



## MOCHILEIROS: UM SEGMENTO A SER EXPLORADO NO BRASIL

Douglas Eigi Sawaki<sup>1</sup>

Júlia Flores Hüller Sawaki<sup>2</sup>

Eduardo Hack Neto<sup>3</sup>

Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

**Resumo:** No Brasil, o planejamento do turismo não contempla o mercado mochileiro como acontece com outros segmentos, talvez pela falta de informação devido à escassez bibliográfica e aos preconceitos em relação a eles. Por isso, o problema de pesquisa foi: Qual a contribuição do mochileiro tradicional para o turismo sustentável? O objetivo geral foi investigar este público em relação à sustentabilidade do turismo. Utilizaram-se a abordagem teórica, de dados secundários, e o conhecimento empírico, com base na experiência dos autores como mochileiros. Constatou-se que esse tipo de viajante tende a interagir positivamente com a população, contribui para a manutenção do patrimônio cultural, distribui melhor os benefícios econômicos, minimiza os efeitos da sazonalidade, requer menos investimentos em infraestrutura e serviços e incentiva o empreendedorismo.

**Palavras-chave:** Segmento mochileiro, turismo sustentável, mercado potencial

### 1. INTRODUÇÃO

Em geral, planejadores, gestores e empreendedores do setor do turismo no Brasil possuem pouco interesse pelo segmento mochileiro (AOQUI, 2005). Nota-se grandes investimentos em infraestrutura e divulgação do turismo de luxo e de eventos ao contrário do que acontece com o segmento em questão (OLIVEIRA, 2005). Um dos motivos do desinteresse do poder público e privado pode ser devido o desconhecimento sobre a contribuição dos mochileiros tradicionais para os três aspectos do turismo sustentável (social, econômico e ambiental) decorrente da falta de informação causada pela escassez bibliográfica no país (OLIVEIRA, 2005).

---

<sup>1</sup> Acadêmico do Curso de Turismo e Hotelaria – UNIVALI – SC <douglas.sawaki@hotmail.com>

<sup>2</sup> Acadêmica do Curso de Turismo e Hotelaria – UNIVALI – SC <julia.sawaki@hotmail.com>

<sup>3</sup> Doutorando do Curso de Geografia – UFPR, Mestre em Turismo e Hotelaria - UNIVALI – SC, Pós-Graduado em Ecoturismo – CEDEMPT – PR, Pós-Graduado em Consultoria Empresarial – UNIVEL – PR, Graduado em Administração - Hab. Comércio Exterior – UNIFOZ –PR, Email: eduardohackn@hotmail.com.

Observam-se também diversos preconceitos em relação a eles, tanto do poder público e privado quanto da sociedade, o que também influencia na decisão de não investir turismo mochileiro (ou *backpacking tourism*, como é denominado no exterior). Porém a imagem que se tem no Brasil a respeito dos mochileiros é a do *hippie* (AOQUI, 2005) ou, quando há algum conhecimento menos errôneo, do mochileiro contemporâneo, completamente diferente do mochileiro tradicional. Por isso, o problema de pesquisa que orientou a presente investigação foi: Qual a contribuição do mochileiro tradicional para o turismo sustentável?

A pesquisa bibliográfica teve caráter qualitativo, pois a abordagem teórica dos livros, artigos científicos e trabalhos de conclusão de curso nos levaram à coleta de dados secundários de autores estrangeiros especializados no assunto como Erik Cohen (2004), Mark Hampton (1998), Camille O'Reilly (2006), Philip Pearce (2007), Anders Sorensen (2003), Julie Wilson (2008), Greg Richards (2008) e o brasileiro Rui Oliveira (2005), entre outros. Em complemento, utilizou-se o conhecimento empírico adquirido como mochileiros na Ásia.

A investigação pretende fortalecer a escassa produção científica no Brasil a respeito deste segmento, esclarecer quem são eles, demonstrar a contribuição econômica, sociocultural e ambiental, e também pretende incentivar a investigação de novos temas relacionados a este segmento para aumentar o conhecimento sobre a realidade dos mochileiros no Brasil, notavelmente diferente da observada em outros países.

O presente artigo apresenta primeiramente a conceituação do segmento mochileiro, a diferenciação entre o mochileiro tradicional e o contemporâneo, assim como o perfil e motivação deles, seguido das origens históricas do fenômeno e termina com a contribuição do mochileiro tradicional para o turismo sustentável do ponto de vista social, econômico e ambiental. Espera-se dessa forma diminuir preconceitos e demonstrar um mercado potencial ao Brasil.

## **2. O SEGMENTO MOCHILEIRO**

Cohen (1973 *apud* OLIVEIRA, 2005) aponta que há dois tipos de turistas, os institucionalizados, que são os que precisam sentir segurança, organizam suas viagens por intermédio de agências, reservam acomodação e transporte, evitam riscos e procuram situações familiares, e os turistas não-institucionalizados, ou seja, aqueles que desejam novidades, são independentes na organização, estão dispostos a correr riscos e tem o orçamento limitado, do qual o grupo dos mochileiros faz parte.

O termo “mochileiro” é a tradução livre de *backpacker* e foi introduzido por Pearce em 1990 em seus estudos para diferenciá-los dos outros turistas (PARIS, 2008). Eles são comumente estereotipados devido a sua origem histórica, porém não são homogêneos como aparentam, por isso Cohen (2004) afirma que há uma grande lacuna entre a ideologia original e a prática atual de parte dos mochileiros, que se assemelham mais ao turista comum do que eles mesmos admitem. Alteljevic e Doorne (2002 *apud* OLIVEIRA, 2005) têm a mesma visão que Cohen e afirmam que isso se deve ao fato de que o turismo mochileiro está cada vez mais institucionalizado, portanto, os autores dividem o segmento mochileiro em dois grupos distintos, o mochileiro tradicional (denominado em alguns momentos deste estudo apenas como “tradicional”) e o mochileiro contemporâneo. O’Reilly (2006) concorda com a distinção dos tipos de mochileiros e afirma que há uma linha divisória que marca a fronteira entre o mochileiro “real” (aquele que viaja por mais de dois meses e meio) e o turista que viaja utilizando uma mochila por menos tempo (normalmente o período das férias escolares ou do trabalho), chamado de *short-term backpacker* (mochileiro de curta duração) ou *backpacker light* (mochileiro brando). Nessa linha de pensamento, Jarvis (2004 *apud* IAN e MUSA, 2008) denomina o subsegmento como *holiday backpacker* (mochileiros de férias/feriado).

Segundo Paris (2008) entre os mochileiros de curta duração pode haver dois perfis diferentes, aqueles que são mochileiros de longa data e que hoje, por compromissos pessoais não podem viajar por longos períodos (chamados *flashpackers*), e aqueles mais jovens que não viajam por longos períodos devido à cultura atual de não ficar *off* (“desligado” do seu cotidiano) por muito tempo.

Com a popularização e aumento da quantidade de praticantes o fenômeno mochileiro está se modificando e tornando o segmento mochileiro cada vez mais heterogêneo. Enquanto o mochileiro tradicional quer fugir do modelo de consumo ocidental, o mochileiro contemporâneo se aproxima desse modelo.

Devido à realidade econômica brasileira e a fatores culturais, embora não haja diferenciações de categoria no Brasil, encontram-se mais brasileiros que são *holiday backpackers* do que mochileiros tradicionais, o que tem deturpado a imagem dos mochileiros no país, uma vez que são os tradicionais os mais benéficos por terem características de turistas alternativos.

Ruschmann (2002, p. 102) afirma que turismo alternativo “opõe-se ao turismo de massa e caracteriza-se pelo pequeno porte dos equipamentos tanto de hospedagem, como de transporte”. Krippendorf (2001) complementa ao afirmar que o turista alternativo busca dissociar-se do turista de massa, agir diferentemente, ficar fora das veredas batidas pelo

turismo, se possível ir a lugares inexplorados, interagir com os nativos, alojar-se como os hábitos locais e utilizar-se dos meios de transporte público do país. Seguindo a ótica de Ruschmann e Krippendorf, os mochileiros tradicionais podem ser enquadrados como turistas alternativos, pois buscam viagens experienciais e entram mais em contato com a cultura e a população receptora.

Os mochileiros tradicionais são caracterizados como turistas que se organizam de forma independente, se informam previamente sobre os aspectos históricos e culturais do local a ser visitado, realizam uma prolongada jornada contada em meses ao invés de dias, de múltiplos destinos, com um itinerário flexível, utilizam serviços econômicos de alimentação, de meios de transporte e de acomodações mais por opção do que por limitação financeira, embora isso também ocorra (SORENSEN, 2003; O'REILLY, 2006; OLIVEIRA, 2005). Eles costumam viajar sozinhos ou com apenas um acompanhante, mas não descartam a possibilidade de conhecer outros mochileiros durante a viagem e continuar a jornada inteira ou parte dela com as novas companhias.

Já os mochileiros contemporâneos, apesar de não utilizarem pacotes turísticos e viajarem individualmente, aparentam ser um grande grupo massificado, pois “mochilam” por períodos menores e, portanto, priorizam os destinos turísticos mais conhecidos. Dessa forma contribuem para a aglomeração espacial, podendo causar maiores prejuízos ambientais e atritos socioculturais.

Segundo Sorensen (2003) a maioria dos mochileiros tem entre 18 e 33 anos, sendo mais visível a presença de mochileiros entre 22 e 27 anos. Os tradicionais variam entre jovens que viajam por longos períodos antes de iniciar o estudo superior até adultos que buscam uma oportunidade para realizar uma longa viagem aproveitando a transição entre empregos. Esse hábito dos jovens é tão comum em alguns países, que recebe denominação específica: no Reino Unido é chamado de *Gap Year* (parada de um ano); na Austrália e na Nova Zelândia, de *Big O.E.*, termo usado para *overseas experience*, ou experiência além-mar (O'REILLY, 2006 e AOQUI, 2005); e em Israel denomina-se *Big Trip* (grande viagem) e é praticada por cerca de 50 mil jovens israelenses por ano (MAOZ, 2008).

Os mochileiros que viajam para locais muito distantes, onde há necessidade de utilizar transporte aéreo, procuram prolongar o máximo possível a jornada, porque o custo da passagem aérea é o que mais pesa no orçamento deles. Para eles, viajar entre cidades, e principalmente entre países, por vias terrestres ao invés de aérea é um dos grandes atrativos da viagem, como explana Jess (2004, p. 23) ao afirmar que “a viagem é vista como uma atração em si e certamente como parte da experiência turística”. Quanto mais longo o trecho e quanto

mais rústico o meio de transporte, mais conhecem o país e o povo. Esses deslocamentos ocupam boa parte dos dias da jornada deles e geram “desvios de rota” que permitem experiências únicas.

Existe entre os mochileiros tradicionais uma característica interessante, o *road status*, que é algo como o “currículo” do mochileiro (SORENSEN, 2003). O *road status* é “obtido” ao pagar o preço local (ao invés do preço praticado para os turistas) através da pechincha, ao viajar fora da “rota batida” do turismo (*beaten track*, que se refere aos atrativos massificados), ao viajar por tempo prolongado, ao ter experiências inusitadas, ao viajar por terra ao invés de avião e ao economizar com alimentação e hospedagem o máximo possível para estender o tempo de viagem.

Outra característica é “demonstrar” experiência através do uso de roupas, mochilas e equipamentos com a aparência de velhos, e da adaptação e criação de equipamentos e acessórios utilizados na viagem.

### 3. ORIGEM DOS MOCHILEIROS

Apesar de o turismo mochileiro ter características de alguns tipos de viagens praticadas há séculos, não há uma consonância sobre a verdadeira origem do grupo. Cohen (1973 *apud* OLIVEIRA, 2005) diz que o *backpacker tourism* atual se desenvolveu a partir dos *Grand Tours* dos séculos XVII e XVIII, realizadas por homens jovens, nobres ou da alta classe européia, acompanhada por um professor particular, a fim de ganhar experiência pessoal. Já Adler (1985 *apud* OLIVEIRA, 2005) diz que o turismo jovem, econômico e de longa duração se originou das peregrinações (*tramping*) da classe trabalhadora jovem dos séculos XVII e XVIII, em que exerciam seu ofício de vila em vila e, durante a viagem, se educavam, se aventuravam e visitavam os destinos. Com o passar dos anos, este sistema passou a ser praticado por trabalhadores imigrantes sem qualificação, tornando esse tipo de viagem característico das classes mais pobres (AOQUI, 2005). Segundo Oliveira (2005, p. 401), “mais tarde esse estilo de viagem independente passou a ser adotado também pela jovem classe média, exclusivamente com propósitos turísticos”. A prática do *tramping* era comum em toda a Europa e as associações de artesãos das cidades os recebiam com grande hospitalidade.

O estilo de realizar viagens econômicas usando mochilas e percorrendo diversos caminhos e por um longo período de tempo, modificou-se após a Segunda Guerra Mundial, quando jovens europeus e norte-americanos, chamados *drifters*, começaram a realizar viagens

pedindo carona, cada qual em seu continente (OLIVEIRA, 2005). Os *drifters* são os viajantes que não planejam nada com antecedência, seguem sem rumo definido, são extremamente econômicos e correm riscos maiores. Cohen (1973 *apud* O'REILLY, 2006) afirma que o fenômeno *drifter* refere-se, às vezes, às viagens *hippies* dos anos 1960 e 1970 e Oliveira (2005) complementa ressaltando que os jovens viajantes começaram a explorar locais periféricos como forma de contrariar a política ocidental dominante. Os *drifters* entraram em declínio devido à hostilidade da Guerra Fria - entre 1947 e 1991- que transformou a rota por terra até o Sudeste Asiático (a rota preferida deles) perigosa demais. A trilha que unia a Europa à Índia e Nepal foi interrompida no final da década de 1970 por uma série de guerras, revoluções e crises políticas nos países que faziam parte da trilha. Somente nessa década foi estabelecido um conceito ao mochileiro diferenciando-o do movimento *hippie*, mas foi na década de 1980, que o fenômeno voltou a crescer gradualmente. Porém o perfil do viajante começou a se alterar, esse viajante passou a ter mais escolaridade, ser majoritariamente europeu, de classe média, solteiro, obsessivamente preocupado em gastar pouco. Mesmo com as mudanças, muitas pessoas ainda associam a imagem desses dois personagens, os mochileiros e os *hippies* dos anos 1960-70, como sendo o mesmo (RILEY, 1988 *apud* OLIVEIRA, 2005).

Se antes o turismo mochileiro era visto como uma atividade marginal, associada a drogas, aos *hippies* e aos aventureiros irresponsáveis, hoje, os mochileiros da Europa, Oceania e América do Norte realizam grandes viagens como uma espécie de ritual de passagem, o encerramento de um ciclo da vida pessoal, seja antes da entrada na vida universitária, na saída dela ou em um período entre empregos. Viajar emergiu como uma importante qualificação informal, uma espécie de formação educacional paralela, como uma certificação profissional através da obtenção de experiência, pois os mochileiros visam o desenvolvimento pessoal, a complementação educacional (SORENSEN, 2003; MYERS e HANNAM, 2008; PEARCE e FOSTER, 2007 e O'REILLY, 2006). Durante as últimas três décadas, os mochileiros se tornaram um fenômeno em evidência, fortalecidos pelas facilidades advindas da globalização, que abriu novos horizontes pelo aumento das facilidades de viagens internacionais, pelo aumento da disponibilidade de hospedagens econômicas e pelo trade turístico voltado para este segmento, mesmo que ainda incipiente em muitos países.

#### 4. A CONTRIBUIÇÃO DO SEGMENTO PARA O TURISMO SUSTENTÁVEL

O crescimento do fenômeno mochileiro foi acompanhado por inúmeras mudanças nos serviços oferecidos a eles e nas mudanças espaciais com o fortalecimento de enclaves *backpackers* (WILSON e RICHARDS, 2008), como a Rua *Khao San*, em Bangkok, o Bairro *Thamel*, em Kathmandu, e a região do *Old Quarter*, em Hanói. Este fato deu visibilidade ao fenômeno despertando o interesse de alguns países desenvolvidos como Austrália, Nova Zelândia e muitos da Europa, e de países em desenvolvimento como os do sudeste asiático.

Na Austrália, por exemplo, o governo tem desde 1995 dados estatísticos sobre o mercado mochileiro em esfera nacional e regional, e investe em divulgação e infra-estrutura (TOURISM AUSTRALIA, 2008). O país foi o pioneiro na política de desenvolvimento do *backpacking tourism* ao criar a Estratégia Nacional de Desenvolvimento do Turismo Mochileiro, que contribuiu para que o crescimento do mercado de 160 mil mochileiros em 1994 para 485 mil em 2004. Estima-se que este mercado corresponda a 22% das receitas do turismo no país, ou seja, 2.5 bilhões de dólares australianos, apesar de representar 10% dos visitantes (BUREAU OF TOURISM RESEARCH, 2005 *apud* JARVIS e PEEL, 2008). O crescimento anual do segmento é de 3,5%, enquanto que o turismo internacional convencional cresce à taxa de 1,4% no país (TOURISM AUSTRALIA, 2008). O mercado *backpacker* australiano, de tão consistente, incentivou a rede hoteleira Accor a criar a marca *Base*, com tipologia hoteleira de albergues (BASE, 2010).

A Nova Zelândia também desenvolve estratégias para atrair mochileiros. O país estabeleceu um programa de treinamento para albergues, desenvolvido pelo Ministério do Turismo para melhorar a relação entre visitantes e anfitriões (THE MINISTRY OF TOURISM OF NEW ZEALAND, 2008). A Nova Zelândia conta com o *Kiwi Experience*, uma linha regular de ônibus que permite diversos embarques e desembarques na rota que atende as duas ilhas do país. Tal serviço também existe na Austrália, onde é chamado *Oz Experience*.

Na África do Sul, uma ONG chamada *Backpacking South Africa* (2008) traz todo tipo de informação necessária para atrair mochileiros estrangeiros e mantê-los por grandes períodos de tempo. Lá o sistema de transporte para mochileiros por diversos pontos do país e da Suazilândia, com conexões para Lesoto e Moçambique e com embarque e desembarque ilimitados, inclusive na porta de 180 albergues ao longo da rota é chamado *Baz Bus* (NIGGEL e BENSON, 2008). Ações como essas fizeram o turismo mochileiro crescer 21% em 2001, enquanto o turismo convencional cresceu 11% no mesmo período (SMITH, 2003 *apud*

NIGGEL e BENSON, 2008). Esses três países são referência em organização e investimento quando se fala de *backpacking tourism*, isso acontece porque eles perceberam que este tipo de turismo proporciona diversos benefícios.

Richards e Wilson (2004 *apud* Paris, 2008) pontuam que o impacto econômico deste segmento só não é maior devido, em partes, a uma errônea concepção de planejadores e gestores do turismo sobre os impactos que o turismo mochileiro pode trazer ao destino. O segmento mochileiro não é o único modelo que pode beneficiar os países em desenvolvimento, porém é um segmento que contribui para desenvolver o turismo sustentável. O Brasil tem grande potencial para atrair o público mochileiro estrangeiro e para criar demanda nacional, pois o país apresenta características apropriadas para o desenvolvimento deste tipo de viagem e tem atrativos naturais e culturais que os mochileiros buscam em suas viagens.

Sachs e Vieira (2007) explicitam algumas características do desenvolvimento sustentável sem se referir diretamente ao turismo, tampouco ao turismo mochileiro, mas tais características se relacionam claramente com o segmento. Para os autores, a sustentabilidade social e cultural vem em primeiro lugar, seguido da sustentabilidade ambiental e depois pela sustentabilidade econômica e política. O primeiro consiste em alcançar um justo grau de homogeneidade social, distribuição equitativa de renda, pleno emprego e/ou auto-emprego permitindo a produção de meios de subsistência decente, equilíbrio entre o respeito à tradição e a inovação, autonomia, endogeneidade e autoconfiança.

Visto que “o propósito mais elevado do turismo é aproximar pessoas que vivem em diferentes locais e países, pois isso aumenta a compreensão e a apreciação, que constroem um mundo melhor para todos” (GOELDNER *et al.* 2002, p.191), a contribuição do turista alternativo pode ser marcante, pois a interação positiva entre estes e os atores sociais seguem tal linha de pensamento. Os mochileiros tradicionais costumam se colocar no mesmo patamar da comunidade receptora e costumam não considerar a própria cultura superior ou inferior à cultura visitada (MUZAINI, 2005) e considerando que não há cultura melhor ou pior nessa relação, eles convivem pela troca sadia de lições e ensinamentos. Giaretta (2003) complementa dizendo que o mochileiro é um turista ideal, socialmente correto, pois busca conhecer de fato o lugar e a cultura.

Por viajar de forma independente e se interessar pelos atrativos culturais, o mochileiro pode ser benéfico na manutenção da cultura tradicional, pois, segundo Swarbrooke (2000, p.37), “uma das ameaças do turismo cultural são as viagens culturais organizadas em pacotes”. A ameaça ocorre em destinações que alteram os aspectos originais para atrair e



satisfazer a demanda, quando o mais sustentável seria o visitante se adaptar a oferta e se aprofundar no modo de vida local, valorizando assim a autenticidade cultural. Apesar das muitas alterações que ocorrem, por exigir experiências autênticas, os viajantes alternativos são grandes incentivadores da manutenção de aspectos culturais e do fortalecimento desta identidade.

O guia de viagem Lonely Planet atenta à troca cultural entre a comunidade local e os mochileiros, informando os cursos disponíveis sobre culinária, ofícios, artesanato tradicionais de cada destino. Por ter mais tempo disponível, são os mochileiros tradicionais que em geral se matriculam nesses cursos para estrangeiros e ajudam a gerar renda, melhorar a auto-estima dos autóctones e estimular a manifestação de tais atividades através do interesse e curiosidade.

A consolidação de áreas como reduto de mochileiro tem diminuído problemas sociais em algumas áreas urbanas, como é o caso de Kampung em Jogyakarta (Indonésia), que deixou de ser considerada área de prostituição e tráfico de drogas (HAMPTON, 1998) e do reduto mochileiro da Rua *Khao San*, a única área da cidade de Bangkok que não é caracterizada pelo turismo sexual. No Brasil, segundo Aoqui (2005), o centro velho de São Paulo, nas proximidades da Praça da República, onde anteriormente havia mais criminalidade e marginalização, começa a se valorizar como área *backpacker*. Lá já é possível encontrar traslado para o aeroporto, casas de câmbio, posto de informações turísticas e boa diversidade de albergues.

Uma crítica aos mochileiros é que para garantir que suas economias vão durar por todo o período da viagem, às vezes eles barganham ao extremo, ao ponto de explorar os comerciantes que estão desesperados pela venda e aceitam pequenas margens de lucro pelos produtos (AOQUI, 2005 e SPEED, 2008). Vale destacar que essa atitude, considerada rude pelos comerciantes, é desencorajada pelos guias de viagem para mochileiros, que explicam quais são os impactos da barganha exagerada e instruem os mochileiros a pesquisar e conhecer a realidade econômica do local para ter subsídios para barganhar até o ponto em que o preço seja bom para ambos os lados. Segundo o Lonely Planet (2008) o que deve ser praticado é a arte da negociação, ponto importante da cultura de algumas sociedades, de forma a trocar experiência e se divertir na hora das compras.

Um aspecto relevante, mais do que o mercado turístico considera, é o montante que o mochileiro gasta no período da viagem, tanto que, segundo a Organização Mundial do Turismo (WTO, 2008), a imagem de viajante sem dinheiro está ultrapassada, pois os viajantes jovens ficam mais tempo e gastam mais do que o turista de massa. Se por um lado o

mochileiro é econômico em relação às acomodações e restaurantes, por outro lado, viaja por um período de tempo maior, gastando no total mais do que o turista convencional - que gasta mais por dia, porém viaja por menos tempo – como acontece na Austrália, onde, segundo Oliveira (2005) os turistas convencionais gastam 2.772 dólares australianos com permanência média de 24 dias enquanto o segmento mochileiro gasta mais do que o dobro, 4.857 dólares australianos em um período de 64 dias. Os mochileiros gastam menos por dia, porém tendem a permanecer mais tempo e a movimentar a economia de locais onde o turista convencional não visita, pois objetivam sair do chamado *beaten track*. Tal postura contribui para melhorar a distribuição de renda, visto que, o mochileiro visita localidades de menor fluxo de turistas e fortalece a economia de locais pouco visitados, como confirmam Peel e Steen (2007), ao dizer que o turismo mochileiro contribui em uma área geográfica mais ampla, ao invés de contribuir apenas em alguns poucos destinos turísticos. Ainda segundo os autores, o mochileiro internacional, em 2004, visitou em média 6,2 regiões da Austrália, enquanto o turista convencional visitou em média duas regiões. A ONG *Backpacking South Africa* (2008) tem a mesma visão e afirma que o mercado mochileiro é importante para complementar a indústria do turismo da África do Sul, pois diminuem a pobreza e oferecem grandes oportunidades em áreas rurais onde o turista convencional não visita. Goeldner *et al* (2002) destaca que há também, além dos impactos diretos das despesas turísticas, os impactos indiretos (ou multiplicadores), que circulam na economia local e fortalecendo-a, mantendo empregos ou até mesmo criando novos, não só diretos como também indiretos.

Devido à característica de não utilizar serviços receptivos por meio de pacotes turísticos, o mochileiro contribui para melhor distribuição de renda em relação aos transportes locais, pois costuma utilizar o meio de transporte tradicional do destino turístico, como os *ciclorickshaws* ou *autorickshaws*, na Índia e no Vietnã, e os *tuk-tuks*, semelhantes aos *autorickshaws*, na Tailândia e Camboja, ao invés de beneficiar apenas as empresas de transportes turísticos. Essa “exposição” do mochileiro à realidade local pode proporcionar maior interação com a população local, com o comércio e com os serviços, possibilitando aumentar o efeito multiplicador, ao contrário do que ocorre com os pacotes turísticos que oferecem transporte privativo entre aeroporto, hotel e atrativos, evitando contato com a população local.

Ainda sobre a melhor distribuição de renda, Pobocik e Butalla (1998 *apud* AOQUI, 2005) afirmam que os *trekkers* (montanhistas) em grupo gastam US\$31,00 por dia por um pacote para circuitos do Annapurna, no Nepal, bem mais do que os US\$ 6,00 por dia gasto pelos *trekkers* independentes. Porém tudo o que o grupo consome em uma expedição

contratada é comprada na capital Kathmandu e carregada pela equipe contratada montanha acima enquanto os *trekkers* independentes consomem em estabelecimentos familiares dentro do circuito Annapurna, contribuindo para o fortalecimento da economia das minorias étnicas que residem nas montanhas.

O mochileiro também é notável pela melhor distribuição temporal, pois evita viajar na alta temporada, e dessa forma, minimiza os efeitos negativos da sazonalidade. Segundo o Plano Nacional do Turismo 2007-2010 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010) a taxa de permanência de turistas estrangeiros é de 14 dias no Brasil, enquanto que, segundo Oliveira (2005), a média de dias que os mochileiros estrangeiros pretendiam viajar no Brasil era de 52 dias, isto equivale a 370% mais dias do que o turista convencional. Oliveira (2005) ainda constatou que pouco mais de 37% dos mochileiros estrangeiros chegaram ao Brasil entre os meses de agosto e outubro, e que mais de 15% chegaram ao mês de fevereiro. Levando-se em conta o longo período de viagem do segmento, pode-se afirmar que mais da metade dos mochileiros estrangeiros movimentam o turismo na baixa temporada brasileira.

Cerca de 70% dos mochileiros entrevistados por Oliveira (2005) afirmaram que planejaram viajar por mais de três meses consecutivos, por outros países no mesmo “mochilão”, antes ou depois de visitarem o Brasil, isso significa que eles têm ainda mais tempo disponível para viajar do que o destinado ao Brasil. Entre os entrevistados, 84% afirmaram não se lembrar de ter visto propagando do Brasil no país de origem. Pode-se concluir que se houver marketing direcionado a eles, estes poderiam viajar por períodos ainda maiores e visitar atrativos secundários, visto que não são atingidos pela mídia.

Quanto ao empreendedorismo, é importante salientar que Sachs (2003, p.118), afirma que “há razões para acreditar que os benefícios sociais e econômicos serão tão maiores quanto mais ampla for a participação de pequenos negócios no alojamento, alimentação e na organização do lazer”. Peel e Steen (2007) e Ian e Musa (2008) afirmam que a maioria dos albergues são de propriedade familiar e operam com pouco capital. Apesar do fato de que nem todos os mochileiros se hospedam em albergues e de que nem todos os albeguistas são mochileiros, um exemplo do relativo baixo investimento no setor de acomodação é esse meio de hospedagem, assim como as *guest houses*, comuns no Sudeste Asiático. Nessa região, apesar do crescimento de construções de *guest houses* devidamente planejados para atendê-los, como acontece em Siem Reap – Camboja, e em Chiang Mai – norte da Tailândia, a maioria das *guest houses* são casas de família adaptadas para atender mochileiros.

Como os mochileiros não são muito preocupados com amenidades comuns no turismo de massa como torneira com água quente (às vezes nem mesmo chuveiro quente),

restaurantes internacionais com comida ocidental e variada opção de bebidas, transportes e quartos com ar condicionado, são necessários menos recursos para o desenvolvimento de equipamentos turísticos que os satisfaçam.

Hampton (1998) concorda e afirma que apesar de o turismo de larga escala ser o que mais gera divisas, necessita enormes investimentos na implantação, ao contrário, do turismo mochileiro que não requer investimento estrangeiro para a construção e operação. Os padrões de consumo do turista alternativo tendem a beneficiar os estabelecimentos periféricos, em vez das grandes companhias, como acontece na Austrália segundo AOQUI (2005), com os albergues, pubs, lojas e pequenas operadoras de turismo, que são uma contrapartida à repatriação de dinheiro comum no turismo de luxo, que em geral demanda itens de conforto importado.

Além disso, as grandes redes hoteleiras internacionais geralmente oferecem não mais do que oportunidades de emprego operacionais para a comunidade local, pois para os cargos gerenciais, normalmente contrata mão-de-obra de outras regiões, enquanto que o turismo mochileiro os encoraja a tornarem-se pequenos empreendedores. Há uma marcante diferença entre fazer a limpeza de um hotel de luxo e ser proprietário de *guest house* ou de outros serviços voltados aos mochileiros.

Em relação ao meio ambiente, os mochileiros tradicionais causam impactos menores do que o turista massificado, tanto direta quanto indiretamente, uma vez que os albergues e pequenas pousadas são, geralmente, adaptações de construções já existentes, o que minimiza o uso de recursos naturais para a construção da rede hoteleira.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este artigo focou principalmente os aspectos positivos do segmento mochileiro, mais especificamente do mochileiro tradicional, porém há que se ressaltar que esse tipo de turismo também gera impactos negativos, alguns deles são semelhantes aos impactos causados pelo turismo convencional, em maior ou menor escala, e outros são característicos desse segmento, entre eles: comportamento irresponsável e desrespeitoso, sujeira e lixo, barulho em excesso, atrito social, meios de hospedagens econômicos sem padrão de segurança e higiene, carros comprados para viagem temporária que posteriormente são abandonados nas ruas, inflação excessiva nos destinos, entre outros. Portanto, cabe também realizar estudos para compilar esses aspectos negativos a fim de obter um contraponto aos aspectos positivos, para analisar, conforme as características de cada destino, se o turismo mochileiro pode ou não ser benéfico.

Espera-se que esse estudo possa abrir novos horizontes no Brasil sobre o mercado mochileiro em relação às políticas públicas através de pesquisa de demanda direcionada, de planejamento estratégico, de marketing nos mercados emissores de mochileiros, de campanhas para esclarecer ao *trade* os benefícios do segmento e de incentivos ao empreendedorismo nessa área. O estudo não pretende estabelecer conceitos e sim semear um campo de estudo que merece atenção devido ao aproveitamento infinitamente abaixo do potencial e devido à importância para a atividade turística no Brasil.

## 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AOQUI, Cássio. **Desenvolvimento do segmento backpacker no Brasil sob a ótica do marketing de turismo**. 2005, 217 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo, 2005.

**BACKPACKING SOUTH AFRICA**. Disponível em: [www.backpackingsouthafrica.co.za](http://www.backpackingsouthafrica.co.za)  
Acesso em: 26 de outubro de 2008.

**BASE**. Disponível em <http://www.stayatbase.com/> Acesso em: 26 de março de 2010.

COHEN, Erik. Backpacking: Diversity and change. In **The global nomad: backpacker travel in theory and practice**. RICHARDS, Greg; WILSON, Julie. Clevedon: Channel View, 2004

GIARETTA, Maria José. **Turismo da juventude**. São Paulo: Manole, 2003.

GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. **Turismo**: princípios, práticas e filosofias. 8ª Ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HAMPTON, Mark P. Backpacker tourism and economic development. **Annals of Tourism Research**. v. 25, n. 3, p. 639-660, 1998.

IAN, Lee Tze; MUSA, Ghazali. Uncovering the international backpackers to Malaysia. In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. **Backpacker tourism**: concepts and profiles. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

JARVIS, Jeff; PELL, Victoria. Study backpackers: Australia's short-stay international student travellers. In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. **Backpacker tourism**: concepts and profiles. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

JESS, Jeferson. **Turismo alternativo e cultura backpacker**. 2004, 50 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro de Ciências Jurídicas e Sociais – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2004

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Aleph, 2001

**LONELY PLANET**. Disponível em: [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com) Acesso em: 22 de outubro de 2008.

MAOZ, Darya. The backpacking journey of israeli women in mid-life. In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. **Backpacker tourism**: concepts and profiles. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional do Turismo 2007-2010**: uma viagem de inclusão. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/turismo/o\\_ministerio/plano\\_nacional](http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/plano_nacional)> . Acesso em: 24 mar. 2010.

MYERS, Linda; HANNAM, Kevin. Women as backpacker tourists: a feminist analysis of destination choice and social identities from UK. In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. **Backpacker tourism**: concepts and profiles. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

MUZAINI, Hanzah. Backpacking Southeast Asia: Strategies of “looking local”. **Annals of tourism research**. v. 33, n.4, p.1441-161, 2007

NIGGEL, Christine; BENSON Angela. Exploring the motivations of backpackers: the case of South Africa. In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. **Backpacker tourism**: concepts and profiles. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

OLIVEIRA, José Rui. Turismo backpacker/mochileiro. In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.

O'REILLY, Camille Caprioglio. From drifter to gap year tourist: mainstreaming backpack travel. **Annals of Tourism Research**. v. 33, n. 4, p. 998-1017, 2006.

PARIS, Code. **The backpacker market**: targeting a mobile population through online communities. Saarbrücken: VDM, 2008

PEARCE, Philip; FOSTER Faith. A university of travel: Backpacker learning. **Tourism Management**. v. 28, n.4, 2007

PEEL, Victoria; STEEN, Adam. Victims, hooligans and cash-cows: media representations of the international backpacker in Australia. **Tourism management**, v.28, n.4, 2007.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Turismo no Brasil**: análise e tendências. São Paulo: Manole, 2002.

SACHS, Ignacy. **Inclusão social pelo trabalho**: desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte no Brasil. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

SACHS, Ignacy; VIEIRA, Paulo Freire. **Rumo à socioeconomia**: teoria e prática do desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2007

SORENSEN, Anders. Backpacker ethnography. **Annals of Tourism Research**. v. 30, n. 4, p. 847-867, 2003.

SPEED, Clare. Are backpackers ethical tourists? In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. **Backpacker tourism: concepts and profiles**. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética**. Vol. 5, São Paulo: Aleph, 2000.

**THE MINISTRY OF TOURISM OF NEW ZEALAND**. Disponível em: <http://www.tourism.govt.nz> Acesso em 04 de agosto de 2008.

**TOURISM AUSTRALIA**. Disponível em: [www.tourism.australia.com](http://www.tourism.australia.com) Acesso em: 03 de agosto de 2008.

WILSON, Julie; RICHARDS, Greg. Suspending reality: an exploration of enclaves and the backpacker experience. In HANNAM, Kevin; ATELJEVIC, Irena. **Backpacker tourism: concepts and profiles**. Clevedon: Channel View Publications, 2008.

**WORLD TOURISM ORGANISATION**. Disponível em: [www.unwto.org](http://www.unwto.org) Acesso em: 25 de outubro de 2008.