

## **Mochileiros no Brasil: motivações de viagens e perfil dos viajantes**

Mateus Deli Avelar<sup>a</sup>Matheus Luiz Dantas<sup>b</sup>Renan Augusto Moraes Conceição<sup>c</sup>

### **Resumo**

Tendo em vista a necessidade de aproximar o setor turístico brasileiro às práticas de viagens alternativas, como o “mochilão”, torna-se necessário conhecer as características e motivações dos viajantes mochileiros no Brasil. Este artigo tem o objetivo de traçar o perfil desse público viajante e destacar suas principais motivações para realizar esse tipo de viagem. Nesse sentido, foi realizada uma pesquisa bibliográfica e exploratória para delimitar o que se entende por esse tipo de viagem, bem como detectar um perfil amplo e geral dos praticantes. Posteriormente, construiu-se uma análise descritiva-quantitativa com base em respostas obtidas por meio de um questionário aplicado aos adeptos dessa atividade de forma a captar as motivações dessas pessoas e apontar o potencial que esse nicho de viagem tem para o mercado turístico brasileiro. Diante disso, verifica-se que o viajante mochileiro é predominantemente jovem e busca, durante suas viagens, por liberdade, aventura, autoconhecimento e, principalmente, economia. Por fim, compreende-se que esse público contribui para o turismo em pequenas localidades, necessitando de mais notoriedade por parte do setor turístico do Brasil.

**Palavras-chave:** Mochileiro; Perfil do consumidor de turismo; Motivação; Turismo.

### **Abstract**

#### **Backpackers in Brazil: travel motivations and traveler's profile**

In view of the need to bring the Brazilian tourism sector closer to alternative travel practices, such as backpacking, knowing the characteristics and motivations of backpackers in Brazil is necessary. This article aims to draw a profile of this traveling public and to highlight their main motivations for making this type of trip. In this sense, a bibliographic and exploratory research was carried out to define what is understood by this type of travel and to detect a broad and general profile of its practitioners. Subsequently, a descriptive-quantitative analysis was built based on answers obtained with a questionnaire applied to fans of this activity, to capture the motivations of these people and point out the potential that this travel niche has for the Brazilian tourism market. Therefore, it appears that the backpacker travelers are predominantly young and seek, during their trips, freedom, adventure, self-knowledge, and, especially, saving money. Finally, we understand that this audience contributes to tourism in small towns, needing more notoriety by the tourism sector in Brazil.

**Keywords:** Backpacker; Tourism consumer profile; Motivation; Tourism.

a. Bacharel em Turismo e Negócios pela Universidade Estadual do Paraná. Apucarana, Paraná, Brasil. E-mail: mateus.avelarx@outlook.com

b. Bacharel em Turismo e Negócios pela Universidade Estadual do Paraná. Apucarana, Paraná, Brasil. E-mail: matheusluizdantas@outlook.com

c. Doutorando em Turismo pela Universidade de São Paulo. Docente do curso de Turismo e Negócios na Universidade Estadual do Paraná. Apucarana, Paraná, Brasil. E-mail: renan.conceicao@unespar.edu.br

## Resumen

### Mochileros en Brasil: motivaciones de viaje y perfil del viajero

Considerando la necesidad de acercarse al sector turístico brasileño a prácticas alternativas de viaje, como el mochilero, es necesario conocer las características y motivaciones de los viajeros mochileros en Brasil. Este artículo pretende esbozar el perfil de este público viajero y destacar sus principales motivaciones para realizar este tipo de viajes. En este sentido, se realizó una investigación bibliográfica y exploratoria para delimitar qué se entiende por este tipo de viajes, así como detectar un perfil amplio y general de practicantes. Posteriormente, se construyó un análisis descriptivo-cuantitativo a partir de las respuestas obtenidas a través de un cuestionario aplicado a los simpatizantes de esta actividad, con el fin de captar las motivaciones de estas personas y señalar el potencial que tiene este nicho de viaje para el mercado turístico brasileño. Por lo tanto, parece que el viajero mochilero es predominantemente joven, busca en sus viajes libertad, aventura, autoconocimiento y, sobre todo, economía. Finalmente, se entiende que ese público contribuye al turismo en pequeñas localidades, necesitando más notoriedad por parte del sector turístico en Brasil. **Palabras clave:** Mochilero; Perfil del consumidor turístico; Motivación; Turismo.

## INTRODUÇÃO

O estilo de viagem de Mochilão ou no termo em inglês *backpack*, é uma modalidade pouco explorada pelo setor turístico do Brasil, mas que vêm ganhando cada vez mais destaque entre os jovens brasileiros, no qual, consiste em ser um estilo de viagem independente em que o próprio viajante planeja seu roteiro com o mínimo de gastos possível, sem considerar com rigidez uma data específica para retorno. Segundo Santos e Assunção (2020, p. 09), a quantidade de pessoas que viajam dessa forma “[...] tem aumentado de maneira exponencial [...], ao passo que inúmeros *sites* de agências de viagens/turismo, instituições públicas e privadas apresentam informações e/ou dicas sobre como viajar pelos mais diferentes ‘cantos do mundo’, de forma barata e com muita aventura”.

Para uma grande parcela desse público, o Mochilão não se limita a um simples estilo de viagem, e sim, a um estilo de vida, tendo em vista que a prática envolve questões filosóficas particulares do indivíduo e está atrelada a sensação de liberdade. Yáziği (2016), ao analisar as diferenças entre turistas e viajantes, posiciona o mochileiro no segundo grupo, pois a esse tipo de viajante é inconcebível o estilo de viagem tradicional de turismo. Para o mochileiro, a viagem tem um componente de adversidade que deve ser vencido, como um objetivo subjetivo de ir contra o comum já bem estabelecido.

Para o mercado turístico brasileiro, dar uma atenção a este segmento em ascensão pode ser de extrema valia e pode envolver grandes benefícios. Contudo, para que o mercado turístico possa investir e se beneficiar com esse público, é necessário que se entenda quem são esses indivíduos, quais são suas características e como eles poderiam contribuir para a atividade turística de uma forma que haja um benefício mútuo.

Vale destacar que não há muitos estudos científicos disponíveis em português que corroborem esse tema, o que é um fator que dificulta a exploração e divulgação dessa modalidade de viagem no Brasil. Uma busca com a palavra “mochileiro” pela plataforma Publicações de Turismo, plataforma de pesquisa elaborada

pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH/USP) resulta em apenas 7 artigos. Assim, a justificativa para este estudo se encontra na necessidade de aproximar essas áreas, ou seja, o mercado turístico com os viajantes desse estilo, contribuindo, nesse sentido, para o crescimento do escopo teórico relativo ao mochileiro.

O principal problema dessa pesquisa se dá justamente pela falta de clareza sobre o perfil do público praticante desse estilo e as limitações que são causadas para o setor turístico brasileiro. Por esse motivo, a fim de explorar mais possibilidades e inovações para o turismo brasileiro, o problema dessa pesquisa pode ser definido com a seguinte pergunta: “Qual é o perfil e motivações do viajante mochileiro no Brasil?”.

Dessa forma, o objetivo desse artigo é analisar e compreender as características e motivações desses viajantes no Brasil, ou seja, entender quais são os fatores que levam um indivíduo a praticar esse estilo de viagem de Mochilão e estudar o comportamento deste público, traçando um perfil dos indivíduos que optam por esse estilo de viagem.

Para isso, o percurso metodológico seguido é o de pesquisa bibliográfica e exploratória, com posterior análise descritiva-quantitativa de dados obtidos através de questionários *online*. O questionário é voltado para o público que participa de viagens mochilão e foi distribuído em grupos específicos de viajantes através de redes sociais como Facebook, Instagram, WhatsApp e Telegram.

## **TURISMO *BACKPACKER*? UMA TRAJETÓRIA DE DIFERENTES CONCEPÇÕES**

Existem várias formas de se praticar a atividade turística e, igualmente, vários estilos e perfis de praticantes. Esse é um assunto já muito bem estudado por Cohen (1972) e MacCannell (1976), que abordam tanto o comportamento do turista enquanto classe geral como os vários estilos de turistas, suas motivações e hábitos. Assim, esse artigo interessa-se por caracterizar um tipo específico de viajante, o praticante de viagens alternativas, mochilão ou, em inglês, *backpacking*.

De acordo com MacCannell (1976), a experiência turística de um visitante surgiu a par de um pensamento moderno que contrasta com o passado das formas tradicionais de fazer as coisas e que os atos individuais de turismo são interpretados como atos de autodescoberta e uma busca, por parte dos turistas, por autenticidade, significado e finalidade. Deste modo, o viajante mochileiro se enquadra nessa classificação de turista quando inserido nesse contexto por MacCannell. O autor defende que as viagens para lugares mais remotos e históricos, proporciona a esse tipo de turista um vislumbre da realidade dos outros e esse tipo de experiência é o que, na maioria das vezes, ajuda os indivíduos a compreenderem melhor a si mesmos e encontrar seu lugar na sociedade.

É válido destacar que na visão de MacCannell (1976), esse turista não é um mero turista convencional que viaja para lugares remotos em busca de estilos de vida autênticos e alternativos, e sim, um público que busca por significado e identidade mascarados em uma prática do turismo, como hoje é possível relacionar com os viajantes mochileiros. Yázigi (2016) afirma que esse viajante é o que mais

busca a interação com a comunidade, como um caçador de interações autênticas. Por sua vez, Falcão (2016) aponta que é difícil estabelecer características rígidas aos mochileiros pelo próprio fato de esse tipo de viajante rejeitar seguir padrões. No entanto, segundo a autora, ainda é possível entender que muitas palavras designam o mesmo tipo de experiência de viagem: “turista independente, viajante, mochileiro, vagabundo, etc.” (Falcão, 2016, p. 83). O termo vagabundo, segundo Falcão (2016), aparece de forma recorrente nas pesquisas sobre viajantes independentes, aparecendo desde os primeiros trabalhos, como em Cohen (1972), que tratava como vagabundos ou jovens que vagam.

Assim, como afirma Cohen (1972), o turista, de um modo geral, sente a necessidade de estar sempre com algo familiar a sua volta, mas gostaria de vivenciar algo fora de seu microambiente de convivência, sendo assim, Cohen propôs uma tipologia de quatro funções turísticas, sendo eles o Turista de Massa Organizado, o Turista de Massa Individual, o Explorador e *the drifter*, da qual hoje é classificada como o Mochileiro.

Essa intitulação para a modalidade que foi dada por Cohen (1972), “*the drifter*” seria como alguém que viaja descompromissado, sem rumo. Para ele, a predominância do público desta modalidade era de jovens estudantes com uma boa condição financeira, mas que rejeitavam as comodidades para aventurar e se autoconhecer em viagens de baixo custo e fora de sua realidade habitual. Segundo ele, esse viajante evita qualquer tipo de ligação com os estabelecimentos turísticos, e considera a experiência turística comum falsa. Ele tende a fazer tudo sozinho, vivendo com o povo e tendo muitas vezes trabalhos estranhos para se manter a si próprio. É por essa característica que o autor também relaciona esse viajante com as ideias de vagabundagem, uma vez que o *drifter* não está preso a intervalos de tempo para realizar sua viagem e muitas vezes pode se encontrar em condições de penúria econômica. Assim, torna-se, em certos momentos, similar a um andarilho.

Em sequência, Riley (1988) utilizou o termo “*budget travellers*” para classificar melhor este tipo de público, ainda partindo da ideia de Cohen, os classificando como instruídos, pertencentes à classe média europeia, única, viajando sozinhos e preocupados com o seu baixo orçamento.

As divergências entre os termos utilizados se deram por conta de que ainda era considerado um fenômeno incerto essa prática de viagem, o termo *drifter* considerava apenas jovens estudantes, que, antes de entrarem no mercado de trabalho, se aventuravam em uma viagem mundo a fora se integrando em diferentes culturas e vivenciando uma realidade da qual nunca fizera parte antes. Mas o termo *budget travellers* considerava que estes jovens também praticavam esse tipo de viagem mesmo ainda estudando, em suas férias, ou, inclusive, independente se o jovem estivesse no meio acadêmico ou não.

Posteriormente, valendo-se de uma noção de “vagabundos modernos”, Pearce e Loker-Murphy (1995) utilizaram do termo *backpacker* proposto em 1990 por Philip L. Pearce em um artigo não publicado para identificar esse perfil de viajante, ainda considerando a predominância do público jovem, porém introduzindo como público, também, os profissionais autônomos e esse é o termo que permanece. Nota-se que a ideia de vagabundo trespassa várias conceituações, e o termo mais atual “mochileiro” acaba sendo percebido em contiguidade com o ideal de vagar e de vagabundagem.

Contudo, “esse termo tem sido amplamente utilizado em toda a investigação acadêmica, apesar da falta de consenso existente entre os investigadores sobre o seu significado real” (Ooi & Laing, 2010, p. 193). Isso se dá pois não há uma concordância precisa na academia quanto a questão do viajante *backpacker* se encaixar em apenas uma classificação de turista, para isso, é necessário traçar o perfil desses viajantes e compará-lo com o conceito da atividade turística, verificando como seria sua categorização considerando as diversas concepções existentes.

Mas assim como aponta Morin (2005, p. 72), “o homem possui o delírio da ‘coerência absoluta’ e, contra este delírio, o recurso é a racionalidade autocrítica e o apelo a experiência”. Ou seja, nota-se que saber os diferentes termos e significados dessa modalidade tem sua importância, mas também é necessário entender as diferentes perspectivas devido a sua ampla gama de distintos pensamentos.

“Atualmente, *Backpacker* é a denominação mais utilizada globalmente para descrever os turistas que organizam suas viagens de forma independente, flexível e econômica, por períodos longos em que buscam conhecer vários destinos” (Oliveira, 2008, p. 2). Geralmente, tais viajantes prezam por mais liberdade de escolha e optam por utilizar de serviços e produtos dos mais econômicos possíveis.

Além disso, “eles costumam viajar sozinhos ou com apenas um acompanhante, mas não descartam a possibilidade de conhecer outros mochileiros durante a viagem e continuar a jornada inteira ou parte dela com as novas companhias” (Sawaki, Sawaki & Neto, 2010 p. 4). O mochileiro, em sua grande maioria, está bastante aberto a conhecer novas pessoas, culturas e lugares, eles realmente estão dispostos a imergir na viagem e aceitar tudo o que ela traz.

Os viajantes *backpackers* podem ser considerados pessoas que possuem um maior apreço por se aventurar e são desapegados. Viajar nesta modalidade requer uma curiosidade, empolgação e principalmente uma certa insubmissão social. Nessa perspectiva, Yázig (2016) relaciona o chamado sentimento oceânico – que é um sentimento de compensação de uma viagem, que propicia uma oportunidade excepcional para uma nova visão do mundo, uma oportunidade de mudança de vidas, de novos rumos, fazendo as pessoas repensarem valores – aos viajantes não institucionalizados, como os mochileiros. O sentimento oceânico é aquele que não se consegue facilmente através de *tours* de operadoras ou viagens banais, “trata-se nada mais, nada menos que uma espécie de união com a eternidade” (Yázig, 2016). O mochileiro, como viajante que se permite criar conexões, sentir dificuldades e até dores, é o que consegue vivenciar esse sentimento oceânico (Yázig, 2016).

Além desse sentimento de união com a eternidade, Falcão (2016) aponta que a viagem do mochileiro é permeada por um certo tipo de sofrimento, que é justamente valorizado, pois é a negação do conforto do turista tradicional que marca a experiência mochileira. Cidade (2012, p. 1) salienta que “o sofrimento não é apenas uma condição necessária filosoficamente oriunda da fome, da sede, da doença, da velhice etc. É culturalmente valorizado, utilizado como parâmetro para a distribuição e o ordenamento de posições e bens culturais”. O sofrimento como oposto ao conforto aproxima o mochileiro da comunidade visitada, pois o conforto do turista tradicional o coloca como alguém acima das vivências cotidianas (Cidade, 2012).

Deste modo, de acordo com Carvalho (2009), o termo *backpacker* define o estilo de viagem econômica e independente, praticado por jovens do mundo inteiro,

que buscam conhecer atrativos naturais e culturais com alto grau de interação entre os próprios viajantes e as pessoas das comunidades locais. Além disso, por envolver questões como a imersão cultural e social, o mochileiro pode desenvolver atividades de voluntariado, ou se colocando em posições de trabalhos temporários, o que aumenta seu envolvimento com a comunidade local. Falcão (2015) explica que o ato de mochilar envolve, também, uma certa noção de heroísmo, de enfrentar o que é inóspito, pouco seguro, correndo riscos.

É nesse sentido que aparece o voluntariado, pois há a possibilidade de unir, na experiência da viagem, a liberdade desejada com a caridade socialmente aceita, podendo transformar o viajante, tão motivado por questões pessoais, em um sujeito heroico, com um verniz mais socialmente bem-visto. Para Falcão (2015, p. 65), “[...] o feito heroico só ganha representatividade como tal ao ser avaliado pelo Outro. Portanto, não é uma surpresa a necessidade e o prazer que se encontra nos mochileiros em contar seus feitos e bravuras”. No entanto, os estudos realizados por Falcão (2015, 2016), Silva (2016) e Veríssimo e Costa (2018), o voluntariado não aparece como prática comum.

Assim, Aoqui (2005, p. 92), cita que esse “submercado” é caracterizado por um estilo de turismo flexível e em busca de economia, com a maioria dos participantes adeptos a viagens solitárias ou em pequenos grupos. Nesse sentido, essa prática poderia ser classificada também como um subsegmento da atividade turística, já que se enquadra na concepção de “turismo flexível” que preza pelo racionamento de gastos e está atrelada com a atividade turística.

O’Reilly (2006, p 999) afirma que, “à medida que mais e mais pessoas participam da imagem do mochileiro e a viajar neste modo, formou-se uma estrutura comum de consumo: o *backpacker* é agora um estereótipo facilmente reconhecível”; no entanto, não foi sempre assim, esse estilo de viagem possui uma longa data e para que se tenha um melhor entendimento da prática, deve-se explorar e conhecer suas primícias, assim como, entender todo o trajeto até aqui.

## **AS ORIGENS DA BUSCA PELO DESCONHECIDO ATÉ A MOCHILA NAS COSTAS**

As viagens de longo prazo não são novidade para a humanidade, “sempre esteve presente no ser humano o desejo de desbravar, ir além do conhecido e criar meios para tanto. Seja por necessidade, curiosidade ou mesmo ambição de conquista, a viagem sempre teve lugar ao longo da história da humanidade” (Falco, 2018, p 89).

Segundo Giaretta (2003), a prática *backpacker* ou “mochileiros” veio a ser considerada uma cultura a partir da ideologia *beat* dos anos de 1960, criada pelo escritor norte americano Jack Kerouac, autor do livro *On the Road*, publicado em 1957. O livro conta a história de um grupo de jovens rebeldes norte americanos que ansiavam por vivenciar fortes emoções, cujo um dos principais interesses na vida girava em torno de viagens e estradas das quais cruzavam os Estados Unidos em carro próprio ou de carona de um lado para o outro.

Contudo, as viagens de jovens explorando o mundo em busca de um autocohecimento, é bem mais antiga. Segundo Aoqui (2005), existem relatos de jovens viajantes desde as famosas viagens de Ulisses. Através da história, essa forma de

viagem independente sempre existiu, como se pode ver pelo estatuto do parlamento inglês no século 14: “quaisquer estudantes andarilhos sem autorização de seus tutores ou outros andarilhos encontrados sem passes de sua paróquia certificando a legitimidade de sua viagem devem ser presos, chicoteados publicamente e mandados de volta para casa” (Estatuto do Parlamento Inglês como citado em Aoqui, 2005, p.82).

Ainda de acordo com Aoqui (2005), nos séculos 17 e 18 houve uma adaptação dessas viagens voltadas para o jovem nobre inglês chamada de *Gran Tour*, que consistia em ser uma viagem de um ano ou mais destinada a completar a educação desses jovens viajando pela Europa. Já Figueiredo (2010) cita o *Gran Tour* como “a semente do turismo moderno” e afirma que ali começou a busca pelo prazer como essência das viagens.

Mas um dos mais importantes acontecimentos que contribuiu para o desenvolvimento dessa forma de viagem foi no século 20 com a criação de albergues da juventude depois da Primeira Guerra Mundial. “Os primeiros surgiram na Alemanha por volta de 1920, mas em 1985 já haviam se espalhado por 55 países” (Aoqui, 2005, p. 83).

Assim como mencionado, Cohen (1972) foi um dos primeiros a traçar uma tipologia para esse segmento, o chamado “*drifter*”, mas deve ser ressaltada a diferenciação dada pelo autor entre esse e um outro tipo classificado por ele chamado de “*the explorer*” ou, em português, “o explorador”. Segundo ele, os dois tipos de turismo são bem semelhantes, são chamados de turismo não institucionalizados, ou seja, não existe nenhuma padronização para vender a esse tipo de turista, como um pacote por exemplo, é uma viagem independente que utiliza de serviços turísticos de uma forma não regularizada, sendo que ambos buscam por organizar suas viagens sozinhos e tentam ao máximo fugir do turismo de massas, mas a diferença entre eles se dá em suas comodidades. Enquanto o *drifter* opta por acomodações, meios de transporte e destinos turísticos mais econômicos, o explorador não vê problemas em investir em acomodações de luxo, nem em pagar a mais por transportes ou entrar em atrações turísticas.

Então, o *drifter*, hoje chamado de *backpacker*, é visto como um viajante econômico e aventureiro. De forma similar, Pearce e Loker Murphy (1995), compartilham dessa ideia descrevendo esse viajante como jovens turistas econômicos e que mostram preferência por acomodações de baixo custo. Aoqui (2005), também os define como jovens de qualquer idade, que realizam, fundamentalmente, viagens independentes e econômicas e que são indivíduos que evitam o turismo de massa e de luxo, hospedando-se em acomodações baratas.

Do mesmo modo, Oliveira (2003, p. 12), vai ainda mais a fundo nessa análise de perfil e afirma que:

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 os percursos a serem seguidos. Não estão preocupados com o luxo ou conforto, mas sim com segurança, higiene e praticidade. Seus recursos financeiros, mais por uma questão de opção do que por limitação, privilegiam reduzidas despesas em hospedagem, transporte e alimentação, em benefício de atividades que lhes proporcionem prazer ou para o prolongamento do período de viagem.

Carvalho (2009), reforça esse pensamento afirmando que o mochileiro, além de prezar pela economia, é alguém que possui itinerários de multidestinos, se organiza de forma personalizada e aberta a novas experiências, sem deixar de conhecer e experimentar os aspectos e lugares considerados tradicionais em uma cultura.

Quanto à segmentação dessa prática com o mercado turístico, é necessário que se entenda quais são os aspectos envolvidos para a realização da atividade turística de forma geral. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2001, p. 38), o turismo é considerado como “o conjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros”.

Por sua vez, Beni (1998, p. 36) define o turismo como “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência não-residentes, na medida em que não leva a residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remuneratória”. Quando se fala em viagem de mochilão, uma outra definição deve ser levada em consideração. Segundo Mota (2001, p. 43):

Turismo é um fenômeno socioeconômico que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que, por uma complexidade de fatores que envolvem a motivação humana, saem do seu local de residência habitual para outro, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, socioeconômica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores.

Nesse sentido, o mochileiro se enquadra nessa definição de turista pelo fato da motivação humana e pela geração das inter-relações mencionadas. Quanto à segmentação no mercado turístico, pode-se considerar algumas classificações, como a proposta por Cohen (1972 como citado por Oliveira, 2003, p. 4), que sugere que “uma das formas mais utilizadas para classificar os turistas está baseada no aspecto organizacional da viagem, podendo ser em grupo ou independente. Os turistas *backpackers* pertencem ao grupo dos viajantes independentes.”

Já para Beni (1998), os mochileiros estariam principalmente entre os turistas de prazer, férias ou descanso, se for levado em consideração que esses viajantes não se limitam a apenas uma classificação, mas também, alguns podem ser inseridos em outros grupos como turistas de aventura ou no turismo cultural.

Do mesmo modo, Solá (1975), apresentou um estudo sobre as personalidades dos turistas, e segundo ele, os mochileiros se encaixam na categoria de aloctricos, que seriam aqueles que se interessam em um grande número de atividades e que desejam descobrir o mundo, manifestando sua curiosidade a sua volta.

Por sua vez, Giaretta (2003) expõe que o segmento de *backpacker* se dá como uma forma de turismo associativo, que é aquele fomentado por associações e organizações não governamentais que promovem algum tipo de lazer e turismo em prol da sociedade.

Dessa forma, Swarbrooke e Horner (1999 como citado por Aoqui, 2005, p. 80) assumem que os mochileiros podem também ser considerados como um segmento de mercado turístico internacional:

(...) populares entre os jovens de diversos países desenvolvidos, especialmente nos Estados Unidos, na Inglaterra, na Holanda, na Alemanha, na Austrália e no Japão, o comportamento dos viajantes dessas diferentes nacionalidades é bastante similar. Isto ocorre em função deste grupo possuir uma mídia paralela de viagem que são os guias de viagem, tipo *Lonely Planet* e *Rough Guide*. Assim, os turistas *backpackers* leem os mesmos guias, frequentam os mesmos meios de hospedagem e visitam as mesmas atrações.

Em síntese, são diversas as classificações dentro do setor turístico que podem ser atribuídas a estes viajantes podendo categorizá-los como turistas, mesmo que muitos dos praticantes talvez não se identifiquem dessa maneira, por considerarem que a vida deles é a viagem e não apenas algo momentâneo como no turismo convencional. Contudo, ainda assim, é inegável a contribuição e familiaridade desses viajantes para o setor turístico.

## **“MOCHILEIROS” DO TURISMO**

O mundo moderno possibilitou que o turismo não institucionalizado do qual os mochileiros se enquadram, pudessem expandir geograficamente suas viagens, assim como cita Martins e Costa (2017, p. 136): “o aparecimento e expansão de companhias aéreas de baixo custo contribuíram para o crescimento de formas não institucionalizadas de turismo que já constituem em alguns destinos uma proporção significativa de visitantes.” Isso também deu espaço para que o mochileiro dos dias atuais esteja envolvido cada vez mais em voluntariados e outros projetos de turismo alternativo (Matthews, 2008; Soderman & Senad, 2008; Ooi & Laing, 2010).

De acordo com Ooi e Laing (2010, p. 192), “a contribuição econômica significativa do mercado de mochileiros é difícil de negar, especialmente para comunidades marginais em países menos desenvolvidos que possuem competências e recursos mínimos”. Embora ainda não seja tão fomentado e incentivado esse tipo de turismo em países subdesenvolvidos, existe uma grande importância nessa prática, assim como afirma Scheyvens (2002 como citado por Ooi & Laing, 2010, p. 192):

A contribuição social, política e ambiental do mercado mochileiro para acolher comunidades também é importante. Embora o turismo em menor escala possa não resultar em grandes empregos, os tipos de oportunidades de emprego proporcionadas pelo turismo de mochileiros, incluem o apoio de restaurantes e instalações de alojamento de propriedade local, o que, sem dúvida leva a uma maior autorrealização e autodeterminação para pequenas comunidades, que são de certo modo dependentes do turismo à distância.

Nesse sentido, ainda de acordo com Ooi e Laing (2010), o potencial do turismo de mochileiro para ter um impacto positivo num ambiente de acolhimento não pode, portanto, ser ignorado, particularmente quando está estreitamente alinhado com a experiência do turismo voluntário. Conforme apontado por Broad (2003), o turismo voluntário é geralmente visto como envolvendo o pagamento por turistas para participar em projetos organizados de interesse especial,

centrados na assistência ao local, ambiente natural, social e cultural. Esse turismo voluntário está diretamente ligado com a prática do turismo mochileiro, uma vez que muitos de seus praticantes também optam por atuar em voluntariados (Matthews, 2008).

Essa contribuição social, política e ambiental oferecida pelo turismo mochileiro, apesar de ser reconhecida por alguns países, assim como colocam Richards e Wilson (2004 como citado por Martins e Costa, 2017, p. 137), “há ainda falta de investigação empírica e quantitativa que contribua para uma melhor compreensão do impacto dos mochileiros e dos seus subsegmentos na economia local.” Contudo, apesar de ser ignorado ou mesmo desencorajado pelas autoridades em muitos países, alguns estudos reconheceram que o seu valor financeiro e social é significativo (Martins e Costa, 2017).

Considerando que as investigações nesta área são ainda incipientes, o estudo do turismo mochileiro e como ele pode beneficiar a economia de um local é de grande importância para o setor turístico brasileiro, pois possibilitará que os planejadores e gestores, principalmente dos locais periféricos aos grandes centros turísticos, elaborem estratégias e tracem planos para incentivar a prática e trazer tais benefícios aos seus locais de atuação. Além disso, esse estudo mais aprofundado pode conduzir a uma melhora na infraestrutura da cidade ou do local e, além de suportar os viajantes mochileiros, visto que esse público depende fortemente da infraestrutura local, também se torna um benefício para o turismo como um todo e até mesmo para a comunidade residente naquela localidade.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo possui caráter exploratório-descritivo com cunho quantitativo, visto que se trata de uma investigação realizada sobre um segmento de mercado ainda pouco conhecido e buscando descrever as características dos viajantes e suas relações com o mercado. De acordo com Gil (2002), a pesquisa exploratória tem o objetivo de proporcionar uma maior interação com o problema e torná-lo mais explícito, podendo envolver um levantamento bibliográfico e entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado.

Deste modo, devido a relevância do assunto, bem como sua complexidade e a falta de estudos, essa pesquisa utilizou-se do caráter exploratório subdividindo-se em duas partes complementares, sendo a primeira parte bibliográfica, que se refere a toda busca de dados a fim de compreender melhor o tema verificando as informações já existentes disponíveis, e uma segunda parte, de cunho exploratório e quantitativo, a fim de dados amostrais que permitissem uma leitura mais exata desse público.

Para a pesquisa bibliográfica, foram utilizados diversos materiais científicos para a consulta e coleta de informações sobre o tema, incluindo livros, artigos, teses, dissertações, conteúdos de *websites* e periódicos de instituições que estudam o turismo. Utilizando a plataforma de pesquisa Publicações em Turismo, desenvolvida pelo PPGTUR da EACH/USP, em uma busca com a palavra “mochileiro”, em junho de 2021, obtivemos apenas 7 resultados, sendo que apenas 5 artigos estavam dentro do escopo dessa pesquisa. Vale destacar que devido à escassez de materiais que abordam o tema proposto em língua portuguesa, grande parte

dos materiais utilizados na consulta foram de pesquisas realizadas em outros países nos quais este assunto é mais aprofundado.

Sendo assim, após a construção de uma base teórica, deu-se início a construção de uma pesquisa quantitativa, por meio de uma série de perguntas feitas através de um questionário *online* com uma amostra do público-alvo. O instrumento utilizado para a realização da pesquisa foi um questionário *online* elaborado através da plataforma Google. Foram elaboradas 23 (vinte e três) questões pertinentes ao tema da pesquisa baseadas no referencial bibliográfico, com o objetivo de traçar um perfil geral desses viajantes e compreender mais a fundo suas características e motivações. A investigação foi feita através de redes sociais *online*, tais como: grupos do Facebook em que mochileiros participam, bem como no WhatsApp, Telegram e Instagram.

Os critérios impostos para que o respondente se adequasse à pesquisa partiram da definição de mochileiro dada por Oliveira (2003), ou seja, um perfil de viajante que quer ter independência para escolher seus atrativos e a permanência em cada local, autonomia para escolher seus meios de locomoção e locais de hospedagem, e ainda, os percursos a serem seguidos. Além disso, que não estejam preocupados com luxo e conforto, mas sim com segurança, higiene e praticidade durante suas viagens, e que privilegiam reduzidas despesas em hospedagem, transporte e alimentação, em benefício de atividades que lhes proporcionem prazer ou para o prolongamento do período de viagem. Não houve, porém, um direcionamento para grupos específicos, pois, por se tratar de um questionário *online*, quanto mais possíveis respondentes o recebessem, mais confiáveis seriam os dados. Por não serem institucionalizados, esses viajantes não são de fácil acesso. Devido a isso, a pesquisa foi encaminhada para grupos em diversas plataformas, com o pedido de compartilhamento em outros grupos que os pesquisadores não tinham acesso ou contatos.

Assim, foram obtidas 96 respostas no total, sendo a amostra não probabilística, de gêneros feminino e masculino de todas as regiões do Brasil, porém, com a região sudeste tendo a maior predominância de participação. As perguntas foram disponibilizadas para participação desde o dia 01 de setembro de 2021 até o dia 12 de setembro de 2021 e o instrumento foi dividido em seções para facilitar o entendimento do participante e para uma melhor clareza na análise, sendo elas: Seção 1 - informações gerais; Seção 2 - viagem; Seção 3 - motivações; Seção 4 - mochilão e turismo; Seção 5 - voluntariado; Seção 6 - cultura; e Seção 7 - considerações. Cada uma das seções de perguntas busca identificar padrões que são descritos nos estudos consultados no levantamento bibliográfico. Algumas questões possibilitavam escolhas múltiplas, com o intento de coletar informações mais amplas a respeito dos hábitos de viagem dos participantes.

A Seção 1 objetivou coletar dados gerais do participante, sendo assim, havia questões básicas como: gênero, faixa etária, fonte de renda, renda mensal e região. Quanto à Seção 2, foram feitas perguntas sobre a frequência com que o indivíduo viaja, tempo de duração das viagens, se são viagens nacionais ou internacionais e quais outros continentes que o participante costuma viajar. Isso fez com que ficasse mais claro para onde e com que frequência o mochileiro brasileiro viaja.

Em seguida, na Seção 3, procurou-se saber um pouco mais sobre a visão que o mochileiro tem da própria prática, além de questioná-lo do porquê de ele viajar desta maneira, já que essa prática está muito atrelada a questões filosóficas e

individuais. Na Seção 4, buscou-se saber quais os serviços turísticos o participante utiliza em suas viagens de mochilão e foi questionado como o setor turístico brasileiro poderia suportar os viajantes mochileiros de acordo com a opinião do indivíduo. Essa categoria foi feita visando compreender quais os serviços turísticos mais utilizados e observar qual a contribuição do mochileiro com a economia e o turismo local, para verificar quais são as maiores necessidades dos mochileiros que estão ou não sendo atendidas por parte do setor turístico brasileiro.

A Seção 5 foi elaborada para analisar se o voluntariado é uma prática comum entre esse grupo e qual a opinião dos mesmos sobre esse tópico. Quanto à Seção 6, buscou-se verificar o grau de interesse dos viajantes sobre culturas distintas e se eles buscam por se aprofundar nelas ou tem dificuldades de adaptação em suas viagens. Por fim, a Seção 7 contou com um questionamento sobre quais as chances de o participante fazer ou planejar um mochilão futuramente e houve um espaço aberto para aqueles que gostariam de comentar algo a mais, do qual, não teve oportunidade durante toda a pesquisa.

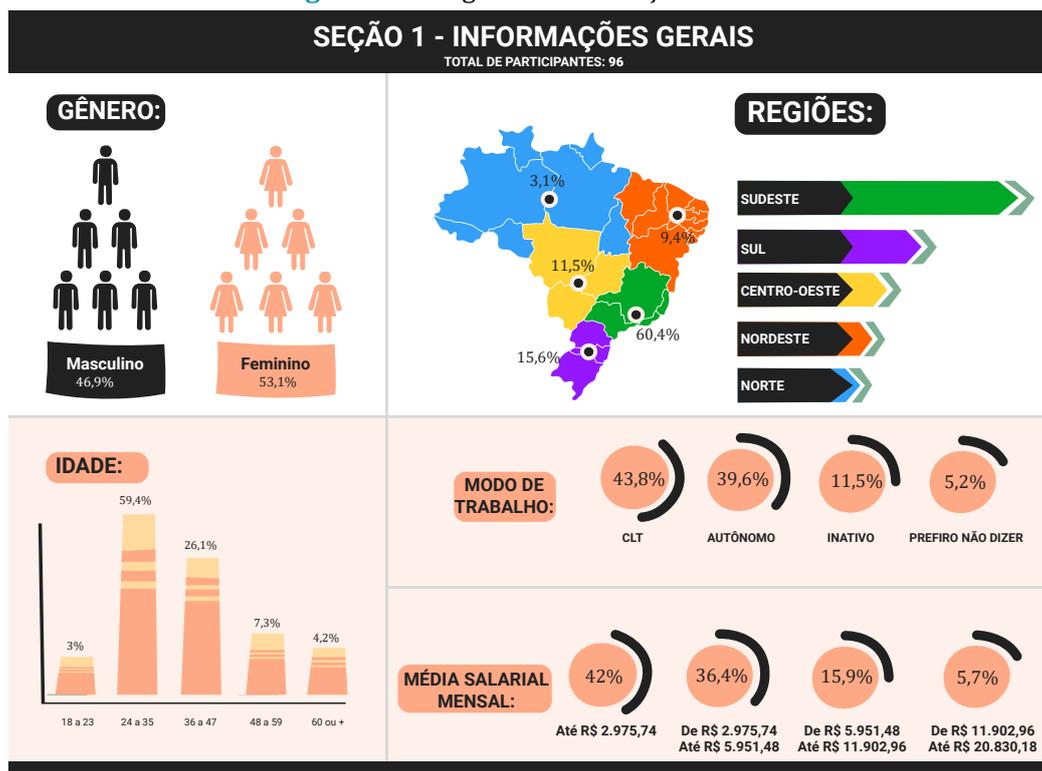
Após todo esse trajeto, elevou-se o interesse em observar e analisar o retorno dessa amostra a fim de confirmar ou refutar os objetivos desse trabalho, pois assim como afirma Richardson (1989), a observação é algo indispensável para uma pesquisa científica, visto que ela pode ser utilizada em conjunto com outra técnica de coleta de dados ou exclusivamente.

## **ANÁLISE E DISCUSSÃO**

Durante o levantamento bibliográfico a respeito do tema desta pesquisa, foi constatado que o público viajante mochileiro é, majoritariamente jovem e preza por viagens que lhe proporcione experiências e aventuras, diferente do turista convencional, que busca mais por lazer e descanso. Nota-se que os mochileiros buscam por significado e identidade em seus deslocamentos e priorizam a economia, a imersão na cultura e o relacionamento com a comunidade local dos destinos visitados.

Com esse perfil geral já exposto através da revisão bibliográfica, os resultados da pesquisa aplicada e as respostas obtidas com o questionário corroboram com os traços gerais. A amostra do público-alvo contou com 96 participantes de todas as regiões do Brasil, sendo eles 53,1% do público feminino e 46,9% masculino, detectou-se que a maioria do público viajante mochileiro são pessoas de 24 a 35 anos, o que corrobora o que foi apresentado sobre a predominância do público jovem nas pesquisas que foram analisadas na seção bibliográfica, sendo que 43,8% deles trabalham registrado/CLT, enquanto que 39,6% são autônomos e, de acordo com as respostas, foi declarado que a renda mensal desses viajantes é, predominantemente, de até R\$ 2.975,74 com 42% da amostra e em seguida de R\$ 2.975,74 até R\$ 5.951,48 com 36,4%. Os resultados sugerem que, assim como apontado por Oliveira (2003), mais por uma questão de opção do que limitação, esse público privilegia reduzidas despesas durante suas viagens a fim de preservar ao máximo seus recursos financeiros. Abaixo, a Imagem 1, em formato de infográfico, expondo os resultados da Seção 1.

Figura 1 – Infográfico Informações Gerais

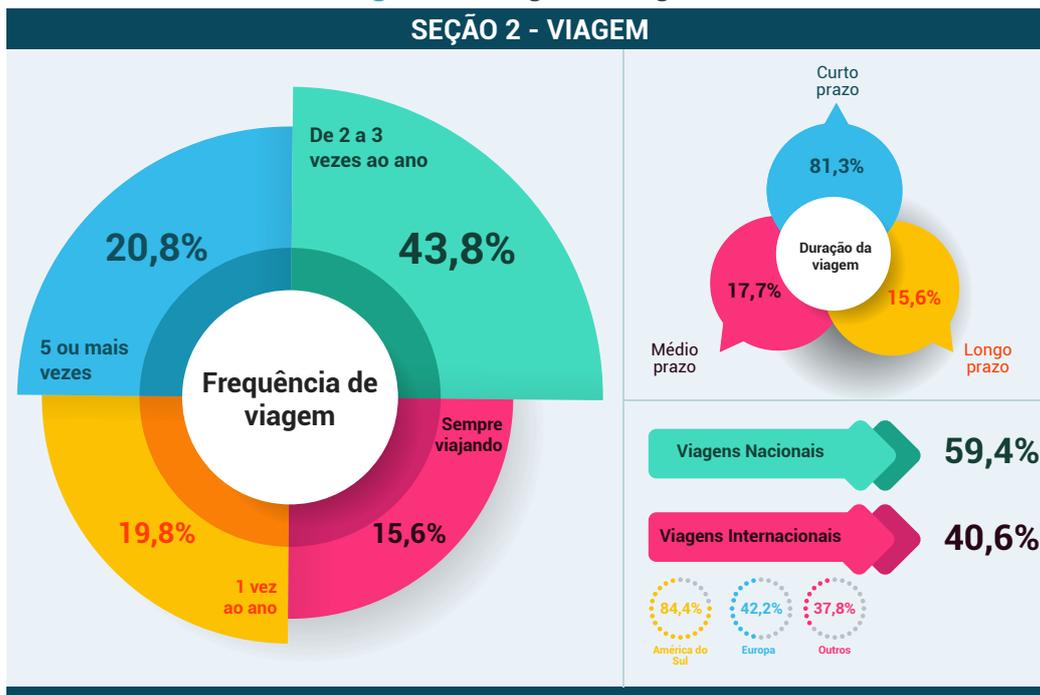


Fonte: elaborado pelos autores.

Na sequência, tem-se a Seção 2: viagem. Foi verificado que, desconsiderando o cenário atual de pandemia, 19,8% da amostra costuma fazer viagens de mochilão pelo menos 1 vez ao ano, enquanto 43,8% fazem de 2 a 3 vezes ao ano, 20,8% viajam mais de 5 vezes e 15,6% estão sempre viajando. Destes viajantes, a maior parte (81,3%) afirmou realizar viagens a curto prazo (até 2 meses de duração), o que diverge de dados coletados em pesquisas mais antigas como foi disposto por Oliveira (2008), que afirmou que os mochileiros buscam preferencialmente por viagens de longos períodos. Além disso, 59,4% deles dizem fazer viagens nacionais e 40,6% viagens internacionais principalmente na América do Sul e Europa.

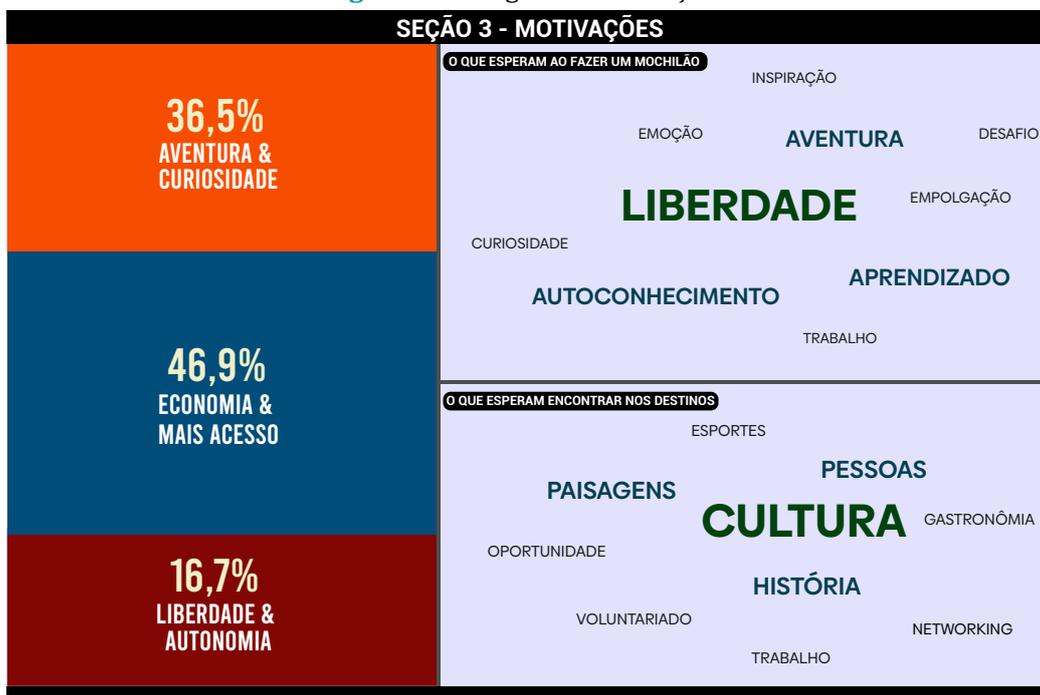
Sobre a Seção 3: motivações, 46,9% afirmaram que viajam de mochilão pois é muito mais econômico do que no turismo convencional e podem ter mais acesso à comunidade local do destino visitado. Em seguida, 36,5% disseram que viajam nessa modalidade por remeter muito a aventura e curiosidade, alegando que gostam de descobrir e experienciar novas coisas. Por fim, 16,7% informaram que viajam de mochilão, principalmente por ter mais controle sob a viagem e priorizam essa liberdade. No decorrer desta seção também foi solicitado que os participantes assinalassem as palavras que mais condizem com eles quando se fala em fazer um mochilão, e a maioria (93,8%) assinalaram Liberdade, seguida de Aventura (68,8%) e Autoconhecimento com (68,8%). Sobre o que mais buscam nos destinos de suas viagens, 91,7% responderam cultura, 88,5% paisagens e 68,8% história.

Figura 2 – Infográfico Viagem.



Fonte: elaborado pelos autores.

Figura 3 – Infográfico Motivações.



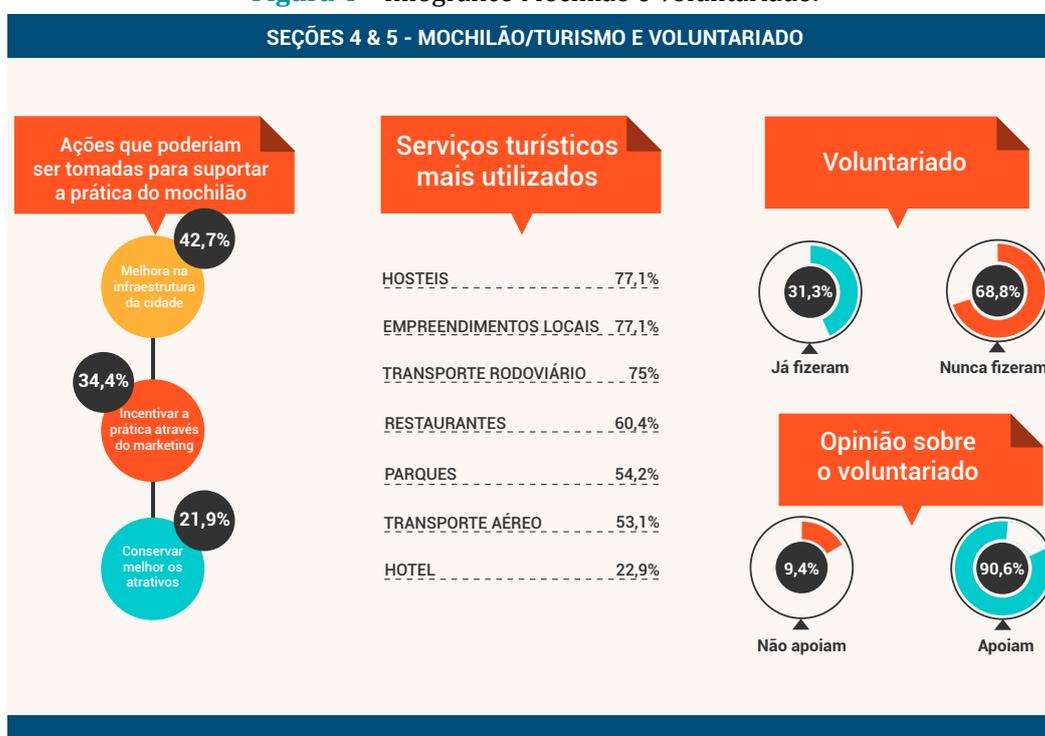
Fonte: elaborado pelos autores.

As Seções 4 e 5 trataram sobre a prática do mochilão atrelada com o turismo e sobre a prática do voluntariado. A respeito dos tipos de serviços turísticos que esses viajantes utilizam em suas viagens, dentre os mais votados estão: *Hostels* (77,1%), Empreendimentos locais como mercados, bares, lojinhas etc. (77,1%)

e Transporte rodoviário (75%). Também foi solicitado que opinassem sobre quais ações poderiam ser tomadas por parte do setor turístico brasileiro para dar mais suporte as pessoas que viajam nessa modalidade e 42,7% afirmaram que a principal melhoria seria nas infraestruturas das cidades, 34,4% acreditam que se deve incentivar mais a prática do mochilão através do *marketing* e 21,9% informaram que é preciso conservar melhor os atrativos.

Quanto a questão do voluntariado, 68,8% disseram que nunca fizeram, enquanto 31,3% afirmaram que já tiveram a experiência. Contudo, de um modo geral, a maior parte (90,6%) acredita que o voluntariado é uma excelente opção para os mochileiros pois além da troca de trabalho por acomodação sem a necessidade de utilizar recursos financeiros, existe também uma grande troca de informação e conhecimento durante esse processo.

**Figura 4 – Infográfico Mochilão e Voluntariado.**



**Fonte:** elaborado pelos autores.

Sobre a cultura, abordada na Seção 5, foi questionado sobre o grau de interesse dos participantes a respeito da cultura local dos destinos visitados e, 93,7% afirmaram serem fortemente interessados nesse assunto e a probabilidade desse público visitar um museu ou centro histórico é de cerca de 82,3%.

Também foi indagado sobre como eles lidam com o processo de aculturação durante suas viagens e 70,8% afirmaram que não tem nenhum problema com isso e se adaptam facilmente, enquanto 29,2% disseram que no começo é difícil, mas com o tempo conseguem se adaptar. Indo mais a fundo nesse tópico, 49% das pessoas afirmaram que também são totalmente tolerantes a culturas que contrastam muito com as delas, das quais podem ir contra seu senso de julgamento de certo ou errado, porém 45,8% disseram que não concordam, mas respeitam pela questão cultural e 5,2% informaram que não conseguem se adaptar a este cenário.

Figura 5 – Infográfico Cultura.

## SEÇÃO 6 - CULTURA



Fonte: elaborado pelos autores.

Para encerrar o questionário, foi perguntado sobre qual seria a probabilidade de o participante fazer ou planejar um mochilão para 2022 após a imunização ser concluída e 88,5% das pessoas indicaram que é fortemente provável.

## ASPECTOS MOCHILEIROS E O ELO TURÍSTICO

Comparando os dados apurados durante o questionário realizado com a amostra do público-alvo com o levantamento da pesquisa bibliográfica, verificou-se que o viajante mochileiro é predominante jovem, na faixa etária de 24 a 35 anos, podendo estar inserido no meio acadêmico ou não e, de acordo com a amostra, a maior parte mostrou-se do gênero feminino, o que é um fator surpreendente, pois até então acreditava-se que seria o oposto devido ao estilo de viagem “não tão seguro”, se comparado ao convencional. Quanto a predominância dessa faixa etária, já era algo esperado, visto que, de modo geral, o jovem é mais curioso, possui mais disposição, tempo e menos responsabilidades ou vínculos com seu lugar originário. Sua maioria trabalha como CLT ou autônomos e possuem uma renda mensal, principalmente, de até R\$ 2.975,74, o que foi outro ponto inesperado porque entendia-se que, pelo fato de a viagem ser parte da vida do mochileiro, eles provavelmente necessitariam de um trabalho autônomo para garantir mais

liberdade e flexibilidade. Apesar de muitos não se identificarem como turistas porque acreditam que a prática vai além do deslocamento, a academia os considera um tipo de turista independente, não institucionalizado, que pode ser inserido em mais de um segmento turístico e que costuma fazer viagens nacionais de curto prazo, pelo menos de 2 a 3 vezes ao ano.

Foi constatado também que esse tipo de viajante busca por liberdade, aventura, autoconhecimento e, principalmente, economia. É claro que a questão financeira está além do controle do setor turístico apenas, é algo que envolve a situação do país como um todo. Porém, deixando de lado essa questão econômica, que é o fator mais levado em consideração pelo mochileiro claramente por uma insatisfação com os preços, a palavra com mais peso na decisão de um indivíduo em praticar o mochilão, sem dúvidas, é liberdade. No decorrer do questionário realizado, houve um espaço aberto para que as pessoas pudessem colocar com suas palavras o porquê de viajarem nesta modalidade e esta foi a palavra ou sentimento que mais apareceu. Com base nas respostas, essas pessoas parecem ter a necessidade de se sentirem livres para ir e vir quando bem entenderem, livres do cotidiano, livres da rotina e até mesmo livres de si mesmos, ou de quem eles têm que ser em seu local de origem.

Um outro fator que compõe essa motivação dos indivíduos é a aventura, muitos deles relataram que esse também é um motivador extremamente forte em suas viagens e, segundo eles, a aventura vai além de apenas praticarem esportes radicais ou passarem por “perrengues” durante a viagem. A aventura é conhecer culturas totalmente diferentes, é se conhecer melhor, é estar aberto ao que o mundo e a viagem oferecem, é sentir-se vivo.

Foi apurado, também, que os mochileiros têm grande interesse na cultura e história dos lugares que visitam e, de forma geral, não tem problemas quanto a aculturação e em se adaptarem a culturas diferentes das que estão inseridos. Esse interesse pela cultura e o turismo cultural ajuda na conservação dos patrimônios culturais e incentiva a visitação em museus e centro históricos, na geração de renda e a se manterem, sobretudo, em pequenas localidades. Também contribuem para a economia, ainda prevalentemente de pequenas localidades, consumindo alguns dos serviços turísticos disponíveis como *hostels*, transporte rodoviário e pequenos negócios locais, o que é de grande auxílio para essas localidades que não possuem um grande fluxo turístico que as sustente. Além disso, existe uma contribuição social feita através do voluntariado, como por exemplo lecionar ou ensinar algo, que consiste em o viajante voluntário poder transmitir sua cultura e conhecimentos para os locais reciprocamente, contudo, a prática do voluntariado ainda não é tão explorada assim por esse público no Brasil, mesmo que se note a relevância e o interesse.

Na pesquisa de campo, foi questionado se as pessoas utilizam ou já utilizaram sites e plataformas online que oferecem trabalhos voluntários como *Workpackers*, *Workaway* e *Helpx*, mas 68,8% disseram que nunca haviam utilizado. Como já visto anteriormente, nos países mais desenvolvidos, o mochileiro tem grande contribuição para com o turismo voluntário e isso é algo do qual o setor turístico brasileiro poderia se valer, visto que este é um país que necessita de voluntários em várias áreas e tem uma população grande e solícita. Fomentar e incentivar a prática desse tipo de turismo no país seria de grande benefício para dar suporte à população e para incentivar o segmento mochileiro.

Assim como já mencionado, estes viajantes contribuem para o turismo em pequenas localidades e muitos deles gostariam de ter um suporte por parte do setor turístico quanto à infraestrutura das cidades no Brasil, para que sejam melhor atendidos em suas necessidades. Por exemplo, países como Nova Zelândia, Austrália e Tailândia fazem questão de ter uma infraestrutura que comporte esses viajantes como mais locais públicos abrigados, nos quais o viajante pode passar a noite com mais segurança e sem grandes preocupações, saneamento público, entre outros, pois sabem do seu valor e de sua contribuição para com o turismo. A Austrália, por exemplo, entende que “o país foi o pioneiro na política de desenvolvimento do *backpacking tourism* ao criar a Estratégia Nacional de Desenvolvimento do Turismo Mochileiro, que contribuiu para que o crescimento do mercado de 160 mil mochileiros em 1994 para 485 mil em 2004” (Sawaki, Sawaki & Neto, 2010 p. 7). Em paralelo a isso, muitos acreditam que o incentivo da prática através do *marketing* turístico também ajudaria a disseminar e fomentar mais o estilo de viagem para que fosse visível e ganhasse seu espaço dentro do turismo, visto que o turismo brasileiro quase não comenta a respeito destes viajantes e acaba por deixá-los quase que totalmente fora das estatísticas.

Essa divulgação e incentivo através do *marketing* turístico também ajudaria a acabar com um certo preconceito que existe com o público mochileiro, devido à falta de informação, pois muitos podem considerar o mochileiro com um indigente, tendo em vista a própria raiz histórica desse tipo de viajante. De acordo com Jesus (2018), o mochileiro já é uma figura antiga no continente Europeu e arredores, mas quando se fala deste segmento na América do Sul, incluindo o Brasil, ainda é muito pouco visto ou explorado, e quando notado, recebe uma carga de preconceitos que o empurra para a marginalidade, além de ser consideravelmente ignorado pelos gestores turísticos do país. Outro fator que torna crucial o apoio do setor turístico para com a prática mochileira é quanto a duração de suas viagens, pois se os destinos visitados possuírem uma infraestrutura que comporte esses viajantes e que sua prática seja reconhecida, acreditamos que eles estendam suas estadias, transformando uma viagem de curto prazo a médio ou longo prazo, gerando mais renda para o local.

Deve-se levar em consideração que a presente pesquisa teve como objetivo central identificar as principais características e motivações dos mochileiros no Brasil. Para um detalhamento maior das relações entre mochileiros e a atividade turística, faz-se necessária uma nova pesquisa, que jogue luz a essa relação e seus desdobramentos.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do problema da pesquisa que era entender qual é o perfil do viajante mochileiro no Brasil e suas motivações, constata-se, desse modo, que o presente trabalho foi capaz de identificar o perfil destes viajantes e traçar suas características de um modo geral, expondo quem são essas pessoas e quais seus anseios e motivações. Em suma, os mochileiros são jovens independentes de classe média, que buscam por economia, liberdade e aventura em suas viagens, buscando se inserir na cultura dos destinos visitados, procurando por desafios e autoconhecimento. Observamos que se trata de um segmento independente, não institucionalizado do turismo.

A contribuição desta pesquisa consiste em uma apresentação acessível nacionalmente de um perfil conciso e perceptível sobre esse segmento e que viabiliza a compreensão do setor turístico brasileiro para dar mais atenção aos mochileiros, contribuindo para o meio acadêmico e estimulando pesquisas mais aprofundadas no assunto, para que a visibilidade, o suporte e a ligação do segmento com a atividade turística sejam mais fortes futuramente.

Contudo, é certo frisar que existem duas limitações para com a amostra do público-alvo que devem ser destacadas. A primeira se dá devido ao fato de que a amostra é relativamente pequena se considerado todo o público viajante independente e isso pode gerar divergências em relação às características apresentadas. O segundo fator é a limitação com o instrumento de coleta de dados, pois como essa pesquisa ocorreu de modo *online* e foi divulgada em grupos onde os mochileiros participam, o controle de quem poderia responder ao questionário não pôde ser tão rígido, apesar de ter sido especificado sobre quem estaria qualificado para responder a pesquisa. Ainda assim, existe a possibilidade de pessoas que talvez não pratiquem a atividade terem se disposto a responder, por interesse ou curiosidade no assunto. Esta é uma observação que deve ser destacada, uma vez que as respostas fornecidas pelos participantes como um todo foram bem específicas e demonstraram experiência no assunto.

Um fator que requer atenção é quanto a prática do voluntariado, dado que existem mochileiros que não praticam essa atividade por medo de serem explorados e sendo obrigados a trabalhar muitas horas em um serviço desgastante. A maior preocupação se dá devido ao fato que o mochileiro faz, muitas vezes, o voluntariado em troca de acomodação e fica preocupado em se desgastar na atividade que lhe foi atribuída e acabar sendo mandado embora, sem ter onde ficar.

Também nos parece importante levantar as características, motivações e demais aspectos do mochileiro antigo, aqueles que praticavam essas viagens na década de 60 até 90, em contraste com o mochileiro contemporâneo, dos anos 2000 até os dias atuais, pois entende-se que as formas e meios de viagem bem como as motivações e interesses mudam e se adaptam com o tempo, visto que, hoje, muitos mochileiros só podem praticar esse estilo de viagem porque possuem a liberdade de gerar renda através da tecnologia e da *internet*, utilizando de aparelhos como computador, celular, câmera fotográfica entre outros, conforme apontaram Veríssimo e Costa (2018).

Finalmente, destaca-se que este estudo tem um caráter exploratório, mas não conclusivo. Vale destacar mais uma vez que os estudos sobre a prática *backpacker* são ainda muito escassos no Brasil, portanto, recomenda-se a continuidade de estudos quantitativos e qualitativos sobre esse tema para continuar a analisar os impactos gerados por essa atividade e seu estilo.

---

## REFERÊNCIAS

- Aoqui, C. (2005). *Desenvolvimento do segmento backpacker no Brasil sob a Ótica do Marketing de Turismo*. (Graduação em Administração, Universidade de São Paulo). Recuperado em 23 de julho, 2021, de: [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/otros/IIIpremio/Grad1o\\_lugar\\_Cassio\\_Aoqui\\_monografia.pdf](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/pdf/otros/IIIpremio/Grad1o_lugar_Cassio_Aoqui_monografia.pdf).
- Beni, M. C. (1998). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senac.

- Broad, S. (2003). Living The Thai Life: A Case Study of Volunteer Tourism at the Gibbon Rehabilitation Project, Thailand. *Tourism Recreation Research*, Tailândia, 3, p. 63-72. DOI <http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2003.11081418>. Recuperado em 01 de agosto, 2021.
- Carvalho, D. (2009). *Turismo Backpacker: Um estudo exploratório sobre perfil, características e motivações*. (Graduação em Turismo, Universidade Federal Fluminense). Recuperado em 27 de julho, 2021, de: <https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/1159/1/101%20-%20Debora%20Carvalho.pdf>.
- Cidade, E. (2012). Em busca de experiências: o verdadeiro mochileiro é aquele que já passou por vários “perrengues”. *Intratextos*, 03, p. 1-16. DOI: <https://doi.org/10.12957/intratextos.2012.3125>. Recuperado em 21 de agosto, 2022.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *The Johns Hopkins University Press*, p. 164-182. Recuperado em 27 de julho, 2021, de: <https://www.jstor.org/stable/40970087>.
- Falcão, D. (2015). “Mochilar”: a arte do “eu” por uma prática de lazer. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*, 2 (2), p. 59-77. Recuperado em 21 de agosto, 2022, de: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/468/309>.
- Falcão, D. (2016). Ser mochileiro: uma constituição social e pessoal do “mochilar”. *Caderno Virtual de Turismo*, 16 (3), p. 76-90. Recuperado em 21 de agosto, 2022, de: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1066/498>.
- Falco, D. (2018). *Trajetórias do eu mochileiro: na estrada de corpo, alma e artefatos*. (Doutorado em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro). Recuperado em 27 de julho, 2021, de: <https://www.maxwell.vrac.pucRio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=38193@1>.
- Figueiredo, S. L. (2010). *Viagens e viajantes*. São Paulo: Annablume.
- Giaretta, M. J. (2002). *Turismo da Juventude*, São Paulo: Manole.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4a. ed.). São Paulo: Atlas.
- Jesus, J. C. de. (2018). Mochila cultural: o mochileiro e as relações entre viagem e cultura. (Graduação em Produção Cultural, Universidade Federal Fluminense, Rio das Ostras). Recuperado em 21 de agosto, 2022, de: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/7965>.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: a new theory of the leisure class*. New York: Schocken Books Inc.
- Martins, M., & Costa, R. (2017). Backpackers’ contribution to development and poverty alleviation: myth or reality? A critical review of the literature and directions for future research. *European Journal of Tourism Research*, 16, p. 136-153.
- Matthews, A. (2008). Negotiated selves: Exploring the impact of local-global interactions on young volunteer travellers. In K.D. Lyons & S. Wearing (Eds.), *Journeys of discovery in volunteer tourism* (p. 101–117). Wallingford: CABI. Recuperado em 29 de julho, 2021, de: <http://dx.doi.org/10.1079/9781845933807.0101>.
- Morin, E. (2005). *Introdução ao Pensamento complexo*. Porto Alegre: Sulina.
- Mota, K. C. (2001). *Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal*. São Paulo: Atlas.
- Oliveira, R. J. (2008). Turismo Backpacker: Estudos dos viajantes internacionais no Brasil. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 02 (1), p. 1-16. Recuperado em 30 de julho, 2021, de: <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/230>.
- Oliveira, R. J. (2003). Turistas estrangeiros backpackers em viagem pelo Brasil: Perfil dos viajantes e características da viagem. (Mestrado em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo). Recuperado em 01 de agosto, 2021, de: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27148/tde-11012016-102615/en.php>.

- Organização Mundial do Turismo. (2001). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Roca.
- Ooi, N., & Laing, J. (2010). Backpacker tourism: sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations. *Journal of Sustainable Tourism*, 2, p. 191-206. Recuperado em 01 de agosto, 2021, de: [https://www.researchgate.net/publication/249023759\\_Backpacker\\_Tourism\\_Sustainable\\_and\\_Purposeful\\_Investigating\\_the\\_Overlap\\_Between\\_Backpacker\\_Tourism\\_and\\_Volunteer\\_Tourism\\_Motivations](https://www.researchgate.net/publication/249023759_Backpacker_Tourism_Sustainable_and_Purposeful_Investigating_the_Overlap_Between_Backpacker_Tourism_and_Volunteer_Tourism_Motivations).
- O'Reilly, C. C. (2006). From drifter to gap year tourist: mainstreaming backpack travel. *Annals of Tourism Research*, 33(4), p. 998-1017.
- Pearce, P., & Loker-Murphy, L. (1995). Young Budget Travelers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research*, 22(4), p. 819-843.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). *The Global Nomad, Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon: Channel View Publications.
- Richardson, R. J. (1989). *Pesquisa Social: métodos e técnicas* (2a. ed.). São Paulo: Atlas.
- Riley, P. J. (1988). Road culture of international long-term budget travelers. *Annals of Tourism Research*, 15(3), p. 313-328. DOI: [http://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90025-4](http://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90025-4).
- Santos, R. F. dos & Assunção, A. dos S. (2020). "Mochilagem": porque as fronteiras não têm limites àqueles que ultrapassam o seu limiar. *Geofrontier*, 6 (1). Recuperado em 27 de agosto, 2022, de: <https://periodicosonline.uems.br/index.php/GEOF/article/view/4830>.
- Sawaki, D., Sawaki, J., & Neto, E. (2010). Mochileiros: um segmento a ser explorado no Brasil. *Semintur – Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. UCS – Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul, 6, p. 1-15. Recuperado em 26 de julho, 2021, de: [https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/mochileiros\\_um\\_segmento.pdf](https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/mochileiros_um_segmento.pdf).
- Scheyvens, R. (2002). Backpacker tourism and Third World development. *Annals of Tourism Research*, p. 144–164. DOI: [http://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00030-5](http://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00030-5).
- Silva, I. M. (2016). Viagens "independentes" de longa duração: política, economia e cultivo da mobilidade. *RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo*; 6 (1), p. 187-202. Recuperado em 21 de agosto, 2022, de: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2259/1879>.
- Solá, J. J. (1975). Economía del tiempo libre. *Revista do Instituto de Ciências Sociais*, 25. Recuperado em 01 de agosto, 2021, de: [https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS\\_ESTUDIOS\\_TURISTICOS/42216.pdf](https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/42216.pdf).
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann, CABI.
- Veríssimo, M., & Costa, C. (2018). Understanding the new backpackers: A literature review. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 29, p. 7-19. Recuperado em 21 de agosto, 2022, de: <http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/9773/8078>.
- Yázigi, E. (2016). O viajante e o sentimento oceânico. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 4 (6), p.29-42. Recuperado em 21 de agosto, 2022, de: <https://periodicos.unb.br/index.php/revistacenario/article/view/18303/16847>.

Recebido em: 18 mar. 2022

Aprovado em: 26 abr. 2022

## **CONTRIBUIÇÕES:**

**Mateus Deli Avelar:** Definição do problema de pesquisa e objetivos, desenvolvimento da proposição teórica, escolha dos procedimentos metodológicos, coleta e análise de dados, elaboração de tabelas, gráficos e figuras e redação do manuscrito.

**Matheus Luiz Dantas:** Definição do problema de pesquisa e objetivos, desenvolvimento da proposição teórica, escolha dos procedimentos metodológicos, coleta e análise de dados e redação do manuscrito.

**Renan Augusto Moraes Conceição:** Definição do problema de pesquisa e objetivos, realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, revisão crítica, redação e adequação do manuscrito às normas da RTA.