

**GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE ESTADO DO MEIO AMBIENTE**

**PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO DO ECOTURISMO NA
REGIÃO DA MATA ATLÂNTICA, SP**

**ESTUDO DE DEMANDA RECEPTIVA INTERNACIONAL
DO SEGMENTO DE TURISMO *BACKPACKER***

Consultor Rui José de Oliveira

Fevereiro, 2005

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	P.03
1. TURISMO BACKPACKER – CONCEITOS.....	P.05
2. DIMENSIONAMENTO DO SEGMENTO BACKPACKER.....	P.07
3. TURISMO BACKPACKER NO BRASIL.....	P.15
4.1.PERFIL DO VIAJANTE ESTRANGEIRO BACKPACKER NO BRASIL E CARACTERÍSTICAS DAS VIAGENS.....	P.15
4. TURISMO BACKPACKER – ARGUMENTOS E RECOMENDAÇÕES.....	P.78
5.1. RECOMENDAÇÕES PARA ATRAÇÃO DOS BACKPACKERS.....	P.82
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	P.85
ANEXO 1 - Viajantes Nacionais.....	P.86

1. INTRODUÇÃO

Desde que o turismo começou a conquistar a preferência de grande parte da população mundial como uma forma de lazer, entre outros motivos das viagens, muitos trabalhos foram desenvolvidos, em diversas áreas do conhecimento, para tentar compreender esse fenômeno de maneira mais profunda.

Existem muitas maneiras de classificar o mercado turístico, sob diferentes perspectivas, como o modo de organização da viagem, a afluência dos turistas, o grau de institucionalização, os aspectos motivacionais, o nível econômico e os tipos comportamentais entre outros, que foram e continuam a ser propostas por diversos autores de todas as partes do mundo.

Há não mais de duas décadas, alguns pesquisadores sugeriram um novo termo para denominar o estilo de viagem praticado por jovens, baseado na liberdade de escolha e na utilização de serviços econômicos, pois sua conceituação ainda se mostrava um tanto emaranhada nas várias classificações propostas até então. Estamos falando do turismo *backpacker* ou mochileiro.

O crescimento desse segmento de viajantes, cujo comportamento se distingue da maioria dos turistas convencionais, fez com que alguns autores se debruçassem para pesquisá-lo, tanto sobre seus aspectos intrínsecos, como perfil demográfico, motivações, processo de compra, atitudes e interações, quanto aos externos, como os fatores culturais e econômicos. Ainda assim, pode-se considerar limitado o número de textos, artigos e livros relacionados ao tema.

No Brasil, o estudo sobre os mochileiros até o momento, é ainda mais restrito embora, como poderá ser constatado mais adiante, nosso país apresente características apropriadas para o incremento desse tipo de turismo internamente e potencial para atrair os viajantes independentes e econômicos de origem estrangeira.

Para se ter uma idéia da importância desse segmento para alguns países na atualidade, basta verificar o que revelam alguns dados da Comissão Australiana de Turismo¹ : um total de 468 mil *backpackers* visitaram aquele país em 2003, o que representou 11% dos visitantes da Austrália; foram responsáveis por 30 milhões de pernites ou 25% do total de pernites de turistas no país; e gastaram 2,3 bilhões de dólares australianos, participando com 20% dos gastos efetuados por turistas estrangeiros na Austrália em 2003.

Obviamente esses números não foram alcançados por acaso. Na verdade demonstra o resultado de um trabalho consistente dirigido ao segmento de turistas *backpackers*, que vem sendo desenvolvido há alguns anos pelas instituições e organizações que planejam o turismo na Austrália. E não é somente naquele longínquo país que os *backpackers* internacionais costumam e têm planos de desembarcar. Porém, alguns destinos estão atentos e têm aproveitado essa oportunidade e outros nem tanto.

Em recente pesquisa realizada por um dos mais respeitados guias de viagens destinados aos *backpackers* – *Lonely Planet*² – sobre os destinos que seus leitores gostariam de visitar na próxima viagem, o Brasil aparece em terceiro lugar, atrás apenas da Austrália e do Chile.

¹ AUSTRALIAN GOVERNMENT, Tourism Australia, Tourism Info. Disponível em:
<http://www.tourism.australia.com/NewsCentre.asp?lang=EN&sub=0315&al=968>
Acesso em: 23/09/2004.

² SOUZA, L. Para mochileiros, Brasil é o 3º destino mais desejado. Folha de São Paulo, São Paulo, 10 fev 2005. Folha Turismo, p. 10.

Denominada *Travellers Pulse Survey*, a votação anual foi realizada pela Internet e contou com a participação de mais de 20 mil pessoas de 167 diferentes países. Considerando a classificação por região, a Europa foi a primeira colocada com 28% dos votos, seguida da Ásia (24%), América do Sul (16%), América Central (16%) e Austrália e Pacífico (15%). Conclusão: Os *backpackers* estrangeiros querem visitar o Brasil. Parte da difícil tarefa, de chamar a atenção, despertar o interesse e desencadear o desejo da visita já estão conquistados. Cabe ao Brasil transformar essa intenção de viagem em realidade através da oferta de produtos e serviços direcionados a esse segmento de turistas estrangeiros.

Mas, quem são os mochileiros estrangeiros que viajam pelo Brasil ? Quantos são, quanto gastam, quanto tempo permanecem no país, qual é o seu perfil, quais são seus interesses e motivações, quais as cidades que visitam, do que gostam e o que os desagrada? Será que pertencemos àquele grupo de países que valoriza esse segmento ou daquele outro que o despreza ? Tentaremos responder algumas dessas indagações nesse estudo.

2.TURISMO BACKPACKER – CONCEITOS

Backpacker é a denominação atual mais utilizada mundialmente para descrever os turistas que viajam de maneira independente, flexível e econômica. Numa tradução literal, esta palavra do idioma inglês significa “pessoa que carrega uma mala às costas”. O termo em português que melhor traduz esse significado seria “mochileiro”.

Vale a pena esclarecer que muitas vezes mochileiro é equivocadamente confundido com sacoleiro, este sendo entendido como o indivíduo que faz viagens com a finalidade de comprar mercadorias das mais diversas espécies, para posterior revenda no local de origem. Bem diferente disso, os mochileiros são viajantes independentes que têm como propósito conhecer vários destinos de uma forma mais espontânea e econômica, interagindo com seus pares e com a comunidade local. Assim, neste trabalho utiliza-se ambos termos, o original em inglês – *backpacker* – e a tradução em português – mochileiro – como sinônimos, uma vez que tanto um quanto outro vêm sendo utilizados em nosso país, tanto por agências e operadoras de turismo, quanto por diversos meios de comunicação sobre viagens, para se referir a esse segmento do mercado turístico.

Estudiosos do turismo australiano, Loker-Murphy e Pearce³, em artigo intitulado “Jovens Viajantes Econômicos: *Backpackers* na Austrália” discutem a origem desse estilo de viagem e propõem a seguinte definição social contemporânea para o termo *backpacker*:

Turistas jovens e econômicos que mostram preferência por acomodações baratas, enfatizam o encontro com outras pessoas (locais e estrangeiras), organizam o itinerário da viagem de forma independente e flexível, seus períodos de férias são longos e buscam atividades recreativas informais e participativas.

Esses viajantes querem ter independência para escolher quais os atrativos a serem visitados, o tempo de permanência em cada local, os meios de locomoção a serem utilizados, os locais de hospedagem e o percurso a ser seguido. Não estão preocupados com luxo e conforto, mas sim com segurança, higiene e praticidade. Seus recursos financeiros, mais por uma questão de opção do que por limitação (embora isso também ocorra), privilegiam reduzidas despesas em hospedagem, transporte e alimentação, em benefício de atividades que lhes proporcionem maior prazer ou para o prolongamento do período de viagem.

Esse grupo de turistas aventureiros ou exploradores, como também são chamados, tem na liberdade a sua principal motivação de viagem, razão pela qual dispensam os pacotes comercializados por agências turísticas. Objetivam através de suas viagens visitar e apreciar, não apenas as principais paisagens e os atrativos turísticos mais comuns e famosos, mas também experimentar e aprender ao máximo a cultura de cada um dos países visitados.

Swarbrooke e Horner⁴ citam como características de viagem dos *backpackers*: a independência, o desejo de manter os gastos ao mínimo possível, a tendência de tentar escapar dos locais turísticos tradicionais e a possibilidade de estender a duração da viagem além do período comum de duas semanas de férias. Mencionam que esta última

³ LOKER-MURPHY, L.; PEARCE, P. L. **Young Budget Travelers: Backpackers in Australia.** Annals of Tourism Research, vol. 22, nº. 4, p. 819-843, 1995.

⁴ SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O Comportamento do Consumidor no Turismo**, São Paulo: Aleph, 2002. 405 p.

característica se deve ao fato de que a maioria dos mochileiros serem jovens estudantes, que têm períodos de férias mais longos, ou envolver pessoas que tiram um ano de férias para viajar, geralmente antes ou depois do curso universitário. Portanto, é um estilo de viagem baseado na idéia de permanecer um longo tempo de férias viajando. De acordo com esses autores, destinos intercontinentais, como o sudeste da Ásia e a América do Sul, são populares para esses turistas, geralmente provenientes dos países desenvolvidos.

Pesquisa conduzida na Austrália por Murphy⁵ confirma essas características e apresenta as razões que levam os turistas a escolher o estilo *backpacker* de viagem: aspectos econômicos, oportunidade de conhecer e se relacionar com outras pessoas, ter uma experiência mais real e melhor do país, o prolongamento do tempo de viagem, a maior independência e flexibilidade durante a viagem, a experiência prévia como *backpacker* e recomendação de outras pessoas.

Uriely, Yonay e Simchai⁶ caracterizam os mochileiros como viajantes de longos períodos, sem planos rígidos e apenas uma vaga idéia a respeito de seu retorno, possuem limitações orçamentárias que determinam despesas baixas, utilizam restaurantes econômicos, usam transporte público e não se hospedam em lugares caros. Têm mais oportunidades de interagir com a população local e estão em busca de aventura, autenticidade e experiências mais profundas. Segundo os autores os *backpackers* deveriam ser considerado uma forma e não um tipo de turismo.

Para Aramberri⁷, em citação de Locker-Murphy e Pearce, o turismo *backpacker* demonstra reduzida organização da viagem, possui maior flexibilidade de decisões, possibilita tomar parte em interações culturais, requer longo tempo disponível, tem recursos financeiros limitados e utiliza meios de hospedagens menos confortáveis.

Diante das diversas conceituações e descrições apresentadas, pode-se dizer que turismo *backpacker* / mochileiro é um estilo de viagem independente, espontâneo e econômico, adotado principalmente por jovens em viagens de longa duração, com a finalidade de conhecer o maior número de destinos e obter um aprendizado mais verdadeiro sobre as culturas locais através da experiência de interagir com a comunidade.

Os *backpackers* / mochileiros caracterizam-se por visitar, além dos principais atrativos turísticos, lugares pouco explorados, manter intenso contato entre os viajantes para troca de informações, hospedagens em locais econômicos como albergues da juventude, utilização de transporte público, consulta de guias de viagens internacionais (tipo Lonely Planet) e internet, prática de atividades de entretenimento junto à natureza e desejo de conhecer mais e mais regiões do mundo.

⁵ MURPHY, L. **Exploring Social Interactions of Backpackers**. Annals of Tourism Research, vol. 28, nº. 1, p. 50-67, 2001.

⁶ URIELY, N.; YONAY, Y.; SIMCHAI, D. **Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis**, Annals of Tourism Research, vol. 29, nº.2, p. 520-538, 2002.

⁷ ARAMBERRI, J. **The Nature of Youth Tourism: Motivations, Characteristics and Requirements**. In: International Conference on Youth Tourism - World Tourism Organization, 1991, New Delhi apud LOKER-MURPHY, L.; PEARCE, P. L. **Young Budget Travelers: Backpackers in Australia**. Annals of Tourism Research, vol. 22, nº. 4, p. 819-843, 1995.

3. DIMENSIONAMENTO DO SEGMENTO *BACKPACKER*

O turismo mochileiro ainda apresenta sérias dificuldades em relação à mensuração de sua representatividade frente aos dados do turismo global. Pode-se dizer que são exceções os países em que os estudos estatísticos de demanda, seja nacional ou internacional, contemplam o segmento de *backpackers*, como a Austrália e Nova Zelândia, por exemplo. Neste cenário, torna-se difícil expor dados concretos sobre esse segmento. Uma possibilidade para, ao menos, estimar alguns dados seria a utilização de informações de organizações que guardem relação estreita com os viajantes *backpackers* e que estão presentes nas várias regiões do mundo.

Uma dessas instituições é o Albergue da Juventude, ou melhor, a rede de hospedagem internacional Hostelling International, representada em mais de 80 países. É certo que nem todos os alberguistas são essencialmente *backpackers* e que nem todos os *backpackers* são membros dos Albergues da Juventude, mas podemos afirmar, sem receio de errar, que a grande maioria dos *backpackers* utiliza os Albergues da Juventude como hospedagem, pois são bastante econômicos, promovem a interação entre os viajantes e estão recomendados nos guias de viagens por eles utilizados.

Vale ressaltar que existem albergues independentes que seguem o mesmo modelo dos albergues membros da Federação Internacional dos Albergues da Juventude, ainda que não sejam filiados a nenhuma instituição reguladora, e que em alguns países essa associação sequer conta com representantes.

Considerando que a Federação Internacional dos Albergues da Juventude (*International Youth Hostel Federation* – IYHF) coordena e controla a operação desses estabelecimentos e possui estatísticas internacionais padronizadas internacionalmente, acredita-se que seja possível inferir, mesmo que provisoriamente, o turismo mochileiro a partir dos seus dados⁸. Da mesma forma, será utilizado os dados da Federação Brasileira dos Albergues da Juventude – FBAJ para referências no âmbito nacional⁹. Sempre com as devidas ressalvas e restrições, apresenta-se uma análise dos Albergues da Juventude, agora denominados no Brasil como “HI Hostel”, no período compreendido entre 1994 e 2003.

Em 1994 a IYHF congregava 4.473 albergues, passando em 2003 a contabilizar 3.986 albergues no mundo todo. O gráfico 1 destaca os países que apresentavam as maiores quantidades de Albergues da Juventude no ano de 2003.

⁸ INTERNATIONAL YOUTH HOSTEL FEDERATION, **Statistical Report of International Youth Hostel Federation / 1994 - 2003**, Hertfordshire-England

⁹ FEDERAÇÃO BRASILEIRA DOS ALBERGUES DA JUVENTUDE, **Demonstrativo de hospedes e pernoites / 1994 - 2003**, Rio de Janeiro

Gráfico 1



Fonte: IYHF

Em relação ao crescimento entre 1994 e 2003, ainda a respeito da quantidade de albergues, as principais nações foram a Coréia (17 para 63), Portugal (18 para 40), o Uruguai (14 para 28) e a Itália (51 para 97). Entre os que decresceram estão os Estados Unidos (167 para 118), a Polônia (575 para 410), a França (189 para 158), o Japão (375 para 331) e o Brasil (80 para 71). Vale a pena mencionar que o Brasil chegou a ter 45 albergues em 1998 e, a partir daquele ano, começou sua recuperação.

Em 2003, quase quatro milhões de pessoas eram associados aos Albergues da Juventude em todo o mundo. A tabela 1 apresenta os principais expoentes quanto ao número de sócios em 1994 e 2003, bem como a taxa de evolução neste período.

Tabela 1

**NÚMERO DE ASSOCIADOS AOS ALBERGUES
DA JUVENTUDE NO MUNDO - 1994 / 2003**

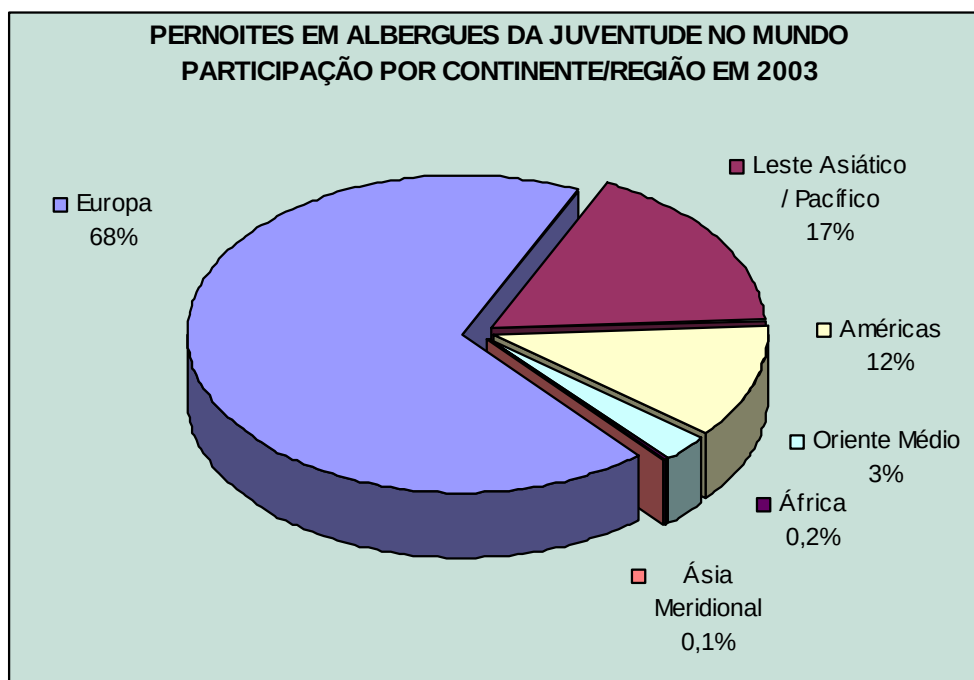
País	Ano	1994	2003	1994 - 2003
		Volume	Volume	Evolução
Alemanha		1.465.028	1.794.511	22,5%
Suécia		322.797	331.261	2,6%
Inglaterra		265.013	314.070	18,5%
França		150.346	154.925	3,0%
Espanha		87.518	134.429	53,6%
Índia		61.198	107.399	75,5%
Polônia		252.419	105.430	-58,2%
Austrália		115.071	98.274	-14,6%
Japão		152.393	97.743	-35,9%
Estados Unidos		114.141	76.894	-32,6%
Dinamarca		12.800	62.008	384,4%
Canadá		38.418	50.303	30,9%
Holanda		37.004	45.600	23,2%
Brasil		55.976	42.457	-24,2%
Total Geral		3.738.720	3.947.684	5,6%

Fonte: IYHF

A quantidade de pernoites efetuada por viajantes estrangeiros nos últimos anos oscilou entre 9.636.387 pernoites em 1994 e 10.113.150 em 2003, tendo atingido sua melhor marca em 1997, com 10.714.766 pernoites.

Conforme pode ser observado no Gráfico 2, a Europa foi a região que mais recebeu hóspedes estrangeiros em seus Albergues da Juventude, demonstrando uma larga diferença em relação às outras regiões/continentes.

Gráfico 2

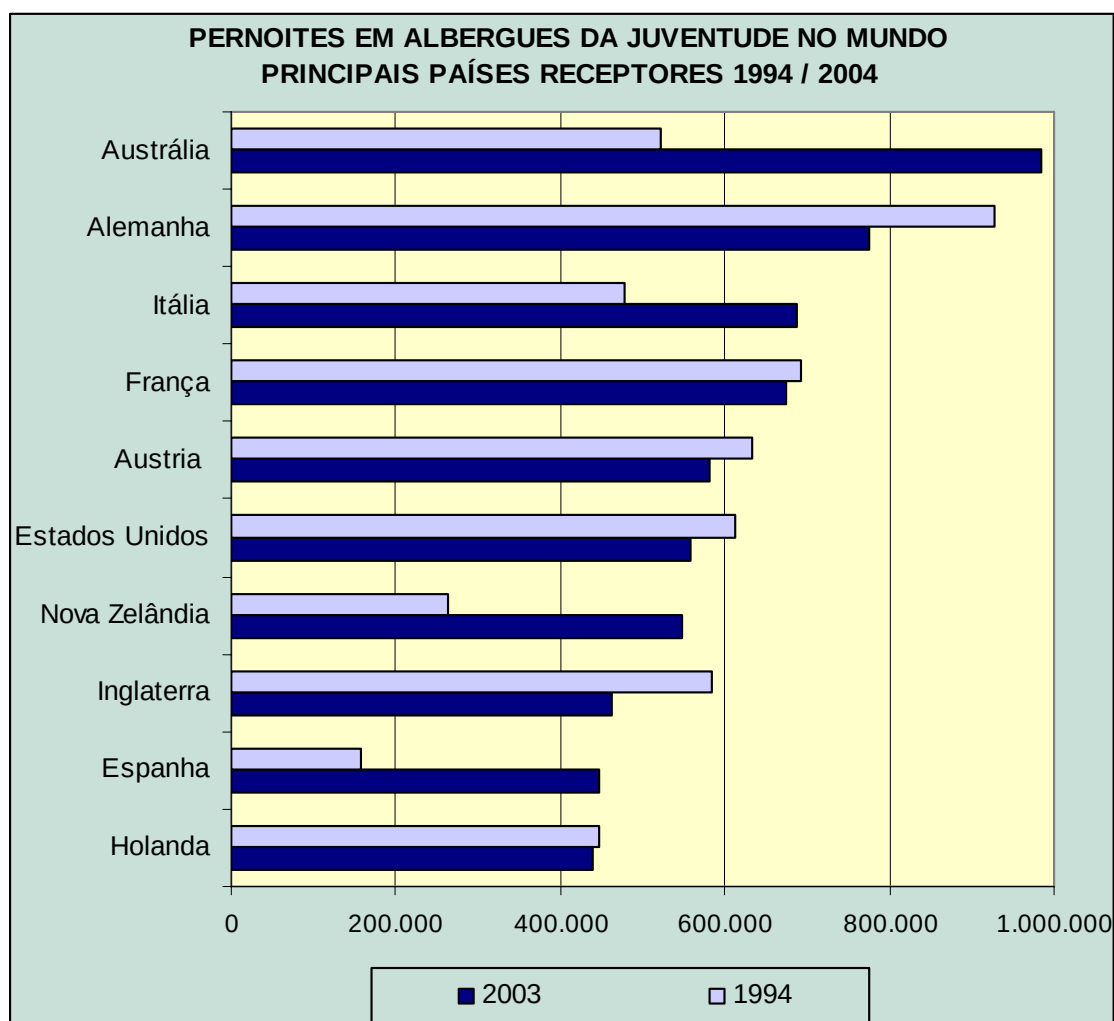


Fonte: IYHF

As regiões que demonstraram crescimento no período de 1994 à 2003 foram o Leste Asiático (70,7%) e as Américas (11,7%). Enquanto que o declínio foi apurado na África (93,2%), Ásia Meridional (58,7%) e Oriente Médio (35,7%). A Europa se manteve estável.

O Gráfico 3 apresenta os principais países receptores de turistas backpackers internacionais, em número de pernoites despendidos nos Albergues da Juventude, no período entre 1994 e 2003.

Gráfico 3



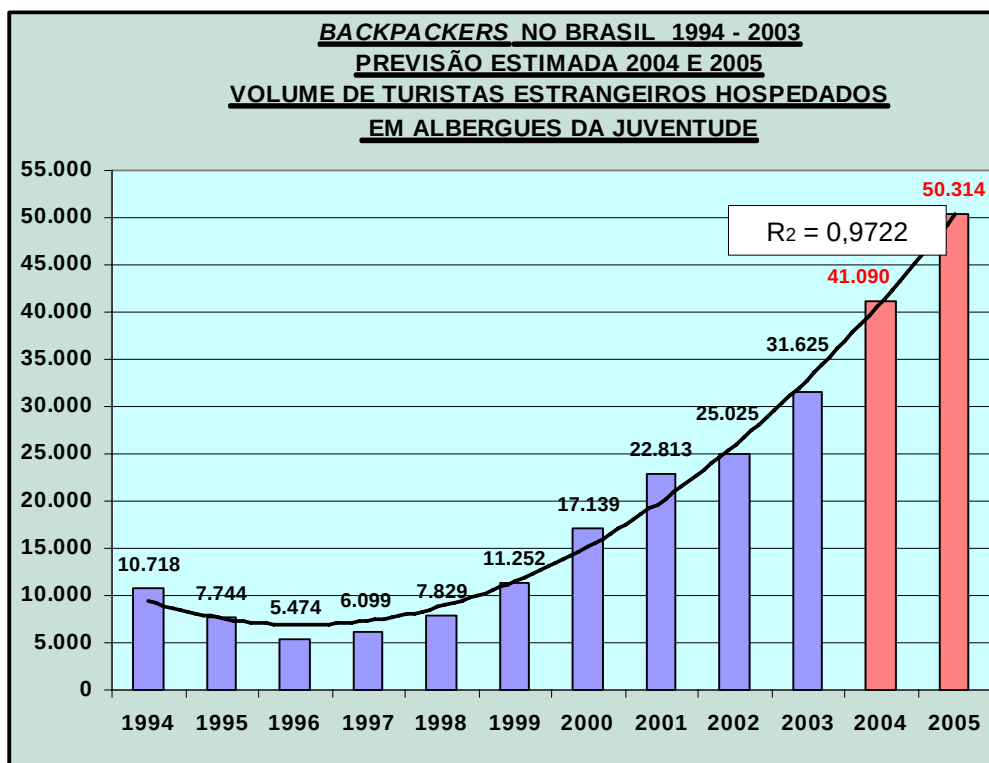
Fonte: IYHF

Dentre os ocupantes dos primeiros postos destacam-se o crescimento da Espanha (185,7%), passando da 20ª colocação para a 9ª, a Nova Zelândia (107,2%), deixando a 14ª posição para alcançar a 7ª, a Austrália (88,9%), movimentando-se do 6º posto para assumir a liderança e a Itália (43,7%), passando de 7ª colocada para a 3ª posição. O Brasil se manteve numa posição intermediária, passando da 29ª colocação em 1994, para a 24ª em 2003, evoluindo de 42.873 para 83.076 pernoites, ou seja, um crescimento de 93,8%.

Em número de turistas, o crescimento alcançado pelo Brasil foi ainda mais significativo. Em 2003 um total de 31.625 *backpackers* estrangeiros se hospedou nos Albergues da Juventude em nosso país, enquanto que em 1994 eram 10.718, estabelecendo uma evolução de 195% no período.

Considerando apenas a evolução histórica nesse mesmo período para estimar o número de turistas estrangeiros que se hospedarão em Albergues da Juventude nos próximos anos, através de uma curva de projeção, chegamos a pouco mais de 41 mil turistas em 2004 e mais de 50 mil em 2005. (Gráfico 4)

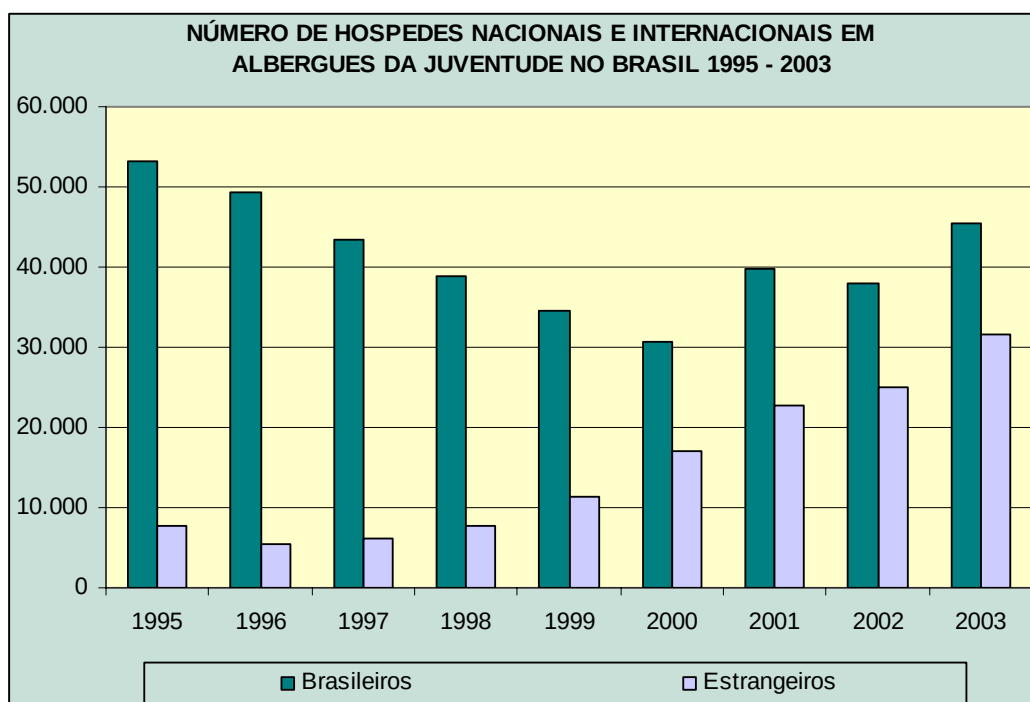
Gráfico 4



Fonte: FBAJ / Estimativa futura desenvolvida pelo autor

Analisando a relação de estrangeiros e brasileiros hospedados em Albergues da Juventude no Brasil, no período de 1995 e 2003, pode-se perceber o avanço da participação dos turistas internacionais, que alcançaram no último ano analisado 41%, ante 12,7% em 1995. O gráfico 5 apresenta esta variação em termos de volume de turistas.

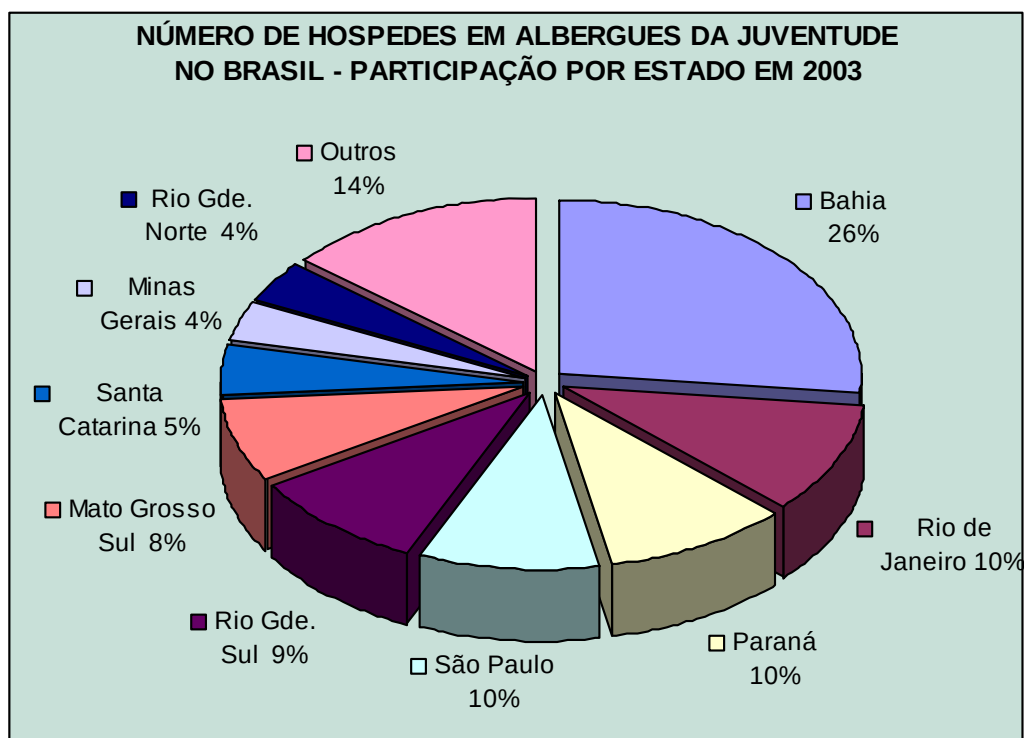
Gráfico 5



Fonte: FBAJ

Dentre os 17 Estados da federação, por onde se distribuem os quase 70 Albergues da Juventude do Brasil, aqueles que apresentaram em 2003 os maiores índices de frequência, somando-se os turistas nacionais e os internacionais, foram Bahia, Rio de Janeiro, Paraná, São Paulo, Rio Grande do Sul e Mato Grosso do Sul. (Gráfico 6)

Gráfico 6

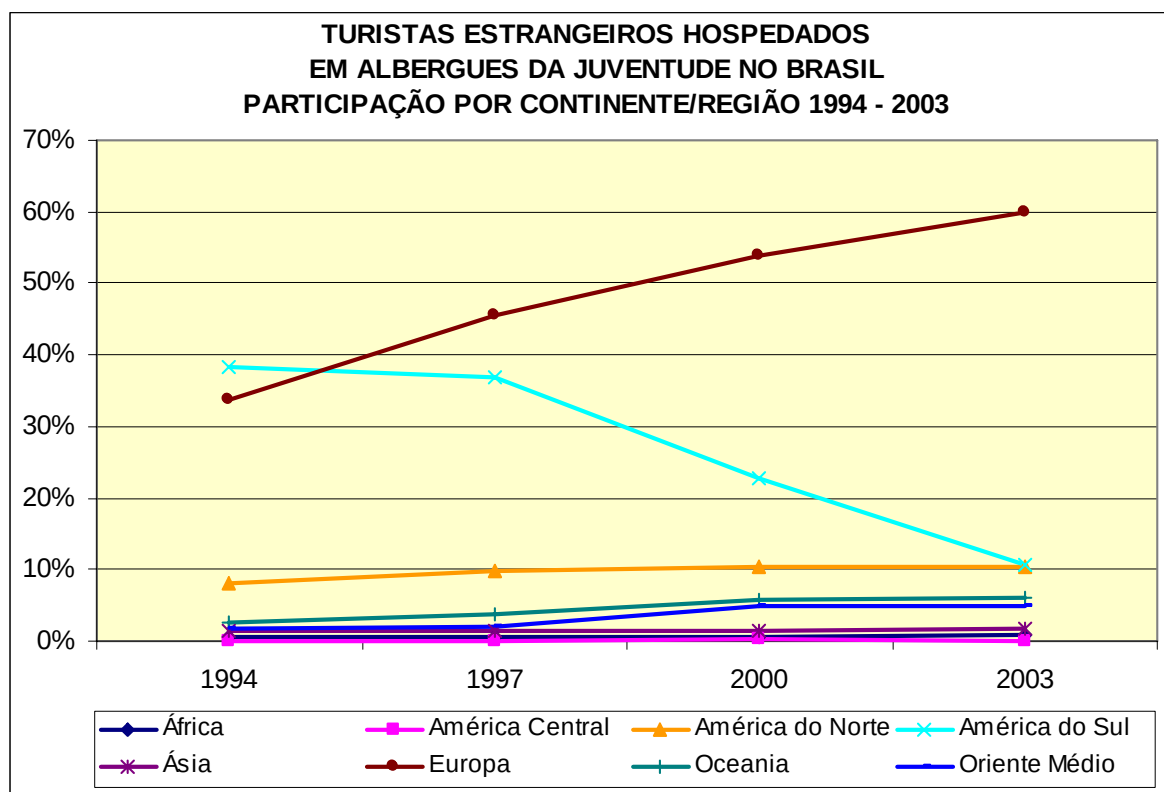


Fonte: FBAJ

Analisando a origem dos turistas por continente/região de hóspedes em Albergues da Juventude em nosso país, verifica-se uma queda abrupta dos provenientes da América do Sul, passando sua representatividade de 38,2% em 1994 para 10,2% em 2003. Em contrapartida, verificamos um crescimento expressivo da participação do Oriente Médio (de 1,6% para 4,9%), da Oceania (de 2,7% para 6,1%) e, principalmente da Europa que evoluiu do patamar de 33,6% em 1994, para nada menos do que 59,8% em 2003. (Gráfico 7)

Em número de turistas as regiões onde as oscilações ascendentes mostraram-se mais representativas, neste mesmo período, foram a América do Norte (de 865 para 3.243), a Europa (de 3.607 para 18.935), a Oceania (de 288 para 1.934) e o Oriente Médio (de 170 para 1.774), enquanto que a América do Sul mostrou uma retração significativa, passando de 4.096 para 3.370 turistas no último ano.

Gráfico 7



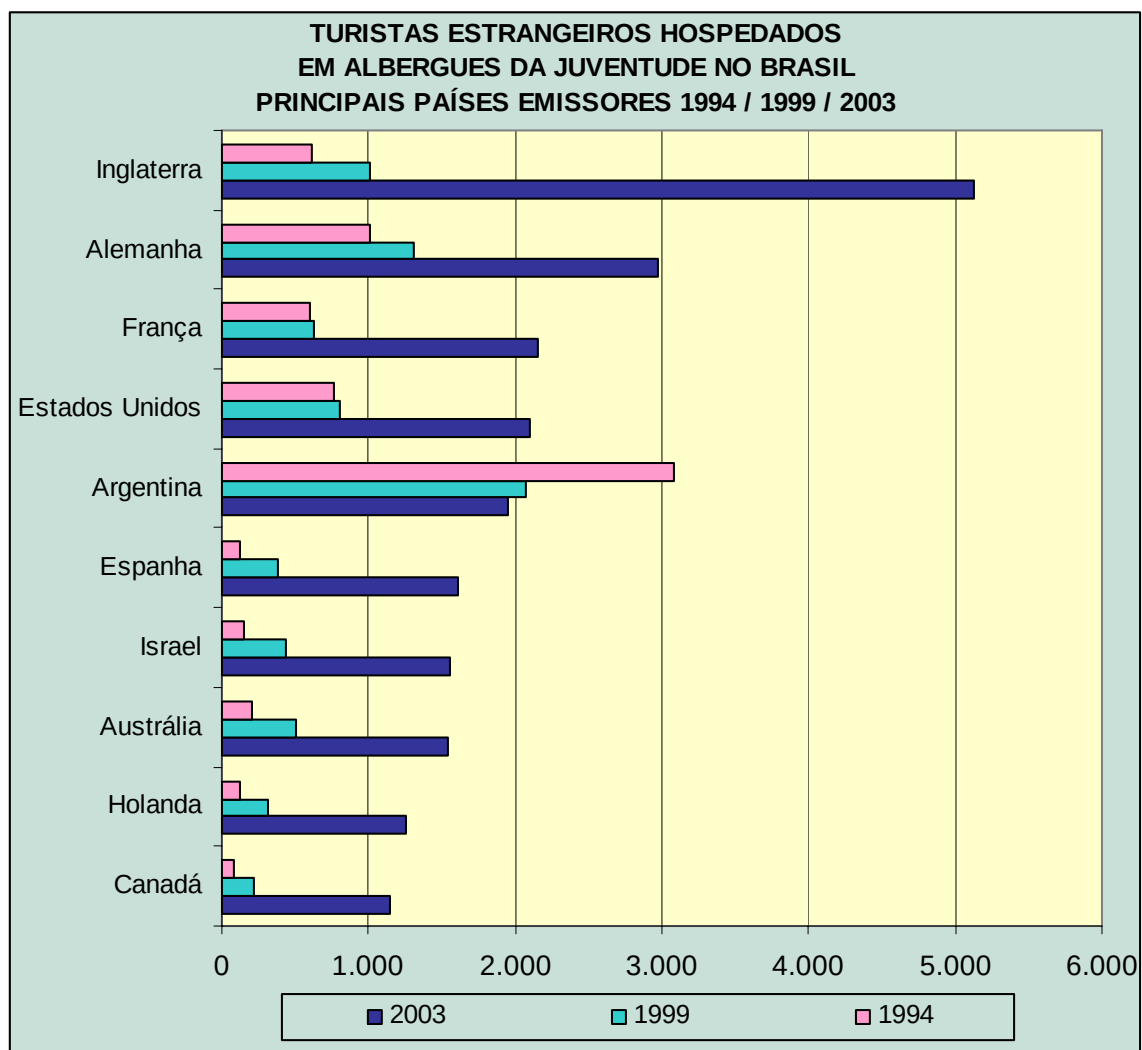
Fonte: FBAJ

Em relação aos países emissores de turistas mochileiros para o Brasil, os 10 principais representam cerca de 70% da totalidade. Em 1994 estavam relacionados os seguintes países com maior número de hóspedes em Albergues da Juventude: Argentina, Alemanha, Estados Unidos, Uruguai, Inglaterra, França, Itália, Chile, Suíça e Austrália. Figurava três países da América do Sul, cinco do continente europeu, um da América do Norte e um da Oceania.

Passados dez anos, várias mudanças aconteceram. Na mais recente lista, referente ao ano de 2003, conforme pode ser observado no gráfico 8, nota-se ainda a participação de cinco países da Europa (com países diferentes em relação a 1994), dois representantes da América do Norte, um país do Oriente Médio, um da Oceania e apenas um da América do Sul.

Foram muitos os países que apresentaram crescimento elevado entre 1994 e 2003, como por exemplo, o Canadá (1.370%), a Espanha (1.102%), a Holanda (963%), Israel (907%), a Inglaterra (743%) e a Austrália (638%). Dentre os países com alguma representatividade que mostraram comportamento oposto destacam-se o Uruguai (-39%) e a Argentina (-37%).

Gráfico 8



Fonte: FBAJ

4. TURISMO *BACKPACKER* NO BRASIL

A fim de relatar o perfil dos viajantes mochileiros e as características das viagens empreendidas por esse grupo no Brasil, recorre-se a estudos desenvolvidos por alguns pesquisadores com objetivos acadêmicos.

O primeiro trabalho aborda o turismo *backpacker* internacional. Foi realizado com 244 turistas estrangeiros *backpackers* que viajaram pelo Brasil, durante os meses de setembro de 1999 a março de 2000, mediante entrevistas realizadas em Albergues da Juventude nas cidades de Salvador, Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu, por Oliveira¹⁰.

O segundo, desenvolvido por Giaretta¹¹ em 2002, busca retratar os turistas nacionais do segmento mochileiro, contando com uma amostra de 400 turistas, formada por 93% de viajantes brasileiros que freqüentaram Albergues da Juventude no Estado de São Paulo ou visitaram a Associação Paulistas de Albergues da Juventude. Em razão do presente estudo tratar da demanda do segmento de turistas *backpackers* internacionais, esse segundo estudo estará disponível no anexo 1.

4.1. PERFIL DO VIAJANTE ESTRANGEIRO *BACKPACKER* NO BRASIL E CARACTERÍSTICAS DAS VIAGENS

A seguir é apresentado o resultado da pesquisa de campo realizada com 244 turistas estrangeiros *backpackers* que viajaram pelo Brasil, durante os meses de setembro de 1999 a março de 2000.

A coleta de dados foi realizada nas três cidades mais visitadas por este segmento de viajantes, segundo os dados levantados junto à Federação dos Albergues da Juventude: Salvador, Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu. Além disso, alguns questionários foram preenchidos no albergue da cidade de São Paulo e outros recebidos via internet/correio (enviados por viajantes contatados durante o início da viagem, que aceitaram colaborar com a pesquisa, respondendo ao questionário logo após o seu término).

Os turistas originários da América do Sul foram excluídos desta pesquisa por três motivos principais:

- a) os sul-americanos não estão listados entre os maiores *backpackers* no plano mundial.
- b) os turistas da América do Sul representaram, em média, aproximadamente 56% dos visitantes em nosso país e 27,2% dos hóspedes dos albergues da juventude. Assim, a amostragem, para representar este segmento fidedignamente, teria que comportar uma grande quantidade de viajantes da nossa região.
- c) o interesse, do pesquisador, em conhecer melhor os *backpackers* estrangeiros representantes de outras regiões, que não a América do Sul.

¹⁰ OLIVEIRA, R. J. OLIVEIRA, R. J. **Turistas Estrangeiros Backpackers em Viagem pelo Brasil: Perfil dos Viajantes e Características da Viagem**. São Paulo, 2003. 380 p. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação – Turismo, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

¹¹ GIARETTA, M. J. **Turismo da Juventude**, São Paulo: Manole, 2002.

NACIONALIDADE

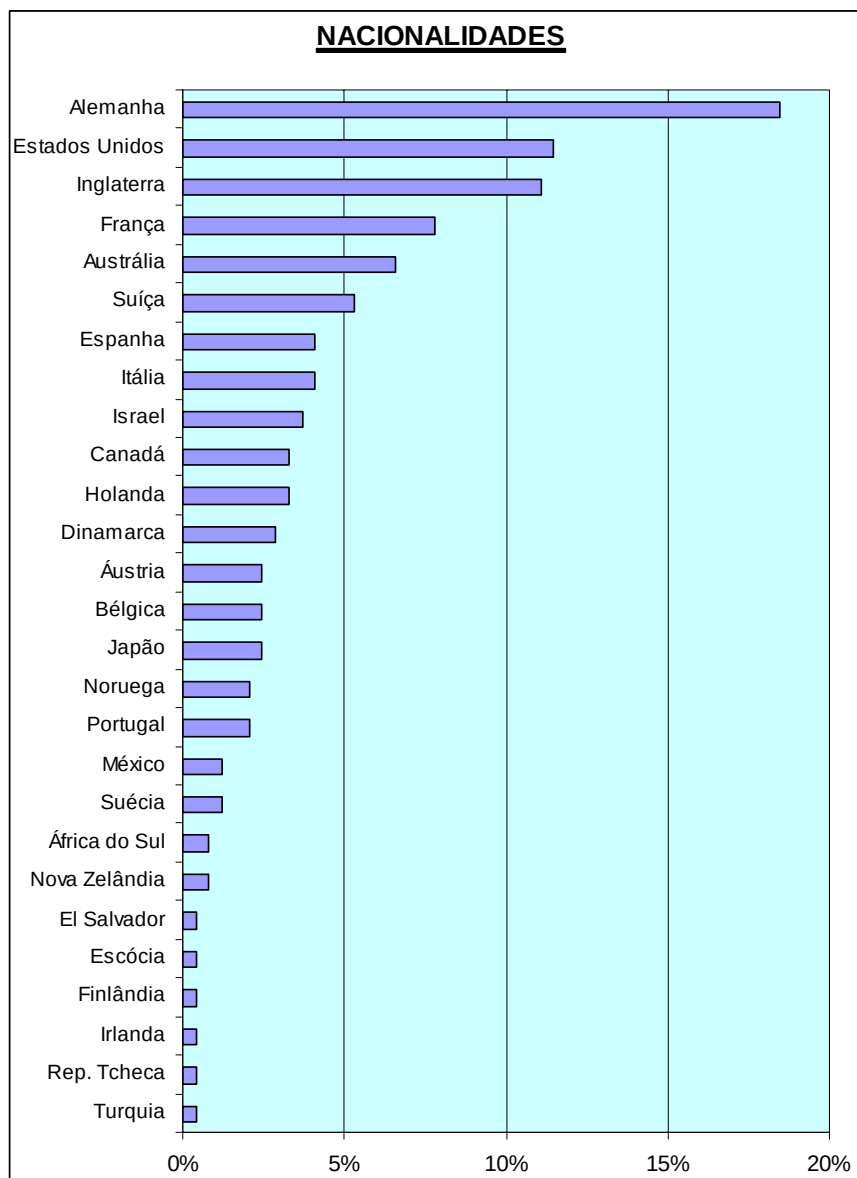
Participaram da investigação viajantes *backpackers* de 27 diferentes nacionalidades. Os países representados na amostra, em ordem decrescente de quantidade de turistas, foram: Alemanha (45), Estados Unidos (28), Inglaterra (27), França (19), Austrália (16), Suíça (13), Espanha (10), Itália (10), Canadá (8), Holanda (8), Dinamarca (7), Áustria (6), Bélgica (6), Japão (6), Noruega (5), Portugal (5), México (3), Suécia (3), África do Sul (2), Nova Zelândia (2), El Salvador (1), Escócia (1), Finlândia (1), Irlanda (1), República Tcheca (1) e Turquia (1).

Faz-se necessário, mais uma vez, esclarecer que esse grupo de nacionalidades é bastante semelhante ao obtido na pesquisa de dados secundários, e, mesmo assim, os dados passaram por uma ponderação a fim de que cada país fosse representado de forma mais fidedigna possível.

Nota-se que apenas as cinco principais nacionalidades correspondem a mais de 55% do grupo de turistas estudado, sendo que os restantes 45% estão divididos entre 22 países diferentes. Embora, em alguns casos, o número de visitantes possa ser considerado estatisticamente suficiente para análises específicas (principalmente os de origem alemã e também os americanos e ingleses), decidiu-se não realizá-las isoladamente por país, sendo preteridas pelas análises dos continentes/regiões mundiais.

Entre as 15 nacionalidades mais bem colocadas, observamos a presença de dez países da Europa, dois da América do Norte, um da Oceania, um do Oriente Médio e um da Ásia.

Gráfico 8

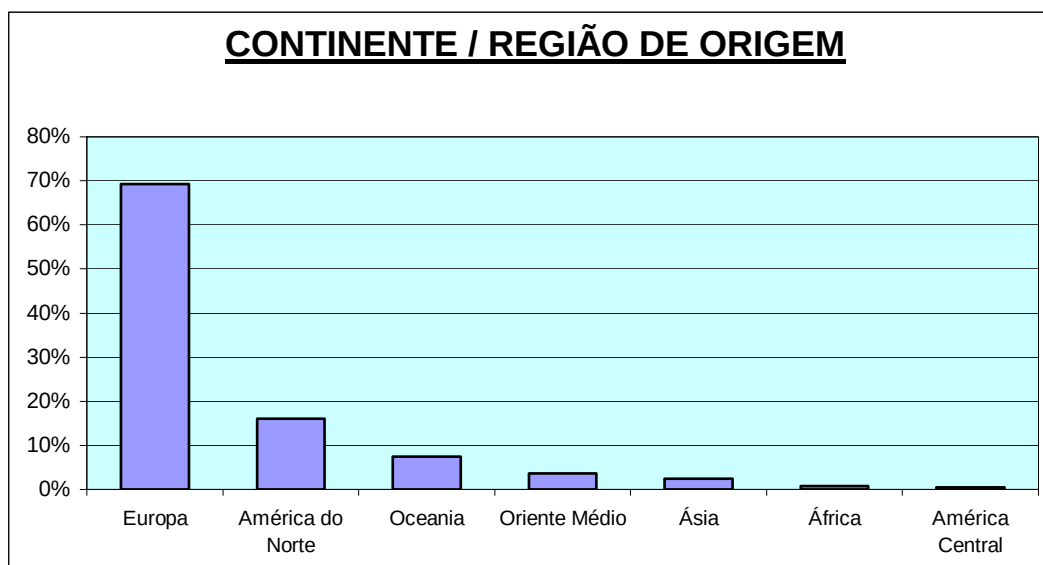


A representação por continente/região foi a seguinte: 69,3% eram do continente europeu, 16,0% da América do Norte, 7,4% da Oceania, 3,7% do Oriente Médio, 2,5% da Ásia, 0,8 % da África e 0,4% da América Central.

O continente europeu foi representado por turistas de 18 países: Alemanha, Áustria, Bélgica, Dinamarca, Escócia, Espanha, Finlândia, França, Holanda, Inglaterra, Irlanda, Itália, Noruega, Portugal, República Checa, Suécia, Suíça e Turquia. A América do Norte teve seus três integrantes representados: Canadá, Estados Unidos e México.

A Austrália e a Nova Zelândia foram os dois representantes da Oceania. Israel foi o representante do Oriente Médio; o Japão o da Ásia; a África do Sul representou o continente africano e El Salvador representou a América Central.

Gráfico 9



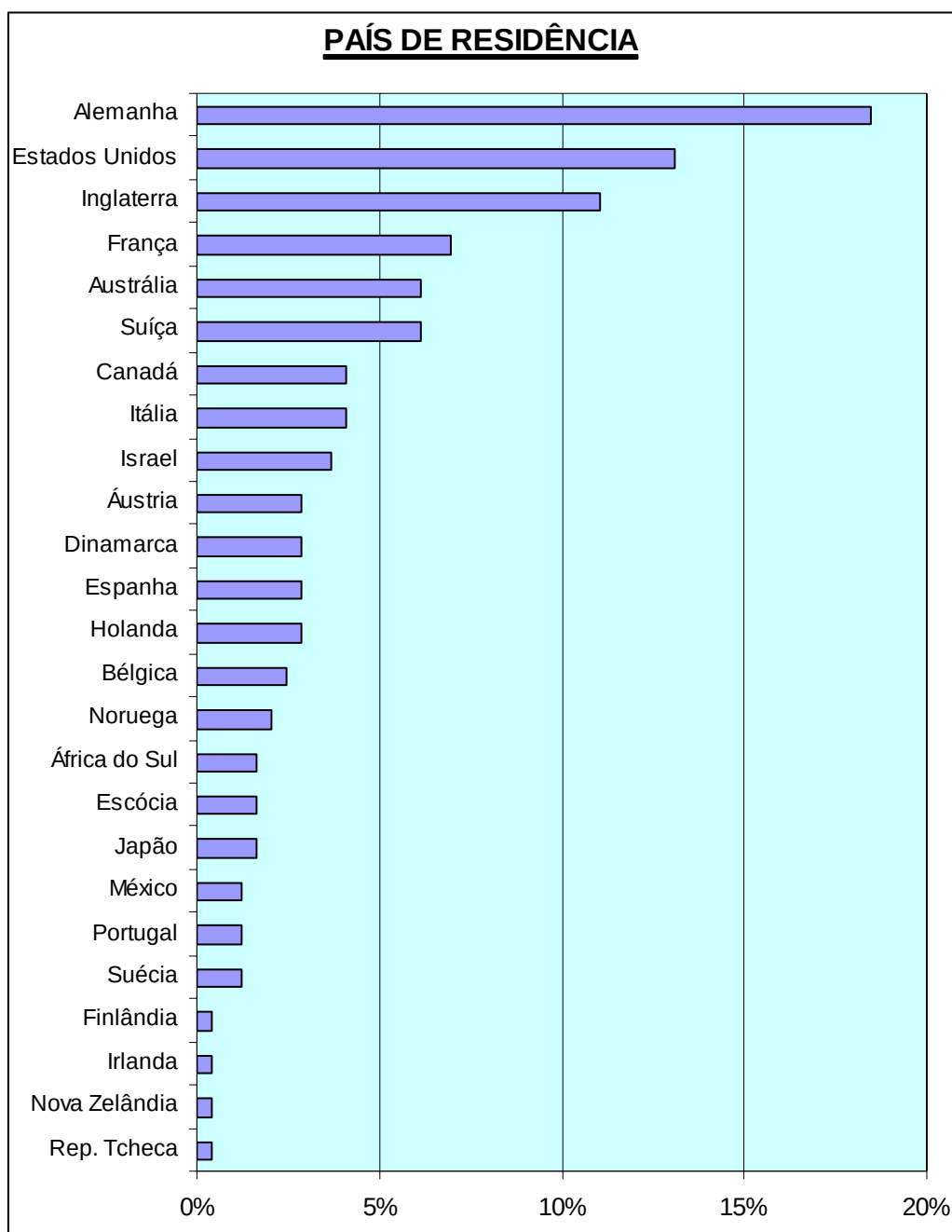
Apesar de o número de entrevistados da África (2), América Central (1), Ásia (6) e Oriente Médio (9) ser relativamente baixo, ele está de acordo com os dados secundários obtidos anteriormente. Porém, não serão feitas análises pontuais sobre esses grupos em razão da amostra ser reduzida. Assim, apenas os continentes / regiões Europa, América do Norte e Oceania terão eventualmente análises estatísticas específicas.

PAÍS ONDE VIVE

Quanto aos países de residência fixa houve alterações em 15 das 27 nacionalidades que participaram do estudo. Os países que mostraram número de residentes maior do que o número de nacionalidades foram os Estados Unidos (+4), a Escócia (+3), a África do Sul (+2), o Canadá (+2), a Suíça (+2) e a Áustria (+1); enquanto os que apresentaram número menor foram a Espanha (-3), França (-2), Japão (-2), Portugal (-2), Austrália (-1), El Salvador (-1), Holanda (-1), Nova Zelândia (-1) e Turquia (-1).

Assim, a participação dos países onde vivem os turistas *backpackers* pode ser observada no gráfico abaixo.

Gráfico 10

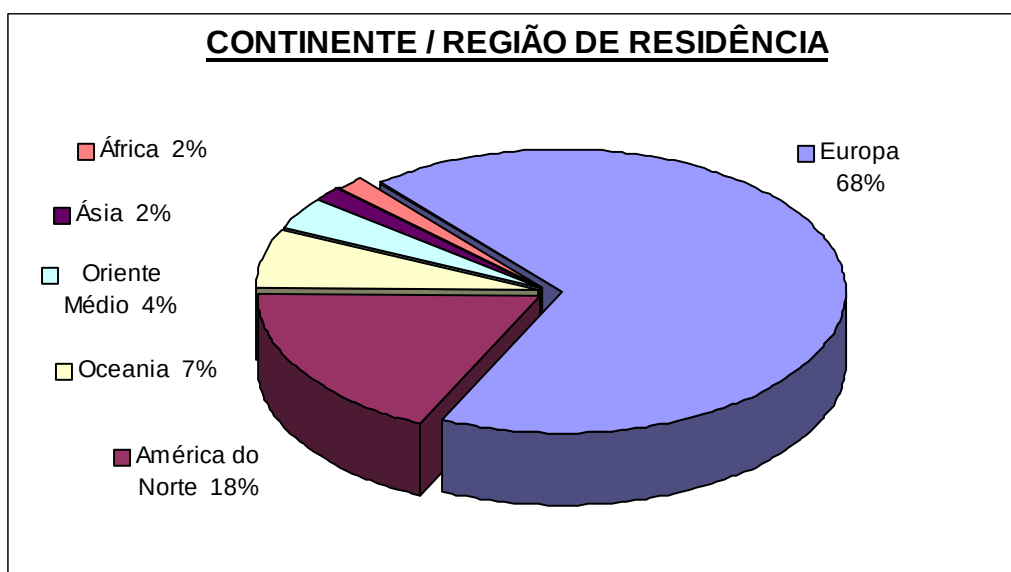


Quando o país de residência é analisado por continentes/regiões mundiais a representação passa a ser a seguinte: Europa 68,0%, América do Norte 18,4%, Oceania 6,6%, Oriente Médio 3,7%, Ásia 1,6%, África 1,6% e América Central 0%.

Isso ocorreu em virtude de o número de turistas residentes ter aumentado em países das regiões América do Norte (+6) e África (+2), diminuído na Europa (-3), Ásia (-2), Oceania (-2) e América Central (-1) e ter permanecido estável no Oriente Médio.

Apesar dessas alterações, não se observou nenhum caso de turistas estrangeiros vivendo em países da América do Sul, o que poderia trazer discrepância para algumas questões em estudo. Assim, o restante do estudo, para efeito de análise, considerará os dados referentes às nacionalidades dos viajantes estrangeiros *backpackers*.

Gráfico 11



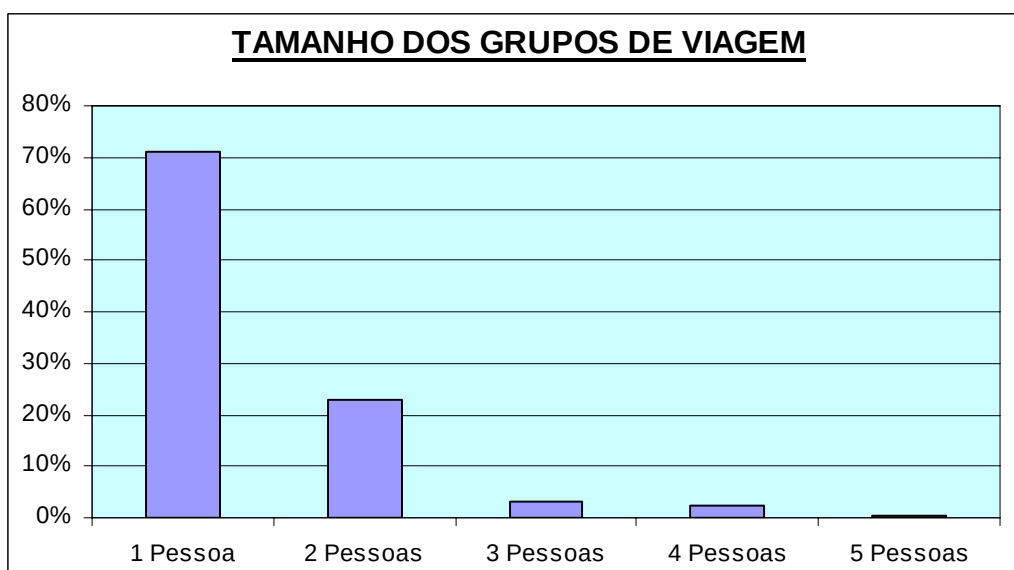
NÚMERO DE VIAJANTES

Quanto ao número de viajantes, 70,9% dos *backpackers* estavam viajando sozinhos, enquanto que 23,0% viajavam em dupla ou casal e 6,2% em grupo de três a cinco pessoas, sendo 3,3% em grupo de três, 2,5% em grupo de quatro e somente 0,4% em grupo de cinco.

Os viajantes solitários da Europa somavam 70,2%, os da América do Norte 71,8% e os da Oceania 66,7%. Os turistas viajando em dupla/casal apresentaram semelhantes frequências: os europeus 24,6%, os procedentes da Oceania, 22,2% e os americanos do norte 20,5%.

Segundo o sexo, verificou-se que pouco mais da metade das mulheres (54,5%) viajou sozinha, um terço (32,5%) viajou em dupla e 13,0% em grupos formados por três a cinco pessoas, enquanto que os homens solitários representaram 79,0%, as duplas/casais 18,6% e os grupos maiores, somados, cerca de 2,4%, apenas.

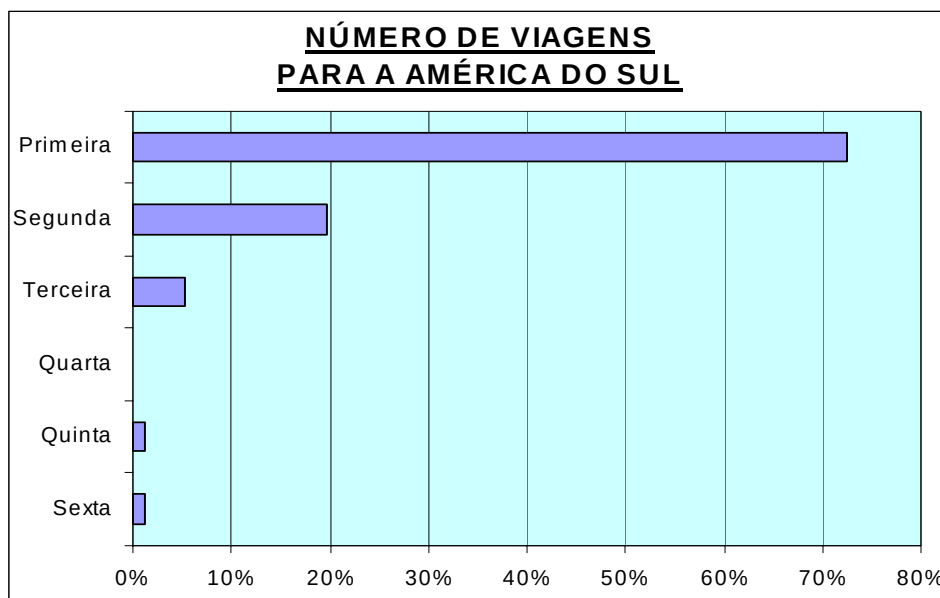
Gráfico 12



FREQUÊNCIA DE VIAGENS PARA A AMÉRICA DO SUL

Dos 244 turistas entrevistados, 72,5% disseram que estavam viajando pela América do Sul pela primeira vez, enquanto 19,7% viajavam pela segunda vez, 5,3% pela terceira vez, 1,2% pela quinta vez e 1,2% pela sexta vez.

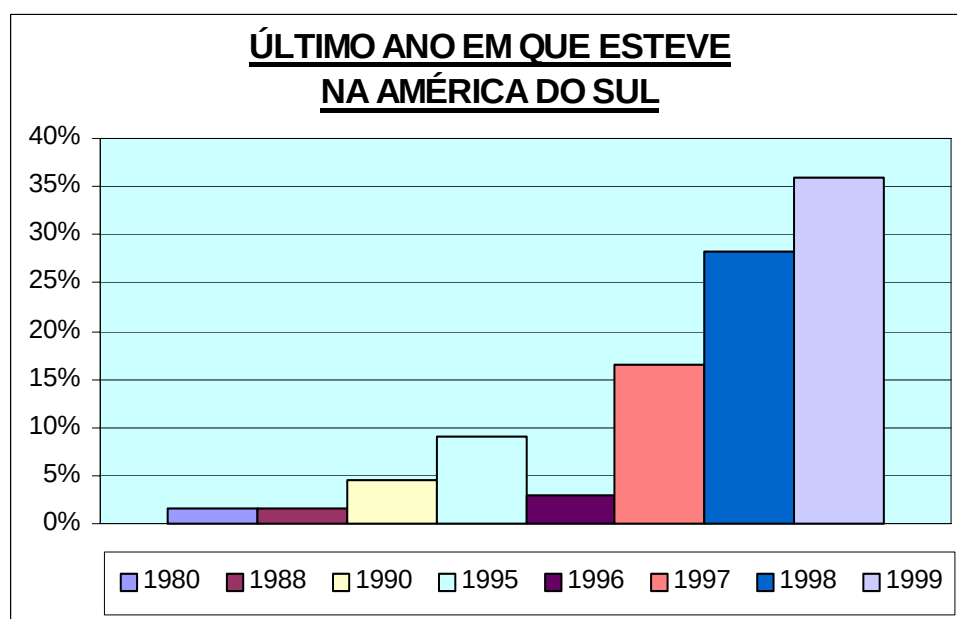
Gráfico 13



Entre os visitantes estrangeiros iniciantes em viagens pela América do Sul 68,6% eram originários da Europa, 73,7% da América do Norte e 88,2% da Oceania.

Entre os respondentes que já tinham estado em nossa região, 35,8% mencionaram 1999 como o ano da última visita, 28,4% citaram o ano de 1998, 16,4% o ano de 1997 e 19,5% os anos de 1980 a 1996.

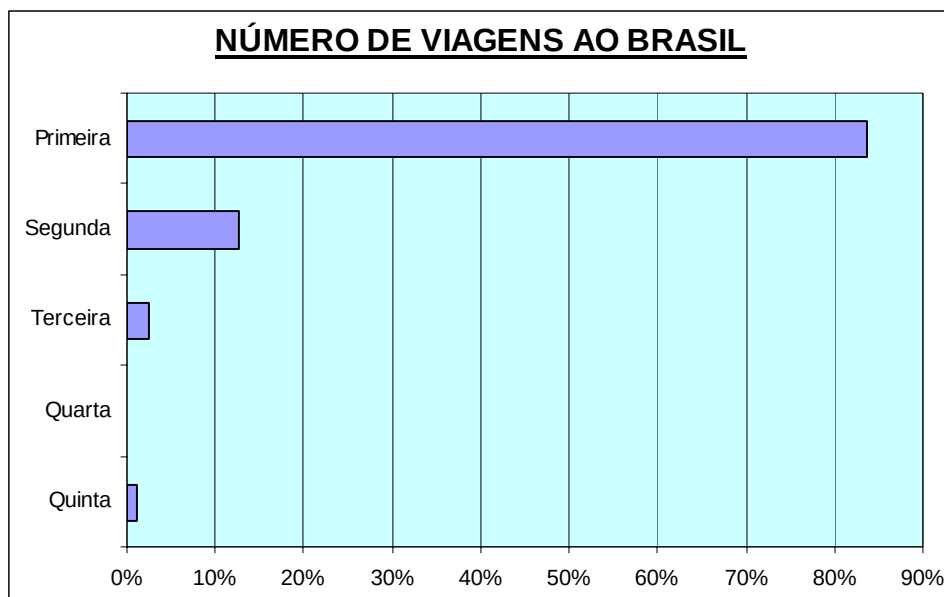
Gráfico 14



FREQUÊNCIA DE VIAGENS PARA O BRASIL

A grande maioria dos entrevistados, 83,6%, respondeu estar no Brasil pela primeira vez, enquanto que para 12,7% era a segunda visita, para 2,5% a terceira e para 1,2% a quinta viagem ao nosso país.

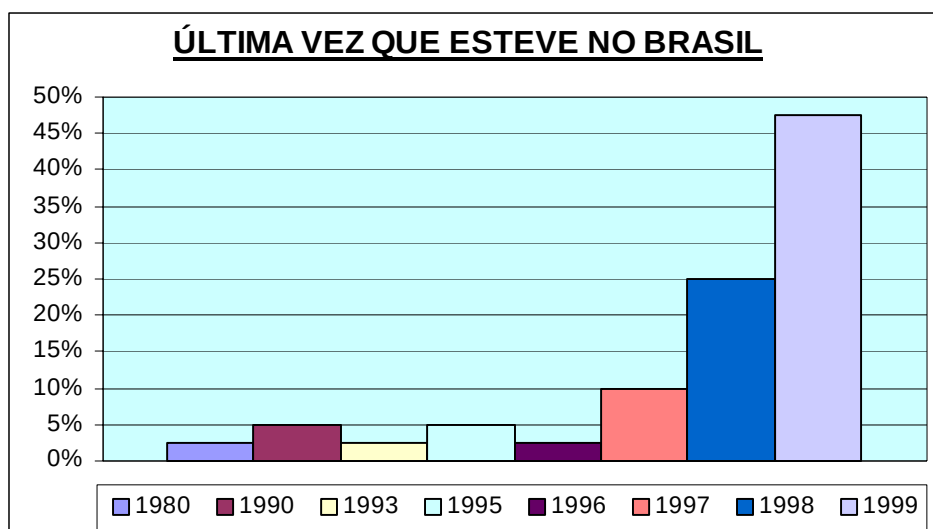
Gráfico 15



Para 79,9% dos europeus era a primeira viagem pelo Brasil, mas outros 16,0% já haviam estado aqui anteriormente uma vez, 3,0% outras duas vezes e 1,2% outras quatro vezes. Já para 87,2% dos representantes da América do Norte era a visita inicial, enquanto que para 7,7% era a segunda visita, para 2,6% a terceira e 2,6% a quinta visita ao Brasil. Para 94% dos *backpackers* vindo da Oceania, tratava-se da primeira viagem e apenas 5,6% já haviam estado em nosso país em outra ocasião.

Daqueles que já haviam visitado no Brasil anteriormente, 47,5% o fizeram no ano de 1999, 25,0% em 1998 e 10,0% em 1997, ou seja, 82,5% retornaram num prazo inferior a 3 anos. Quanto aos restantes, 17,5%, haviam estado em nosso país entre 1980 e 1996.

Gráfico 16

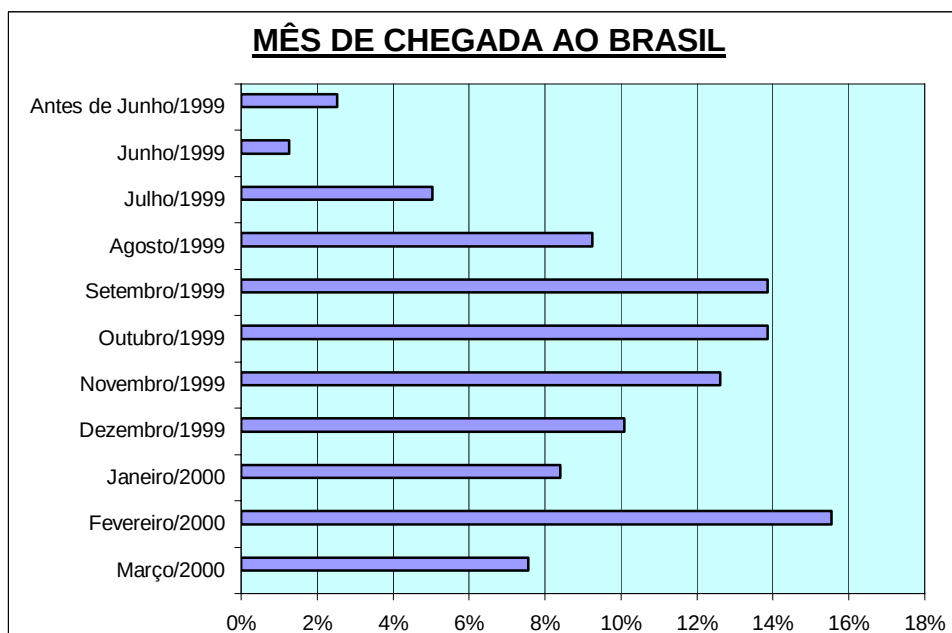


Comparando-se a quantidade de turistas que já haviam visitado a América do Sul (67) com aquela dos que estiveram no Brasil anteriormente (40), podemos concluir que 27 viajantes *backpackers*, ou seja, 11% da amostra pesquisada, já haviam viajado pela América do Sul sem visitar o nosso país.

DATA DE CHEGADA AO BRASIL

Como a pesquisa foi realizada no período de setembro de 1999 a março de 2000, o registro de entrada dos turistas *backpackers* no Brasil ficou distribuído principalmente nesses meses, mas pode-se comprovar a longa permanência de alguns visitantes que haviam chegado ao nosso país no final do ano de 1998 ou no início de 1999.

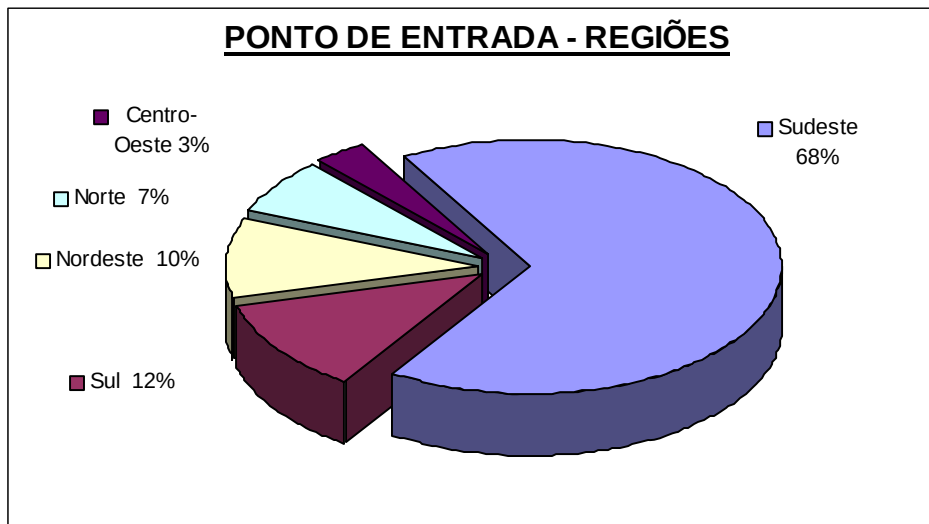
Gráfico 17



PONTO DE ENTRADA NO BRASIL

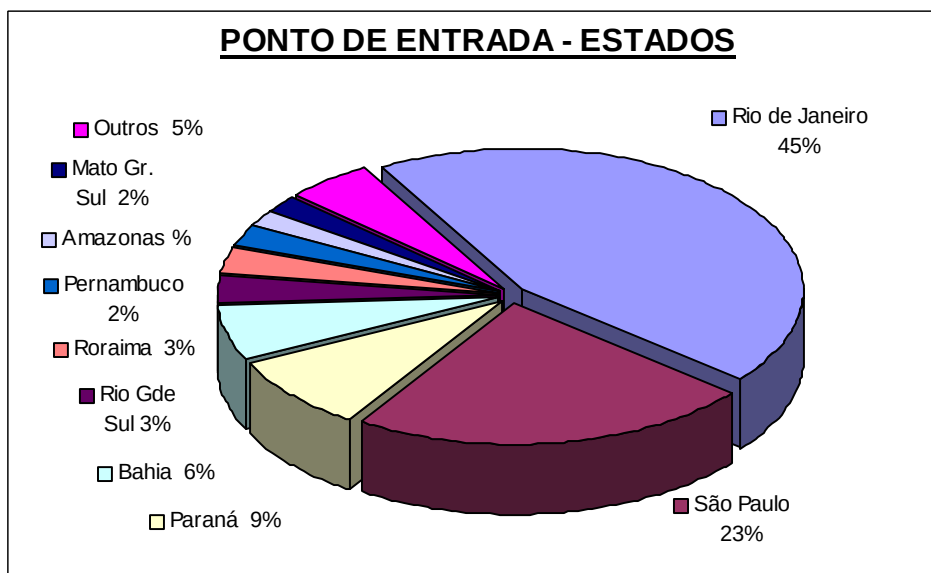
Quanto aos principais pontos de entrada dos visitantes estrangeiros *backpackers* no Brasil, a região Sudeste aparece com a maior participação (67,6%), vindo em seguida outras três regiões com resultados semelhantes - Sul (11,9%), Nordeste (9,8%) e Norte (7,4%); e em posição reduzida a região Centro-Oeste (3,3%).

Gráfico 18



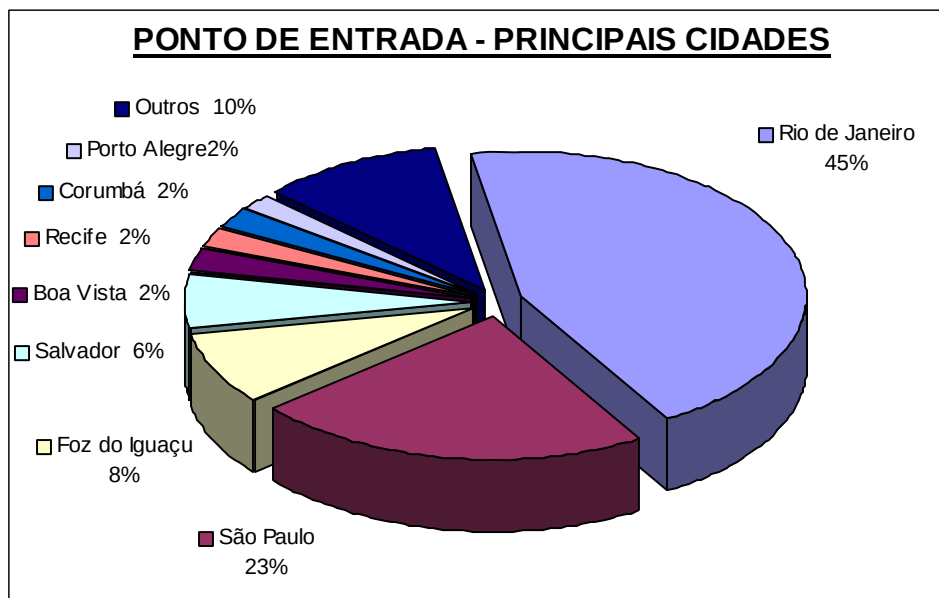
Analisando os pontos de entrada por Estado verifica-se a grande participação do Rio de Janeiro, utilizado como ponto de chegada por 44,3% dos estrangeiros *backpackers*, seguido dos Estados de São Paulo (23,4%), Paraná (8,6%), Bahia (6,1%), Rio Grande do Sul (3,3%), Roraima (2,9%) e Pernambuco (2,5%) para citar os principais.

Gráfico 19



As cidades que apresentaram maior afluência, refletindo o número alcançado nos Estados, foram Rio de Janeiro (44,3%) e São Paulo (22,5%), que somadas resultam em 66,8% do total. Em seguida, num patamar bem mais baixo, aparecem as cidades de Foz do Iguaçu (7,8%), Salvador (6,1%), Boa Vista (2,5%), Recife (2,5%), Corumbá (2,0%) e Porto Alegre (2,0%).

Gráfico 20

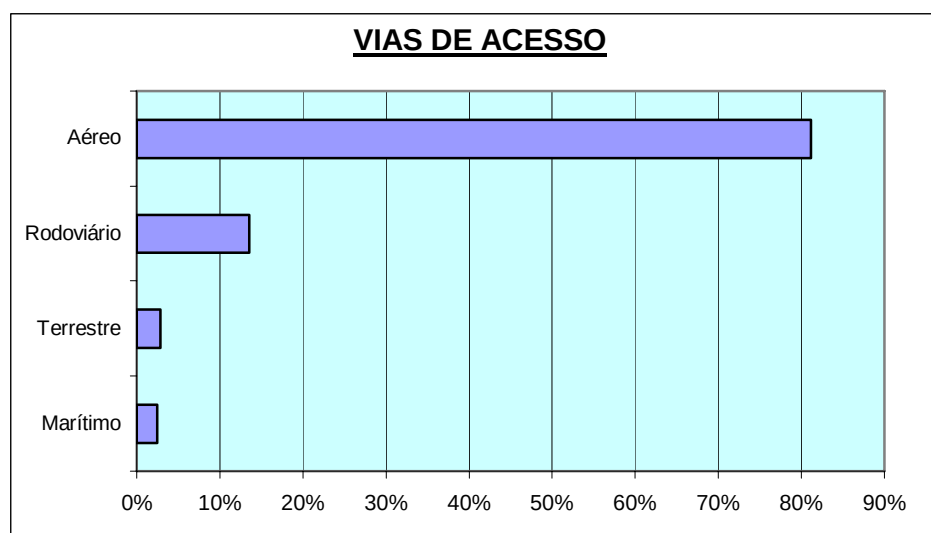


Entre os europeus, 47% chegaram no Brasil pelo Rio de Janeiro, 20,5% por São Paulo, 8,8% por Salvador, 3,5% por Recife e 3,5% por Foz do Iguaçu. Dos americanos do norte 42,1% entraram pelo Rio de Janeiro, 31,6% por São Paulo e 7,9% por Foz do Iguaçu. Entre os representantes da Oceania, 44,4% chegaram pelo Rio de Janeiro, 22,2% por Foz do Iguaçu, 16,7% por São Paulo e 6,6% por Corumbá.

VIAS DE ACESSO

O meio de transporte mais utilizado pelos *backpackers* para entrar no nosso país foi o aéreo, responsável por 81,1% dos acessos dos visitantes, seguido pelo transporte rodoviário (13,5%), terrestre (2,9%) e marítimo (2,5%).

Gráfico 21



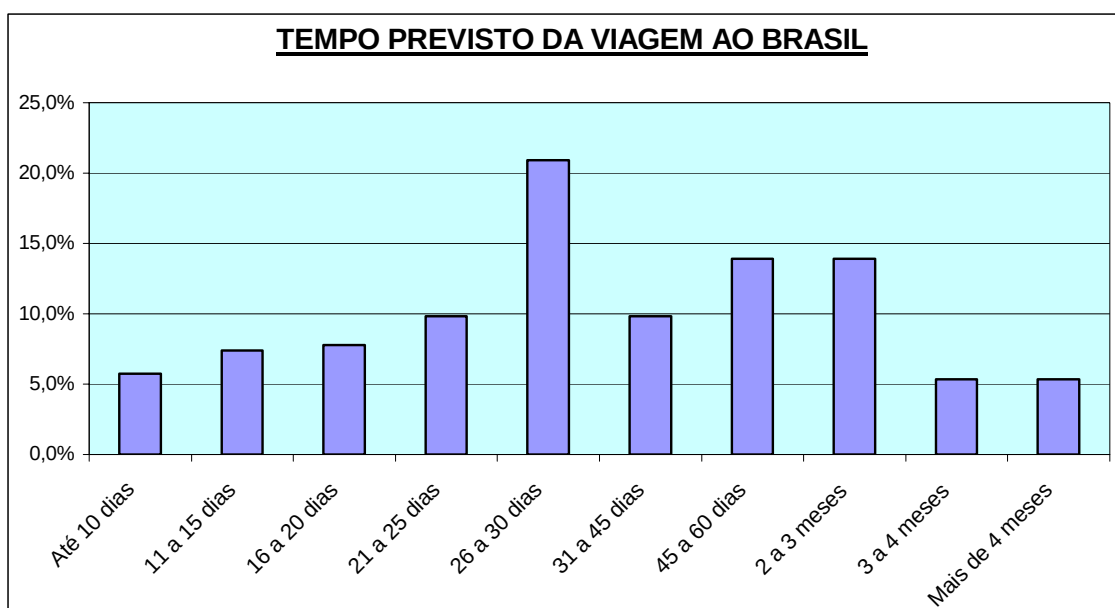
Os representantes do continente europeu e da América do Norte tiveram participações, pelos principais meios de acesso, bastante semelhantes, 85,2% e 84,2% para o aéreo e 10,7% e 13,2% para o rodoviário, respectivamente. Já os originários da Oceania mostraram comportamento um pouco diferente, com 66,7% utilizando transportes aéreos, 22,2% rodoviários e 11,1% terrestres.

No grupo feminino o acesso aéreo foi utilizado por 84,4% e no grupo masculino por 78,6%, enquanto que o meio rodoviário teve participação de 11,7% entre as mulheres e 14,9% entre os homens.

TEMPO PREVISTO DE VIAGEM PELO BRASIL

Quanto à duração da viagem pelo Brasil, os turistas responderam os seguintes períodos, em ordem decrescente: 20,6% de 26 a 30 dias; 14,0% de 45 a 60 dias; 14,0% de dois a três meses; 9,9% de 21 a 25 dias; 9,9% de 31 e 45 dias; 7,8% de 16 a 20 dias; 7,4% de 11 a 15 dias; 5,7% menos de 10 dias; 5,3% de três a quatro meses; e 5,3% mais de quatro meses. Resumindo, 51,4% dos *backpackers* planejavam viajar até 30 dias e 48,6% mais de 30 dias.

Gráfico 22



A média geral calculada foi de 52,73 dias. Também, em média, os europeus pretendiam viajar 53,31 dias, os americanos do norte 49,79 dias, os asiáticos 52,23 dias, os representantes da Oceania 45,84 dias e os do Oriente Médio 57,14 dias.

BRASIL COMO ÚNICO DESTINO

Para 51,6% dos turistas entrevistados, o Brasil era o único destino dessa viagem turística, ao passo que 48,4% dos viajantes planejavam visitar ou já tinham visitado outro país.

Gráfico 23



A Europa foi o continente que, proporcionalmente, apresentou mais turistas que tinham o Brasil como destino exclusivo, com 57,4%, vindo a seguir os *backpackers* da América do

Norte, com 51,3%. Por outro lado, para apenas 16,7% dos viajantes da Oceania o nosso país era o único destino nessa viagem.

PAÍSES VISITADOS ANTES DO BRASIL

A América do Sul (62,4%) foi a região que abrangia o maior número de países visitados antes da chegada ao Brasil, seguida de países da América Central (14,0%), da América do Norte (10,1%), da Oceania (5,4%), da Europa (4,3%) e da Ásia (3,9%).

Os países mais mencionados foram a Argentina (14,7%), Bolívia (10,1%), Peru (10,1%), Chile (9,7%), México (5,8%), Equador (4,7%), Estados Unidos (3,9%), Uruguai (3,9%), Colômbia (3,5%) e Venezuela (3,5%).

Gráfico 24

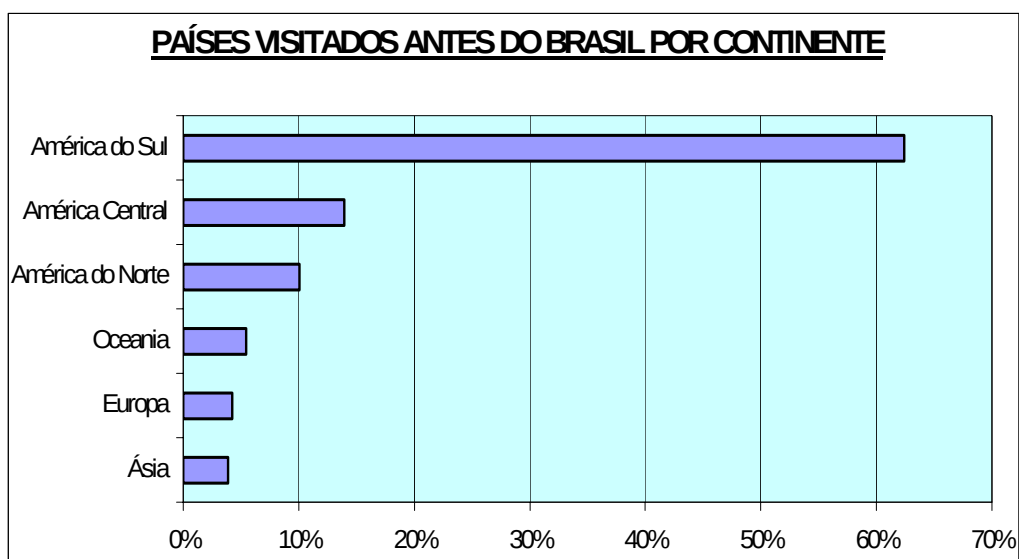
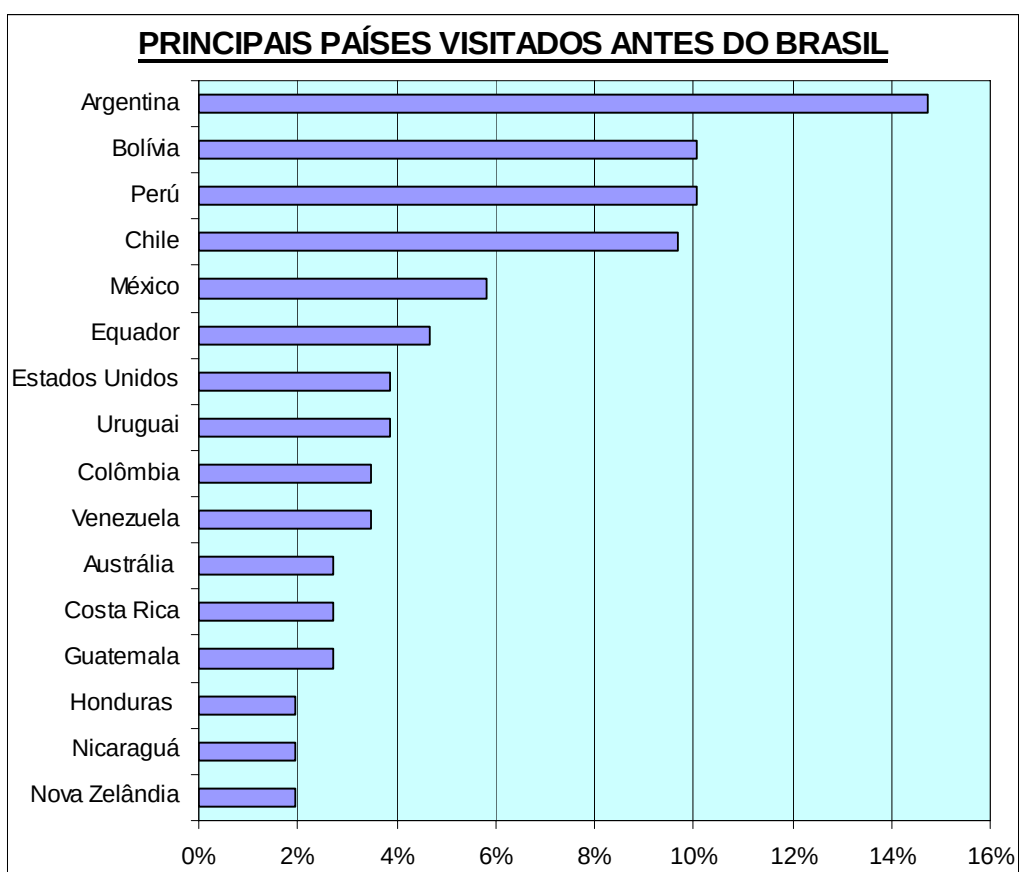


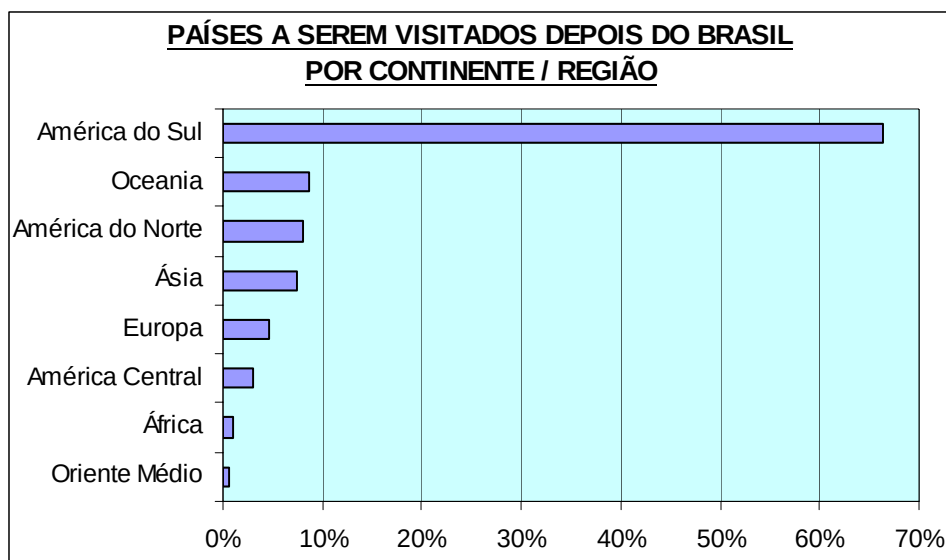
Gráfico 25



PAÍSES A SEREM VISITADOS DEPOIS DO BRASIL

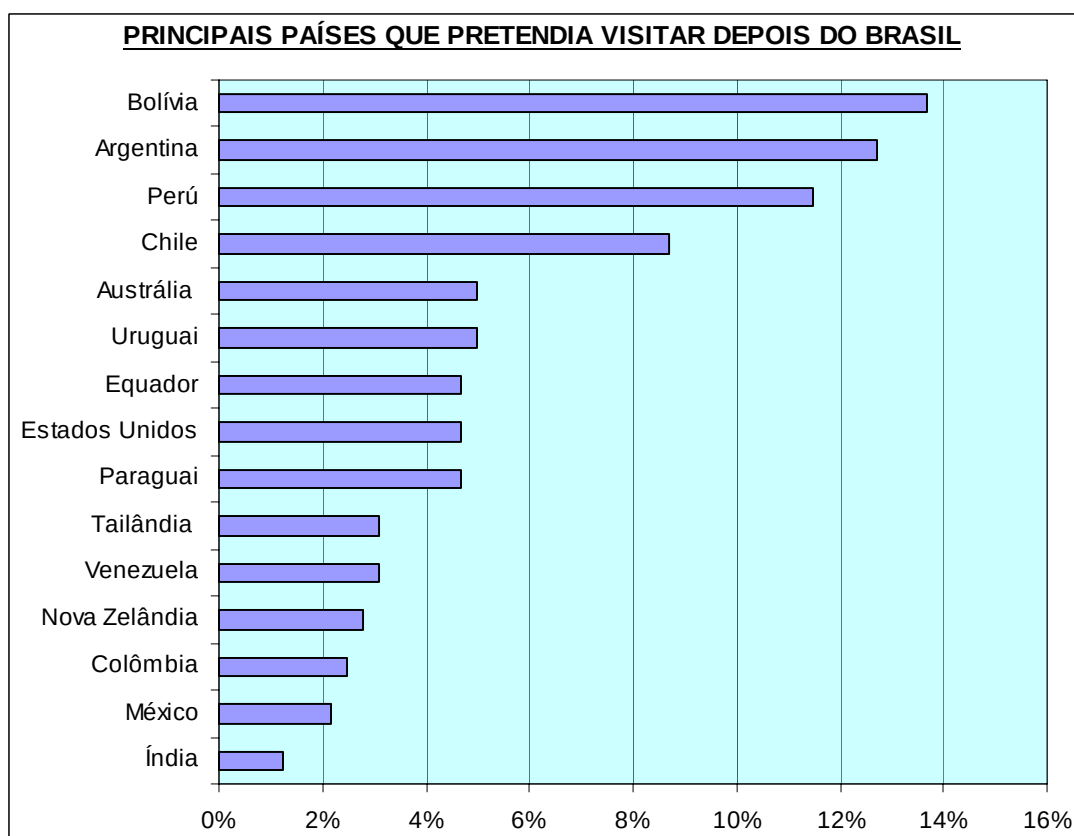
Ao serem perguntados sobre os países que pretendiam visitar depois do Brasil, 66,5% dos turistas mencionaram outros países da América do Sul, 8,7% países da Oceania, 8,1% países da América do Norte, 7,5% países da Ásia, 4,7% países da Europa, 3,1% países da América Central, 0,9% países da África e 0,6% países do Oriente Médio.

Gráfico 26



A Bolívia deveria ser visitada por 13,7% dos *backpackers*, seguida da Argentina (12,7%), Peru (11,5%), Chile (8,7%), Austrália (5,0%), Uruguai (5,0%), Equador (4,7%), Estados Unidos (4,7%) e Paraguai (4,7%), para mencionar os principais destinos.

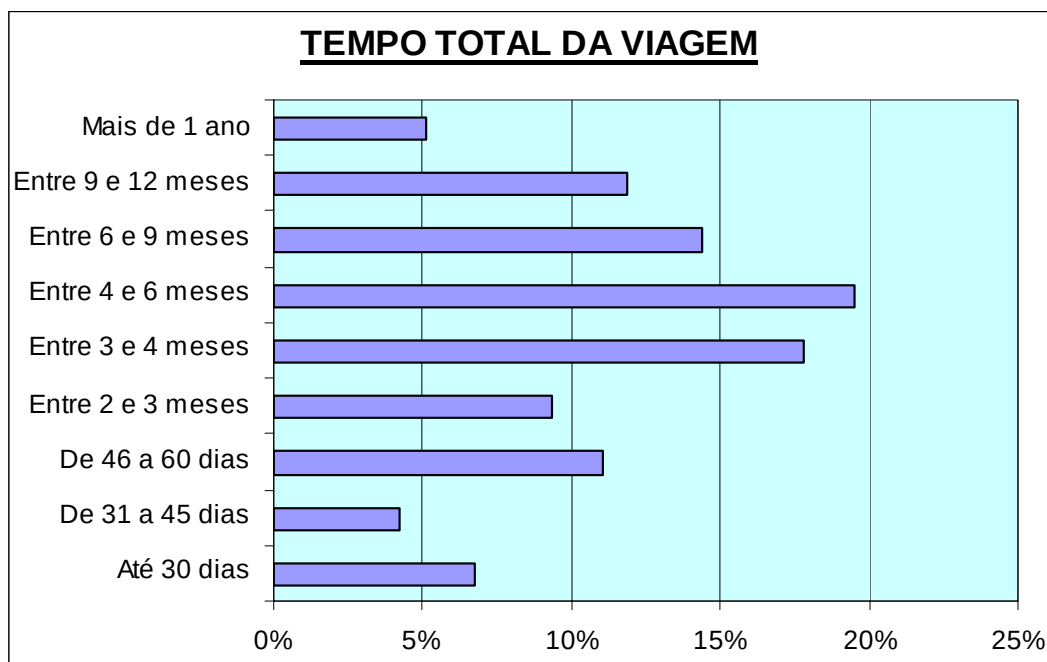
Gráfico 27



TEMPO INTEGRAL DA VIAGEM

Os períodos de duração total da viagem mais assinalados foram, em ordem decrescente: entre quatro e seis meses (19,5%), entre três e quatro meses (17,8%), entre seis e nove meses (14,4%), entre 9 e 12 meses (11,9%), entre 46 e 60 dias (11,0%) e entre dois e três meses (9,3%).

Gráfico 28

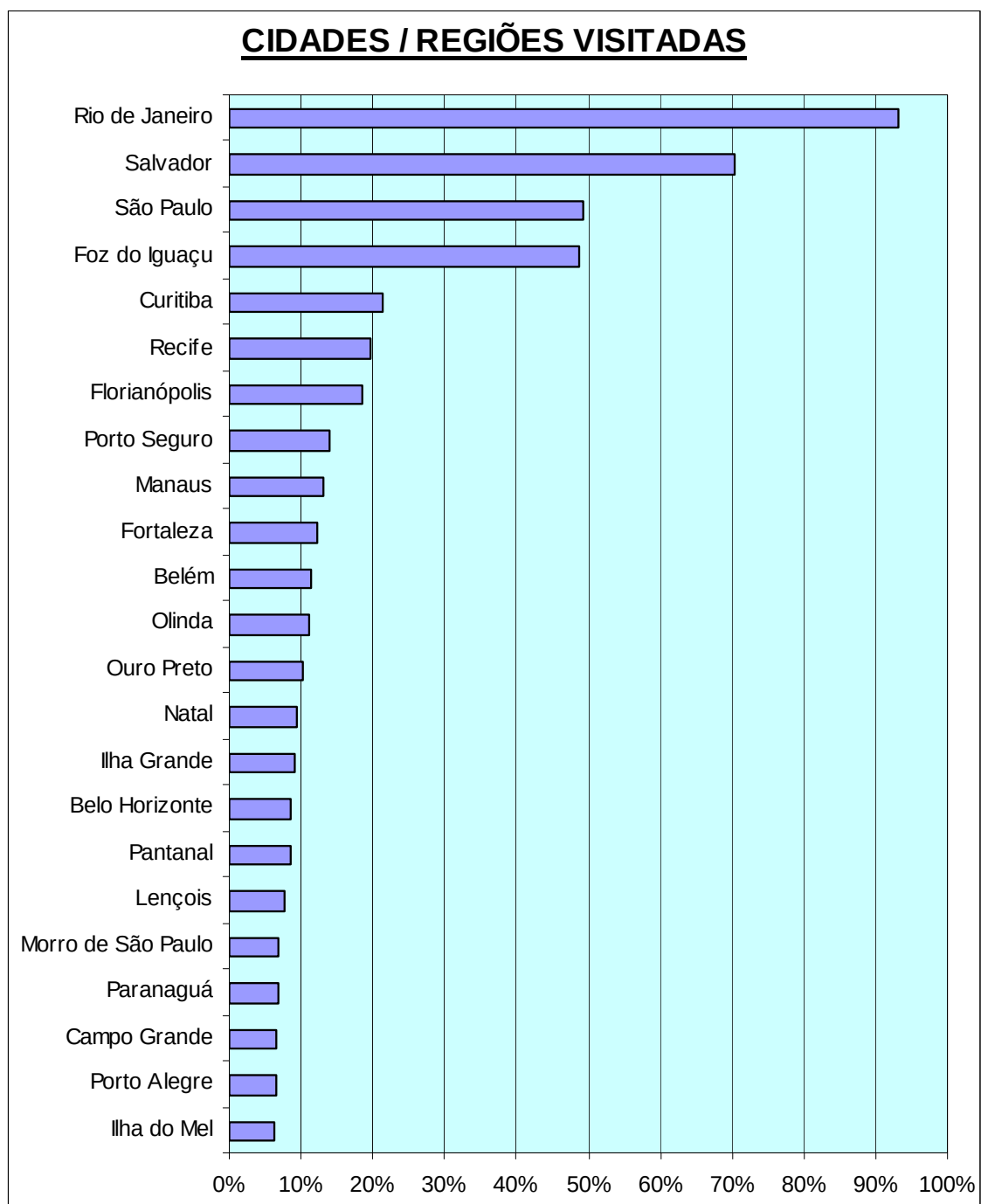


A duração média total da viagem planejada por aqueles que não tinham apenas o Brasil como destino, foi de 177,7 dias, ou seja, aproximadamente seis meses. Os turistas vindos da Oceania pretendiam, em média, viajar por 199 dias (6,6 meses), os da Europa por 178 dias (5,9 meses) e os da América do Norte por 139 dias (4,6 meses).

CIDADES / REGIÕES DO BRASIL VISITADAS

Indagados sobre quais as cidades já visitadas, as mais mencionadas pelos turistas estrangeiros foram Rio de Janeiro (93,0%), Salvador (70,5%), São Paulo (49,2%), Foz do Iguaçu (48,8%), Curitiba (21,3%), Recife (19,7%), Florianópolis (18,4%), Porto Seguro (13,9%), Manaus (13,1%) e Fortaleza (12,3%).

Gráfico 29



CIDADES / REGIÕES MAIS APRECIADAS

O Rio de Janeiro, com 21,2% de respostas, foi a localidade preferida pelos *backpackers*, seguida de perto por Salvador com 20,1%. A seguir, apareceram Foz do Iguaçu com 10,8%, Florianópolis com 3,4%, São Paulo com 3,4%, Ouro Preto com 3,2%, Ilha Grande com 2,4%, Pantanal-Matogrossense com 2,4% e Curitiba com 2,3%.

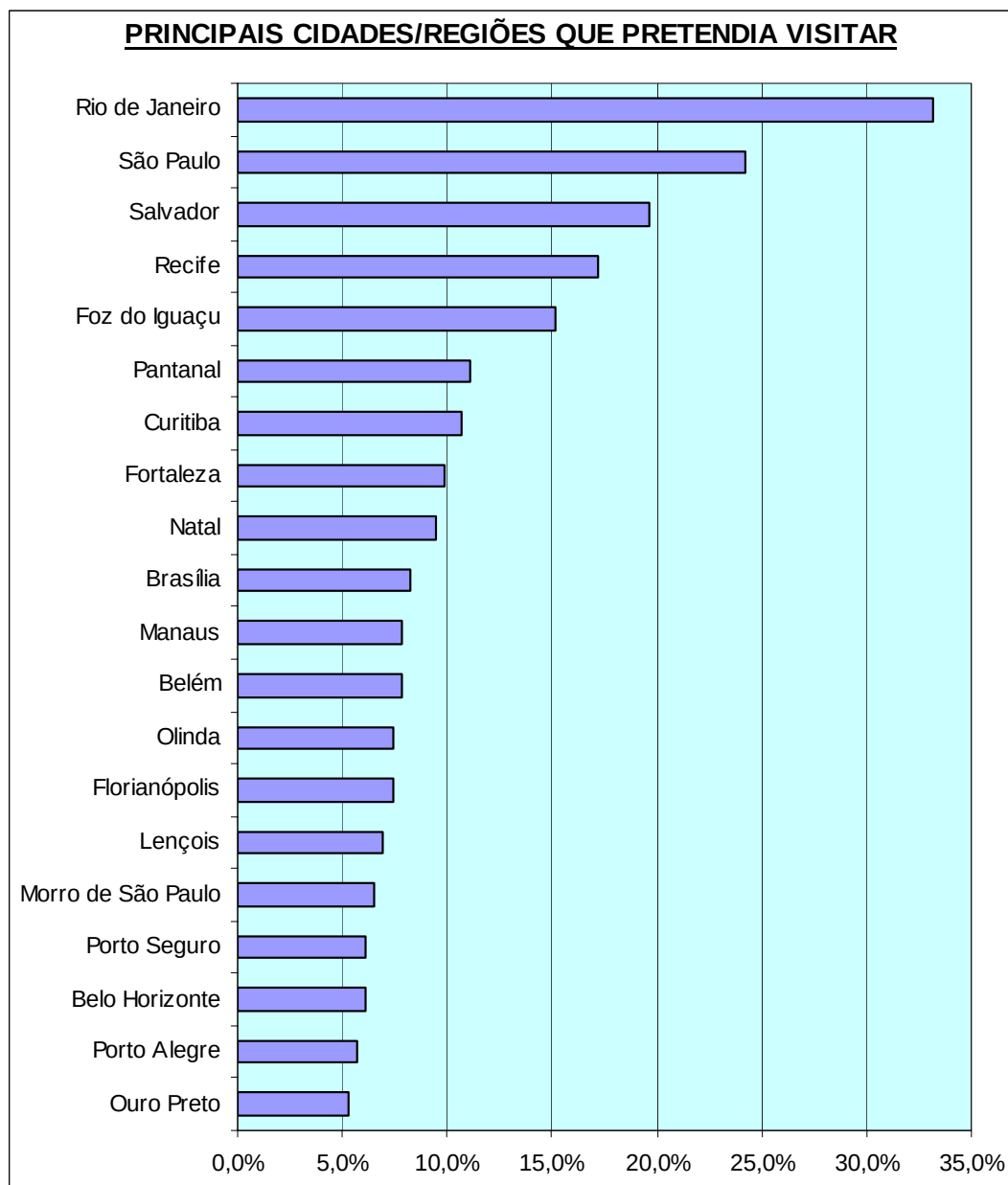
ASPECTOS MAIS APRECIADOS NAS CIDADES / REGIÕES

Rio de Janeiro:	praias (16,8%), pessoas (15,5%), paisagem (13,4%), vida noturna (5,3%) e atmosfera agradável (4,0%).
Salvador:	música (17,2%), pessoas (15,5%), praias (7,3%), arquitetura (7,3%) e diversidade cultural (6,3%).
Foz do Iguaçu:	cachoeiras (33,1%), albergue da juventude (18,4%), natureza (9,8%), pessoas (9,2%) e paisagem (3,7%).
Florianópolis:	praias (30,4%), pessoas (14,3%), cidade (7,1%) e mulheres (5,4%).
São Paulo:	pessoas (20,8%), diversidade cultural (11,3%), vida noturna (9,4%), cosmopolitismo (5,7%) e comida local (5,7%).
Ouro Preto:	arquitetura (17,8%), pessoas (17,8%), aspectos históricos (15,6%) e atmosfera agradável (13,3%).
Ilha Grande:	praias (23,7%), pessoas (10,5%), paisagem (7,9%), natureza (7,9%) e tranquilidade (7,9%).
Pantanal:	natureza (21,1%), fauna (13,2%), estilo de vida (10,5%), tranquilidade (7,9%) e silêncio (7,9%).
Curitiba:	pessoas (25%), organização (11,1%), cidade (8,3%), atmosfera agradável (5,6%), limpeza (5,6%), arquitetura (5,6%) e custo de vida baixo (5,6%).

CIDADES / REGIÕES DO BRASIL QUE PRETENDIA VISITAR

Indagados sobre as cidades ou regiões brasileiras que pretendiam visitar, após aquela em que se encontravam, 33,2% dos *backpackers* responderam Rio de Janeiro, 24,2% São Paulo, 19,7% Salvador, 17,2% Recife, 15,2% Foz do Iguaçu, 11,1% Pantanal Matogrossense, 10,7% Curitiba, 9,8% Fortaleza, 9,4% Natal, 8,2% Brasília, 7,8% Belém, 7,8% Manaus, 7,4% Florianópolis, 7,4% Olinda e 7,0% Lençóis.

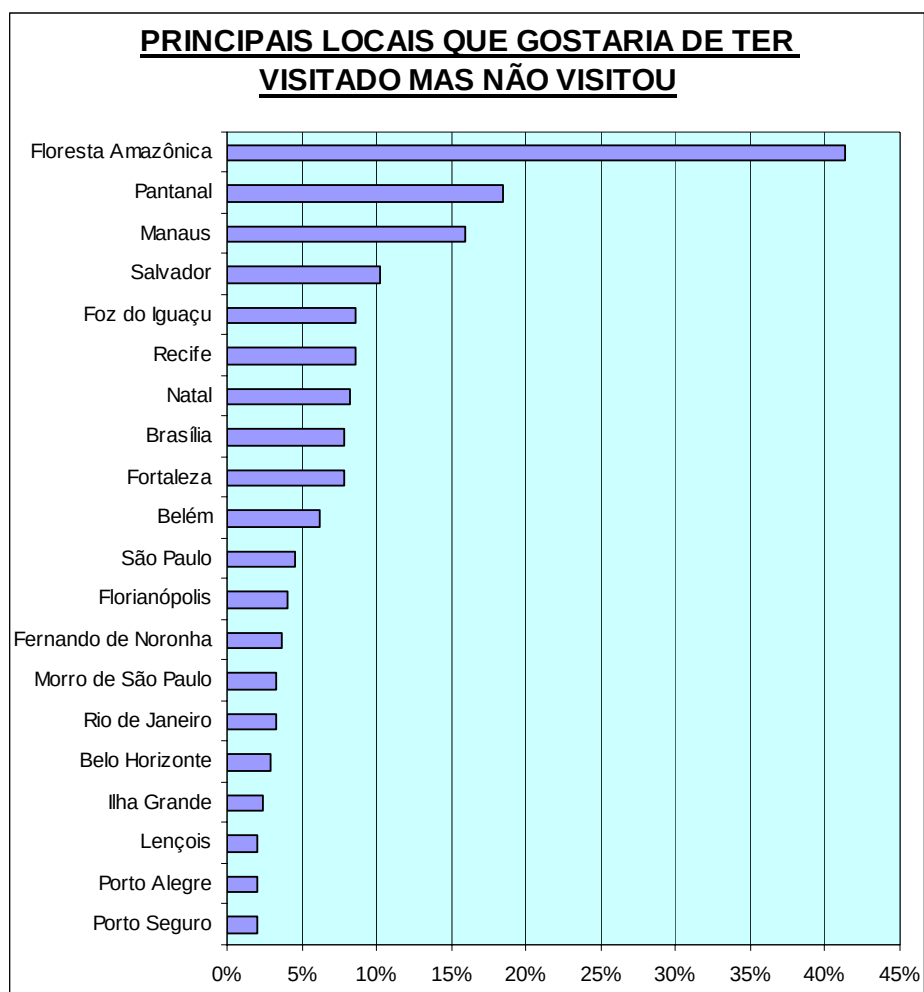
Gráfico 30



LOCAIS DO BRASIL QUE GOSTARIA DE TER VISITADO, MAS NÃO VISITOU

Perguntados sobre a existência de algum local que gostariam de visitar, mas que não fazia parte dos planos dessa viagem, os viajantes mencionaram as seguintes regiões/cidades: 41,4% gostariam de ir à Floresta Amazônica (sendo que 16,0% afirmaram, mais especificamente, Manaus), 18,4% citaram o Pantanal Matogrossense, 10,2% Salvador, 8,6% Foz do Iguaçu, 8,6% Recife, 8,2% Natal, 7,8% Brasília e 7,8% Fortaleza, para citar as mais lembradas.

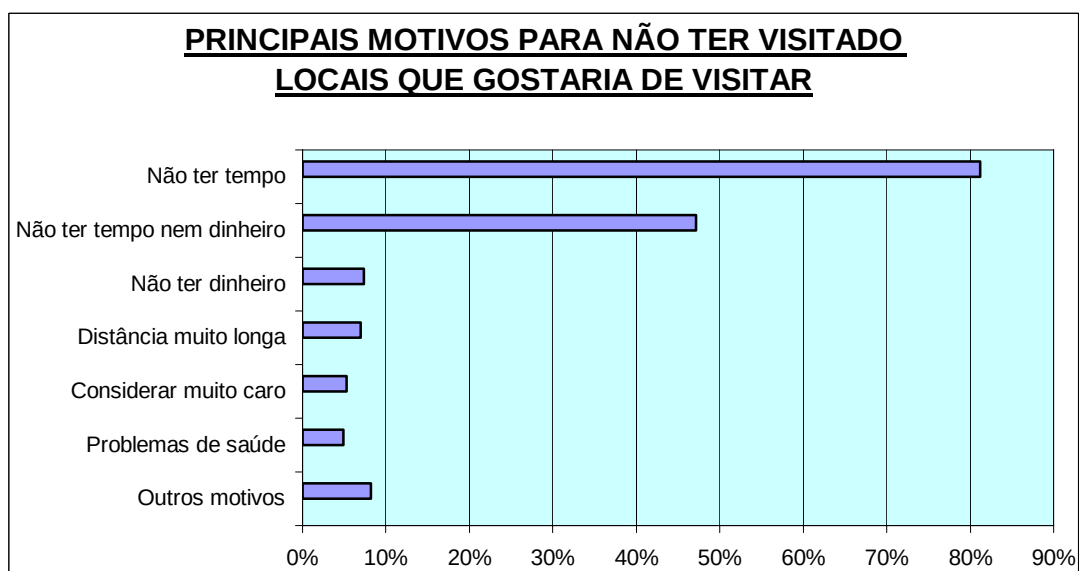
Gráfico 31



MOTIVOS ALEGADOS PARA NÃO VISITAR ALGUNS LOCAIS

As justificativas mais apontadas para não ir às localidades de interesse foram a falta de tempo, em 81,1% dos casos, a falta de tempo e dinheiro, para 47,1% dos entrevistados, a falta apenas de dinheiro, para 7,4% e a grande distância do destino pretendido, para 7,0% dos viajantes.

Gráfico 32

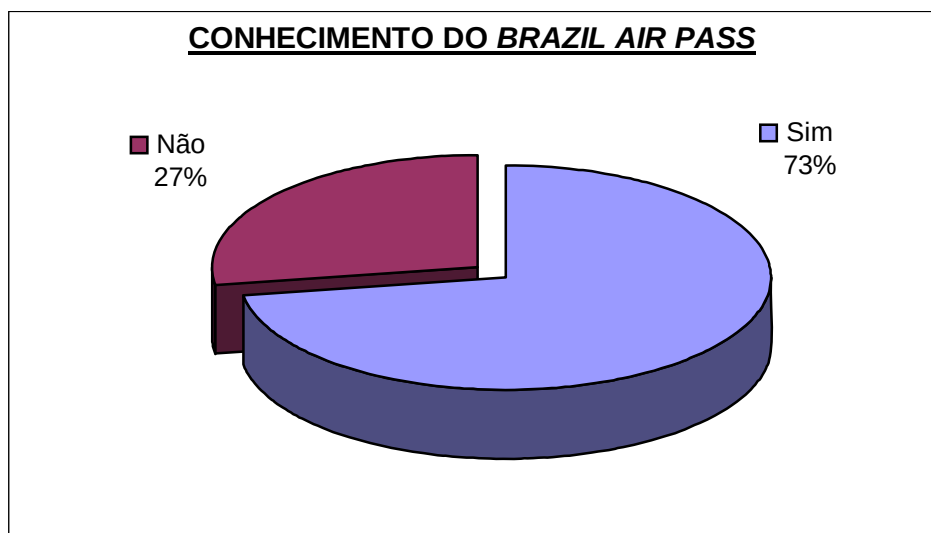


CONHECIMENTO DO BRAZIL AIR PASS

A maioria dos viajantes entrevistados (72,5%) disse já ter ouvido falar do passe aéreo *Brazil Air Pass*, enquanto que os 27,5% restantes, desconheciam a existência do mesmo.

A maior taxa de conhecimento se verificou entre os turistas da América do Norte (84,2%) e da Europa (71,0%). Nove entre dez mulheres (89,5%) disseram ter conhecimento do passe, enquanto que, entre os homens, esse percentual se reduziu para 64,5%.

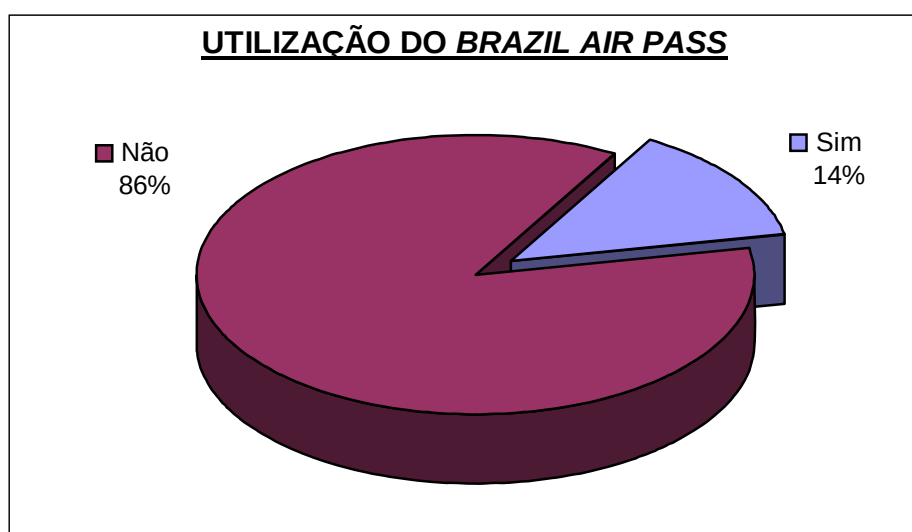
Gráfico 33



UTILIZAÇÃO DO PASSE AÉREO

Entre os que já tinham conhecimento do passe, quando questionados se estavam utilizando-se do mesmo na viagem ao Brasil, apenas 13,6% responderam positivamente.

Gráfico 34



Entre os representantes da América do Norte o índice de usuários era de 15,6%, dos europeus 13,6% e dos originários da Oceania apenas 8,3%.

Dos viajantes que estavam utilizando o *Brazil Air Pass*, 17,9% eram do sexo feminino e 11,0% do sexo masculino.

UTILIDADE DO PASSE

Para 42,7% dos turistas estrangeiros, o *Brazil Air Pass* poderia ter sido útil na viagem pelo território brasileiro, enquanto que outros 57,3%, não acreditavam na sua utilidade. O maior descrédito foi registrado entre os americanos do norte (62,9%), seguidos dos europeus (61,5%).

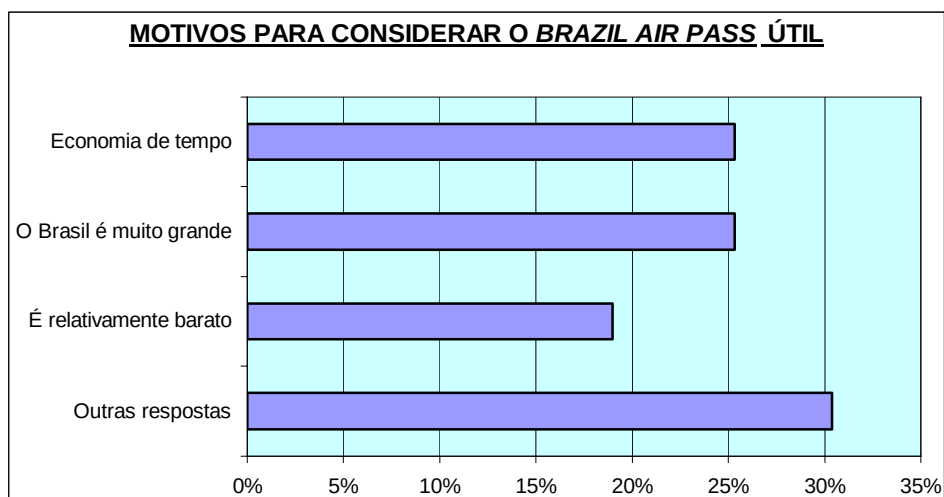
Gráfico 35



MOTIVO DA UTILIDADE

Daqueles que consideraram o passe aéreo brasileiro útil, 25,3% declararam que com ele economizariam tempo, 20,0% disseram que o Brasil é muito grande e as distâncias enormes, enquanto para 19,0% que o passe é relativamente barato, entre as principais razões citadas.

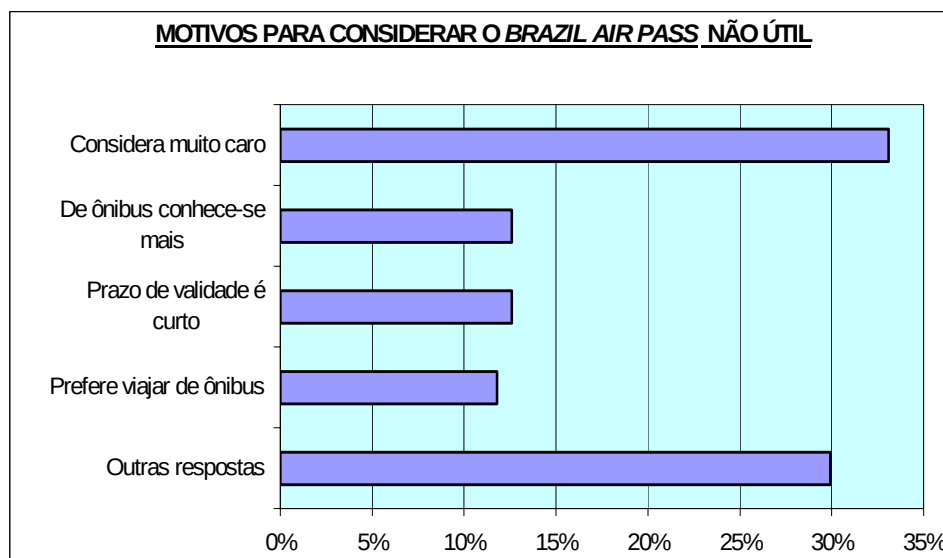
Gráfico 36



MOTIVO DA NÃO UTILIDADE

Por outro lado, os motivos mais apontados pelos que consideraram o *Brazil Air Pass* sem utilidade foram o preço elevado (33,1%), o prazo de validade curto (12,6%), o fato de as viagens de ônibus permitirem conhecer melhor o país (12,6%) e a preferência por viajar de ônibus (11,8%).

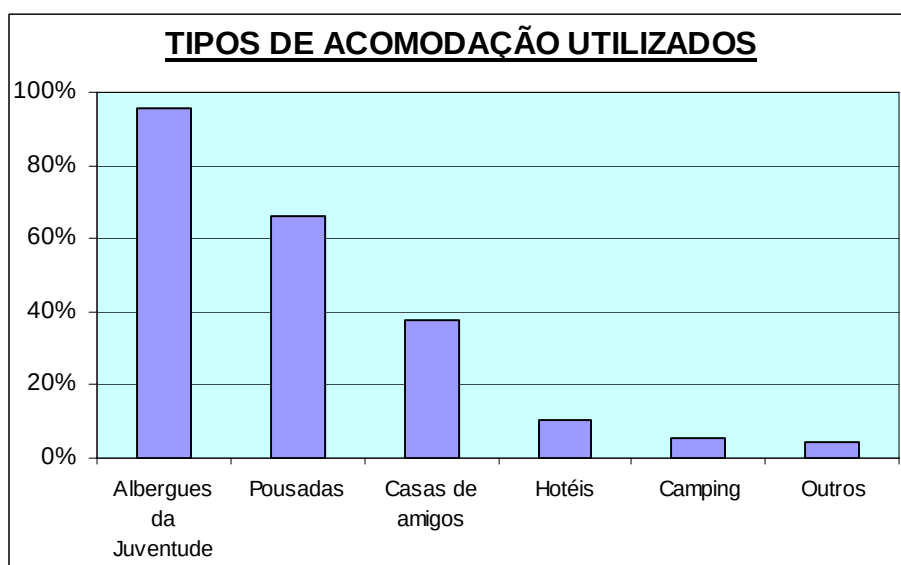
Gráfico 37



TIPO DE ACOMODAÇÃO UTILIZADA

A quase totalidade dos entrevistados (95,9%) disse estar utilizando os albergues da juventude como meio de hospedagem, 66,4% afirmaram que também se hospedavam em pousadas, 37,7% ficaram hospedados na casa de amigos e 10,7% em pequenos hotéis. Esses foram os tipos de acomodação citados com mais frequência.

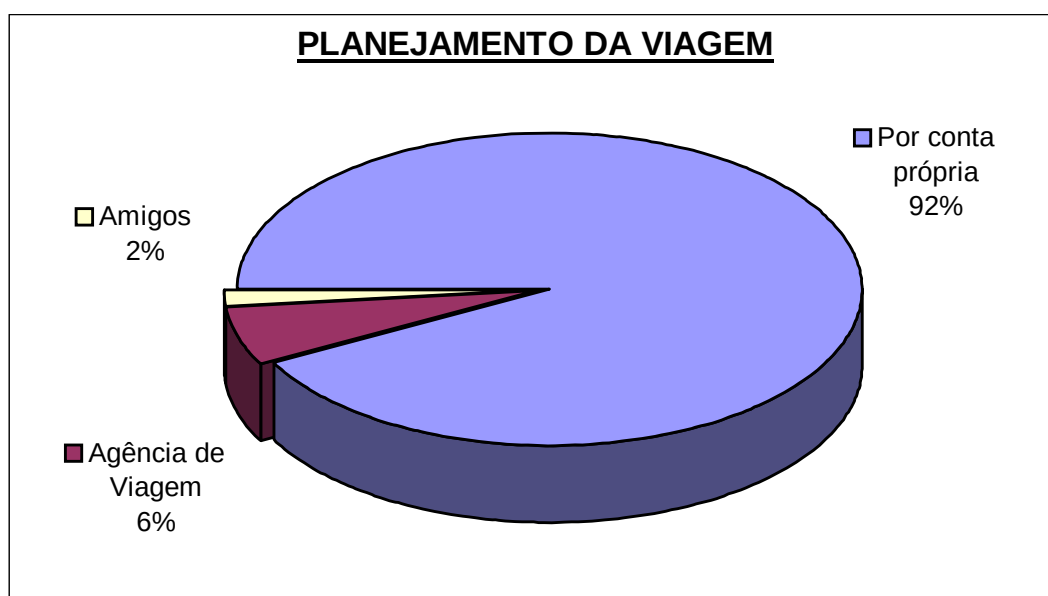
Gráfico 38



PLANEJAMENTO DA VIAGEM

A grande maioria dos viajantes (92,2%), afirmou que a viagem foi planejada por conta própria. Apenas 6,1% disseram ter feito o planejamento da viagem junto a uma agência de turismo. Outras respostas, em número bastante reduzido, referem-se ao auxílio de amigos ou outros *backpackers*.

Gráfico 39

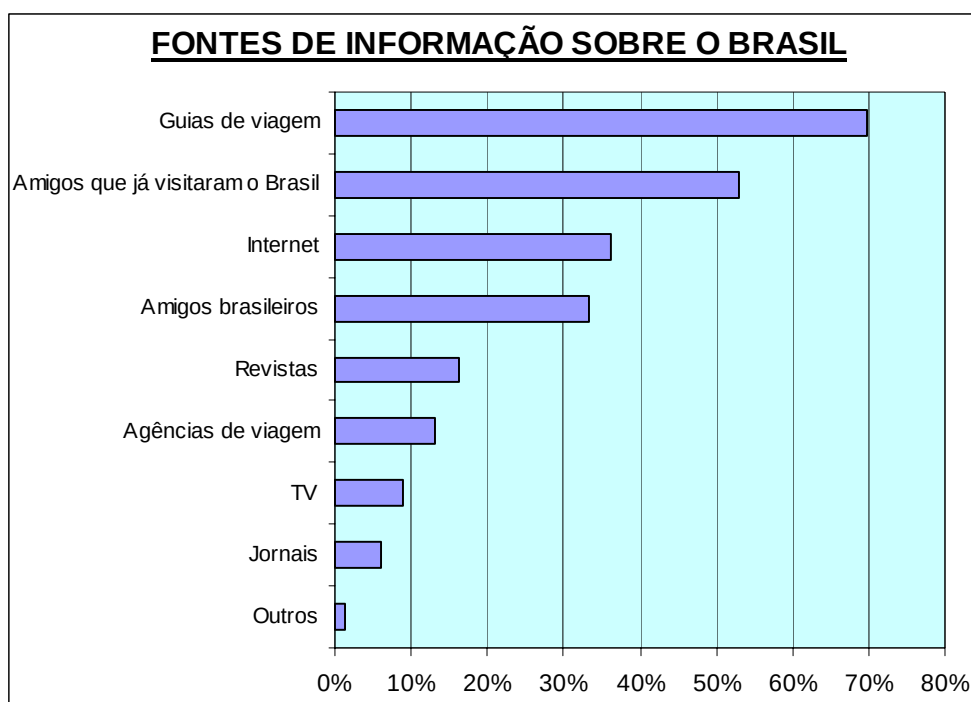


O grupo masculino planejou a viagem sozinho em 95,2% dos casos, enquanto que, no grupo feminino, este número se reduz para 83,1%. Cerca de 13% das mulheres utilizaram serviços das agências de viagem para o planejamento.

TIPO DE SERVIÇO DA AGÊNCIA DE VIAGEM UTILIZADO

Perguntados sobre o tipo de serviço prestado pelas agências de viagem que foi utilizado, 68,0% dos *backpackers* mencionaram a "reserva/compra de passagem aérea", 14,8% responderam "informações sobre o destino" e 9,8% citaram "reserva/compra de transporte para deslocamentos internos no país", entre os principais.

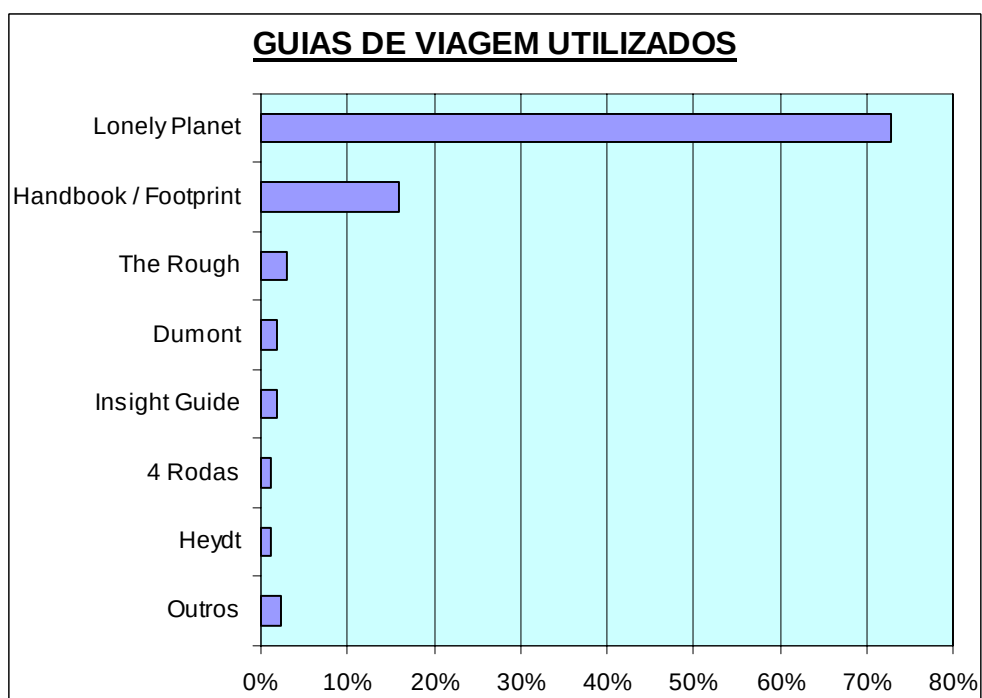
Gráfico 42



Entre os europeus as fontes de informação sobre o nosso país mais mencionadas foram os guias de viagem (74,0%), os amigos que já visitaram o Brasil (53,8%), os amigos brasileiros (33,7%) e a internet (30,8%). Já para os americanos do norte foram a internet (56,4%), os guias de viagem (53,8%), os amigos brasileiros (43,6%) e os amigos que já visitaram o Brasil (41,0%); e para os visitantes da Oceania foram os guias de viagem (61,1%), a internet (38,9%), os amigos que já visitaram o Brasil (33,3%) e as agências de viagens (27,8%).

Questionados sobre quais os guias de viagem em que haviam buscado informações sobre o Brasil, 72,9% dos *backpackers* estrangeiros mencionaram o Lonely Planet, 15,9% o Handbook/Footprint e 2,9% o The Rough, para mencionar os principais.

Gráfico 43

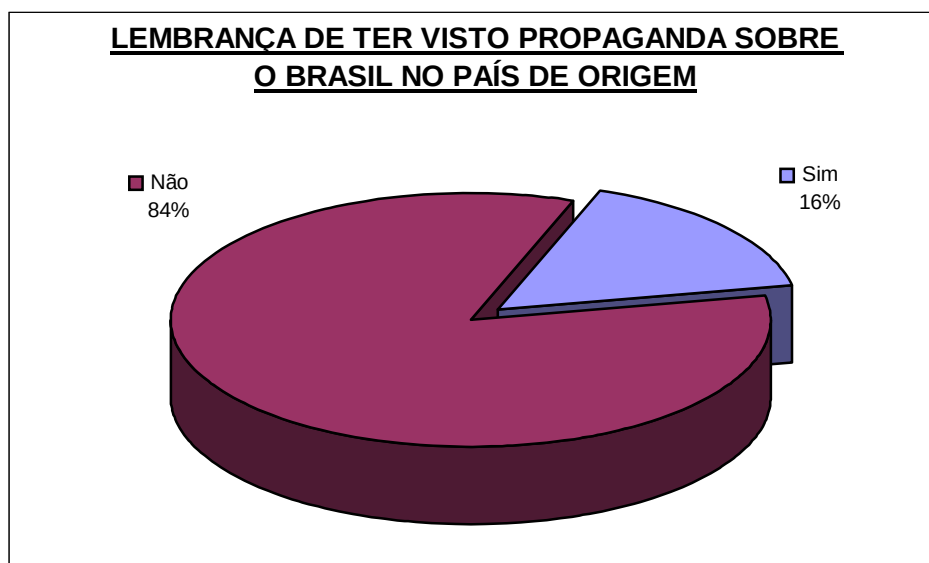


LEMBRANÇA DE PROPAGANDA

Indagados se lembravam de ter visto ou ouvido alguma propaganda a respeito do Brasil em seus respectivos países nos últimos 6 meses, a grande maioria (83,6%), respondem negativamente. Apenas 16,4% dos viajantes afirmaram lembrar-se de alguma propaganda sobre o nosso país.

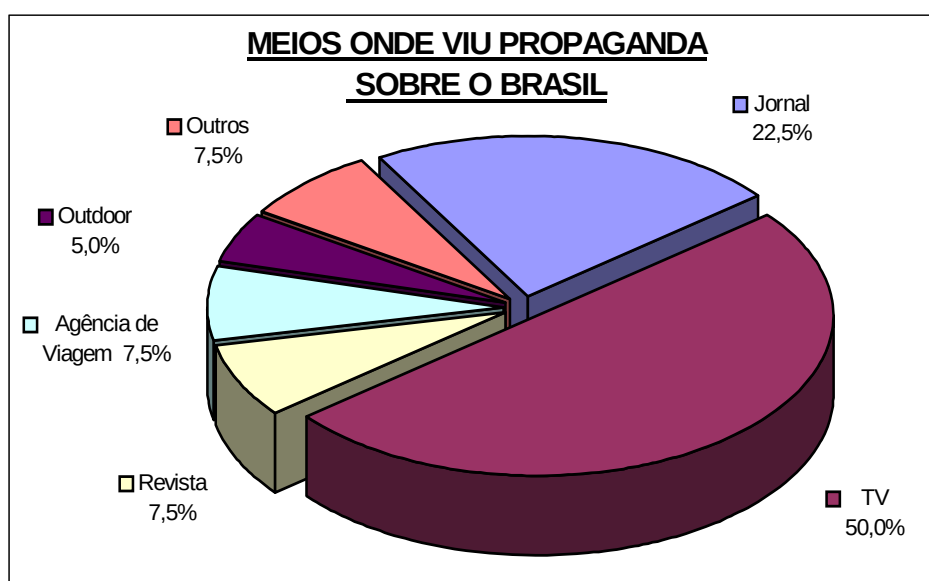
O índice de lembrança de propaganda foi maior entre os *backpackers* do sexo feminino (31,2%), contra somente 9,7% do registrado pelo sexo masculino.

Gráfico 44



Entre os veículos de comunicação da propaganda, a televisão foi a mais citada, por 50,0% dos *backpackers*. Em seguida foram mencionados o jornal (22,5%), a revista (7,5%), a agência de viagem (7,5%) e o outdoor (5,0%).

Gráfico 45



FACILIDADE DE VIAJAR PELO BRASIL

Entre os *backpackers* entrevistados, 86,9% disseram ser fácil viajar pelo Brasil, ao passo que, para os outros 13,1%, o fato de viajar pelo país apresenta certa dificuldade.

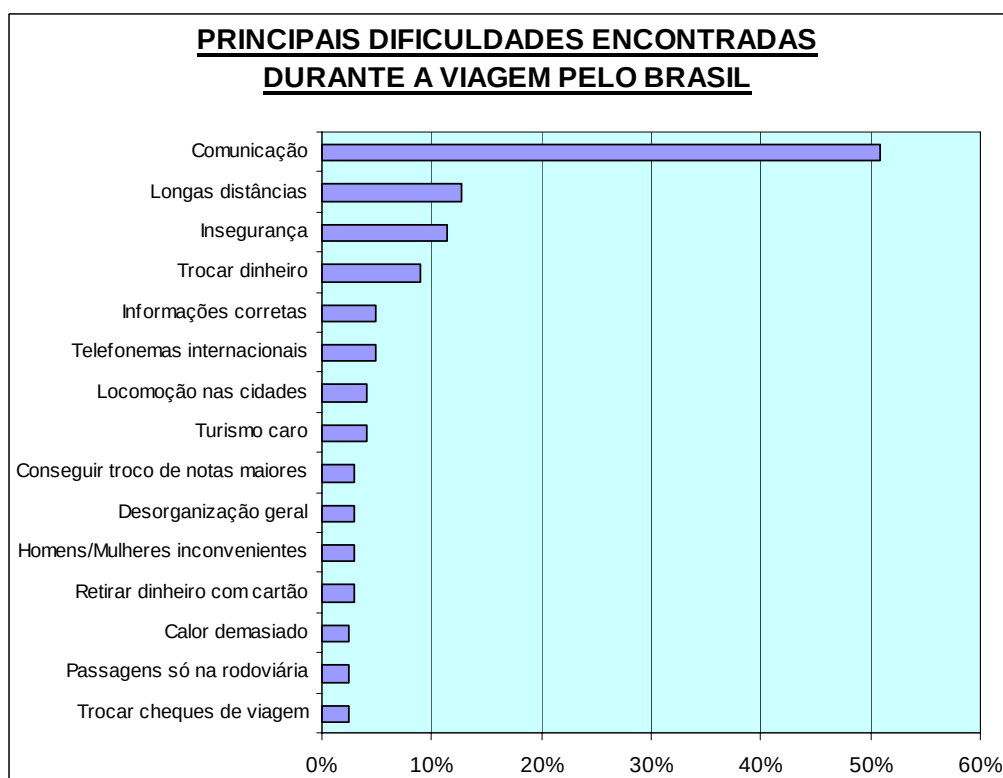
Gráfico 46



DIFICULDADES DURANTE A VIAGEM

As maiores dificuldades encontradas pelos turistas estrangeiros no Brasil foram a barreira da comunicação por não falar português (50,8%), as longas distâncias entre os lugares a serem visitados (12,7%), a insegurança (11,5%), a troca de dinheiro (9,0%), as informações incorretas (4,9%), os telefonemas internacionais (4,9%), a locomoção nas cidades (4,1%) e o custo elevado (4,1%).

Gráfico 47



PROBLEMAS GRAVES DE SAÚDE/SEGURANÇA

Questionados se haviam sofrido algum problema mais sério, principalmente quanto à segurança ou à saúde em sua viagem pelo Brasil, 13,5% assinalaram que sim e 86,5% responderam negativamente.

O maior número de registros de problemas partiu dos estrangeiros vindos da América do Norte, com 23,7%, depois dos turistas da Oceania com 16,7% e finalmente dos europeus com 12,0% de casos.

No grupo feminino, apenas 6,6% responderam ter enfrentado algum tipo de problema grave, enquanto que, no grupo masculino, esse percentual atingiu 16,4% dos entrevistados.

Gráfico 48



Dos problemas relativos à segurança, foram mencionados 11 casos de roubos, 4 tentativas de roubo e um assalto à mão armada. Os problemas de saúde citados foram 4 ocorrências de febre, 2 de catapora, 2 intoxicações alimentares, entre outras.

Gráfico 49

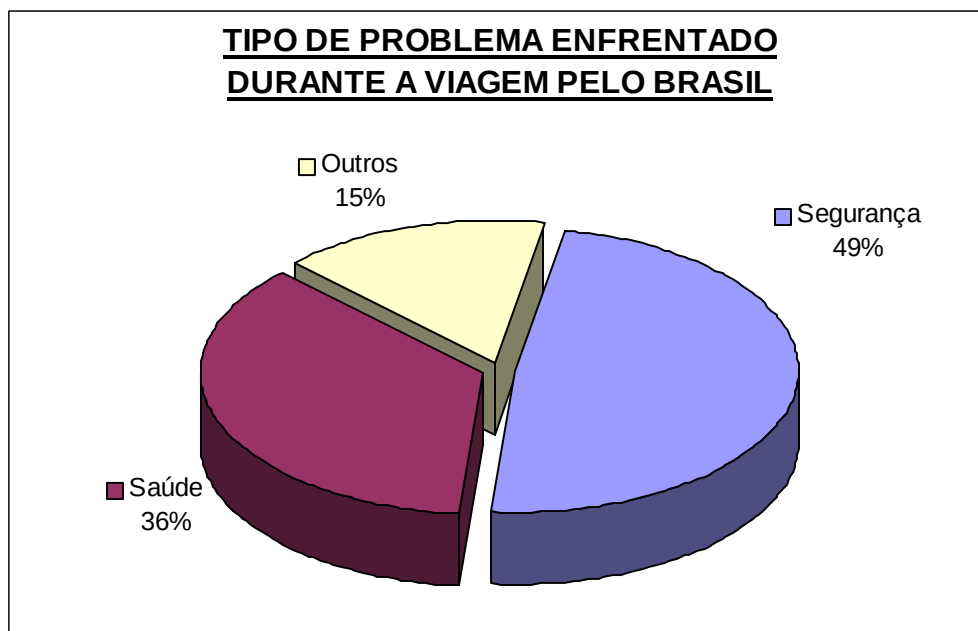
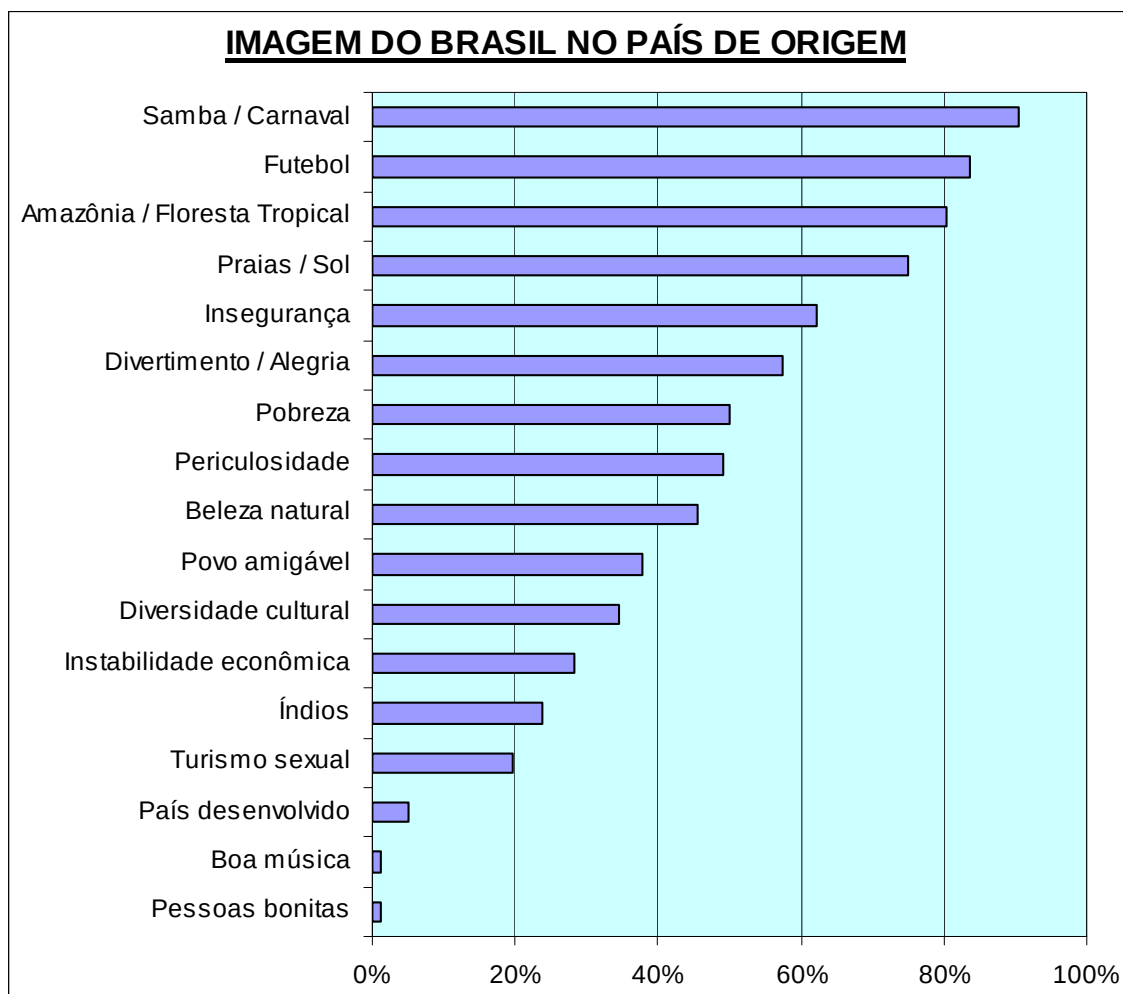


IMAGEM DO BRASIL NO PAÍS DE ORIGEM, ANTES DA VIAGEM

Os principais aspectos mencionados pelos turistas estrangeiros *backpackers*, quando questionados sobre a imagem do Brasil em seu país, foram samba/carnaval (90,6%), futebol (83,6%), Amazônia/floresta tropical (80,3%), praias/sol (75,0%), insegurança/crime (62,3%), divertimento/alegria (57,4%), pobreza (50,0%), periculosidade (49,2%), beleza natural (45,5%), povo amigável (37,7%) e diversidade cultural (34,4%).

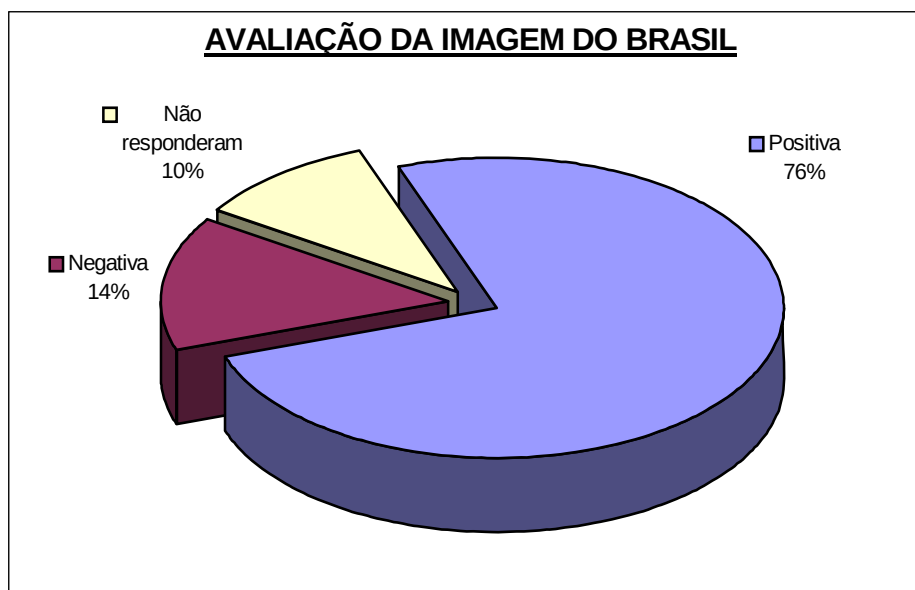
Gráfico 50



Os três itens mais citados por continente / região foram os seguintes: Europa - samba/carnaval (91,1%), futebol (89,3%) e Amazônia/floresta tropical (81,7%); América do Norte - samba/carnaval (89,7%), Amazônia/floresta tropical (84,6%) e futebol (74,4%); e Oceania - samba/carnaval (94,4%), Amazônia/floresta tropical (72,2%) e praias/sol (72,2%).

Para 75,4% dos viajantes *backpackers* a imagem do Brasil, em seu país de origem, é positiva, enquanto que para 14,3% ela é negativa. O restante (10,2%) não respondeu à questão.

Gráfico 51

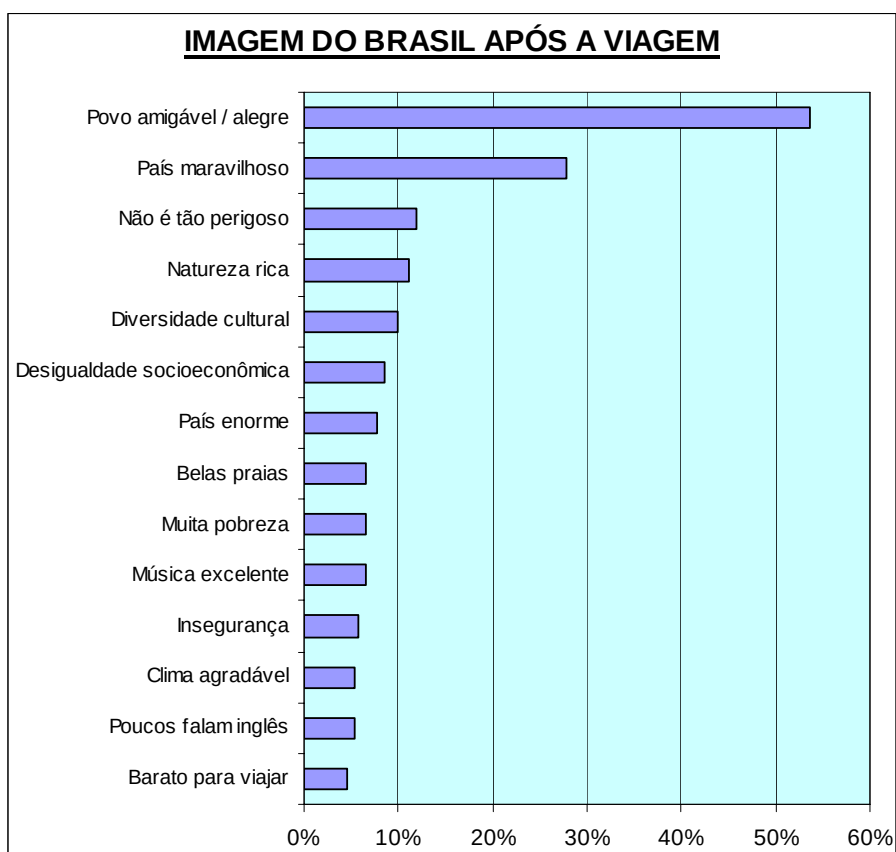


A imagem é positiva para 85,1% dos turistas europeus, 80,0% dos visitantes da América do Norte e 77,8% daqueles vindos da Oceania.

IMAGEM DO BRASIL APÓS A VIAGEM

Perguntados sobre a imagem que levavam do Brasil, após a viagem, o aspecto "povo amigável/alegre" liderou os registros com 53,7% das menções, seguido de "país maravilhoso" (27,9%), "não é tão perigoso" (11,9%), "natureza rica" (11,1%), "diversidade cultural" (9,8%), "desigualdade socioeconômica" (8,6%), "país enorme" (7,8%), "belas praias" (6,6%), "muita pobreza" (6,6%) e "música excelente" (6,6%), entre outros.

Gráfico 52

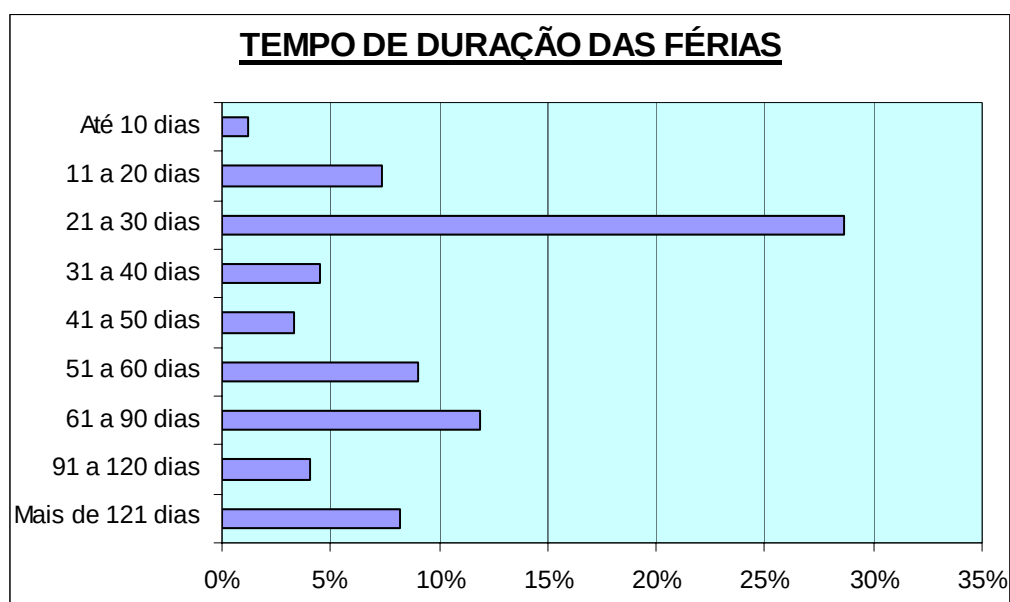


TEMPO DE DURAÇÃO DAS FÉRIAS

O período de duração das férias dos viajantes entrevistados se mostrou bastante variável. As férias têm duração de 21 a 30 dias para 28,7% dos respondentes, de 61 a 90 dias para 11,9%, de 51 a 60 dias para 9,0%, mais de 121 dias para 8,2% e de 11 a 20 dias para 8,2%, para citar os períodos mais apontados.

A média calculada do período de duração das férias dos *backpackers* foi calculada em 62,0 dias. Quando calculada por continente / região, essa média apresenta diferenças bastante significativas: América do Norte (38,1 dias), Oceania (51,6 dias) e Europa (68,6 dias).

Gráfico 53



REGULARIDADE NO PERÍODO DE FÉRIAS

À pergunta sobre se costumam tirar férias regulares sempre no mesmo mês, 73,4% disseram que não, ou seja, que varia a época do ano em que gozam férias. Outros 17,2% responderam afirmativamente e 9,4% deixaram de responder.

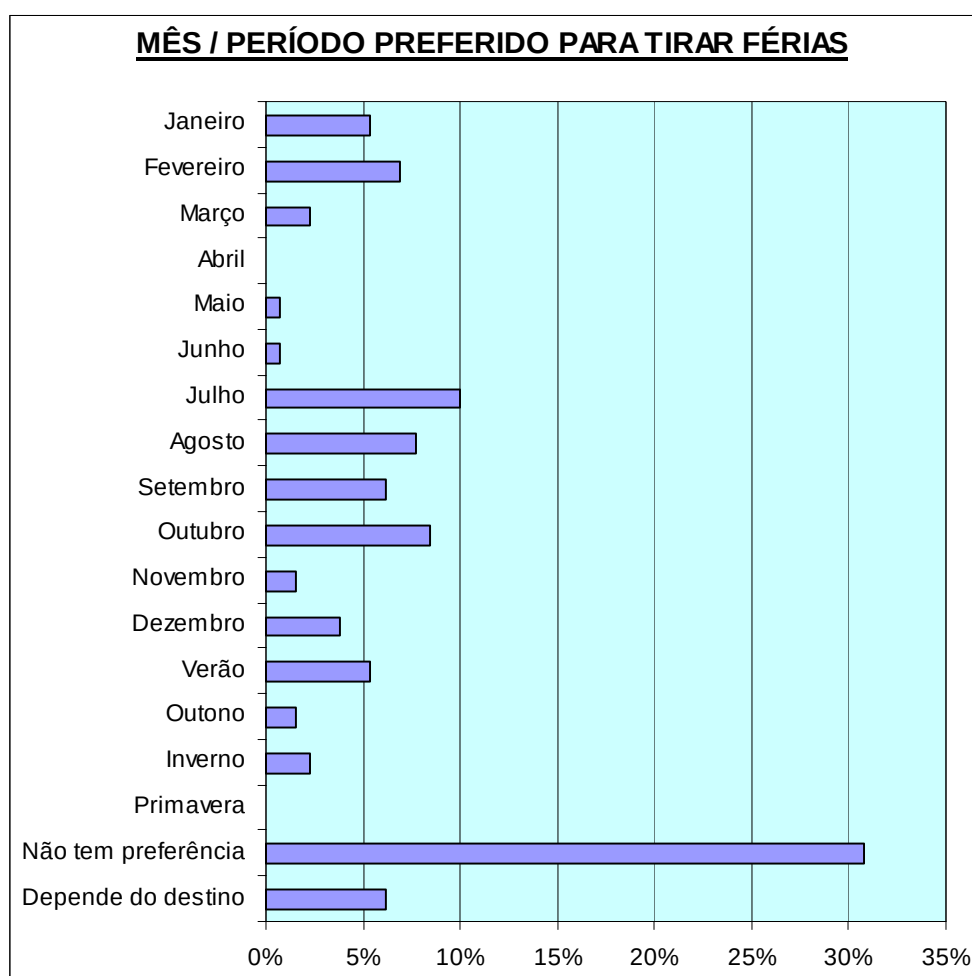
Gráfico 54



Ainda sobre essa questão, 17,2% dos europeus, 17,6% dos representantes da Oceania e 8,6% dos americanos do norte afirmaram que sempre tiram férias no mesmo mês do ano.

Quanto ao mês ou época preferida para gozar férias, os períodos mais citados foram os meses de julho (10%), outubro (8,5%), agosto (7,7%) e fevereiro (6,9%). Mais de 30% dos *backpackers* estrangeiros disseram não ter preferência por qualquer período e outros 6,2% mencionaram que depende do destino escolhido para a viagem.

Gráfico 55

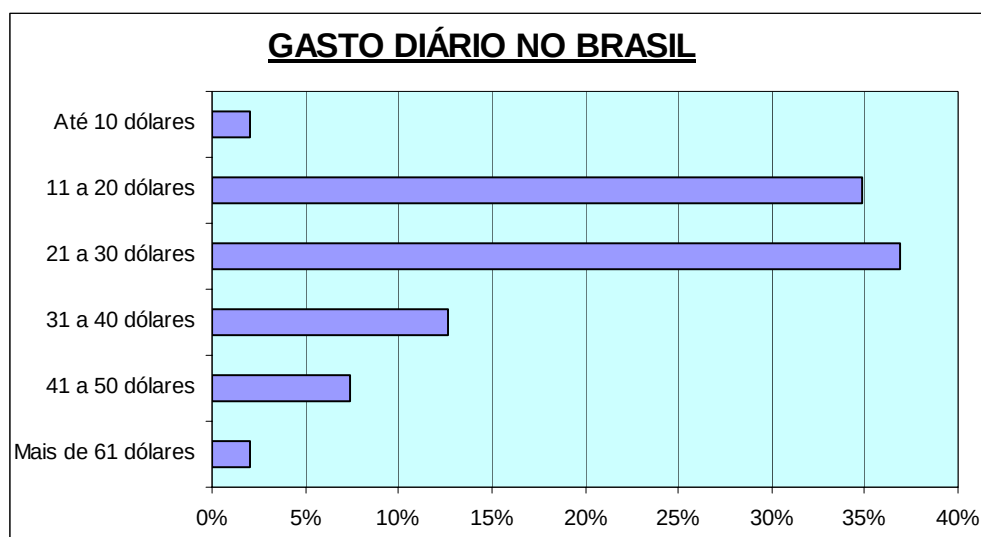


DESPESAS DIÁRIAS

Quando indagados sobre as despesas diárias, incluindo acomodação, alimentação, transporte e entretenimento (não considerando o transporte entre as cidades) 73,7% responderam estar gastando até US\$ 30,00 (ou R\$ 90,00 considerando o valor de R\$ 3,00 para cada dólar). As diversas faixas de valor tiveram os seguintes resultados: 36,9% responderam estar gastando entre 21 e 30 dólares, 34,8% entre 11 e 20 dólares, 12,7% entre 31 e 40 dólares, 7,4% entre 41 e 50 dólares, 2,0% até 10 dólares e 2,0% acima de 61 dólares.

A média de gasto diário, calculada entre todos os *backpackers* estrangeiros pesquisados foi de US\$ 29,80 (que convertida para a nossa moeda à cotação de R\$ 3,00 por dólar, resulta em R\$ 89,40 por dia).

Gráfico 56



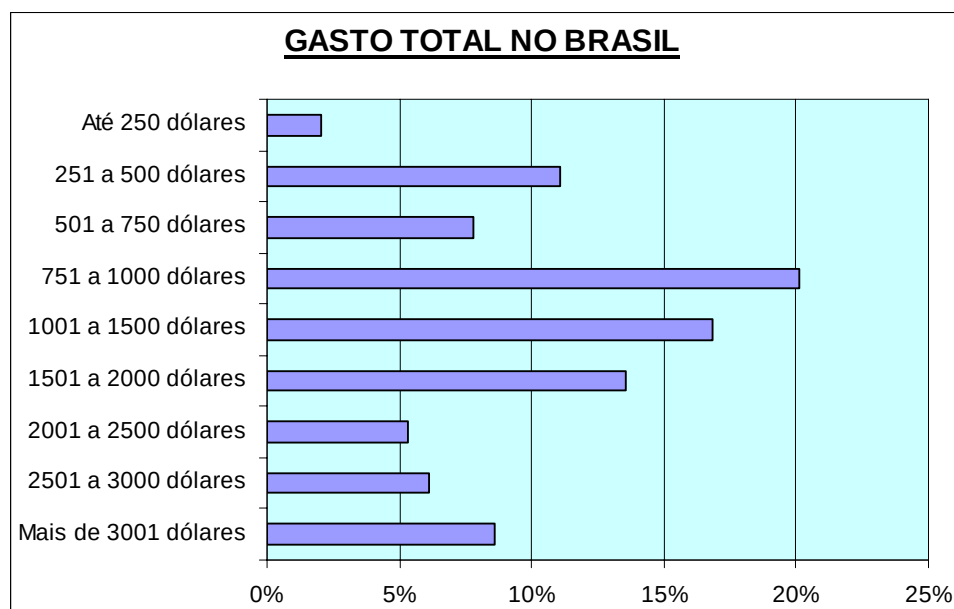
Analisando o comportamento de cada continente/região verificamos algumas particularidades. Entre os turistas da Oceania, a maioria (55,6%) assinalou estar gastando entre 21 e 30 dólares; entre os americanos 10,2% disseram gastar mais de 70 dólares; e para 76,9% dos europeus o gasto diário não era superior a 30 dólares. Os gastos médios foram US\$ 49,90, US\$ 40,80 e US\$ 26,00, respectivamente.

DESPESAS TOTAIS PREVISTAS

Quanto aos gastos totais previstos durante a viagem ao Brasil, as respostas variaram bastante em função da permanência planejada. Apesar disso, os valores mais mencionados pelos turistas *backpackers* foram agrupados nas seguintes faixas em ordem decrescente de respostas: 20,1% mencionaram entre 751 e 1.000 dólares, 16,8% entre 1.001 e 1.500 dólares, 13,5% entre 1.501 e 2.000 dólares, 11,1% entre 251 e 500 dólares, 7,8% entre 501 e 750 dólares, 6,1% entre 2.501 e 3.000 dólares, 5,3% entre 2.001 e 2.500 dólares, 8,6% mais de 3.001 dólares e 2,0% menos de 251 dólares.

Calculando-se a média de gastos totais chegamos ao valor de US\$ 1.660,60, o que em nossa moeda, equivale a R\$ 4.981,80, utilizando-se a cotação de R\$ 3,00 para cada dólar.

Gráfico 57



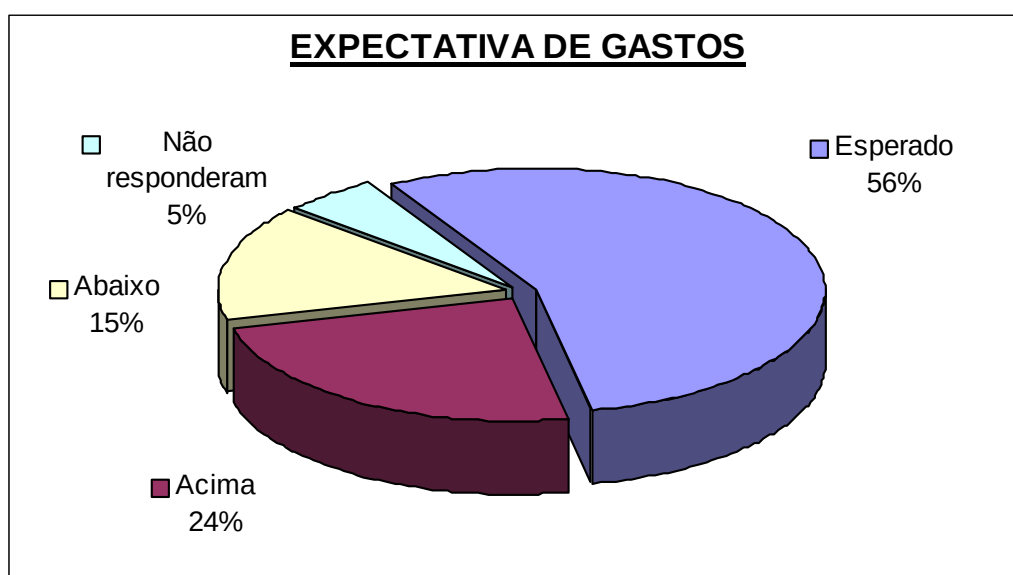
A média de gasto total dos turistas originários da América do Norte foi de U\$ 1.765,80, a dos visitantes da Europa foi de U\$ 1.626,20 e a dos viajantes da Oceania foi de U\$ 1.487,80.

EXPECTATIVA DE GASTOS

Quando questionados se o dispêndio real estava dentro das expectativas, 55,3% responderam afirmativamente, enquanto que 24,2% disseram que estava acima do esperado e 15,2% abaixo do que haviam calculado.

Os turistas vindos da América do Norte foram os que menos se surpreenderam com os gastos no Brasil, uma vez que 61,5% tiveram seus gastos dentro do que esperavam, 10,2% abaixo e 23,1% acima. Para 56,8% dos europeus os gastos estavam dentro das expectativas, para 14,2% abaixo e para 22,4% acima; enquanto que para os visitantes da Oceania metade estava gastando o que havia imaginado, 16,6% estavam gastando menos e 27,7% estavam gastando mais.

Gráfico 58



Dos estrangeiros pesquisados na faixa de 35 a 39 anos, 28,6% responderam que os gastos estavam abaixo do previsto, 7,1% que estavam acima do esperado, enquanto a maioria (64,3%), considerou que estavam no nível que haviam estimado.

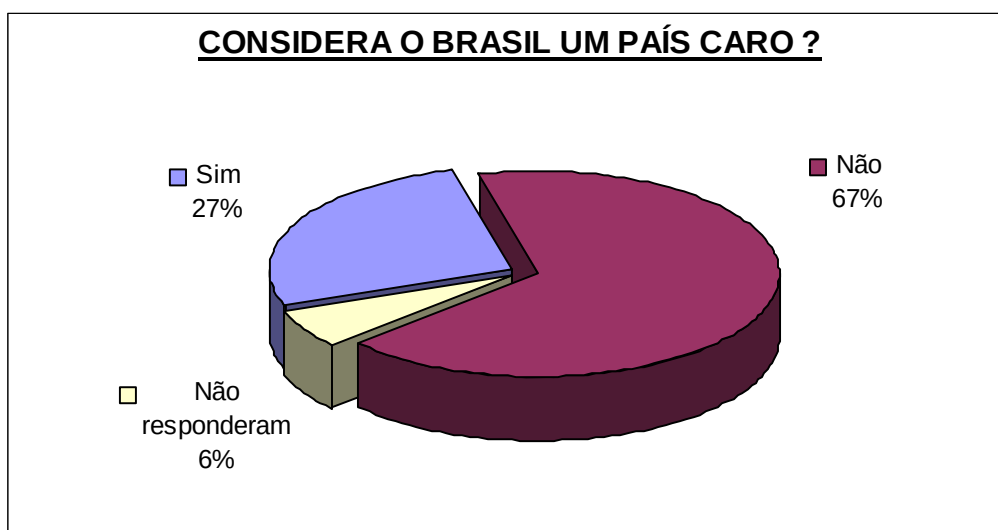
AVALIAÇÃO DO CUSTO DA VIAGEM NO BRASIL

Dos turistas estrangeiros *backpackers* entrevistados, 67,2% não consideraram dispendiosa a viagem pelo Brasil, ao passo que 26,6% acharam-na cara e 6,1% deixaram a questão sem resposta.

A opinião dos representantes dos diversos continentes/regiões mostrou-se pouco variada, sendo que 69,2% dos americanos do norte não consideraram cara a viagem por nosso país, proporção semelhante àquela dos europeus (67,5%) e dos turistas da Oceania (66,6%).

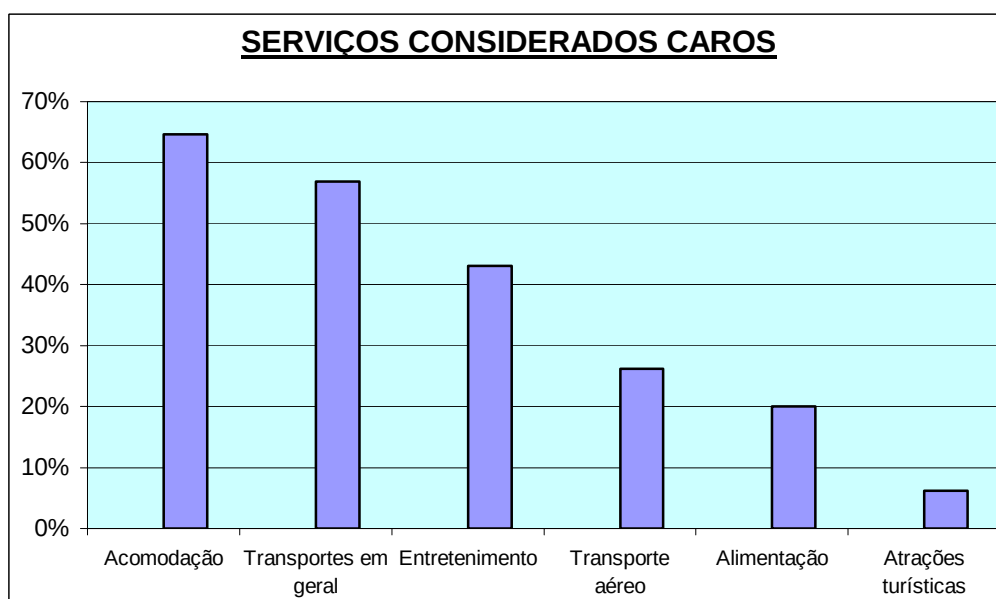
Um maior número de mulheres pesquisadas (35,3%) considerou cara a viagem pelo Brasil, em comparação com o número de homens (25,6%).

Gráfico 59



Dentre aqueles que consideraram dispendiosa a viagem pelo Brasil, os principais aspectos mencionados foram acomodações (64,6%), transportes em geral (56,9%), entretenimentos (43,1%), transporte aéreo (26,2%) e alimentação (20,0%).

Gráfico 60



ENTRETEMIMENTOS OU VISITAS QUE COSTUMA FAZER DURANTE AS VIAGENS

Com respeito às atividades que os viajantes *backpackers* costumam praticar, aspectos de interesse ou lugares que costumam visitar durante suas viagens, as mais mencionadas foram: praias (92,6%), lugares históricos (76,6%), comidas típicas (75,8%), atrações turísticas (75,0%), vegetação (62,7%), beber (60,7%), animais (59,4%), museus (57,8%), arquitetura (57,4%), parques/jardins (56,1%), clubes noturnos (46,7%) e esportes de aventura (44,7%).

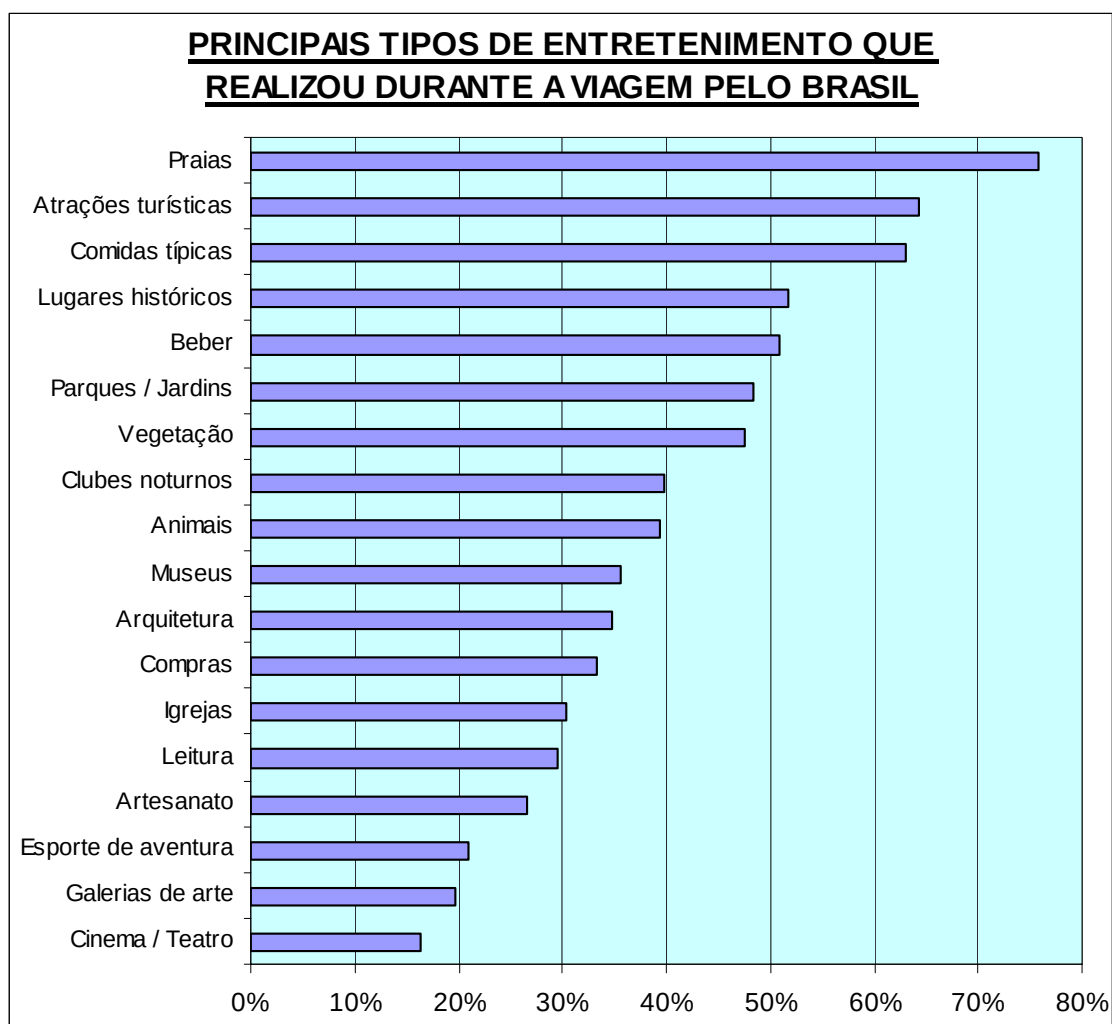
Gráfico 61



Os entretenimentos mais citados pelos visitantes europeus foram praias (92,9%), lugares históricos (78,7%), comidas típicas (76,9%), atrações turísticas (72,2%) e vegetação (71,0%); pelos americanos do norte foram praias (94,8%), atrações turísticas (84,6%), comidas típicas (74,3%), lugares históricos (71,8%) e parques/jardins (71,8%); e pelos turistas da Oceania foram praias (94,4%), atrações turísticas (88,8%), comidas típicas (66,6%), beber (61,1%) e clubes noturnos (55,5%).

Questionados sobre quais dessas atividades de interesse foram praticadas ou visitadas durante a viagem pelo Brasil, as principais respostas positivas foram: praias (75,8%), atrações turísticas (64,3%), comidas típicas (63,1%), lugares históricos (51,6%), beber (50,8%), parques/jardins (48,4%), vegetação (47,5%), clubes noturnos (39,8%), animais (39,3%), museus (35,7%), arquitetura (34,8%) e compras (33,2%).

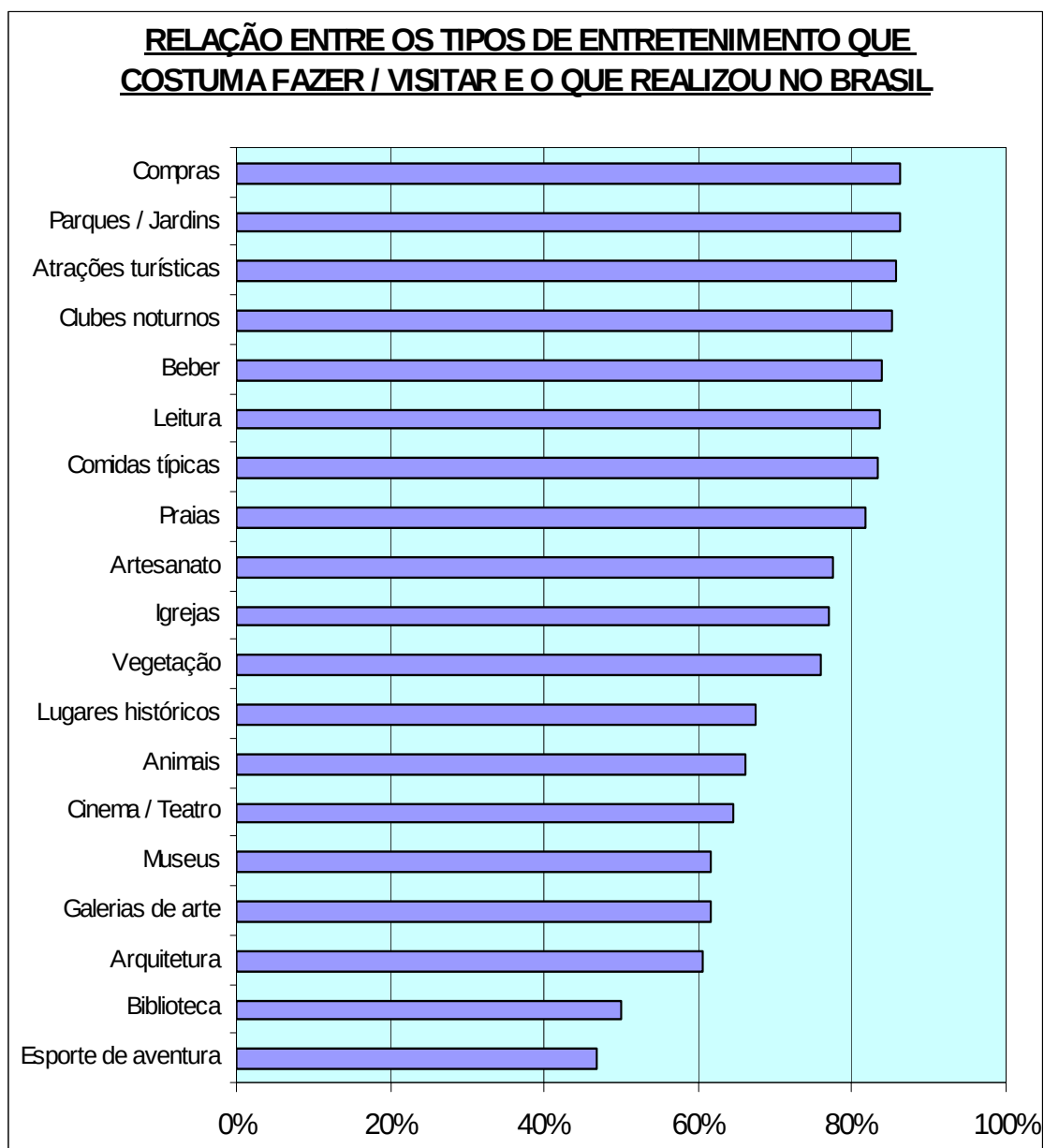
Gráfico 62



As atividades mais praticadas ou visitas realizadas em nosso país, pelos *backpackers* vindos da Europa foram praias (77,5%), comidas típicas (65,1%), atrações turísticas (62,7%), lugares históricos (56,8%) e vegetação (53,2%); pelos da América do Norte foram praias (76,9%), atrações turísticas (69,2%), beber (61,5%), comidas típicas (58,9%) e parques/jardins (58,9%); e pelos da Oceania foram atrações turísticas (77,7%), praias (72,2%), beber (61,1%), comidas típicas (55,5%) e clubes noturnos (50,0%).

Comparando os entretenimentos preferidos e as visitas favoritas com aquelas efetivamente realizadas durante a viagem pelo Brasil, verifica-se que algumas atividades atingiram uma proporção bastante positiva, caso das compras (86,2%), parques/jardins (86,1%), atrações turísticas (85,8%), clubes noturnos (85,1%) e beber (83,8%). Outras atividades, ao contrário, se mostraram muito aquém do desejado, caso dos esportes de aventura (46,8%), biblioteca (50,0%), arquitetura (60,7%), galerias de arte (61,5%) e museus (61,7%), para citar as principais.

Gráfico 63



PRÁTICA DE ESPORTES DE AVENTURA

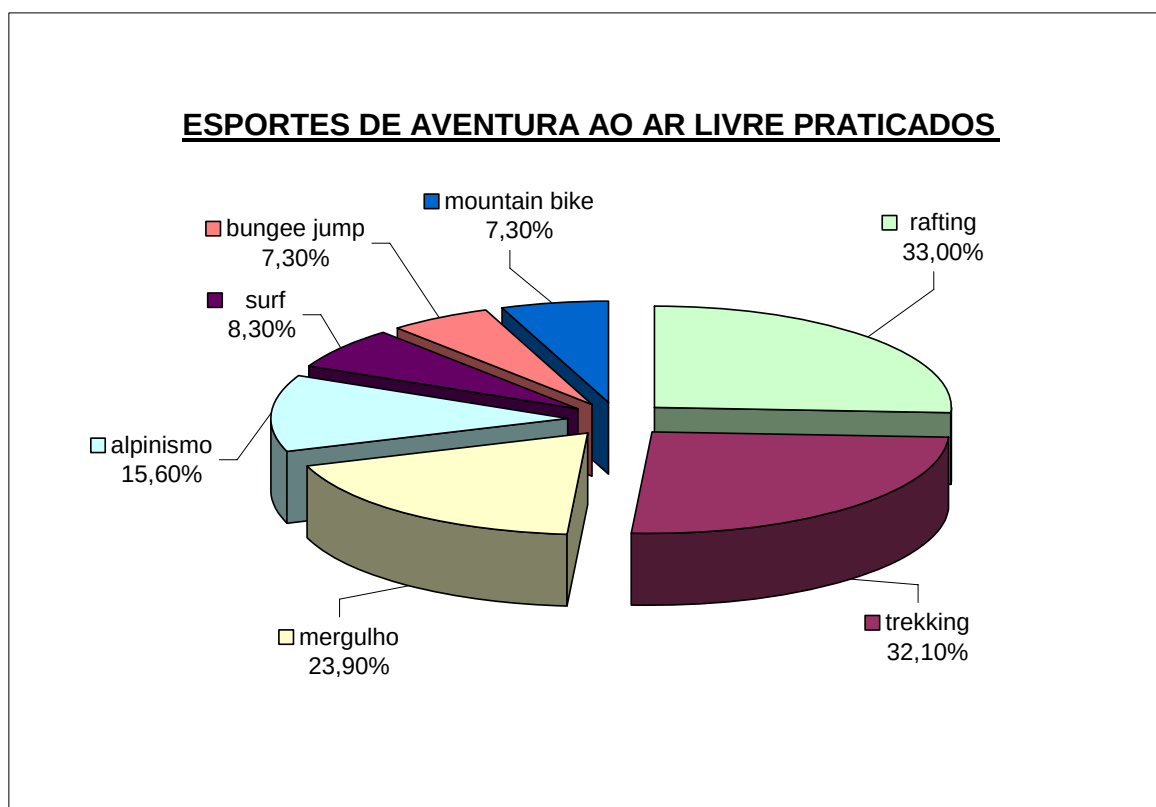
Perguntados se costumavam praticar algum tipo de esporte de aventura, durante suas viagens, 44,7% dos viajantes responderam afirmativamente.

Os entrevistados da Oceania formam o grupo que mais pratica esportes de aventura (66,7%), seguidos pelos americanos do norte (52,6%) e pelos europeus (41,1%).

Gráfico 64

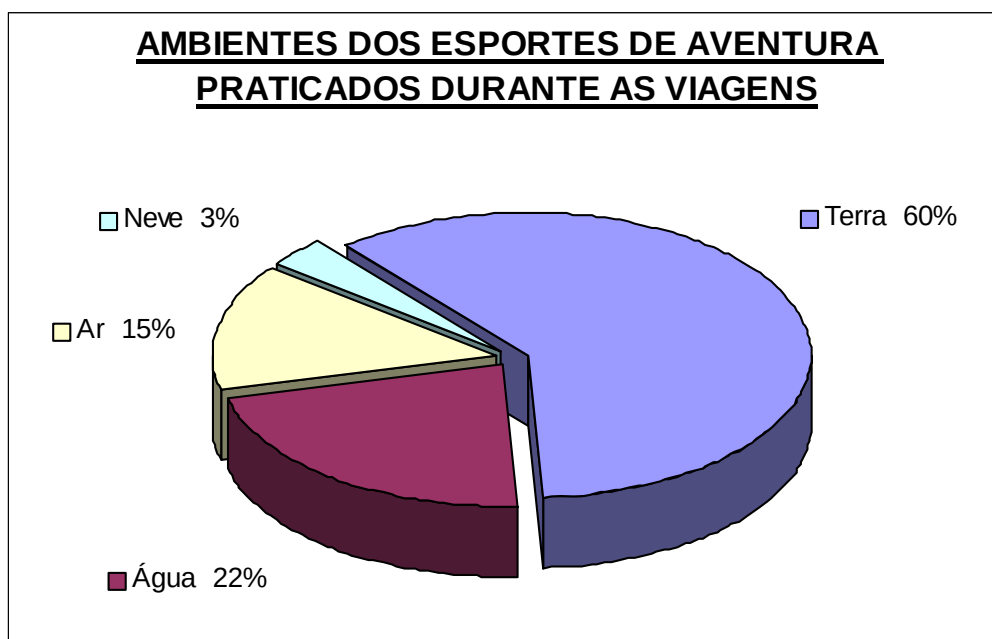


Gráfico 65



Os esportes mais mencionados foram: *rafting* (33,0%), *trekking* (32,1%), *mergulho* (23,9%), *alpinismo* (15,6%), *surf* (8,3%), *bungee jump* (7,3%) e *mountain bike* (7,3%).

Gráfico 66



Agrupando os esportes praticados pelos *backpackers*, segundo os ambientes em que são praticados, verificam-se as seguintes participações: terra (60,2%), água (22,0%), ar (14,5%) e neve (3,2%).

PRÁTICA DE ESPORTES DE AVENTURA NO BRASIL

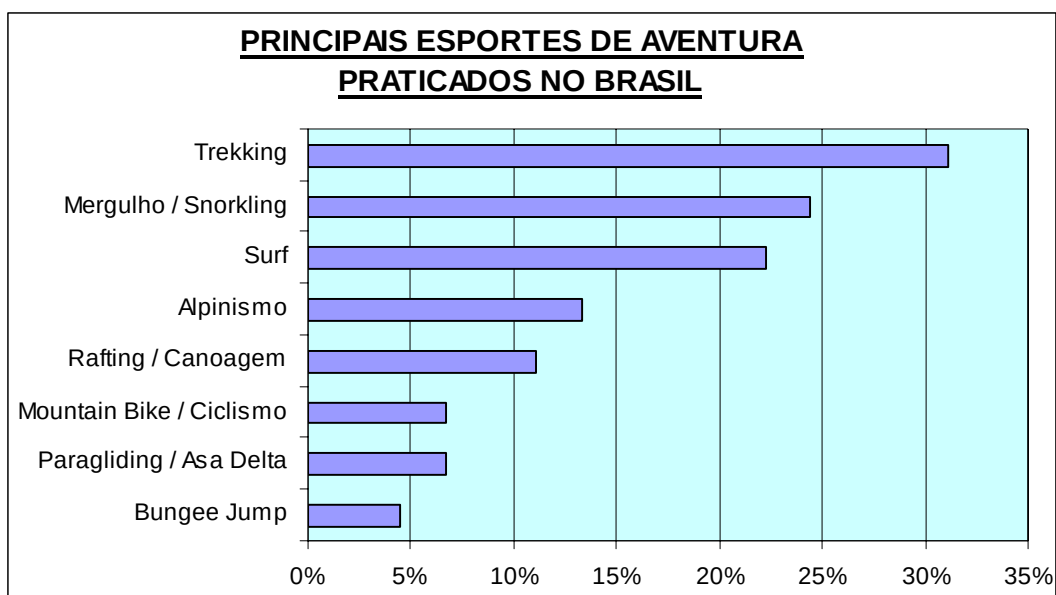
Dos viajantes estrangeiros que praticam esportes de aventura, 41,3% afirmaram ter realizado alguma atividade desse tipo no Brasil, enquanto que a maior parte (58,7%), respondeu não ter feito nenhuma prática durante a viagem.

Gráfico 67



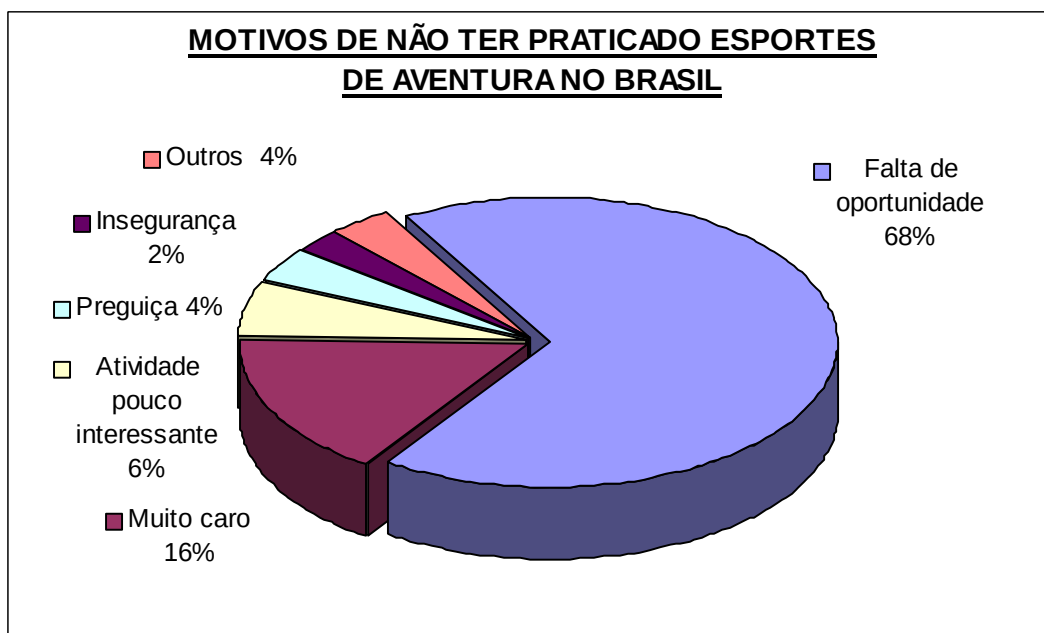
Os principais esportes de aventura praticados em nosso país foram *trekking* (31,1%), mergulho/*snorkling* (24,4%), surf (22,2%), alpinismo (13,3%) e *rafting*/canoagem (11,1%).

Gráfico 68



Aqueles que praticam esportes de aventura em suas viagens, mas não os realizaram no Brasil, alegaram como principais motivos desestimulantes a falta de oportunidade (85,9%), o preço caro cobrado (20,3%) e ter considerado a atividade pouco interessante (7,8%).

Gráfico 69



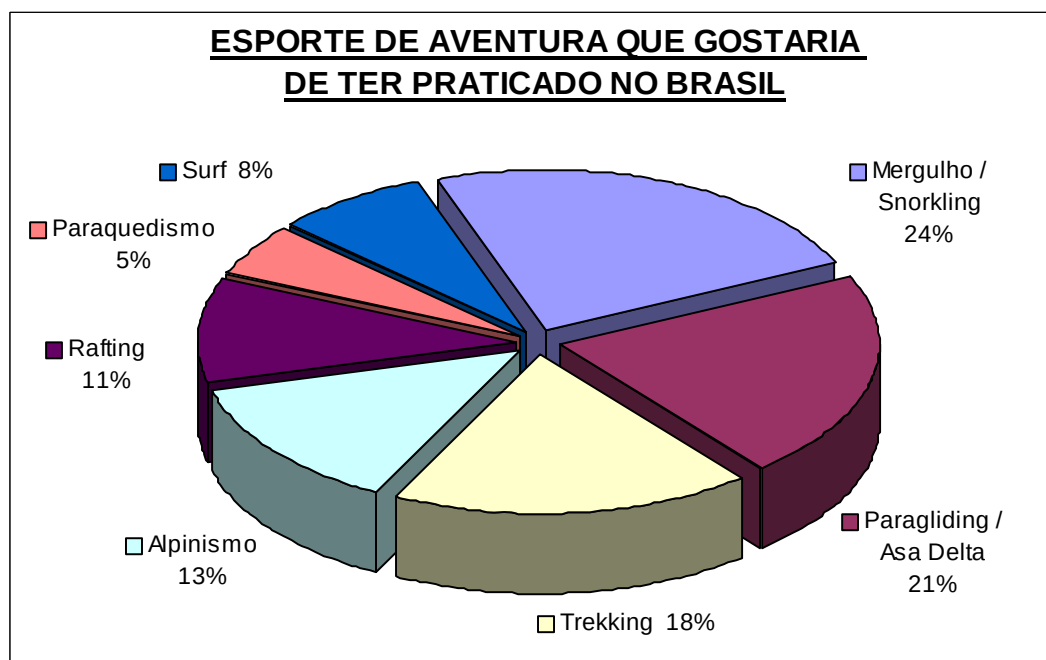
Desses turistas estrangeiros que não praticaram esportes de aventura, quando questionados sobre se gostariam de tê-los realizado durante a viagem pelo Brasil, 67,2% responderam que sim, 10,9% disseram que não gostariam e 21,9% não responderam.

Gráfico 70



Os esportes de aventura que esses visitantes estrangeiros gostariam de ter praticado foram: mergulho/*snorkling* (20,9%), *paragliding*/asa delta (18,6%), *trekking* (16,3%), alpinismo (11,6%) e *rafting* (9,3%), para citar os principais.

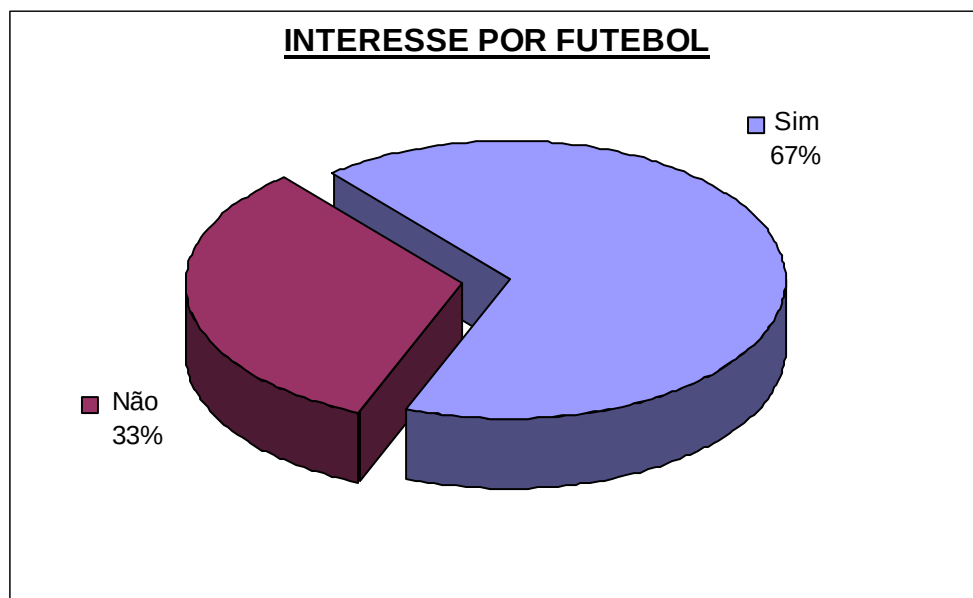
Gráfico 71



INTERESSE POR FUTEBOL

Questionados se gostavam de futebol, 67,2% dos viajantes estrangeiros *backpackers* disseram que sim, enquanto que 32,8% não mostraram interesse pelo esporte.

Gráfico 72



Dos europeus, 60,9% responderam ter interesse em futebol; dos americanos do norte esse interesse alcançou 78,4% e entre os turistas originários da Oceania, a simpatia pelo futebol atingiu 88,9%.

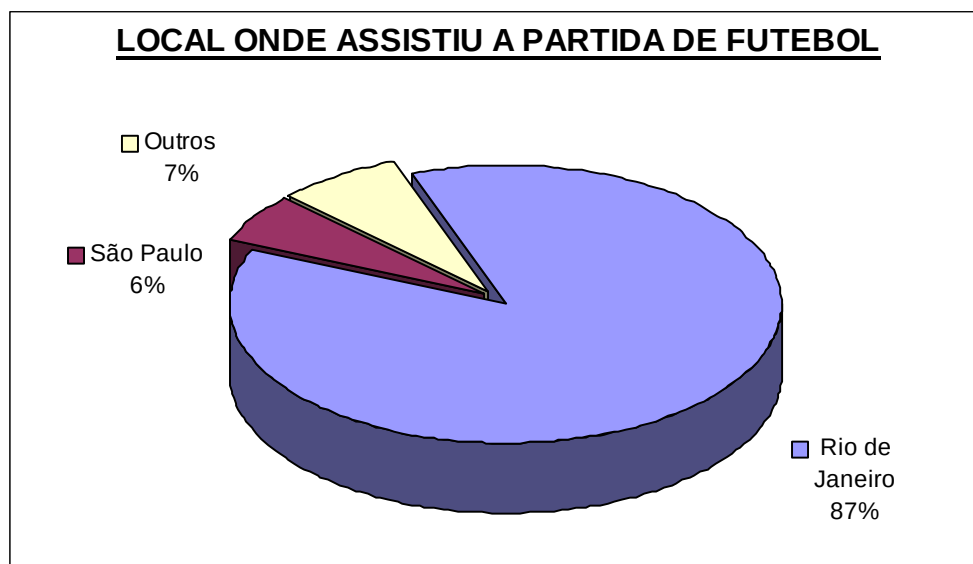
Daqueles visitantes estrangeiros que demonstraram admiração pelo futebol, apenas 37,2% estiveram em um estádio para assistir a uma partida ao vivo.

Gráfico 73



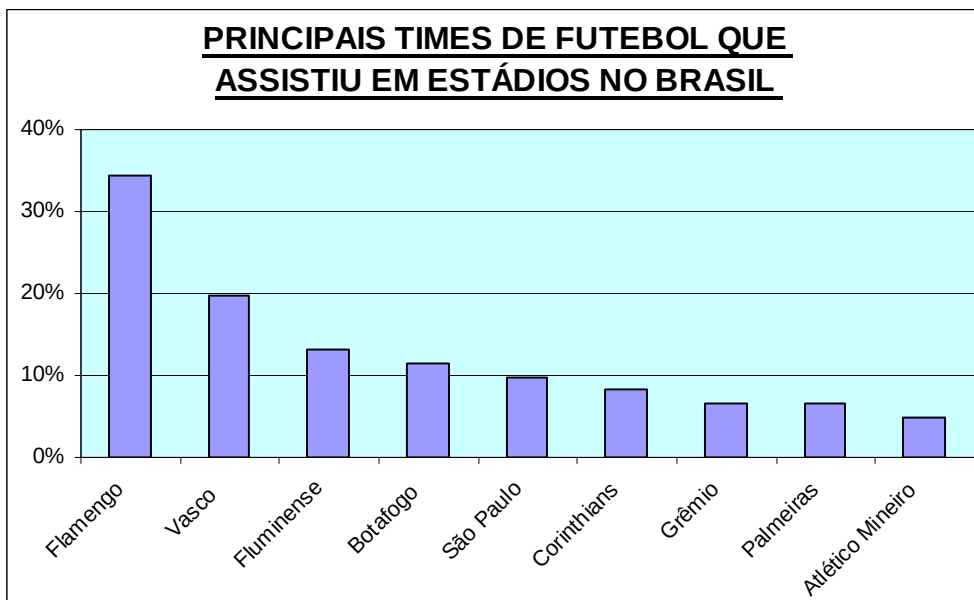
Os principais locais dos jogos de futebol assistidos pelos turistas estrangeiros foram estádios do Rio de Janeiro, com 87,1%, vindo a seguir os da cidade de São Paulo, com apenas 6,2% das menções. Outras localidades somadas, são responsáveis pelos restantes 6,7%.

Gráfico 74



As equipes de futebol mais assistidas pelos *backpackers* foram Flamengo (34,4%), Vasco (19,7%), Fluminense (13,1%), Botafogo (11,5%), São Paulo (9,8%) e Corinthians (8,2%).

Gráfico 75



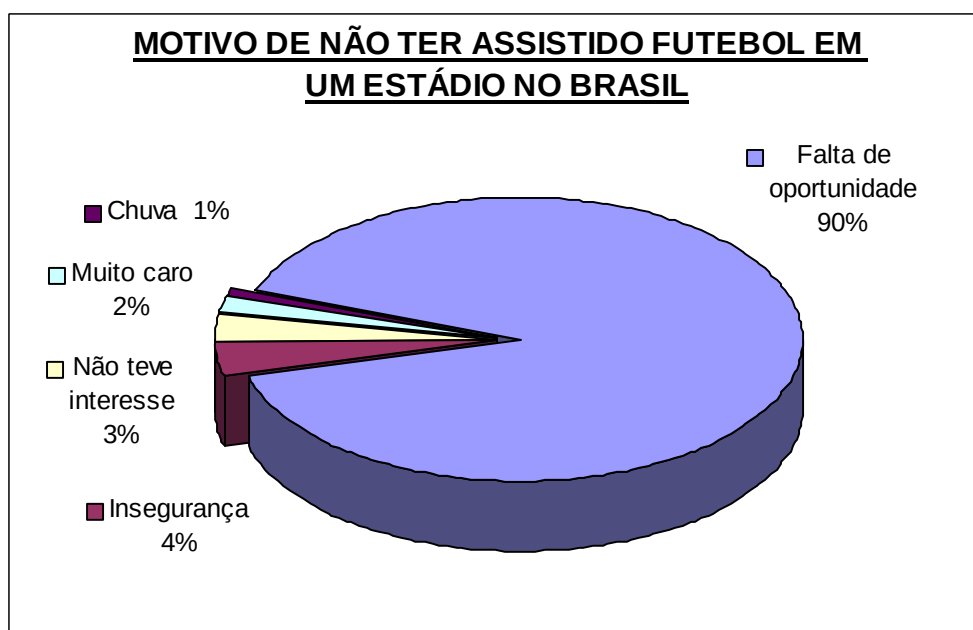
Questionados sobre se gostaram de assistir a uma partida de futebol em um estádio local, a imensa maioria (96,7%) respondeu afirmativamente.

Gráfico 76



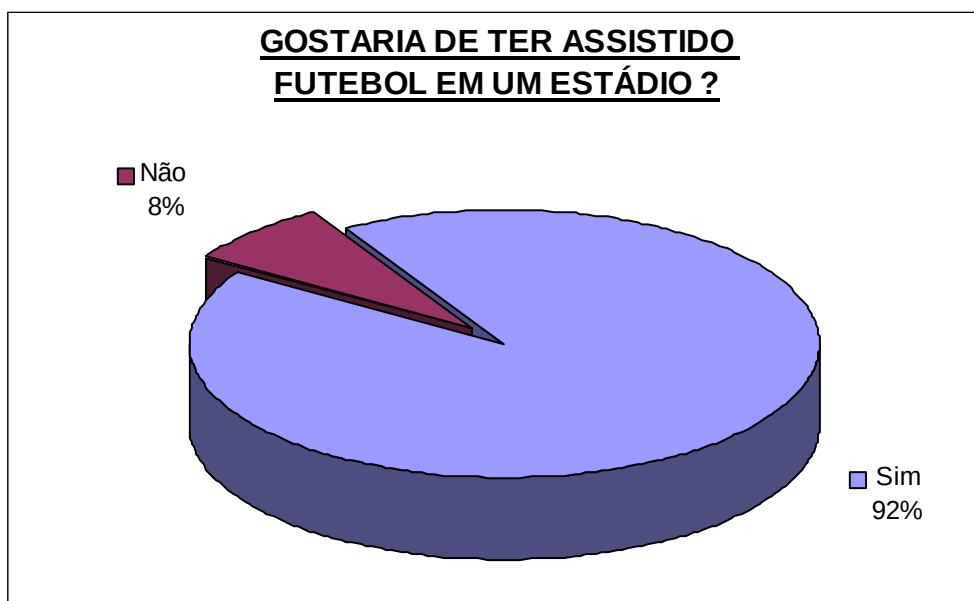
Para aqueles que não assistiram a um jogo de futebol em estádio, 90,3% mencionaram não ter ido por falta de oportunidade, 3,9% insegurança, 2,9% falta de interesse, 1,9% consideraram o entretenimento muito caro e 1,0% ficaram impossibilitados devido à chuva torrencial.

Gráfico 77



A enorme maioria dos que não compareceram a um estádio de futebol (92,3%), gostariam de tê-lo feito, contra apenas 7,8% que se mostraram indiferentes a esse evento esportivo.

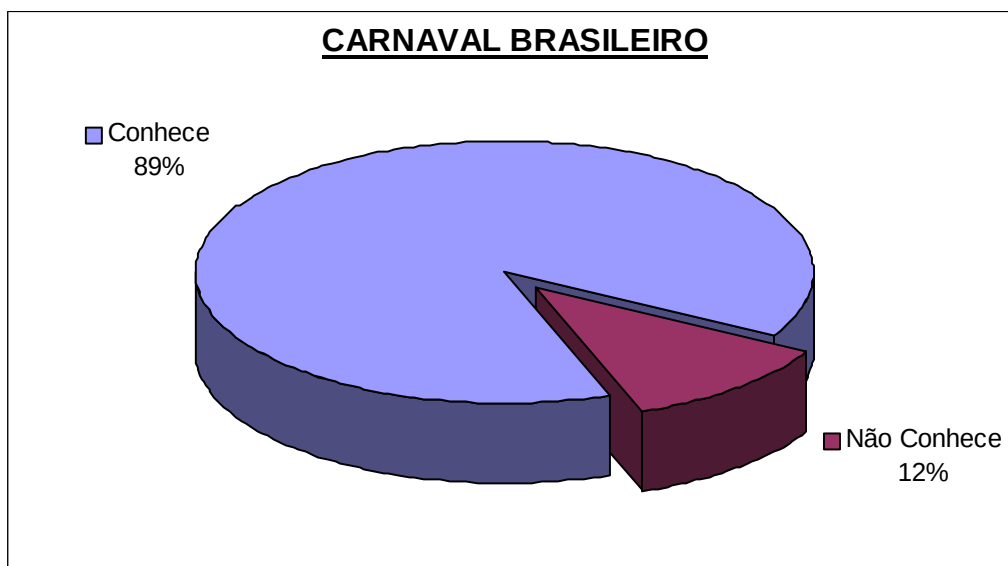
Gráfico 78



CONHECIMENTO DO CARNAVAL BRASILEIRO

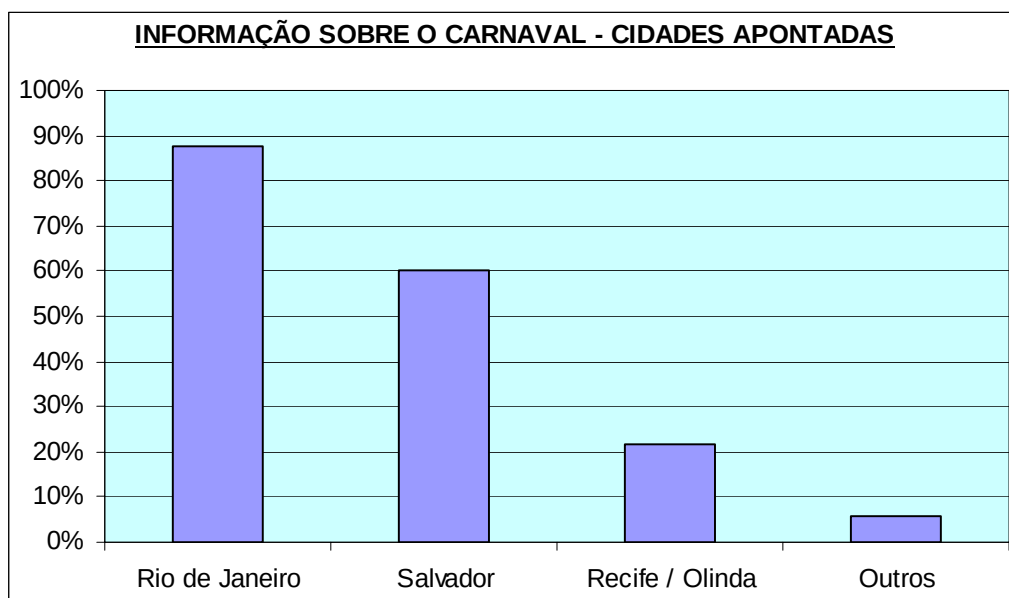
Quando indagados se conheciam o carnaval brasileiro, praticamente 9 entre 10 entrevistados (88,5%) responderam que, de alguma forma, já conheciam as festividades que acontecem em nosso país durante o período carnavalesco.

Gráfico 79



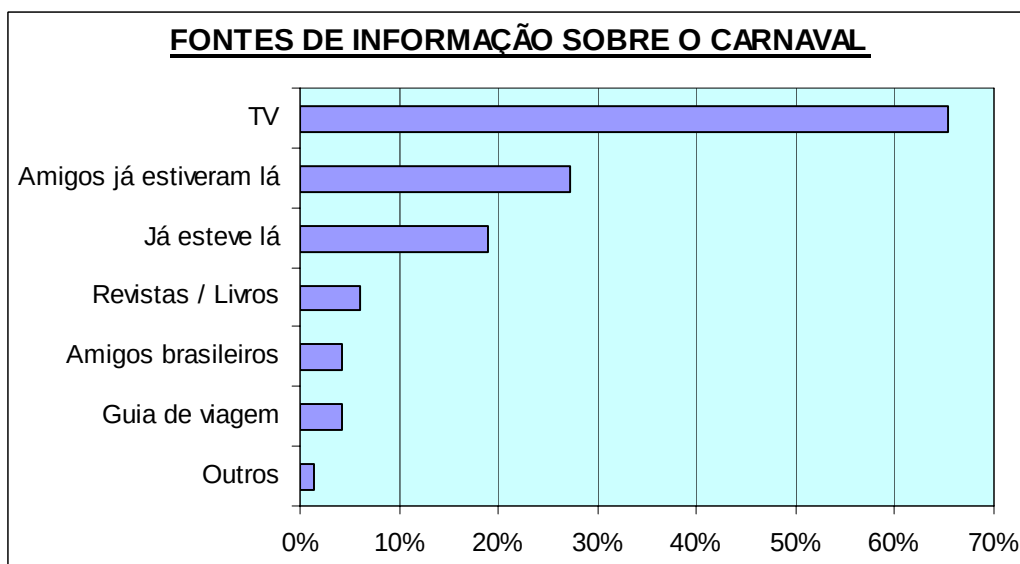
Desses, 87,5% disseram conhecer o carnaval do Rio de Janeiro, 60,2% o de Salvador e 21,8% o de Recife/Olinda, para citarmos os mais representativos.

Gráfico 80



Mais de 65% daqueles que já conheciam nosso carnaval, tinham assistido ao evento pela televisão, 27,3% através de comentários de amigos, 6,0% através revistas ou livros, enquanto que outros 19,0% já haviam participado das festividades.

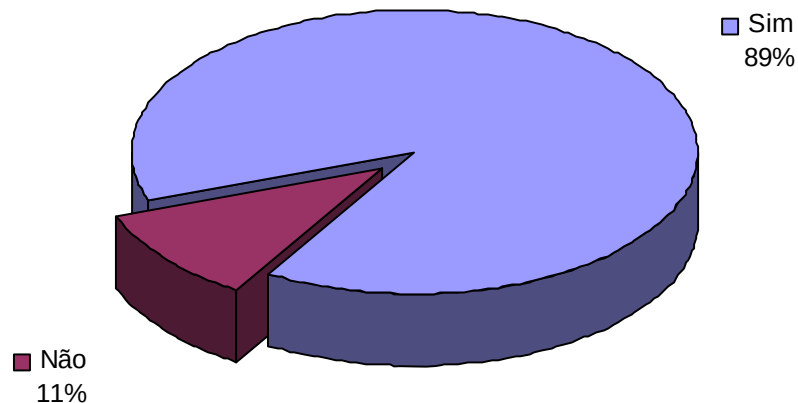
Gráfico 81



Daqueles que desconheciam o carnaval do Brasil, a maioria absoluta (89,3%) mostrou interesse em conhecer a festividade brasileira.

Gráfico 82

GOSTARIA DE CONHECER O CARNAVAL BRASILEIRO ?

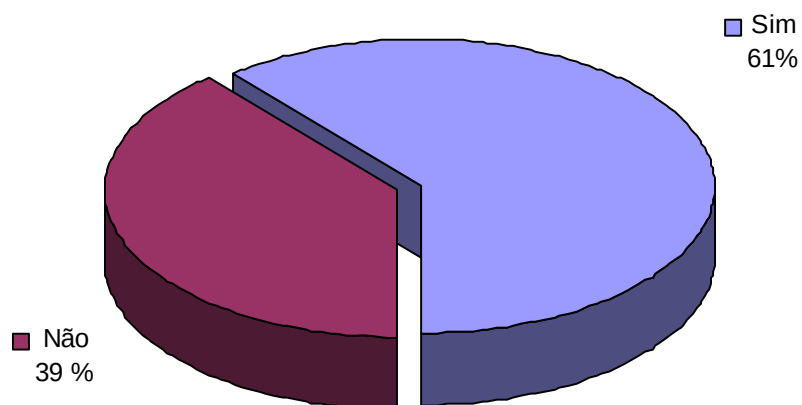


CONHECIMENTO DA MÚSICA BRASILEIRA

Dos *backpackers* participantes da pesquisa, 61,1% responderam possuir conhecimentos sobre a música brasileira, sendo que o restante (38,9%) afirmou não conhecer a música produzida em nosso país.

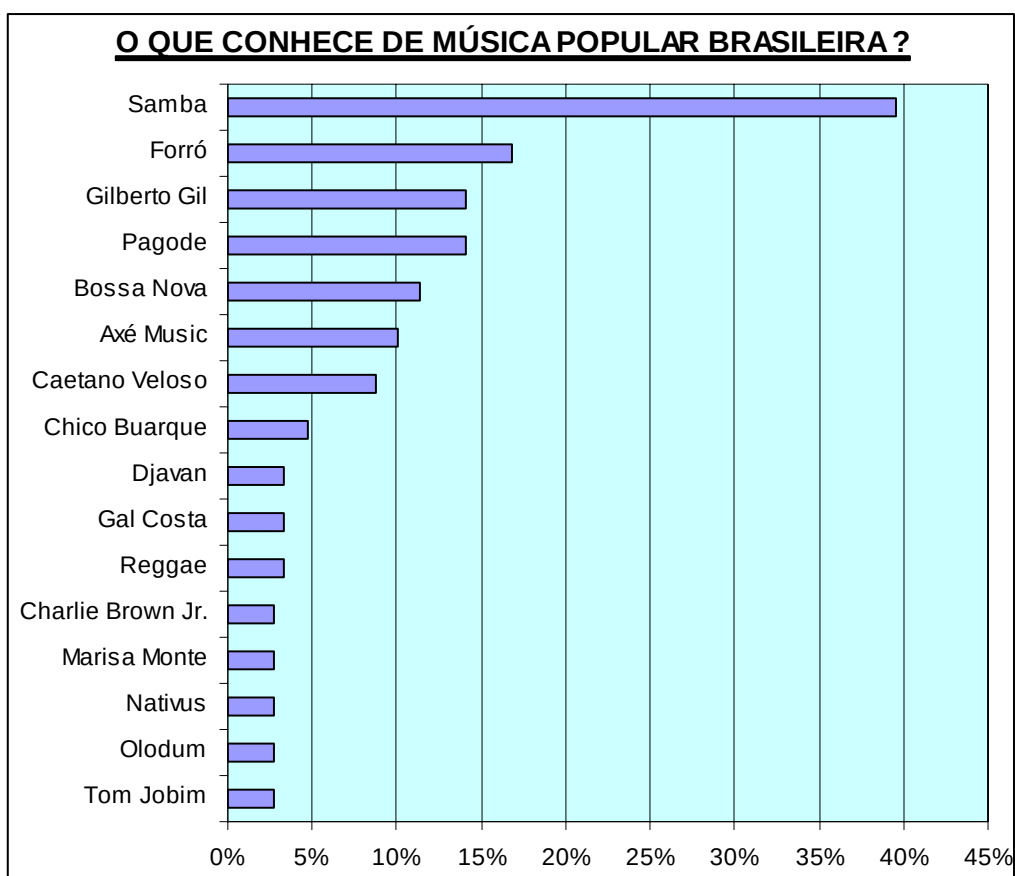
Gráfico 83

CONHECE A MÚSICA POPULAR BRASILEIRA ?



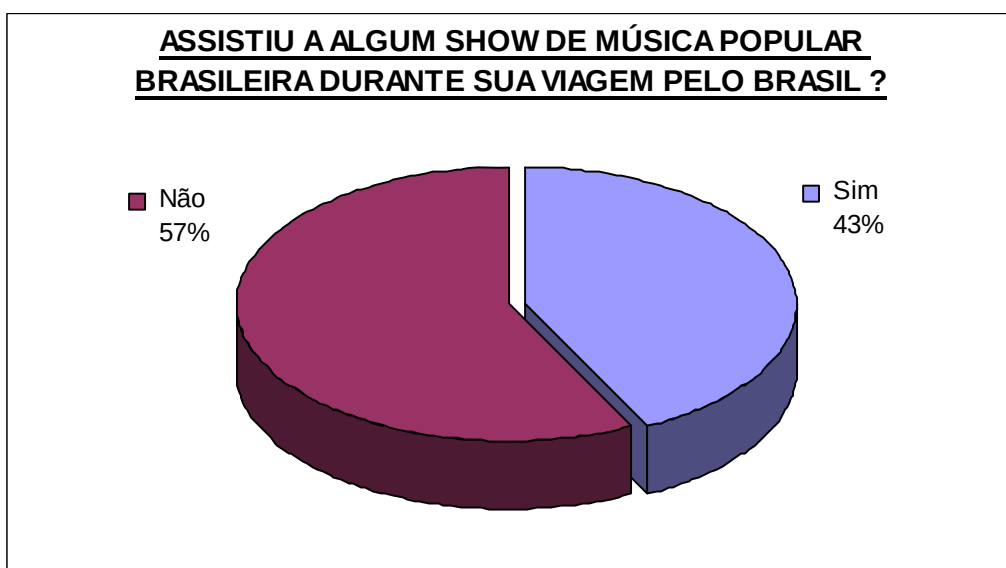
Questionados sobre o que conheciam da música brasileira, as principais respostas dos turistas foram: samba (39,6%), forró (16,8%), pagode (14,1%), Gilberto Gil (14,1%), bossa-nova (11,4%), axé-music (10,1%), Caetano Veloso (8,7%) e Chico Buarque (4,7%).

Gráfico 84



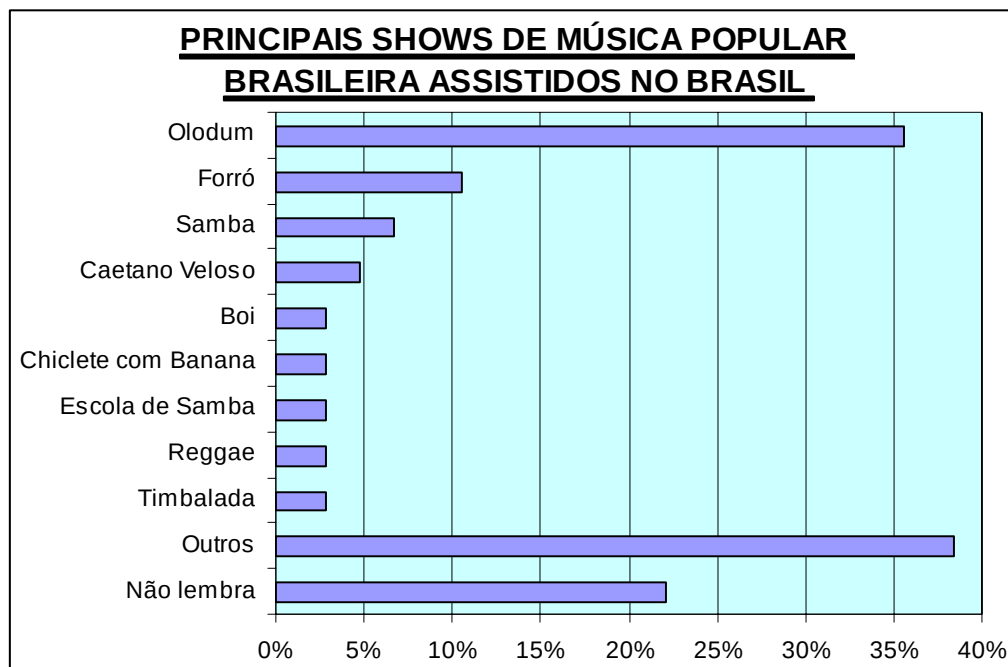
Cerca de 42% dos turistas estrangeiros *backpackers* presenciaram pelo menos um espetáculo de música brasileira, ou algum show típico brasileiro, durante o período de viagem em nosso país.

Gráfico 85



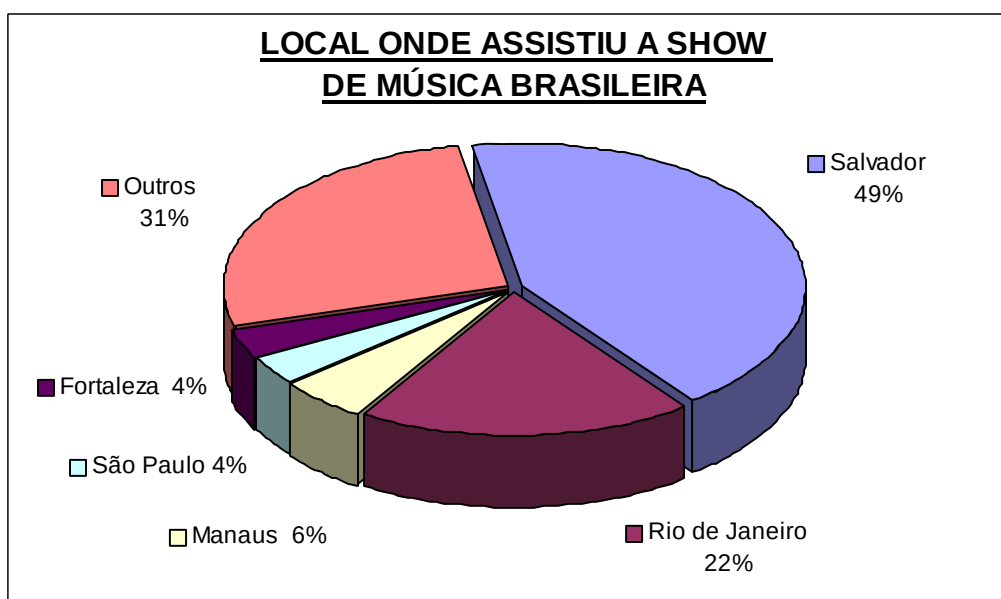
O espetáculo mais assistido pelos *backpackers* estrangeiros foi o do grupo baiano Olodum (35,6%), seguido de shows de forró (10,6%), samba (6,7%) e Caetano Veloso (4,8%), para mencionar os principais.

Gráfico 86



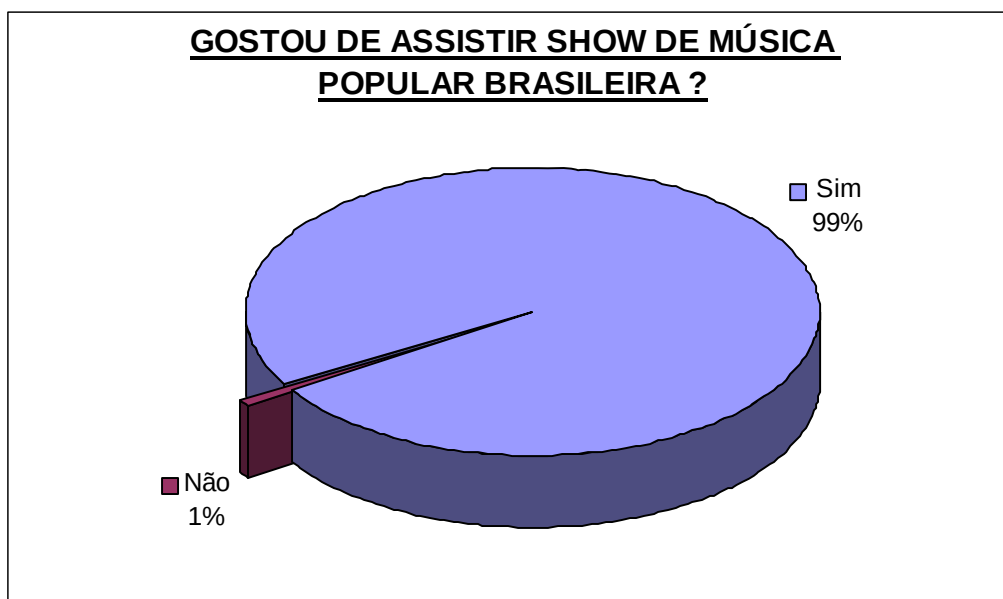
As cidades mais citadas, onde os visitantes assistiram shows de música brasileira, foram Salvador (49,0%) e Rio de Janeiro (22,1%).

Gráfico 87



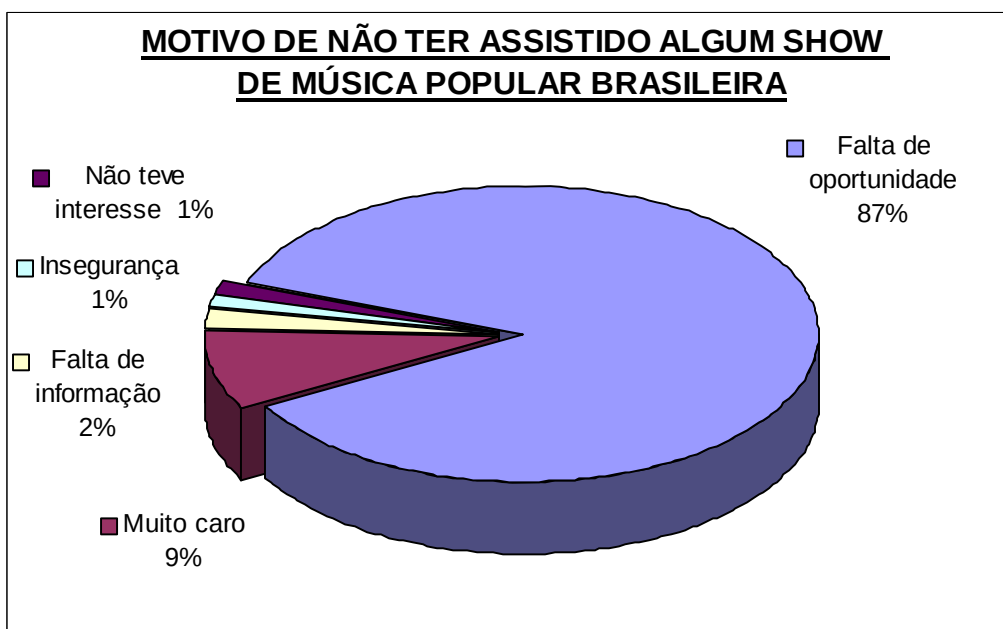
Foi praticamente unânime a satisfação dos turistas *backpackers* em ter presenciado um espetáculo de música popular brasileira, durante a viagem pelo nosso país (99,0%).

Gráfico 88



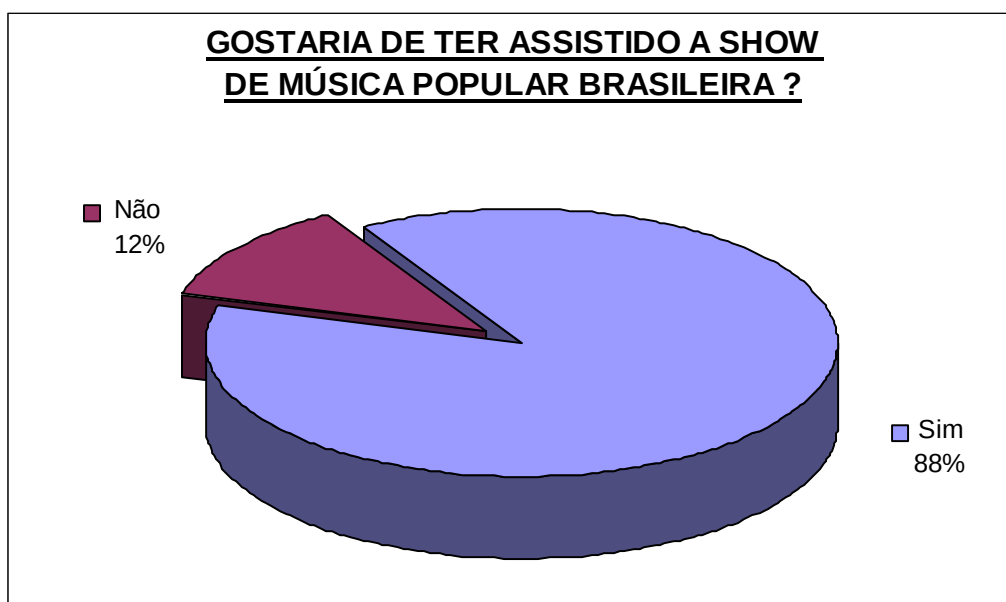
A falta de oportunidade foi a justificativa mais mencionada (86,6%) por aqueles que não presenciaram um espetáculo de música brasileira. Outras razões foram: considerar o preço muito elevado (8,6%), falta de informação (2,1%), insegurança" (1,4%) e falta de interesse (1,4%).

Gráfico 89



Desses viajantes estrangeiros independentes que não estiveram em um espetáculo de música brasileira, 87,9% se mostraram interessados em presenciar algum evento dessa natureza.

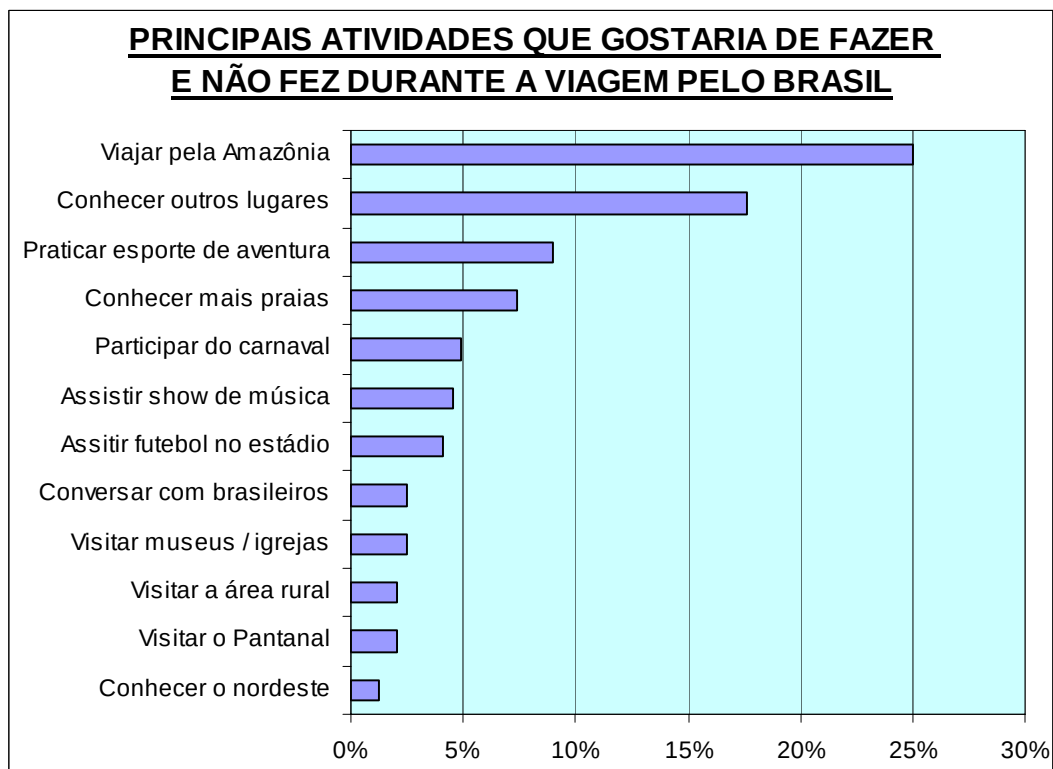
Gráfico 90



ATIVIDADE QUE GOSTARIA DE TER FEITO E NÃO FEZ

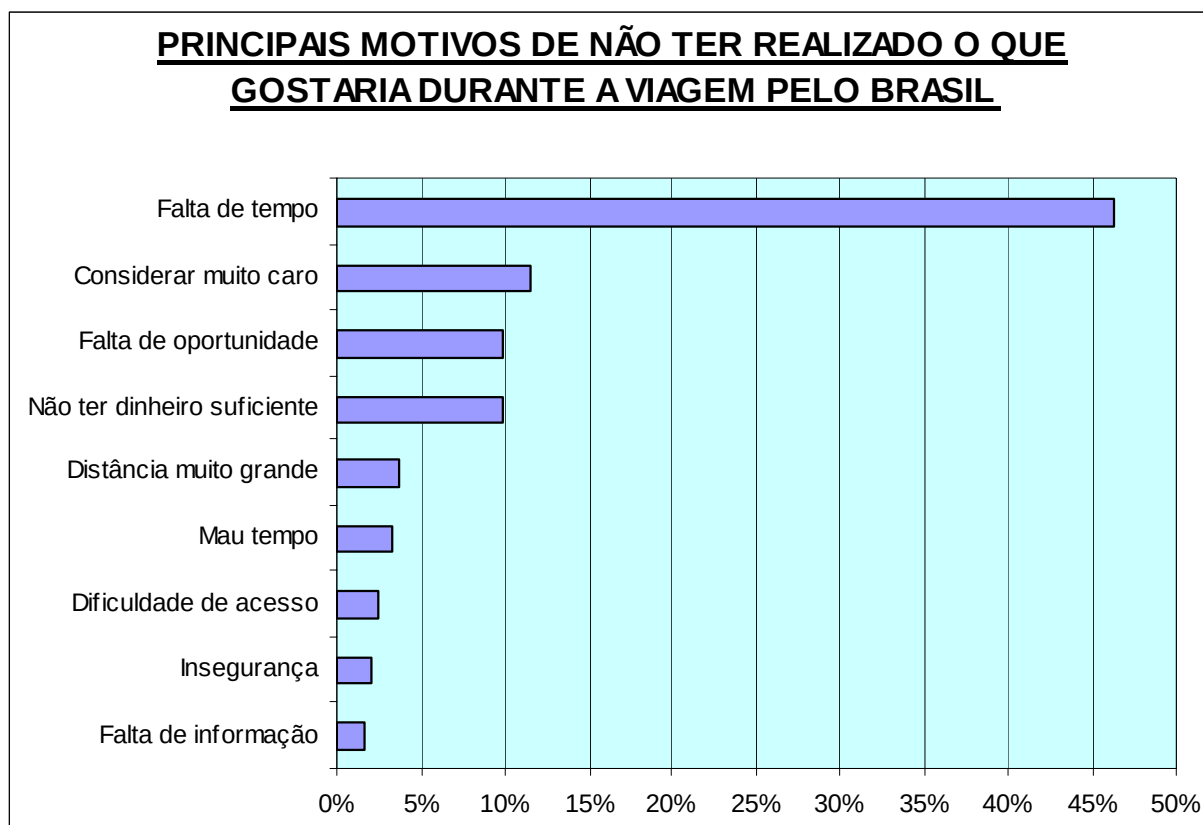
Perguntados sobre se havia alguma atividade que gostariam de ter desenvolvido e não tiveram a oportunidade de realizar, as principais menções foram: viajar pela Amazônia (25,0%), conhecer outros lugares (17,6%), praticar esportes de aventura (9,0%), conhecer mais praias (7,4%) e participar do carnaval (4,9%).

Gráfico 91



Os motivos mais alegados que desestimularam ou restringiram a realização daquelas atividades foram: a falta de tempo (46,3%), considerar muito caro (11,5%), a falta de oportunidade (9,8%), não ter dinheiro suficiente (9,8%), as longas distâncias (3,7%) e o mau tempo (3,3%).

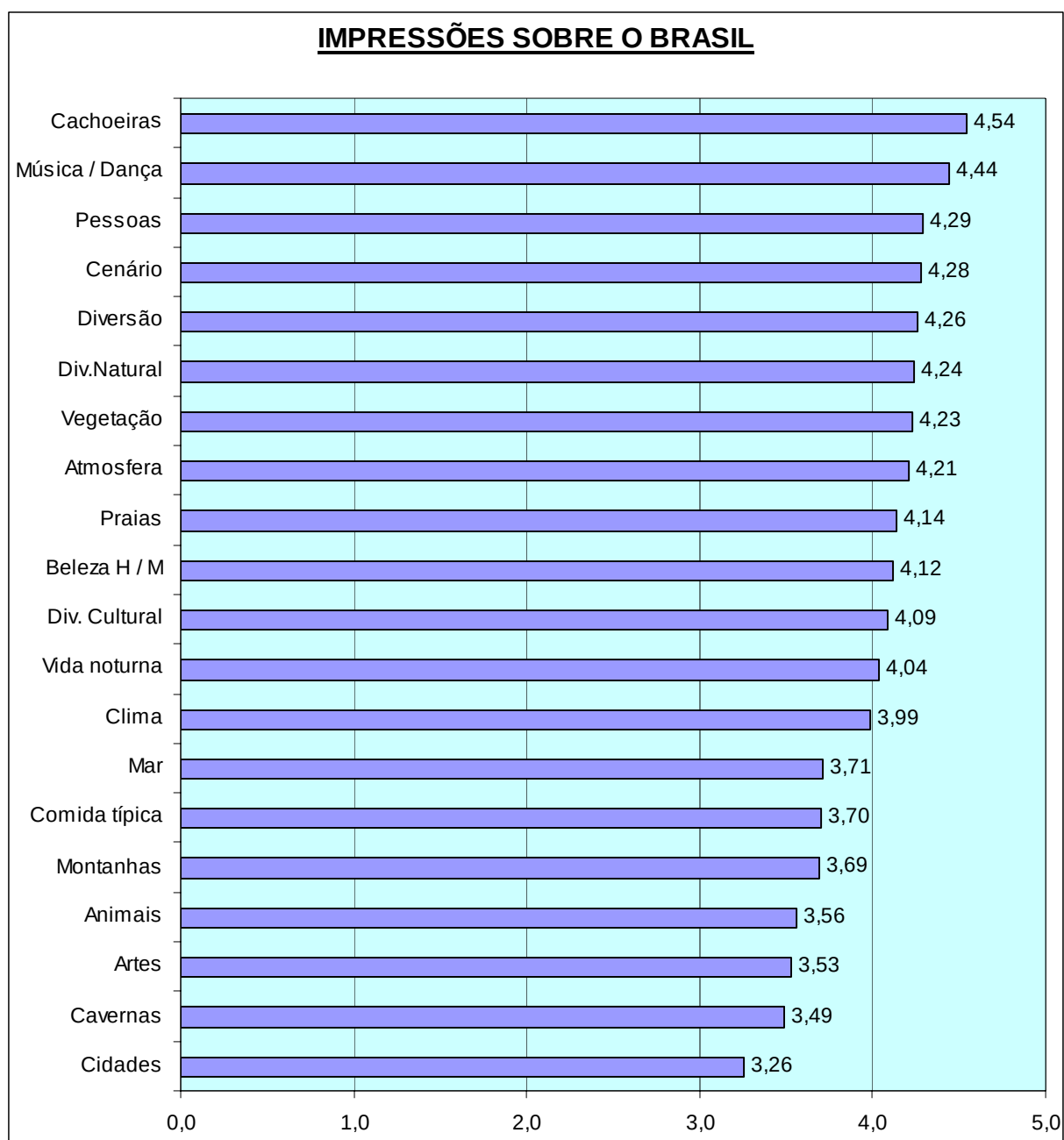
Gráfico 92



IMPRESSÕES SOBRE O BRASIL

Os *backpackers* estrangeiros foram instruídos a dar notas de 1 a 5 sobre os vários aspectos de nosso país. Os valores representavam: 1 – muito pobre; 2 – pobre; 3 – satisfatório; 4 – bom; 5 – muito bom. Os aspectos mais bem pontuados, segundo a média calculada, foram: cachoeiras (4,54), música/dança (4,44), pessoas (4,29), cenário (4,28), diversão (4,25) e diversidade natural (4,24). Por outro lado, os aspectos com menores escores foram: cidades (3,26), cavernas (3,49), artes (3,53), animais (3,56), montanhas (3,69), comida típica (3,70) e mar (3,71).

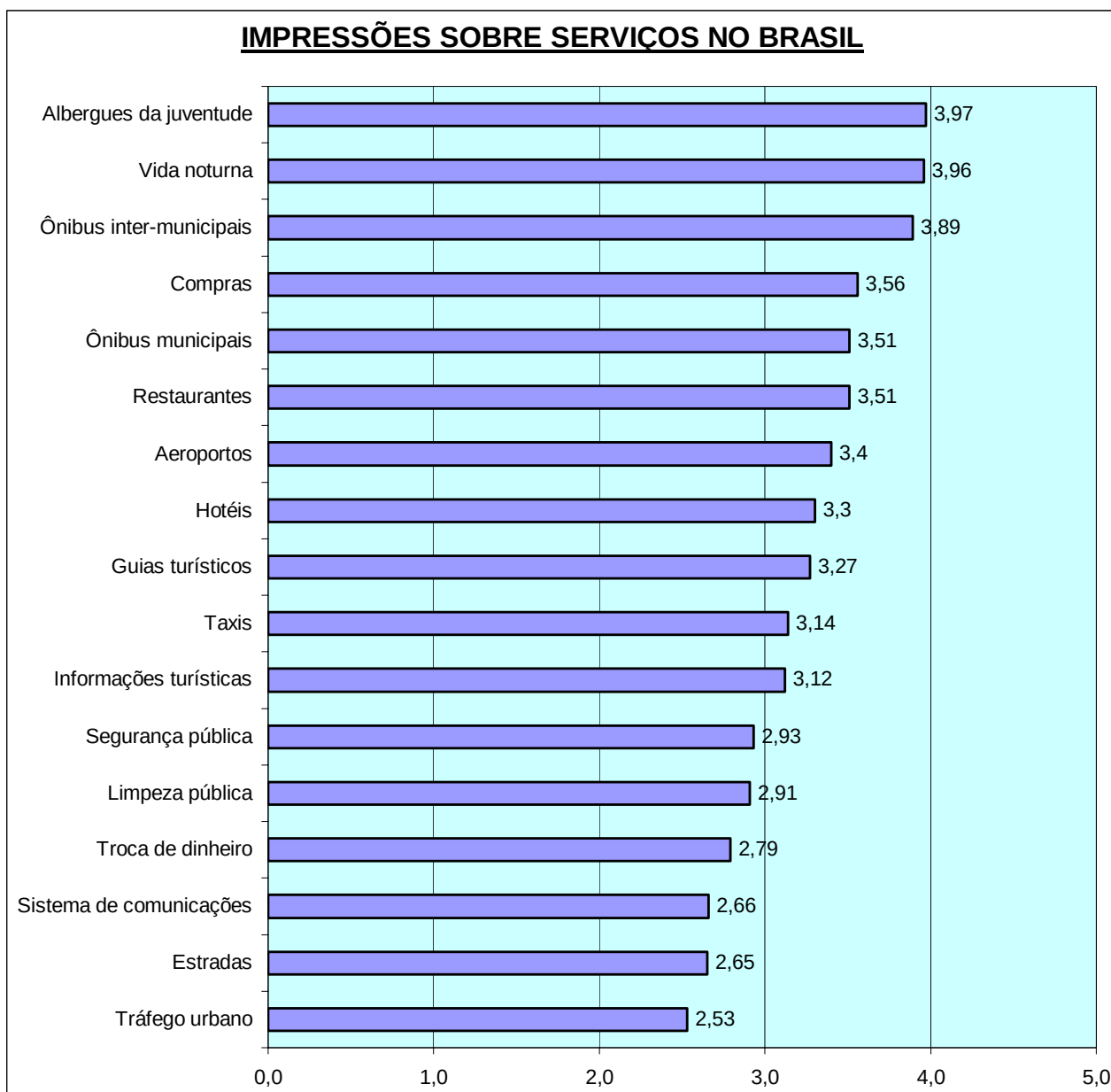
Gráfico 93



SERVIÇOS NO BRASIL

Da mesma forma que na questão anterior, os turistas *backpackers* avaliaram com notas os serviços que utilizaram durante sua viagem pelo Brasil. Os que alcançaram as melhores médias foram os albergues da juventude (3,97), vida noturna (3,96), ônibus intermunicipais (3,89), compras (3,58), restaurantes (3,51) e ônibus municipais (3,51). Enquanto que tráfego urbano (2,53), estradas (2,65), sistema de comunicações (2,66), troca de dinheiro (2,79) e limpeza pública, foram os aspectos com menores médias calculadas.

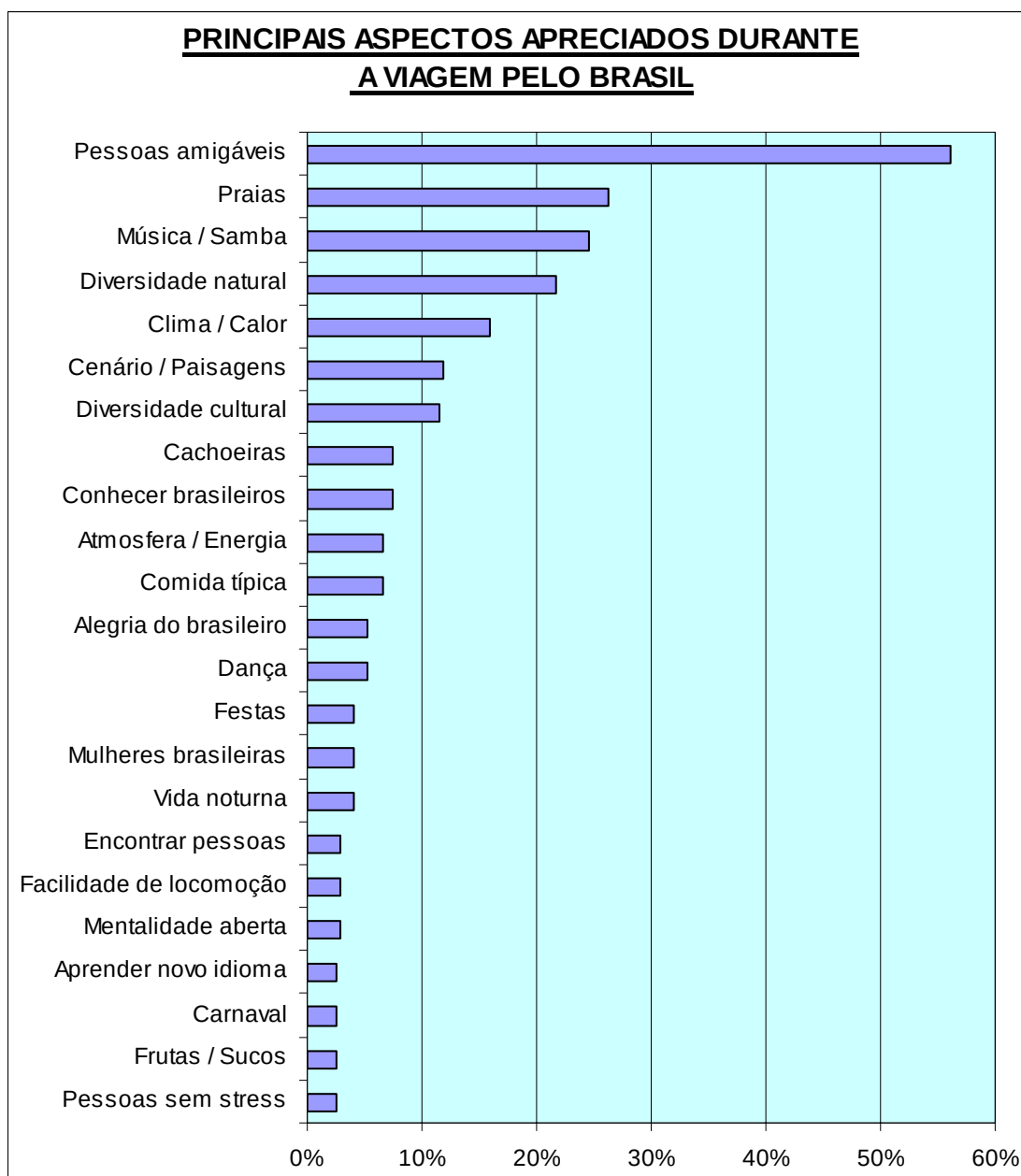
Gráfico 94



ASPECTOS POSITIVOS DA VIAGEM

Perguntados sobre os aspectos mais apreciados durante sua visita ao Brasil, os visitantes estrangeiros *backpackers* destacaram em primeiro lugar, com 56,1% de menções, povo amigável. Em seguida foram citados praias (26,2%), música/samba (24,6%), natureza/diversidade natural (21,7%), clima/calor (16,0%), cenário/paisagem (11,9%), cultura/diversidade cultural (11,5%), entre diversas outras respostas.

Gráfico 95



ASPECTOS NEGATIVOS DA VIAGEM

Os principais aspectos negativos da viagem pelo Brasil, apontados pelos *backpackers*, foram: insegurança/crime (18,9%), pequena parcela da população que se comunica em inglês (13,1%), desigualdade social/pobreza (11,5%), informações turísticas insatisfatórias (8,2%), estradas e ruas malconservadas (7,0%) e poluição (6,6%), entre muitas outras respostas diferentes.

Gráfico 96



PRETENSÃO DE VOLTAR

A grande maioria dos *backpackers* (89,3%) disse que pretendiam retornar ao nosso país, enquanto que outros 4,9% afirmaram não ter essa intenção e 5,7% deixaram de responder a esta questão.

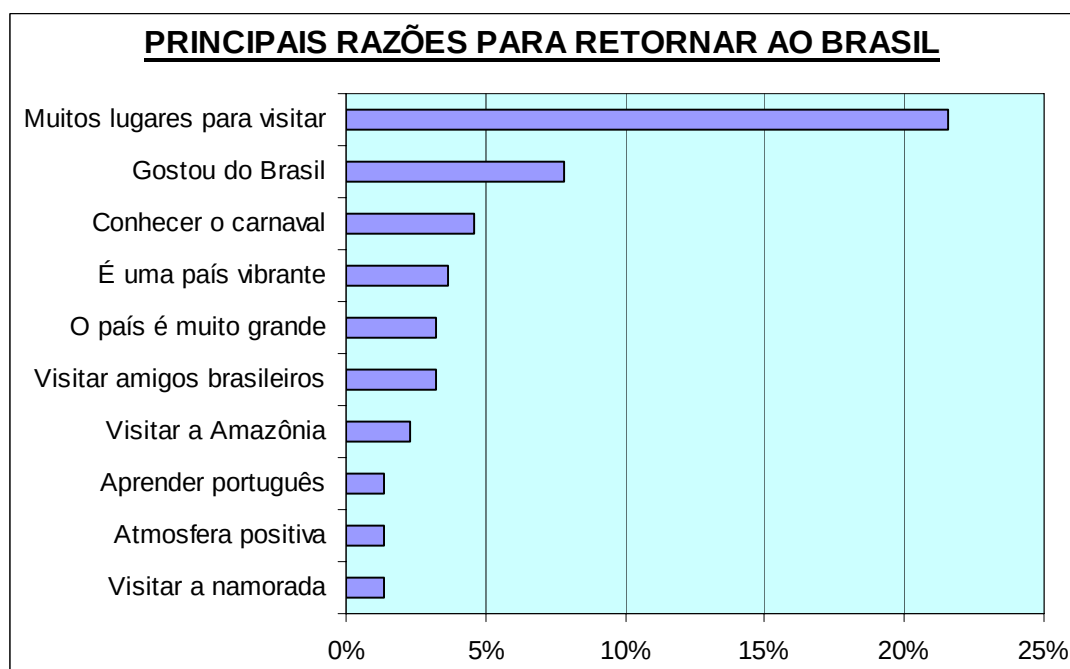
Dos turistas europeus a parcela dos que pretendiam retornar foi de 89,3%, dos americanos do norte 89,7% e dos originários da Oceania 83,3%.

Gráfico 97



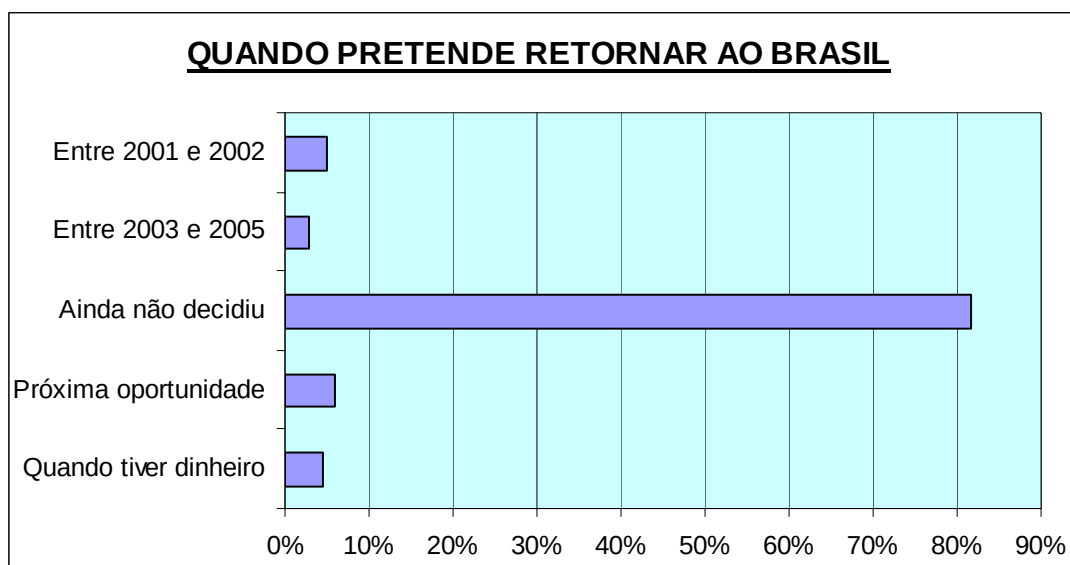
A razão principal dessa vontade de retornar é o fato de existirem ainda muitos lugares para serem conhecidos (21,6%). Outros motivos mencionados foram: "gostou do Brasil" (7,8%), "quer conhecer o carnaval" (4,6%), "gostou da energia/país vibrante" (3,7%), e "pretende visitar os amigos brasileiros que fez nessa viagem" (3,7%), entre numerosos outros.

Gráfico 98



Sobre a data do possível retorno ao nosso país a maioria absoluta (81,7%) disse não ter decidido ainda um período específico, enquanto que 6,0% afirmaram que retornarão na próxima oportunidade que tiverem e 4,6% assim que tiverem dinheiro suficiente. Outros 5,0% *backpackers* estrangeiros responderam que planejavam voltar ao Brasil entre os anos de 2001 e 2002 e 2,8% entre 2003 e 2005.

Gráfico 99



Daqueles poucos que afirmaram não ter intenção de fazer outra viagem de férias ao Brasil nos próximos anos, 83,3% disseram que pretendem visitar outros lugares e 16,7% mencionaram que já haviam conhecido suficientemente o nosso país.

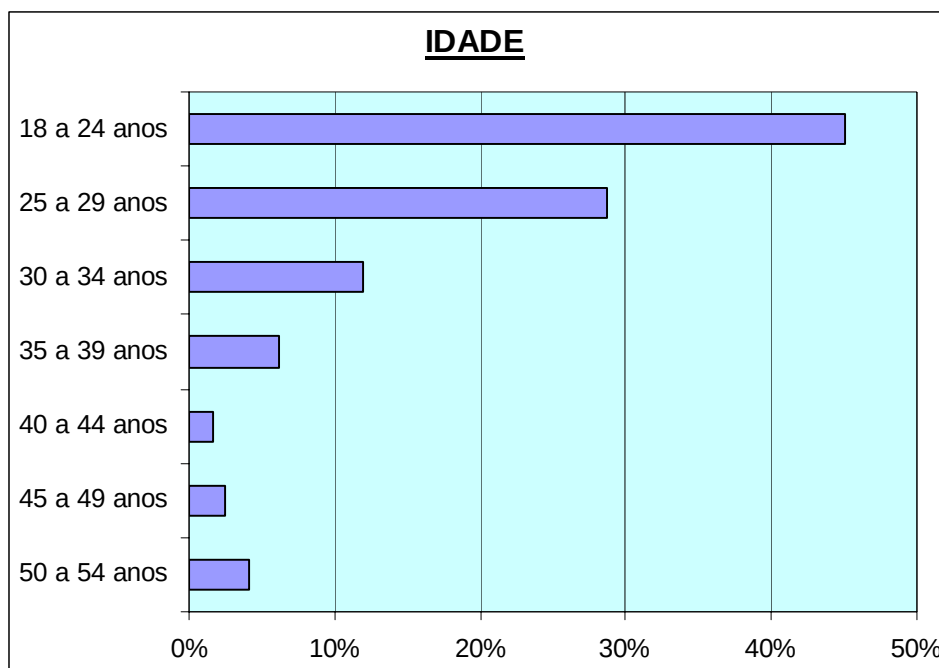
Gráfico 100



IDADE

Quanto à faixa etária dos turistas estrangeiros *backpackers*, 45,1% tinham entre 18 e 24 anos, 28,7% entre 25 e 29 anos, 11,9% entre 30 e 34 anos, 6,1% entre 35 e 39 anos, 4,1% entre 50 e 54 anos, 2,5% entre 45 e 49 anos e 1,6% entre 40 e 44 anos. A média de idade calculada dos viajantes entrevistados foi de 27,8 anos.

Gráfico 101



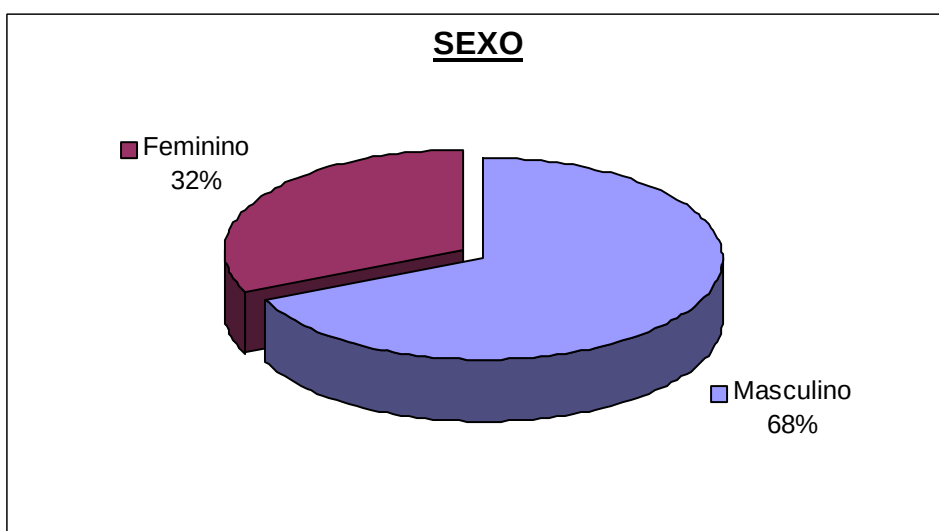
Os procedentes da América do Norte apresentaram a média de idade mais alta, de 29,2 anos, seguidos pelos europeus , com 28,0 anos e pelos representantes da Oceania, com 26,5 anos.

SEXO

A maioria dos visitantes estrangeiros entrevistados (68,4%) era do sexo masculino e 31,6% do sexo feminino.

A América do Norte e a Oceania foram as regiões com a maior quantidade de turistas homens, representando respectivamente 74,4% e 72,2%, enquanto que a Europa teve a participação de 68,0% de viajantes do sexo masculino.

Gráfico 102



ESTADO CIVIL

A imensa maioria dos estrangeiros *backpackers* que responderam ao questionário (89,3%) era formada de indivíduos solteiros. Do restante, 6,1% eram casados, 4,1% eram separados e apenas 0,4% eram viúvos.

Gráfico 103



A maioria dos turistas casados eram os originários da Europa (7,7%), seguidos pelos da Oceania, com 5,6% e pelos americanos do norte, com 2,6%.

Em relação ao sexo, o número de solteiros é semelhante: 89,4% de mulheres e 90,4% de homens. Os casados são em número maior no segmento feminino (9,2%) do que no masculino (4,2%).

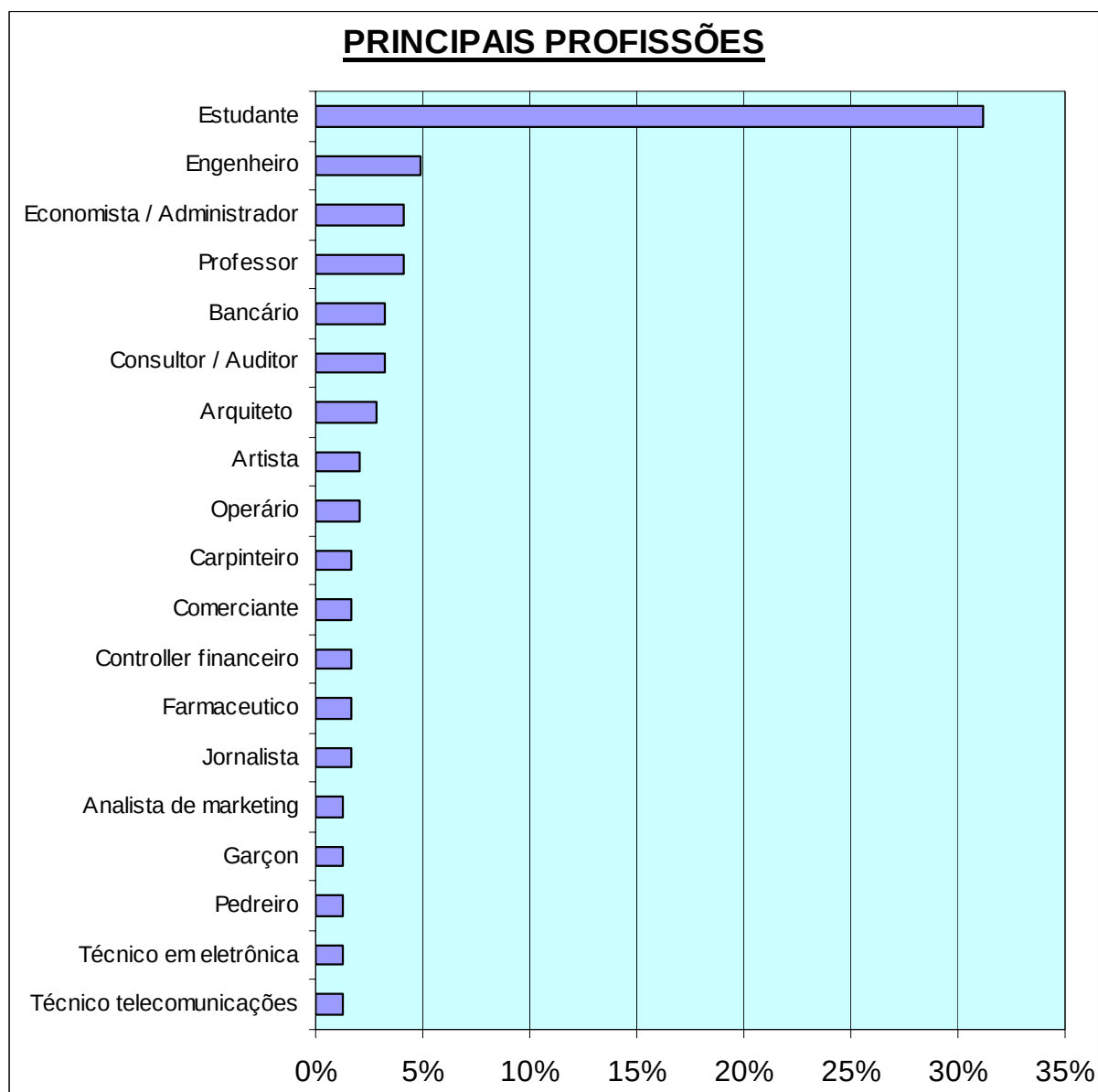
Quanto à idade, os solteiros representam 99,1% dos viajantes com idade entre 18 e 24 anos, 95,7% daqueles entre 25 e 29 anos, 72,4% daqueles entre 30 e 34 anos e 80,0% daqueles entre 35 e 40 anos. A maioria dos casados (53,8%) se concentra na faixa etária de 30 a 34 anos, enquanto que a totalidade dos separados tem mais de 35 anos.

PROFISSÃO

Dos turistas *backpackers* entrevistados, 31,1% afirmaram ser estudantes, enquanto que engenheiros representaram 4,9%, economistas/administradores 4,1%, professores 4,1%, bancários 3,3%, consultores/auditores 3,3% e arquitetos 2,9%, entre as profissões mais citadas.

De forma mais geral, agrupando as ocupações por características próprias, verifica-se que os funcionários de empresas somaram 20,8%, os profissionais liberais (advogados, psicólogos, arquitetos, jornalistas) participaram com mais de 13% e as profissões ligadas à arte (artistas, professores de dança, músicos) contaram com 5,1%, entre as muitas atividades mencionadas.

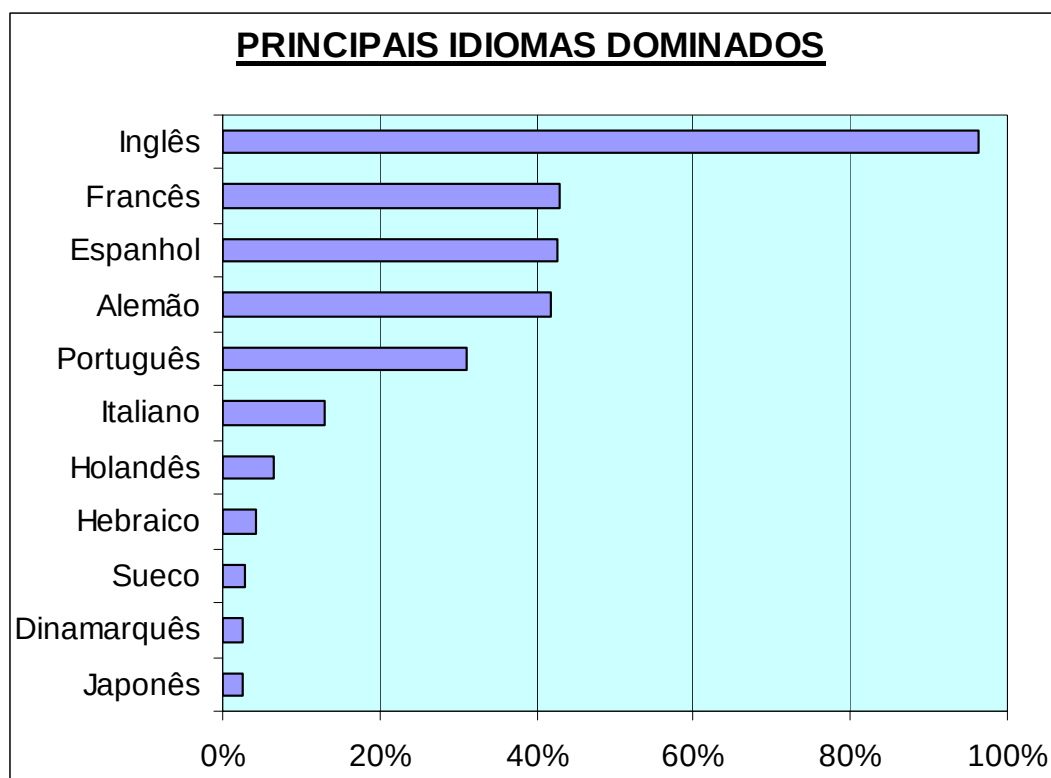
Gráfico 104



NÚMERO DE IDIOMAS DOMINADOS

Quanto à fluência em idiomas, a quase totalidade (96,3%) disse ter habilidade na língua inglesa, vindo a seguir o idioma francês (43,0%), o espanhol (42,6%), o alemão (41,8%), o português (31,1%) e o italiano (13,1%), entre os mais citados.

Gráfico 105



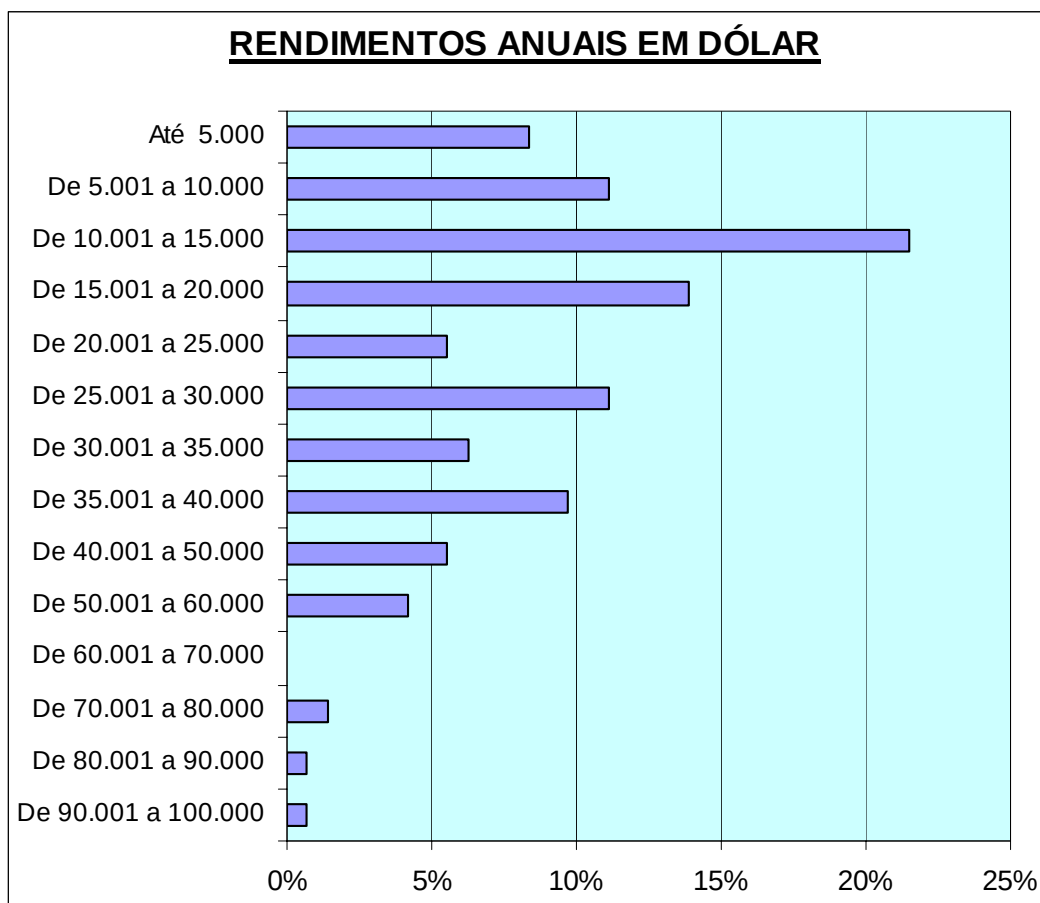
A quantidade média de idiomas dominados pelos os turistas da Europa foi de 3,26 , enquanto que para os originários da América do Norte foi de 2,38 e da Oceania, 1,66 línguas.

RENDA ANUAL

A renda anual média calculada entre os viajantes *backpackers* entrevistados foi de US\$ 24.204,26, o que representa mensalmente US\$ 2.017,02. Convertendo esses valores para a nossa moeda, ao câmbio de R\$ 3,00 por dólar americano, temos uma renda anual aproximada de R\$ 72.600,00 correspondente à renda mensal de R\$ 6.000,00.

As faixas de rendas anuais com as maiores participações foram entre 10.001 e 15.000 dólares (21,5%), entre 15.001 e 20.000 dólares (13,9%), entre 25.001 e 30.000 dólares (11,1%), entre 5.001 e 10.000 dólares (11,1%) e 35.001 e 40.000 dólares (9,7%).

Gráfico 106



Segundo os continentes/regiões mundiais, verificamos que os representantes dos países da América do Norte são os que apresentaram a maior renda anual (US\$ 28.564,01), seguidos dos representantes da Oceania (US\$ 25.558,77) e dos europeus (US\$ 23.859,62). A renda média anual do grupo masculino foi de US\$ 24.895,42 e do feminino US\$ 22.142,49.

A faixa etária com a maior renda média anual foi aquela de 35 a 39 anos (US\$ 36.071,84), vindo a seguir os *backpackers* entre 30 e 34 anos (US\$ 31.726,22) e entre 50 e 54 anos (US\$31.210,35). O menor valor foi observado no grupo entre 18 a 24 anos (US\$ 17.323,29).

5. TURISMO BACKPACKER – ARGUMENTOS E RECOMENDAÇÕES

Depois de demonstrar quem são e o que fazem os turistas *backpackers* brasileiros e, em mais detalhes, estrangeiros quando viajam pelo Brasil, é importante discutir alguns aspectos que ficaram evidentes sobre esse segmento de turistas, tanto na parte conceitual, quanto nos dados resultantes de pesquisas apresentados por estudiosos nacionais e internacionais.

Da mesma forma que acontece no turismo convencional, o Brasil ainda é pouco visitado pelos viajantes do segmento de *backpackers*. Tendo em vista que a experiência de viajar pelo nosso país agradou imensamente a maioria dos mochileiros estrangeiros, o Brasil tem um ótimo potencial para desenvolver esse promissor mercado.

A escassez de dados estatísticos referentes ao turismo no Brasil é evidente. Pretendendo ser uma potência turística e atrair alguns milhões de visitantes estrangeiros, é de fundamental importância o conhecimento, em profundidade, dos segmentos de turistas que se pretende conquistar, pois, somente de posse dessa informação pode-se organizar e gerenciar, de forma eficiente e eficaz, o turismo em nosso país. Dados oficiais sobre os *backpackers*, por exemplo, não existem.

Por outro lado, em alguns países os *backpackers* já são estudados como um verdadeiro e importante segmento de turistas. Na Austrália, o órgão responsável por desenvolver pesquisas sobre os turistas que visitam o país – *Australian Tourism Commission* – considera os *backpackers* de forma destacada. Existem dados sobre o turismo *backpacker* desde 1995. Para o *Tourism Research Council* da Nova Zelândia, os turistas são classificados em quatro grupos, segundo os estilos de viagem: FIT – *Fully Independent Travel* (Viagem Totalmente Independente), SIT – *Semi Independent Travel* (Viagem Semi Independente), *Package* (Pacote de Viagem) e *Group* (Viagem em Grupo), sendo os *backpackers* pertencentes, principalmente, ao primeiro grupo – FIT, mas, em parte (dependendo de seu comportamento), também ao segundo – SIT.

O que se pode perceber é que as políticas que orientam o turismo no Brasil estão voltadas para o turismo mais elitizado. Um fato que pode comprovar isso é a quantidade de redes de hotéis internacionais luxuosos e *resorts* que nos últimos anos se instalou em diversos pólos turísticos do nosso país. Não que isso seja prejudicial, uma vez que são gerados postos de trabalho, a atividade turística se desenvolve, movimentando diversos setores da economia que são traduzidos em riquezas para o país. Porém, faz-se necessário discutir se esta fórmula de turismo internacional receptivo não é demasiadamente explorada em detrimento de outras, talvez até mais importantes para o desenvolvimento de um país com as nossas características.

Os albergues da juventude e pequenas pousadas, principais meios de hospedagem utilizados pelos mochileiros, requerem investimentos infinitamente menores do que um estabelecimento luxuoso e na grande maioria das vezes é de propriedade de brasileiros. Esses tipos de hospedagem tendem a utilizar produtos de fabricação local, tanto em seus equipamentos quanto nos suprimentos necessários ao funcionamento do estabelecimento. Assim, incentivam e valorizam a cultura brasileira e sua gente, contribuindo na geração de empregos e dividendos para o nosso país.

Outro aspecto que merece ser debatido é o aspecto sociocultural proporcionado pela atividade turística. No turismo elitizado, em muitos casos, o turista pouco sai de seu hotel, pois há uma variedade de atividades para serem desenvolvidas no local, e mesmo quando sai visita a localidade através da janela do ônibus que faz o *city tour*. Geralmente esses turistas não buscam manter contato com as pessoas locais, interagindo com os mesmos da forma mais superficial possível, na maioria das vezes numa relação cliente-funcionário.

Então, que tipo de desenvolvimento social essa interação turista estrangeiro-cidadão brasileiro proporciona? Não deveria fazer parte dos objetivos da atividade turística, o desenvolvimento sociocultural tanto daquele que visita quanto do visitado? Não seriam essas trocas culturais também responsáveis em estimular o progresso e o bom convívio entre os povos? Ou apenas os aspectos financeiros são importantes para o país?

Nesse quesito, os turistas *backpackers* apresentam características e comportamentos aparentemente mais saudáveis à população nativa. Um dos objetivos desse grupo de viajantes é exatamente interagir com as pessoas da região de destino, trocar experiências e vivenciar o cotidiano dessa gente. Nessa relação de mão dupla, tanto o turista quanto a comunidade, aprendem e ensinam.

Além disso, é bastante comum a formação de grupos entre os próprios mochileiros, sejam eles estrangeiros ou entre brasileiros e estrangeiros. Depois de se encontrarem algumas vezes no albergue, conversas informais se tornam rotineiras e, em pouco tempo, já combinam visitas às atrações turísticas em conjunto, ou mesmo uma saída para a vida noturna. O número de pessoas que compõem esses grupos é bastante variado, podendo ser de duas pessoas até mais de quinze.

Também não é difícil encontrar *backpackers* que, tendo se conhecido num albergue ou numa atividade turística, resolveram seguir viagem em parceria, abrindo mão da total liberdade de decisão que tinham, para compartilhar as escolhas com outras pessoas, possivelmente de nacionalidades diferentes, brasileiros inclusive, e até recentemente desconhecidas. Alguns desses turistas viajam em duplas ou trincas por alguns dias, semanas ou até meses.

A conscientização dos viajantes estrangeiros mochileiros sobre a importância dos aspectos ambientais foi demonstrada pelo interesse em visitar regiões onde a natureza estivesse preservada, pela prática de atividades recreativas que não interferissem prejudicialmente no meio ambiente, pela valorização do patrimônio construído conservado, assim como, por suas críticas quando o meio ambiente não se encontrava adequadamente protegido, por sua preocupação com o destino dos dejetos sólidos e líquidos e por seu desagrado diante do nível de poluição do ar, das águas, sonora e visual encontrado em várias localidades. Essas opiniões poderiam ser benéficas às localidades e incentivariam uma maior atenção da comunidade e dos agentes de atividades turísticas para esse aspecto, fundamental para o desenvolvimento turismo no Brasil. Porém, estudos sobre esse assunto tornam-se necessários para mensurar seus impactos reais.

Considerando que a maioria dos turistas estrangeiros que tem visitado o Brasil são de origem européia, população reconhecida entre outros fatores, por ter um alto nível de conscientização da importância de preservação do meio ambiente, também poderia ser um fator positivo, uma vez que grande parte das nossas regiões naturais, e especialmente as unidades de conservação, são incapazes de monitorar e controlar as áreas protegidas por falta de recursos financeiros, tecnológicos e humanos. Desta forma, além de serem bem educados ambientalmente podem, a partir de atitudes saudáveis para o meio visitado, contribuir para que outros viajantes sigam seus exemplos.

Os *backpackers* também são reconhecidamente menos exigentes quanto à infra-estrutura turística disponível nos destinos. Isto não quer dizer que os mesmos não necessitem da presença desses aspectos, mas que a uma estrutura básica já seria suficiente para contentar esse segmento. Ou seja, as localidades em início do processo de desenvolvimento de programas turísticos poderiam atrair esse segmento de *backpackers* (obviamente esses destinos deveriam ter atrativos turísticos motivadores da visita desses viajantes), na medida em que ainda não têm condições de promover o turismo para segmentos que demandam redes hoteleiras com padrão de luxo e restaurantes com cozinha

internacional, para citar alguns exemplos. Mesmo que o objetivo desse destino seja o turismo mais elitizado ou mais massificado, os *backpackers* poderiam nesta fase inicial de implantação estrutural, que pode consumir um longo período, contribuir de diversas formas para o destino, até financeiramente.

Vale a pena salientar que os destinos são visitados por turistas com características motivacionais e mesmo de personalidade diferentes ao longo de seu ciclo de vida. Segundo a classificação dos viajantes baseada na psicografia desenvolvida por Plog¹², os mochileiros pertenceriam à categoria dos alocêntricos, uma vez que demonstram características semelhantes àquelas que definem a mesma: muito espírito de aventura, constante busca de experiências originais, elevado grau de confiança, facilidade em tomada de decisões, orientados pela realização dos objetivos, opinião positiva sobre a vida e as experiências por ela proporcionada. Após a presença dos alocêntricos viriam os quase-alocêntricos, mesocêntricos, quase-psicocêntricos e os psicocêntricos, esses últimos referentes às pessoas que preferem fazer escolhas seguras e confortáveis, ou seja, pessoas que preferem viagens organizadas por agências, restaurantes variados, hotéis luxuosos, atividades de entretenimento pré-determinadas. Assim, os locais iniciam seu ciclo de vida com a visita dos alocêntricos, por não dispor de estrutura turística compatível com outros grupos, e com o passar do tempo e aumento da oferta de equipamentos os outros segmentos passam a visitar o destino. Na medida em que o destino caminha na direção dos turistas psicocêntricos perde o fluxo de visitantes alocêntricos, que procurarão outras localidades.

Esse ponto é importante porque os *backpackers*, fazendo parte dos grupo alocêntrico, são os primeiros responsáveis em transmitir, em seus locais de origem e para outros viajantes independentes, suas experiências de viagem naquele novo destino. São eles que inicialmente e espontaneamente desenvolverão opiniões e atitudes sobre a localidade visitada e dos vários serviços turísticos oferecidos. Essas percepções são ainda mais determinantes quando sabemos que esse segmento de turistas tem uma rede de informações bastante forte e são as maiores fontes motivadoras da escolha do destino da viagem.

Sobre o aspecto financeiro, a respeito do volume de gastos despendidos pelos denominados turistas elitizados, acredita-se que seja infinitamente superior àquele dos *backpackers*. Segundo pesquisa realizada em 2.000 pela EMBRATUR¹³, o gasto diário médio dos turistas estrangeiros que vieram por agência de viagem (normalmente é esse tipo de turista que se hospeda em grandes hotéis) foi de U\$ 95,40 e o tempo médio de permanência em nosso país foi de 12,6 dias. A investigação conduzida com os turistas *backpackers* na mesma época apontou um gasto médio diário (não considerando o transporte entre cidades) de U\$ 29,80 e o tempo médio de viagem de 52,7 dias. Multiplicando os dois elementos obtém-se o valor do total de gastos: U\$ 1.202,04 para o turismo convencional e U\$ 1.570,46 para o turismo *backpacker*. Dados equivocados? Dados Surpreendentes? Nem tanto.

Esse fenômeno não acontece somente em nosso país. Países como a Austrália e a Nova Zelândia, grandes incentivadores do turismo receptivo de *backpackers*, pelo que se tem visto, não têm muito a reclamar a respeito do volume de gastos gerado por este segmento. Tampouco são noticiados problemas enfrentados pelos habitantes locais relacionados à interação com esses turistas.

¹² PLOG, S. C. **Por Que a Preservação do Destino tem Sentido Econômico.** In: THEOBALD, W. F. **Turismo Global**, São Paulo: Editora Senac, 2001. Cap. 15, p. 267-282.

¹³ EMBRATUR, Anuário Estatístico / 1994 - 2003, Brasília: Embratur

Na Austrália, os turistas convencionais permanecem no país por volta de 24 dias e gastam em média 2.272 dólares australianos, enquanto que o segmento *backpacker* viaja pela Austrália por 64 dias e despende mais do que o dobro, em média 4.857 dólares australianos, segundo dados de pesquisa disponibilizados pelo Tourism Austrália¹⁴.

Já na Nova Zelândia, a última estatística disponível (março de 2004) referente ao tempo de estadia, os grupos denominados FIT (*Full Independent Travel*) e SIT (*Semi Independent Travel*) são os que apresentam médias mais altas, computando 30 dias e 24 dias, respectivamente. Quanto aos gastos, esse mesmo segmento FIT apresenta despesas de NZ\$ 2.772 e o SIT NZ\$ 3.637, este último acima da média total de NZ\$ 3.191¹⁵.

Estes dados contradizem correntes de pensamento que defendem que os turistas mochileiros não têm dinheiro para viajar. Como já foi dito anteriormente, muitos desses viajantes estrangeiros possuem recursos que lhes possibilitariam se hospedar em hotéis luxuosos e caros, mas por uma questão de opção escolhem uma viagem ao estilo *backpacker*. Preferem economizar seus recursos através de hospedagens mais baratas a fim de prolongar sua viagem ou realizar atividades que lhes proporcionem mais prazer.

Em relação à organização da viagem, os *backpackers* geralmente desenvolvem um plano básico de viagem. Funcionaria mais ou menos assim: um pouco antes da viagem, levando em conta os recursos disponíveis, reflete sobre o tempo total da viagem, os países que serão visitados, as cidades que prioritariamente serão conhecidas, a ordem cronológica das visitas, o tempo de permanência em cada região e os meios de transporte que serão utilizados para os vários deslocamentos.

Assim, por exemplo, poderia ter sido realizado o seguinte plano de viagem para a América do Sul: Tempo total da viagem – 60 dias; Países que serão visitados – Brasil, Bolívia, Paraguai e Peru; Cidades prioritárias e tempo de permanência (em dias) – Brasília (5), Rio de Janeiro (5), Salvador (3), Foz do Iguaçu (2), Assunção (4), La Paz (4), Cochabamba (3), Lima (3), Cuzco (4), Arequipa (2), outros lugares e deslocamentos (25); Roteiro da viagem – Rio de Janeiro » Foz do Iguaçu » Assunção » Cochabamba » La Paz » Arequipa » Cuzco » Lima » Brasília » Salvador » Rio de Janeiro; Meio de transporte – aéreo somente entre Lima e Brasília, e rodoviário nos demais deslocamentos.

Na verdade, os mochileiros sabem que seu plano original é apenas uma diretriz e será alterado substancialmente ao longo da viagem, pois, reconhecem que ao chegarem no país de destino obterão informações mais apuradas, interagirão com outros viajantes que lhes passarão informes de localidades que mereçam ou não uma visita e se interessarão em conhecer vários outros locais até então desconhecidos e de pequena importância. Muitos vão estudando o guia de viagem sobre o país, em maior profundidade, apenas quando já estão em solo estrangeiro e, então, descobrem que aquele tempo de permanência previamente estipulado não faz o menor sentido, seja porque o local não é como o imaginado, seja porque há muitas atrações a serem visitadas no entorno.

Esse estado de espírito e espontaneidade dos *backpackers* é muito bem ilustrado através da seguinte afirmação disponível no site de turismo da Austrália¹⁶ sobre esse segmento: “O plano é não ter um plano”.

¹⁴ AUSTRALIAN GOVERNMENT. Op cit.

¹⁵ TOURISM RESEARCH COUNCIL. Disponível em <http://www.trcnz.govt.nz/Topics/Behaviour+and+Characteristics/Travel+Styles+-+FIT/> Acesso em: 23/09/2004

¹⁶ AUSTRALIAN TOURISM COMMISSION. Disponível em http://www.tourism.australia.com/content/Research/Factsheets/Backpacker_July_2004.pdf

Além disso, muitos *backpackers* preferem conhecer os lugares simplesmente andando pelas ruas, utilizando-se dos meios de transporte públicos, entrando em lojas comerciais, restaurantes e supermercados comuns aos cidadãos locais, sempre com o intuito de vivenciar realmente os costumes da comunidade local e, quando possível, interagir com as pessoas nativas. Esse último aspecto se mostrou bastante valorizado pelos viajantes, em razão da hospitalidade e amabilidade proporcionada pelos brasileiros.

Um dia típico para esse tipo de turista no Rio de Janeiro seria o seguinte: acordar por volta das 8 horas da manhã; tomar café da manhã no albergue; permanecer na sala de convivência conversando com outros mochileiros; pegar ônibus até o centro antigo do Rio de Janeiro; perambular pelas ruas do centro visitando os atrativos turísticos; almoçar em algum restaurante comum (voltado ao público local); tomar o metrô até a praia de Ipanema; ficar na praia até o entardecer; voltar para o albergue de ônibus ou metrô; passar em um supermercado para comprar produtos alimentícios a serem consumidos no jantar; tomar um banho; preparar e comer o jantar; trocar informações e experiências de passeios com outros viajantes na sala de convivência, ler o guia de viagem ou consultar a internet para planejar os pontos a conhecer no dia seguinte; sair com brasileiros e outros estrangeiros que também estão alojados no albergue para um bar ou comprar algumas cervejas e ficar no próprio albergue bebendo e conversando; ir dormir por volta da meia noite.

Outras tarefas que os turistas *backpackers* necessitam realizar no decorrer da viagem são: lavar suas próprias roupas (alguns albergues oferecem esse serviço mediante pagamento e em outros há máquinas de lavar a disposição ou mesmo um tanque); preparar sua alimentação (a maioria faz isso somente à noite na cozinha comunitária do albergue, pois durante o almoço acaba comendo algum tipo de alimento disponível em supermercados e outras lojas de varejo, ou utiliza-se do serviço de lanchonetes e restaurantes); providenciar as reservas e compras de passagens (quando existe a necessidade de comprar com antecedência deve-se fechar o negócio pela Internet ou ir até a rodoviária ou a uma agência de viagem, no caso de transporte aéreo); planejar as atividades do dia seguinte (para não perder tempo traçando os lugares que merecem ser visitados por região da cidade e entorno) e para as próximas semanas (tentar adequar o tempo que resta, as cidades que ainda pretenda visitar, os períodos de locomoção e os recursos financeiros). Muitos viajantes fazem questão de registrar os acontecimentos em diários, que agora podem até ser virtuais.

5.1. RECOMENDAÇÕES PARA ATRAÇÃO DOS BACKPACKERS

- **Organização da Viagem** – Uma das principais características do segmento de turistas backpackers é a organização de seus roteiros e passeios por conta própria. Quase não utilizam agências de viagem, pois preferem comprar os vários serviços turísticos separadamente, mantendo controle do tempo e dos atrativos a serem conhecidos. Assim sendo, para organizar algum tipo de serviço para esse tipo de viajantes seria interessante deixá-los a vontade durante um determinado período e disponibilizar alternativas de entretenimento para que eles próprios tomem as decisões sobre o que visitar. Se determinadas atividades que esses turistas desejam realizar por ventura há a necessidade de guias turísticos, eles não se oporão em contratá-los, desde que os grupos sejam formados por reduzido número de pessoas.
- **Transporte** – A grande maioria dos estrangeiros não sulamericanos chega em nosso país de avião, principalmente através dos grandes portões de entrada Rio de Janeiro e São Paulo. Já em solo brasileiro, costumam se locomover por meio de transporte rodoviário. Uma das dificuldades encontradas é a necessidade de irem até as rodoviárias das cidades para comprar passagens para seus próximos destinos, uma vez que não dispõe de informações sobre os dias e horários dos ônibus em outros locais. Em alguns lugares, como nas grandes metrópoles, gastam várias horas para executar essa tarefa. Quando desejam ir para destinos ainda menos desenvolvidos, esbarram com a falta de regularidade dos ônibus e desconexão entre os horários dos mesmos, sem que haja estrutura turística para amenizar o problema. Além disso, a oferta de informações disponíveis em outro idioma é praticamente inexistente e mesmos os atendentes não ajudam muito nesta questão. Se a frequência de ônibus para alguns destinos turísticos é precária, poder-se-ia pensar em traslados em veículos menores em pontos mais próximos dos locais, nas próprias rodovias de grande fluxo, e não em pequeninas cidades com disponibilidade de apenas um horário por dia, sendo ainda que essa única opção não é compatível para quem chega de lugares mais distantes.
- **Sinalização** – Os backpackers necessitam de informações, sinalizações e mapas turísticos que lhes possibilitem transitar por conta própria. Além de seus guias de viagem, que ajudam bastante principalmente até a chegada aos atrativos, é fundamental que os mesmos estejam preparados para que os turistas usufruam por completo de sua visita àquela localidade. Sinalizações que ofereçam o mínimo de segurança para os turistas e explicações básicas para o entendimento e mesmo a valorização dos atrativos são imprescindíveis. Obviamente são desejáveis em vários idiomas, mas minimamente na linguagem mais difundida entre os viajantes que é o inglês.
- **Centro de Apoio ao Turista** – Um dos primeiros lugares que os backpackers costumam visitar quando chegam a um novo destino é o Tourism Information ou o Centro de Apoio ao Turista. Lá solicita informações básicas sobre o local, os principais pontos que deve visitar e até questiona sobre os preços e qualidade dos diversos equipamentos e atrativos. Então confirma os dados recebidos com as informações disponíveis no seu guia de viagem e toma as decisões cabíveis. Portanto, esse viajante tem uma referência relativamente boa (dependendo do local) e faz-se necessário que as pessoas que recebem os turistas estejam preparadas (conhecimento turístico, idiomas e material apropriado) para proporcionar informações desejadas. Mais do que isso, comumente os turistas independentes estão em trânsito entre um destino e outro e decidem fazer uma parada para visitar um atrativo que se encontra entre os mesmos. Viajando com grandes mochilas necessitam de locais que guardem seus pertences com segurança, como lockers, por exemplo, muito comuns em aeroportos e estações ferroviárias na Europa. Além disso, considerando o clima quente de nosso país, seria desejável oferecer banheiros com condições de uso satisfatórias e que houvesse a possibilidade para

banhos (que devem ser cobrados separadamente), uma vez que os backpackers logo após o passeio devem rumar para outro local em transporte coletivo e se sentiriam mais confortáveis.

- **Hospedagens** – Segundo as pesquisas realizadas os backpackers estrangeiros se hospedam principalmente em albergues da juventude e pequenas pousadas quando viajam pelo Brasil. Sabendo que a média de gastos diários é de 50 dólares (excluindo transporte entre cidades), esses turistas esperam gastar com hospedagem cerca de 15 a 20 dólares (café da manhã e roupa de cama incluídos) podendo em um lugar ou outro se hospedarem em locais pouco mais custosos. Não fazem questão de luxo, mas desejam um local confortável, seguro e limpo, que ainda disponha de uma área de convivência onde possam se encontrar com outros viajantes. A tendência nos novos albergues é ter quartos menores (para até 6 ou 4 pessoas) com banheiros, e também quartos para casais. Em locais afastados de cidades é interessante haver um restaurante com refeições econômicas e venda de alguns produtos alimentícios. Já em outros com supermercados não tão distantes, é preferível a disponibilidade de cozinhas comunitárias, onde cada um prepara a sua comida. Serviços de comunicação, como telefones e Internet, são importantíssimos. Serviço de lavanderia também é bem visto.
- **Comunicação** – As principais fontes de informações sobre o Brasil para os turistas estrangeiros backpackers, segundo a pesquisa realizada, são os guias de viagem internacionais, amigos e Internet. Entre os diversos guias disponíveis em língua inglesa os preferidos pelos viajantes desse segmento foram o Lonely Planet Brazil (70%), Footprint Brazil Handbook (16%), The Rough Guide to Brazil (3%), Dumont e Insight Guide Brazil (2%) entre outros. Outros títulos disponíveis atualmente são o Let's Go Brazil, Knopf Guide Brazil e Frommer's Brazil. Desta forma, um destino que pretenda ser visitado pelos backpackers deve necessariamente estar relatado nessas publicações, caso contrário será conhecido por um número reduzido de turistas. Alguns desses guias, principalmente o Lonely Planet, mantêm sites na Internet com informações gerais sobre os destinos que também são muito acessados pelos viajantes backpackers.
- **Localização** – Na verdade são duas decisões diferentes que os turistas backpackers devem tomar: uma será qual ou quais países visitará, e outra, quais as cidade e regiões daquele país escolhido pretende visitar. Assim, o primeiro desafio é divulgar o Brasil de forma institucional para esse segmento. Aliás, nem isso é tão necessário, haja vista que na pesquisa do site do Lonely Planet, realizada com mais de 20 mil pessoas, o Brasil aparece como o terceiro destino mais desejado por esse público. Ou seja, falta mesmo viabilizar a vinda desses backpackers. Uma vez no Brasil, o grande desafio é convencê-los a visitar um destino específico. Considerando as dimensões continentais do nosso país os viajantes terão que fazer algumas escolhas. Podemos afirmar que alguns destinos estão muito bem posicionados, como as três cidades mais famosas e mais visitadas pelos turistas – Rio de Janeiro, Salvador e Foz do Iguaçu – e seriam poucos os que deixariam de viajar para esses destinos. Esse poderia ser o roteiro básico, embora muitos outros locais são visitados e outros eles gostariam de visitar, como mostrado anteriormente na pesquisa, mas não o fazem por razões diversas. Porém, os destinos que se encontram próximos a esses locais preferidos têm uma grande oportunidade de atrair esse público, caso seus atrativos sejam interessantes para os mesmos. Desta maneira, a região da Mata Atlântica de São Paulo se encontra praticamente no meio de dois desses locais de grande visitação – Rio de Janeiro e Foz do Iguaçu – além do que, está ainda mais próximo do principal portão de entrada utilizado pelos backpackers – a cidade de São Paulo.
- **A princípio**, sem pesquisas específicas sobre a atratividade dessa região para o segmento backpacker, parece existir uma oportunidade real no aproveitamento deste mercado crescente que demonstra características de viagem próprias e em acordo com

àquelas estipuladas no planejamento turístico da região, visando o desenvolvimento sustentável da mesma.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo *backpackers* é um termo recentemente adotado para definir o estilo de viagem econômica e independente, praticado por jovens do mundo inteiro, que buscam conhecer atrativos naturais e culturais no maior número de destinos, com um alto grau de interação entre os próprios viajantes e as pessoas das comunidades locais, em viagens de longa duração.

Esse segmento de viajantes vem apresentando um considerável crescimento nos últimos anos e sua representatividade ganhando cada vez mais importância. Algumas destinações como, por exemplo, a Austrália tem demonstrado habilidade e competência para aproveitar essa oportunidade. Embora não tenhamos números oficiais sobre os *backpackers* no Brasil, inferimos que o segmento está se desenvolvendo num ritmo significativo, ainda que por conta própria.

Considerando as três dimensões em que o turismo sustentável deve ser entendido: o meio ambiente – tanto natural quanto construído; a economia – da comunidade e dos agentes do setor; e os aspectos socioculturais – em termos de seus impactos sobre localidade; alguns estudos iniciais sugerem que os turistas *backpackers* mostram condições favoráveis para o seu desenvolvimento. Obviamente, diversos estudos em maior profundidade das diferentes áreas do conhecimento que o turismo abrange ainda necessitam ser realizados para ratificar ou não tal hipótese.

Para melhorar a posição do Brasil entre os principais países receptores de turismo desse segmento, é necessário que os diversos aspectos apontados sejam trabalhados pelas diversas organizações que fazem parte do setor turístico, potencializando nossos pontos fortes e corrigindo os principais problemas.

Quanto aos órgãos responsáveis por determinar as diretrizes do turismo em nosso país, é fundamental investigar de forma mais abrangente o mercado turístico com vistas a estabelecer os segmentos prioritários para o desenvolvimento do turismo receptivo da maneira mais sustentável possível. Para tanto, é necessário que não partam de conceitos preestabelecidos e considerados como verdades absolutas, sem que estudos comprobatórios lhes forneçam fundamentos consistentes.

O turismo receptivo *backpacker* talvez não seja a resposta para todos os problemas enfrentados nesse setor no Brasil. Tampouco os outros segmentos de turistas são de menor valor. Há espaço para todos os tipos e segmentos de turismo receptivo, e que, quando somados, os resultados alcançados serão superiores.

O desenvolvimento do turismo passa necessariamente pela profissionalização de todas as atividades que constituem a multidisciplinaridade do turismo. Não haverá espaço para países, Estados, municípios, empresas e instituições turísticas cujos dirigentes se comportam como amadores e não gerenciam seus negócios, como o século XXI exige. A globalização está proporcionando um número infinito de opções aos clientes-turistas, eliminando as fronteiras e facilitando o acesso à informação. Sem dúvida o Brasil tem avançado, mas ainda tem muito a melhorar neste quesito.

ANEXO 1

Viajantes Nacionais

Apresenta-se a seguir alguns dados resultantes da investigação realizada por Giaretta¹⁷, sobre o perfil dos viajantes que se hospedaram em Albergues da Juventude no Estado de São, sendo que 93% dos turistas eram brasileiros e a imensa maioria (78%) formada por turistas de São Paulo.

Os dados demográficos mostram que dois terços dos turistas tinha menos de 30 anos, sendo que apenas 15% estava na faixa de 15 à 20 anos; pouco mais da metade era do sexo feminino; sete em cada dez turistas disse ter concluído ou estar cursando uma faculdade; e quase 50% relatou possuir faixa de renda familiar acima de 9 salários mínimos.

As principais motivações que levaram os *backpackers* brasileiros a escolher o destino da viagem foram a indicação de amigos, pesquisas na internet por conta própria, revistas e guias de viagem, existência de aspectos culturais e se tratar de lugares desconhecidos, entre outros.

O meio de transporte aéreo é o mais utilizado por esse grupo de turistas em viagens de férias, segundo mais da metade dos viajantes. A seguir são apontados o ônibus de linha regular, o automóvel próprio e a carona.

A grande maioria dos viajantes nacionais acusa gastos diários de até R\$ 50,00, enquanto que apenas 7% relatou despendar mais de R\$ 100,00 por dia em suas viagens.

Quanto à melhor época para viajar, a maioria demonstrou preferência por férias no período de verão e cerca de um terço não pronunciaram preferência entre férias de inverno e verão.

¹⁷ GIARETTA, M. J. Op. cit.

Consultor: Rui José de Oliveira

**Av. Min. Gabriel de Rezende Passos, 26 / 143
CEP 04521-020 - São Paulo - SP**

E-mail: ruijoliveira@hotmail.com.br / ruijoliv@sti.com.br

Tel.: 11-5052-1112