisfação e a intenção comportamental de recomendar. Se essas expectativas forem atingidas o visitante avaliará a experiência como positiva, do contrário como negativa. Nota-se que juntar dinheiro, aprender um novo idioma, alavancar a carreira ao retornar para o Brasil e vivenciar a cultura americana são os principais motivos que levaram as respondentes (75%) a participar do programa.

Quadro 2 - Qual o motivo de participar do programa de *au pair* nos EUA?

CÓDIGO DE IDENTIFICAÇÃO DO RESPONDENTE	MOTIVOS
R1 / R8 / R12	Juntar dinheiro
R2 / R4 / R10	Aprender um novo idioma
R3	Oportunidade de estudo
R5 / R7 / R13	Alavancar carreira profissional ao retornar para o Brasil
R6 / R9 / R15	Vivenciar a cultura americana
R11	Oportunidade de morar em um novo país
R14 / R16	Conhecer outros lugares, juntar dinheiro e estudar

Fonte: autores (2023).

Vale ressaltar que oito respondentes (50%) também afirmaram estar preparados para realizar o intercâmbio de *au pair*, pois se sentiam aptos e seguros em cuidar e lidar com filhos de desconhecidos, de ir morar num país novo, de dominar um idioma estrangeiro e até mesmo enfrentar a saudade de seus familiares. Enquanto a outra metade ainda não se sentia confortável ou capacitada para enfrentar os desafios da viagem. Assim é possível compreender e refletir sobre as implicações psíquicas das intercambistas do momento pré-embarque. As angústias que decorrem da transição de seu ambiente habitual de segurança, ao desconhecido e incerto (Gonçalves, 2013).

Diante disso, é importante salientar que o intercâmbio proporciona uma diferenciação curricular, o aprimoramento de conhecimentos e a imersão cultural em outro país. Essa oportunidade oferece o enriquecimento pessoal e diferencial profissional de lidar com a

diversidade de culturas. Afinal, em “uma cultura diferente da sua, o intercambista passa a perceber essas diferenças e refletir sobre a sua própria identidade cultural” (Tamião, 2010, p. 7).

4.2 Atuais *au pairs* (Grupo 2)

Os autorrelatos em retrospectiva consistem no método mais comum para identificar e compreender as experiências. Porém, essas avaliações podem ser problemáticas porque são vulneráveis à reconstrução da memória (Hosany et al., 2015). O pesquisador, de posse desses autorrelatos, os trata e manipula para inferir de maneira lógica, analisando cuidadosamente os dados, com índices cuidadosamente postos em evidência por procedimentos mais ou menos complexos (Bardin, 1977). Posto isso, avaliar o grupo dos atuais *au pairs* é importante para captar a dinâmica dos aspectos das respostas emocionais dos turistas.

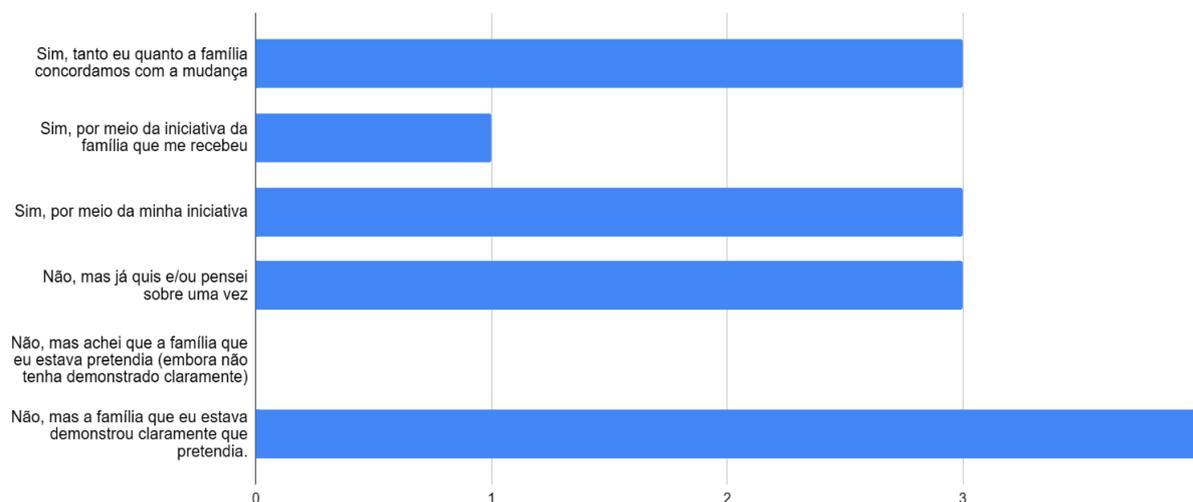
No grupo das pessoas que estão no intercâmbio, 100% dos respondentes também se identificaram como do sexo feminino. Já em relação ao maior grau de escolaridade, 64% afirmaram ter o ensino superior completo, 14% o ensino superior incompleto, e 22% o ensino médio completo. Importante salientar que 78% deixaram de seguir a carreira profissional de sua formação para trabalhar no cuidado de crianças. Ademais, cada respondente tem em média 2,2% crianças sob sua responsabilidade. Ou seja, das 14 respondentes, dois cuidam de uma criança, sete cuidam de duas crianças, e cinco cuidam de três crianças.

A experiência do turismo, de modo geral, é rica em emoções e os turistas estão ativamente envolvidos na produção das próprias experiências (Hosany & Gilbert, 2010). Esse é o caso do *rematch*, ou seja, o rompimento de contrato com a família anfitriã. Trata-se de um processo que pode acontecer e que faz parte da experiência do cliente, podendo partir da *au pair* e/ou do anfitrião.

Ao serem questionadas sobre já terem passado por eventual *rematch*, sete pessoas responderam que “sim” e outras sete declaram “não”. Das pessoas que afirmaram nunca ter passado por esse processo, cerca da metade admitiu já ter cogitado. O *rematch* acontece por diversos fatores, como questões trabalhistas envolvendo atividades que excedem as atribuições estabelecidas, interpretações sobre as cláusulas contratuais, desgaste físico e mental, contradições culturais, raciais e de classe (por serem latino-americanas), bem como as frustrações

relacionadas ao estudo e ao trabalho. Assim, conclui-se que o contrato não é garantia de continuidade, nem obrigação de permanecer na família.

Gráfico 1 - Você já passou por algum *rematch*?



Fonte: autores (2023).

A disparidade de expectativas nas perspectivas das *au pairs* e dos anfitriões são evidentes e claramente, como apontam Cox e Busch (2018), a intercambista estará numa relação de poder com outro membro da família, na qual ela será parte mais vulnerável. Rodrigues e Adrião (2018) também corroboram com a ideia de hierarquia por parte da família anfitriã, especialmente quando as *au pairs* são colocadas em situações de exigência excessiva ou de precariedade.

No programa de intercâmbio, há a previsibilidade de conflitos entre as partes, sendo possível fazer uma realocação dos sujeitos. Caso isso ocorra, a direção do programa faz um chamamento oficial para ouvir as duas partes envolvidas e sanar os conflitos, propondo soluções, que vão do estabelecimento de um novo vínculo – que deve ocorrer em no máximo duas semanas – até um possível retorno ao país de origem. Nesse sentido, Facchin (2019), afirma que 45% das *au pairs* participantes responderam que o suporte da agência não é eficaz. Em contrapartida, 20% confirmaram ter o suporte necessário, 32% alegaram depender da agência e 3% expressaram nunca ter precisado de suporte.

Segundo Tomazzoni e Oliveira (2013), o intercâmbio cultural promove o desenvolvimento pessoal em um ambiente estranho, contribuindo também para um diferencial profissional. Os autores corroboram que a motivação vai além da qualificação para o mercado de

trabalho, destacando outras razões, como a vivência cultural. Entretanto, questiona-se o componente “cultural” do programa, principalmente ao analisarmos o tempo e o esforço empreendido nas demandas dos cuidados com as crianças, como exemplo no preparo das refeições, no cuidado com a higiene, na lavagem e organização das roupas e da casa, na ajuda com as tarefas da escola. Ao final da jornada de trabalho, pouco tempo sobra para que se dediquem a outras atividades (Dantas, 2021).

Ao questionar se houve sentimentos ou experiências que as participantes considerariam como negativas no programa de *Au pair*, buscou-se analisar os aspectos desfavoráveis do programa de acordo com os intercambistas. Notou-se um descontentamento excessivo em relação à carga horária de trabalho, ao salário, à ausência de privacidade, à falta de supervisão por parte das agências em relação à observação dessas normas, à falta de responsabilidade de alguns pais e à disponibilidade quase que total que é requerida implicitamente das *au pairs*. Há ainda a saudade dos seus entes queridos, o descumprimento de acordos, a necessidade de pagar imposto, eventuais transtornos psicológicos decorrentes de acontecimentos durante o intercâmbio, a falta de suporte das agências e a perceptível diferença de tratamento dado às famílias anfitriãs.

Para Batista (2002), acolher o outro significa aceitar recebê-lo em um território, colocando à disposição o melhor possível daquele ambiente. É essa hospitalidade que permite e demanda distância e proximidade, configurando um processo de aprendizagem humana imprescindível para ambas as partes. No entanto, percebe-se que os pressupostos básicos da prática da hospitalidade, sejam eles conscientes e inconscientes, não são efetivamente atendidos, pois requerem a interação (também afetiva) entre pessoas, ambiente acolhedor, cortês, amigável e generoso. É o sentido contrário ao princípio do programa, que é a troca de culturas, o qual parece existir apenas no interesse da intercambista.

Pode-se inferir que há divergência no que é apresentado aos sujeitos envolvidos, existindo um duplo discurso das agências de intercâmbio. Se por um lado despertam nas futuras intercambistas a ideia romantizada de que elas serão “parte da família” ou “um outro membro”, acompanhado da promessa de estudar em uma instituição estrangeira, de viajar por esse país, de trabalhar de maneira formal e legal; por outro lado, o discurso se contrasta quando é direcionado às famílias anfitriãs, pois o programa é colocado como uma oportunidade de contratar prestadoras de trabalho doméstico e cuidados com crianças, amparados pela legislação do país e a baixo

custo. É a oportunidade para que essas famílias (especialmente as mulheres), se ocupem de outras atividades fora de casa. Assim, no que concerne às expectativas positivas despertadas em ambos os públicos, na promessa de felicidade e de sucesso, o discurso é consonante (Brandão & Carvalho, 2003).

Tais relatos corroboram também com os resultados de Arrais e Allis (2021), que buscaram compreender justamente a dinâmica real do programa. Em sua pesquisa, os autores concluem que nessa modalidade de turismo é comum a incidência de inospitalidade. O estudo aponta o descumprimento das regras do programa que são estipuladas pelo governo norte-americano a fim de assegurar o bem-estar para ambas as partes e a falta de supervisão em relação à observação dessas normas. Isso se dá pelo *marketing* das agências de turismo, fator fundamental na formação das expectativas pelos consumidores (Tomazzoni & Oliveira, 2013). Destarte, o referido discurso possibilita que as famílias anfitriãs também possuam outra expectativa, voltada aos auxílios domésticos (Cox & Busch, 2018).

As contratações são firmadas entre as partes a partir da Lei *Public diplomacy and exchanges*. Nesta lei, estão contidos direitos e obrigações dos envolvidos. Contudo, observou-se que o programa é associado mais ao trabalho do que ao intercâmbio cultural. Em debate no parlamento norte-americano em 2013, o senador Bernie Sanders chegou a afirmar que este não é um programa de intercâmbio cultural, mas uma forma de precarização do trabalho de imigrantes. Porém, o político enfrentou um vigoroso *lobby* das agências que repudiaram o comentário (Kopplin, 2017).

Ao serem questionadas sobre a possibilidade de recomendar o programa para outras pessoas a partir de suas experiências, numa escala de 1 a 10, obteve-se a média de 8,4 de um total de 14 respondentes. É importante analisar essas intenções comportamentais, porque as experiências são amplas, singulares, específicas e contextuais (Hosany & Gilbert, 2010). Elas estão atreladas ao atendimento das expectativas e das motivações pessoais e profissionais. E para entender isso melhor, foi interessante também avaliar o grau de satisfação em relação a algumas variáveis do intercâmbio.

As respondentes avaliaram o grau de satisfação do intercâmbio a partir de alguns tópicos, sendo esta avaliação em uma escala de totalmente insatisfeito a muito satisfeito. Entre os aspectos com melhor índice, o aprendizado de um idioma foi o mais bem avaliado, sendo: muito satisfeito

(10); pouco insatisfeito (3); totalmente insatisfeito (1). Em relação à menor avaliação, o retorno financeiro obteve a pior média, sendo: totalmente insatisfeito (4); pouco insatisfeito (3); nem satisfeito nem insatisfeito (2); pouco satisfeito (2); muito satisfeito (3).

Apesar da remuneração média da *au pair* se basear em um salário-mínimo federal por horas trabalhadas nos Estados Unidos, as regras do programa preveem que as famílias anfitriãs possam descontar até 40% dos rendimentos para cobrir gastos com moradia e alimentação, o que pode tornar este rendimento ainda menor. Tal insatisfação pode estar relacionada à discrepância entre salário e jornada de trabalho, onde algumas vezes ultrapassa as 45 horas, evidenciando o desalinhamento entre a expectativa e a realidade, principalmente porque uma carga horária elevada de trabalho diminui a carga horária de estudos e de demais experiências que deveriam ser vivenciadas neste tipo de intercâmbio.

4.3 Ex-*au pairs* (Grupo 3)

A respondente R32 foi *au pair* durante 2 anos e 6 meses, cuidando de uma criança e se sente satisfeita em relação à agência de intercâmbio contratada. A partir de seus relatos, concluiu-se que sua relação com a *host family* era boa, o que possibilitou outras oportunidades. Em relação à rotina de trabalho, a inquirida afirma que precisava “levar a criança para aula, levar para atividades, preparar lanches, dirigir para parques, brincar” (Respondente R32, 2022).

Sua opinião em relação aos pontos positivos do programa é o custo relativamente baixo em relação aos outros intercâmbios. Foi citado também que além de conhecer o seu marido, a experiência permitiu que ela conseguisse “independência financeira, autoconhecimento, confiança em dirigir em outro país” (Respondente R32, 2022). Nota-se que o intercâmbio possibilitou um diferencial profissional, aquisição de conhecimento intercultural, desenvolvimento de habilidades interpessoais; apesar das conquistas mencionadas serem particulares e individuais, uma vez que não necessariamente seriam repetidas por outras pessoas.

Sobre os pontos negativos, de acordo com a inquirida, o principal desafio é desenvolver a fluência na língua inglesa, o que causa grande dificuldade na comunicação. Isso decorre pelos já citados motivos como a falta de tempo e a pouca disposição da família anfitriã nessa troca. Além destes, outro desafio seria a distância da família no Brasil. Também foi citado outro dado: morar no mesmo local de trabalho: “Se eu fosse mudar algo no programa, talvez pensasse sobre

ter uma pensão para *au pairs* em algumas localidades para poderem morar em um lugar diferente da casa da *host family*” (Respondente R32, 2022).

Portanto, considera-se que a respondente teve uma boa experiência e recomendaria o intercâmbio para as pessoas, por ser barato e permitir viver momentos incríveis. Além disso, ela manifestou que se sente satisfeita com o serviço da agência contratada, pois não teria tido problemas significativos com o programa (Respondente R32, 2022).

A respondente R33 foi *au pair* durante 1 ano e 2 meses cuidando de duas crianças. A sua rotina de trabalho era sobrecarregada de tarefas, porém teve a oportunidade de conhecer diversas localidades, como Nova Iorque, Los Angeles, San Diego e Miami. O seu maior desafio foi lidar com o idioma do país e sua insegurança em se comunicar (Respondente R33, 2022). Em relação à sua rotina de trabalho, a respondente afirma que:

Trabalhava das 8:00am⁸-9:00am/3:00pm⁹-8:30pm. Acordava as crianças, preparava o café, dirigia elas pra (sic) escola. Depois ia buscar à tarde, ajudava com o dever, levava para as atividades (ginástica/*girls scouts*), fazia o jantar, supervisionava o banho e colocava na cama. Também trabalhava a maioria dos sábados - acordava, dava café, dirigia para nataçãõ e fazia alguma atividade com elas durante o dia (Respondente R33, 2022).

A respondente R33 se diz satisfeita em relação à agência contratada. No que diz respeito aos aspectos positivos do programa, com todas as controvérsias que este pode ter sobre a disponibilidade de tempo e das trocas culturais, há a possibilidade de conhecer outro país, de melhorar a fluência da língua e de conhecer novas pessoas. Nota-se que esta perspectiva, mesmo que percebida como positiva, é singular e pessoal.

Minha maior conquista foram as experiências, tanto as grandes - as viagens, estar em locais que nunca pensei que pudesse estar - como as pequenas - dirigir nos EUA, participar do *thanksgiving*, fazer amigos de outras nacionalidades, ir em festas diferentes... todas essas pequenas e grandes experiências são a grande conquista que tive. Outra conquista foi ter melhorado o meu idioma o bastante para hoje estar num programa de mestrado no Canadá. Sem o programa *Au Pair*, o mestrado (que era um sonho antigo) e todo o crescimento profissional que aconteceu desde que comecei não teria acontecido. Eu também conheci meu parceiro durante o programa, que me deu abrigo quando fui expulsa, me deu força para aplicar pro mestrado e hoje é meu suporte aqui no Canadá (Respondente R33, 2022).

Sobre sua relação com a família anfitriã, a inquirida R33 declara que:

⁸ AM (antes do meio-dia).

⁹ PM (após o meio-dia).

Era bastante flexível com eles e eles também me tratavam com respeito. Eles me levaram pra (sic) viajar, cuidavam de mim quando estivesse doente etc. Não éramos "melhores amigos", mas tínhamos um bom relacionamento. Porém, no segundo mês do meu segundo ano, tive uma discussão com meu *host father* sobre pequenas coisas, como uma das crianças não ter penteado o cabelo porque eu estava cuidando da cachorrinha deles (como um favor pra (sic) eles, já que ninguém cuidava dela direito). Desde então não conseguimos recuperar nossa relação. Acabou que fui expulsa da casa deles sem poder me despedir das crianças, infelizmente (Respondente R33, 2022).

Ao ser questionada sobre os aspectos negativos do programa de intercâmbio, a mesma afirma que:

Falta de proteção legal para *au pair*. Não existe regulamentação e supervisão quanto às atividades que a *au pair* desenvolve. Isso leva muitas famílias a abusarem das *au pairs*. As 45 horas semanais torna o programa um emprego e não um intercâmbio cultural como é tratado. Mudanças como as que vêm acontecendo em alguns estados, com *au pairs* sendo tratadas como funcionárias promove a não-exploração das *au pairs* (Respondente R33, 2022).

Além disso, como sugestão ao programa, a inquirida mencionou critérios mais claros e justos para a participação das *host families* e meios de regulamentar o programa. Ela conclui que teve uma boa experiência, apesar de ter sido expulsa da casa família anfitriã pois lhe possibilitou maturidade para encarar desafios e de se tornar mais flexível a pessoas e situações (Respondente R33, 2022).

Os estímulos da experiência do cliente residem dentro e fora dos pontos de contato controlados pelas organizações (neste caso, agências de intercâmbio) e podem ser vistos a partir de vários níveis de agregação. Esses estímulos e as suas interconexões afetam toda a experiência de forma dinâmica (Becker & Jaakkola, 2020). Apresentaremos nesta subseção, os relatos das experiências – extraídos de um grupo na rede social *Facebook* - de *ex-au pairs*, tornando possível o melhor entendimento acerca do objeto de estudo do trabalho.

Relato de experiência (Participante 34):

Em 2018 eu vim como *au pair*, passei por poucas e boas! Cuidava de 4 *kids* (sendo duas especiais). No meu segundo ano cuidava de um bebê com uma *single mom*. E foram duas experiências difíceis, mas muito proveitosas. Viajei, chorei, fiz extras, guardei um dinheirinho. Pensei em voltar pro (sic) Brasil, desisti, acabou o *au pair*. Fui fazer faxina, guardei mais um dinheirinho e resolvi arriscar e empreender, montei uma empresa de maquiagem vegana, mas minha primeira criação são *lipglosses* com cheirinho de drinques do verão. O intercâmbio é uma porta pra (sic) muitas outras (Participante P34, 2022).

Relato de experiência (Participante 35):

Voltei para o Brasil faz quase 3 semanas e já estou empregada, na área que queria (durante o programa fiz transição de carreira e investi muito em cursos, desde março de 2020 estou fazendo um MBA à distância e voltei com o inglês fluente) e o trabalho que consegui é melhor do que estava esperando. Confesso que algumas vezes ficava me questionando sobre a minha decisão de voltar para o Brasil, mas hoje vejo que foi a melhor coisa que fiz. O programa *Au Pair* foi ótimo para mim por um bom tempo, conheci pessoas maravilhosas, fiz amigos pra (sic) toda vida, viajei muito, me encontrei profissionalmente, cresci e amadureci muito. Mas eu sabia que precisava encerrar esse ciclo da minha vida para começar outro. Eu sinto falta de algumas coisas e facilidades que tinha nos EUA, mas só de eu estar de volta para o meu país, trabalhando na minha área, não morar com meus chefes, não precisar dar satisfações, ter meu carro e estar rodeada de pessoas que me amam, me deixa muito feliz (Participante P35, 2022).

Relato de experiência (Participante 36):

Fui *au pair* em 2009, virei *international student*, fiz moda, tive meu próprio *Fashion Show* pela faculdade. Casei, abri mão de carreira por causa de marido, vivi um relacionamento extremamente abusivo, me alistei na *Navy*. Divorciei, enquanto na *Navy* fiz 1 *deployment* de 8 meses (Oman, United Arab Emirates, Bahrain, Indonésia) e um mini *deployment* de 3 meses (RIMPAC- Hawaii) saí da *Navy*, recomecei a faculdade (*Foods and Nutrition* DPD -SDSU). Hoje: Terminei o bacharelado. Hoje faço Mestrado em saúde pública com foco em Nutrição e residência nutricional pela *University of South Florida*. Sou assistente de professora do bacharelado e ajudo com correção de trabalhos e textos, e me formo em dezembro. Enfim, não que eu seja o ápice do sucesso, mas tenho o maior orgulho da minha história (Participante P36, 2022).

Nota-se, a partir dos relatos expostos, as sensações negativas e positivas das experiências vivenciadas no programa de intercâmbio. Abordam-se acontecimentos, conquistas, superações, sentimentos e os atuais estágios da vida. Essa experiência é significativa a partir da observação da reconstrução dessas memórias, pois esta reflete no comportamento e nas intenções do consumidor (Wirtz et al, 2003). Dessa forma, conclui-se que o programa possibilita experiências singulares, relacionadas ao conhecimento de novas culturas e aprendizagem interpessoal.

Todavia, ressaltam-se problemas consideráveis de relacionamento entre os sujeitos, assédio moral, falta de condições de trabalho, dentre outras. Promotores de destinos e organizações especializadas, como agências de viagens e intercâmbio, devem constantemente monitorar a natureza das experiências emocionais dos turistas a fim de atender melhor às suas expectativas, resultando em atitudes favoráveis, como a intenção de recomendar (Hosany & Gilbert, 2010).

Portanto, acredita-se que os agentes reguladores envolvidos deveriam adequar melhor suas plataformas, a fim de resguardar os intercambistas e a *host family*, fiscalizando as situações

trabalhistas, fornecendo apoio, principalmente aos visitantes, dado que as *au pairs* argumentam existir um certo privilégio, por parte dos agentes reguladores, dos anfitriões. As organizações não podem controlar as respostas dos clientes nem criar a experiência *per se*, mas elas podem buscar afetar o estímulo ao qual os clientes reagem. Logo, é necessário que as organizações apliquem pesquisas para compreender a experiência do cliente e conduzi-la da melhor forma possível, considerando também normas, práticas e valores que a afetam (Becker & Jaakkola, 2020).

4.4 Host Family (família anfitriã)

Nesta seção, não a nomearemos como grupo, pois, trata-se de uma perspectiva única. Isto é, envolve apenas um *host family*. A respondente era uma mulher norte-americana, residente do estado da Flórida, com dois filhos, que recebeu uma intercambista do programa *Au Pair* em sua casa por cinco meses. Embora este tópico esteja representado somente por uma respondente, decidiu-se manter esta percepção, pois foram colhidos depoimentos importantes que permitiram reflexões sobre os conflitos, as nuances e os interesses desta família anfitriã em participar do programa de intercâmbio.

De acordo com a *host family*, uma intercambista ideal necessita ser bondosa, proativa, flexível e não pode ter passado por um *rematch* (quebra de contrato com uma família anterior). Entre as vantagens do programa, a respondente considera os conselhos, a flexibilidade de rotina e a consistência dos intercambistas. Em relação às desvantagens foram mencionados erros de comunicação por conta da língua e o fato de alguns participantes não saberem dirigir de fato (o que é regra do programa).

Nota-se que a respondente considera os erros de comunicação uma desvantagem tanto para si quanto para sua família, apesar de o propósito principal do programa ser o aprendizado da língua inglesa e a imersão cultural. Sabe-se que o não nativo é um aprendiz de um novo idioma e pode passar por um longo processo de aprendizagem, sendo este considerado um aspecto positivo do programa por parte dos participantes. Fica evidente na declaração da inquirida a pouca disposição em contribuir na troca cultural, a despeito do ganho para ambos os lados.

Seguindo a escala - de 1 a 10 - sugerida por *Likert* (1932), a anfitriã indicou a escala 8 ao ser perguntada se estava satisfeita com o programa e ao ser questionada se indicaria o programa para um familiar. Elaboraram-se, também, duas perguntas à respondente sobre qual seria a principal função de uma *au pair* e o papel da família acolhedora. De acordo com a respondente,

a atribuição de uma *au pair* é o cuidado com as crianças, enquanto a família deveria acolher a participante, fornecer alimentação e incluí-la em atividades familiares. A partir deste comentário, observa-se que a própria anfitriã apresenta um descompasso de informações em relação a legítima função de uma intercambista, que não está relacionada somente com o cuidado infantil.

Notou-se que as expectativas de uma família anfitriã em relação ao programa e ao intercambista são diferentes. Em sua maioria, as expectativas das *au pairs* é juntar algum dinheiro, evoluir no inglês e experienciar momentos em uma cultura diferente da sua. Já as expectativas das *host family* são de ter alguém devidamente capacitado e flexível para cuidar dos seus filhos.

A respondente não citou um possível interesse em apresentar a cultura americana, tampouco em conhecer a cultura do Brasil. Tal fato caminha em sentido contrário ao princípio do programa, que é a troca de culturas, o qual parece existir apenas no interesse do intercambista.

Em resumo, esse relato é corroborado pelo estudo de Arrais e Allis (2021), o qual concluiu que por muitas vezes as famílias ignoram o componente cultural do programa, concentrando-se somente no componente trabalho. A *au pair* é vista como uma prestadora de serviço e não como uma turista que está fazendo intercâmbio. Assim, toda aquela ideia de que o intercambista é um membro da família ou uma visita que merece tratamento hospitaleiro é desconsiderada na realidade do cotidiano.

5 Conclusões

A presente pesquisa dedicou-se a investigar as experiências e a satisfação dos intercambistas do programa *Au Pair* (EUA) para jovens solteiros e sem filhos com idade entre 18 e 26 anos. A partir dessas interações, buscou-se compreender no âmbito do intercâmbio cultural, a incidência da hospitalidade como “virtude”, e o despertar da inospitalidade como resultado da “hostilidade” entre as partes envolvidas.

A lei estadunidense, regulamentadora do programa *Au Pair*, define a modalidade como uma oportunidade de participar de um intercâmbio e se hospedar na casa de uma família anfitriã. No entanto, de um modo geral, percebe-se que no próprio texto da lei, a sua compreensão se aproxima mais de um emprego, na medida em que a extensa carga horária a ser cumprida no trabalho, deixa pouco tempo para a dedicação aos estudos ou a outras atividades culturais. Nesta

perspectiva, o presente trabalho identificou os pontos positivos e negativos dessas experiências, bem como o nível de satisfação das participantes.

Os dados levantados apontam para a insatisfação das participantes, sobretudo no que diz respeito às expectativas despertadas pelas agências em seu duplo discurso. O aperfeiçoamento e/ou aprendizado de um novo idioma e o diferencial profissional da experiência figuram entre os principais pontos positivos. A baixa remuneração, falta de privacidade, excesso de tarefas e falta de tempo para os estudos são alguns pontos observados como insatisfação. Ao contrário do que é apresentado, estabelece-se uma relação de poder, na qual a *au pair* é a parte mais vulnerável. Percebe-se que, para a intercambista, qualquer reivindicação pode lhe colocar numa condição de vulnerabilidade, pois está fora de seu território e quem detém o controle das regras e possui o maior poder de decisão é a família anfitriã. O discurso das agências é dissonante ao ser apresentado aos sujeitos envolvidos. Identificou-se que promessas não se converteram em realidade, causando frustração, além da dificuldade de gerenciar os conflitos apresentados.

Os mecanismos de supervisão dessas regras têm se observado cada vez mais ineficazes. Tudo isso permite que haja conflitos típicos de relações laborais e domésticas. A falta de controle e acompanhamento dos entes reguladores se reverberam em relações hostis e conflituosas. Desse modo, é necessária uma promoção mais transparente sobre essas múltiplas relações que ocorrem em longos períodos de convivência com as famílias, em suas rotinas e no seu ambiente doméstico. Embora a reformulação das regras seja um ponto fundamental para a maior segurança dos envolvidos, é necessário também que os órgãos legisladores e reguladores acompanhem e façam cumprir as regras e as próprias leis estabelecidas dentro desta modalidade de intercâmbio.

A falta de um suporte integral dos agentes legisladores, conforme relatado pelas respondentes na coleta de dados, contribui para uma sensação de não hospitalidade. Tal inospitalidade é percebida também na comunicação entre as partes, visto que o idioma às vezes constitui uma dificuldade. Portanto, neste tipo de vínculo, os intercambistas possuem uma situação de maior desconforto em relação aos anfitriões, principalmente por estarem residindo em um país fora do habitual.

Em relação às limitações da pesquisa, percebeu-se a dificuldade em contactar respondentes para a seção *host family*, tendo em vista que estas pessoas são residentes dos Estados Unidos. Além da distância, o fato de ser uma pesquisa com autores brasileiros pode ter

colaborado para um possível desinteresse dos contatos realizados. Mesmo obtendo apenas uma resposta de uma família anfitriã, decidiu-se manter a estrutura da pesquisa com quatro grupos, evitando tecer generalizações. Os comentários da respondente evidenciaram pontos conflitantes na perspectiva da família anfitriã, logo, este artigo tratou a família anfitriã sob a luz de um comentário individual.

Assim, com as informações apresentadas nesse estudo, pode-se concluir, que a partir dos relatos de experiência e satisfação das respondentes, o programa *Au Pair*, na prática não atende na integralidade àquilo que é proposto – trabalho remunerado e intercâmbio cultural – uma vez que as cláusulas legais não preveem de maneira clara e estruturada o tempo de dedicação ao seu componente cultural. Esta questão também é apontada pelo Serviço de Imigração dos EUA.

Embora contenha relatos de experiências e dados obtidos através de questionários, o fato da pesquisa não ser probabilística pode ter dificultado a análise e a amostra em si. Diante disso, sugere-se o desenvolvimento de novos estudos, contando com esta abordagem, para que se possa preencher determinadas lacunas científicas, principalmente em relação às famílias anfitriãs. Por conseguinte, entende-se que o presente artigo colabora com as reflexões e discussões científicas acerca da temática em questão, considerando a pouca bibliografia disponível no Brasil, conhecer o público envolvido neste programa, suas nuances, suas singulares e significativas experiências nos permitem delinear o seu perfil e apontar incongruências em sua operacionalização. É necessário que sejam feitas revisões sistematizadas contínuas e adaptações quando necessário. É importante ressaltar que há viabilidade nessa modalidade de intercâmbio, sobretudo como mostrou os resultados, por seu baixo custo. Contudo, é necessário que sejam feitas revisões sistematizadas contínuas e adaptações quando necessárias.

Referências

- Arrais, A., & Allis, T. (2021). In(H)ospitalidade e turismo de intercâmbio: um estudo sobre au pairs brasileiras nos EUA. *Revista Hospitalidade*, 18(3), 26-47.
- Azzolini, W. (2018). *Conheça agora os 5 principais tipos de Agências de viagem*. Recuperado de: <http://www.airinsp.com.br/agencias-de-viagem/>. Acesso em: 12 mai. 2023.
- Baloglu, S., & McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of tourism research*, 26(4), 868-897.

- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Batista, I. (2002). Lugares de Hospitalidade In: Dias, Célia Maria de Moraes (org.) *Hospitalidade, Reflexões e Perspectivas*. São Paulo: Manole.
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630–648. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>.
- Beltrame, L. (2008). Turismo e educação: um ensaio sobre bases conceituais e práticas para o turismo pedagógico. Monografia de graduação de turismo. IGC/UFMG.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2006). *Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais*. Brasília: Gabinete do Ministro.
- Brasil. Ministério do Turismo. *Lei nº 11.771/08*, de 17 de setembro de 2008. *Lei Geral do Turismo nº 11.771/08*, de 17 de setembro de 2008. Brasília, DF, p. 1-22. Recuperado de: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2008/lei/111771.htm14. Acesso em: 8 jan. 2023.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2010). *Turismo de Estudos e Intercâmbio: orientações básicas*. 2. ed. Brasília, Ministério do Turismo.
- Brasil. Ministério do Turismo. (2022). *Número de Agências de Intercâmbio Quintuplica para Atender Demanda Crescente*. Recuperado de: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/ultimas-noticias/numero-de-agencias-de-intercambio-quintuplica-para-atender-demanda-crescente>. Acesso em: 19 dez. 2022.
- Brandão, E., & Carvalho, B. (2003). Imagem corporativa: marketing da ilusão. *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*, 2, 189-205.
- Camargo, L. O. de L. (2003). Os domínios da hospitalidade. In: Decker, A. F M & Bueno, M. S. *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Camargo, L. O. de L. (2004). *Hospitalidade*. Coleção ABC do Turismo. 2 ed. São Paulo: Aleph.
- Camargo, L. O. de L. (2019). Hospitalidade, turismo e lazer. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(3), 1-15. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i3.1749>.
- Cox, R.; Busch, N. (2018). *As an Equal? Au Pairing in the 21st Century*. London: Zed Book.
- Christou, E. (2003). Guest loyalty likelihood in relation to hotels' corporate image and reputation: a study of three countries in Europe. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 10(3-4), 85-99.

- Crompton, J. (1992). Structure of vacation destination sets. *Annals of Tourism Research*, 19(3), p. 420-434.
- Dantas, S. R. (2021). *Au pair: programa de intercâmbio cultural ou importação de mães substitutas?* 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso, f. 30, UNB, Brasília – DF. Recuperado de: <https://bdm.unb.br/handle/10483/32844>. Acesso em: 20 maio. 2023.
- Delaney, K A. (1994). A Response to Nannygate: Untangling US Immigration Law to Enable American Parents to Hire Foreign Child Care Providers. *Indiana Law Journal*, 70, 305.
- Doné, P. D.; Gastal., S. (2012). Intercâmbio: um Segmento Turístico Cultural, Educacional, Profissional e Humano. In: SEMINTUR: *Anais do VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*, 7, 2012, Caxias do Sul. Anais [...]. Caxias do Sul: UCS. Recuperado de: http://www.convibra.com.br/upload/paper/2013/37/2013_37_6900.pdf. Acesso em: 18 jul. 2023.
- Facchin, G. (2019). *A Percepção Cultural no Programa de Au Pair: Um Estudo entre Brasileiras e Famílias anfitriãs Norte-Americanas*. Caxias do Sul/RS, Universidade de Caxias do Sul.
- Fonseca, J. J. S. (2002). *Apostila de metodologia da pesquisa científica*. Fortaleza, UEC.
- Gonçalves, T. G. (2013). O jogo da mala como recurso psíquico em vivências de pré-embarque por parte de jovens intercambistas. *Cadernos UniFOA*, 8(21), 29-36. <http://doi.org/10.47385/cadunifoa.v8.n21.43>
- Hosany, S., & Gilbert, D. (2010). Measuring Tourists' Emotional Experiences toward Hedonic Holiday Destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513-526. <https://doi.org/10.1177/0047287509349267>.
- Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S., Caušević, S., & Odeh, K. (2015). Measuring Tourists' Emotional Experiences: Further Validation of the Destination Emotion Scale. *Journal of Travel Research*, 54(4), 482-495. <https://doi.org/10.1177/0047287514522878>.
- Kopplin, Z. (2017). *They Think We Are Slaves: the U.S. au pair program is riddled with problems*. *Politico Magazine*, New Orleans, EUA. Recuperado de: <https://bdm.unb.br/hahttps://www.politico.com/magazine/story/2017/03/au-pair-program-abuse-state-department-214956/.ndle/10483/32844>. Acesso em: 12 mai. 2023.
- Lashley, C., Morrison, A. (2004). *Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri/SP, Manole.
- Lashley, C. (2008). Studying hospitality: Insights from social sciences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(1), 69-84. <https://doi.org/10.1080/15022250701880745>.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140(22), 44-53.

- Leão, L. M. (2019). *Metodologia do estudo e pesquisa: facilitando a vida dos estudantes, professores e pesquisadores*. Petrópolis/ RJ, Vozes.
- LII (2022). Legal Information Institute. *Art. 22 da Lei nº 62. 31*. Recuperado de: <https://www.law.cornell.edu/cfr/text/22/62.31>. Acesso em: 10 jun. 2022.
- Mousinho, A. A. (2019). *Au pairs brasileiras e suas rotas desviantes: história oral e vidas móveis*. [Dissertação de Mestrado, Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo].
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007) Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of travel research*, 46(2), 119-132.
- Rahimian, S., ShamiZanjani, M., Manian, A., & Esfiddani M. R. (2020). Developing a Customer Experience Management Framework in Hoteling Industry: A Systematic Review of Theoretical Foundations. *Journal of Business Management*, 12(3), 523-547. <https://doi.org/10.22059/JIBM.2020.292231.3718>.
- Richardson, R. J., Peres, J. A., Wanderley, J. C. V., Correia, L. M., & Peres, M. D. H. D. M. (1985). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo, Atlas.
- Rodrigues, M. B. & Adrião, K. G. (2018). Considerações Acerca do Trabalho Doméstico Remunerado a partir do Feminismo Decolonial. *XX Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero*. Recuperado de: <https://www.sinteseeventos.com/site/redor/G17/GT17-09-Mariana.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2023.
- Schmitt, B. H. (2002). *Marketing experimental—Exame*. São Paulo, NBL Editora.
- Sebben, A. S. (2001). *Um estudo exploratório sobre o intercâmbio cultural com a contribuição da psicologia intercultural e da educação intercultural*. [Dissertação de Mestrado, Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina].
- Souza, M. P. (2018). Perspectiva Quali-Quanti no método de uma pesquisa. *Encontro Internacional de Formação de professores e Fórum permanente de Inovação Educacional*, 11(11), 28-45.
- Students Travel Bureau. (2022). *Interesse por intercâmbios cresce entre os brasileiros*. (25 mar. 2023). Recuperado de: <https://www.stb.com.br/busca?q=brasileiros+em+intercambio&url=>. Acesso em: 05 mai. 2023.
- Tamião, T. S. (2010). Revisão da literatura sobre intercâmbio cultural estudantil: renovação das práticas turísticas. *Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. Universidade de Caxias do Sul.

- Tavares, A., & Braga, D. (2008). Mercado de intercâmbio. In: D. Braga (2008). *Agências de viagens e turismo: práticas de mercado*. São Paulo, Campus.
- Tomazzoni, E. L., & Oliveira, C. C. (2013). Turismo de intercâmbio: perfis dos intercambistas, motivações e contribuições da experiência internacional. *Turismo-Visão e Ação*, 15(3), 388-408.
- TravelMate. (2023). *Au Pair*. Programas. Recuperado em: <https://www.travelmate.com.br/programas/au-pair/>. Acesso em: 06 jul. 2023.
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367-1386. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>.
- Utsumi, M. C., Cazorla, I. M., Vendramini, C. M. M., & Mendes, C. R. (2007). Questões metodológicas dos trabalhos de abordagem quantitativa apresentados no GT19-ANPEd. *Educação Matemática Pesquisa: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Educação Matemática*, 9(1), 83-101.
- Wirtz, D., Kruger, J., Scollon, C. N., & Diener, E. (2003) What to do on spring break? The role of predicted, on-line, and remembered experience in future choice. *Psychological Science*, 14(5), 520–524. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.034>.
- Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. São Paulo, Aleph.

Artigo recebido em: 21/03/2023

Avaliado em: 06/04/2023

Aprovado em: 08/09/2023