

Universidade de São Paulo
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas
Departamento de Geografia

MARINA BIANCHI NURCHIS

TURISMO BACKPACKER NO BRASIL E NO MUNDO:

Uma aproximação geográfica.

São Paulo
2015

MARINA BIANCHI NURCHIS

TURISMO BACKPACKER NO BRASIL E NO MUNDO:

Uma aproximação geográfica.

Trabalho de Graduação Individual
apresentado ao Departamento de
Geografia da Faculdade de Filosofia,
Letras e Ciências Humanas da
Universidade de São Paulo, para a
obtenção do título de Bacharel em
Geografia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia
Ariza da Cruz.

São Paulo

2015

*Às pessoas mais especiais da minha vida: minha
mãe, Angelina, e minha irmã, Giovana.*

AGRADECIMENTOS

A todos os professores do Departamento de Geografia, pelo aprendizado e pela formação concedida. Agradeço especialmente à minha querida orientadora, Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia Ariza da Cruz, pela brilhante orientação a esse trabalho, pela gentileza, dedicação e paciência em cada reunião e por ter me guiado nos passos finais desse ciclo.

À Prof^a. Dr^a. Regina Araújo de Almeida e à Agência USP de Inovação, por terem me possibilitado a vivência do intercâmbio acadêmico que originou essa pesquisa.

À *University of Western Sydney*, por ter me recebido como aluna, e à Prof^a. Dr^a. Amie Matthews, por me introduzir ao tema do turismo *backpacker*, pela orientação durante o intercâmbio e também nos trabalhos de campo realizados.

À minha mãe, Angelina, e minha irmã, Giovana, por todo o amor, apoio e por todos os ensinamentos que me passam diariamente. Obrigada por estarem sempre ao meu lado, incondicionalmente, e por acreditarem no meu futuro enquanto Geógrafa. E ao meu pai, Marco Antonio (*in memoriam*), que infelizmente não pôde presenciar a finalização desse importante ciclo, mas que durante toda a sua vida me apoiou e me incentivou a buscar meus sonhos. Vocês são minha base e minha vida.

Ao Daniel, meu amigo, companheiro e namorado, por todo apoio, incentivo e carinho em todos os momentos. Obrigada por tornar minha vida mais feliz e, principalmente, por acreditar em mim e fazer com que essa etapa difícil se tornasse mais leve. É maravilhoso ter você ao meu lado.

Aos amigos Alex e Léo, que atravessaram o oceano para me acompanhar nos trabalhos de campo realizados na Ásia. Obrigada pelas aventuras, aprendizados e apoio. Vocês estão nas entrelinhas desse trabalho.

Às amigas e amigos que me acompanharam por toda a graduação e trilharam comigo essa caminhada me ajudando, apoiando, crescendo comigo e compartilhando alegrias e tristezas durante todos esses anos. Vocês são partes essenciais da minha formação como geógrafa e, principalmente, como pessoa. Obrigada por tudo!

Obrigada a todos que de forma direta ou indireta participaram da minha jornada na Geografia!

“Um homem precisa viajar. Por sua conta, não por meio de histórias, imagens, livros ou TV. Precisa viajar por si, com seus olhos e pés, para entender o que é seu. Para um dia plantar as suas próprias árvores e dar-lhes valor. Conhecer o frio para desfrutar o calor. E o oposto. Sentir a distância e o desabrigo para estar bem sob o próprio teto. Um homem precisa viajar para lugares que não conhece para quebrar essa arrogância que nos faz ver o mundo como o imaginamos, e não simplesmente como é ou pode ser. Que nos faz professores e doutores do que não vimos, quando deveríamos ser alunos, e simplesmente ir ver”.

(Amyr Klink, 2000).

Turismo backpacker no Brasil e no mundo: uma aproximação geográfica.

RESUMO

Este estudo busca uma aproximação geográfica sobre o tema do turismo *backpacker* no Brasil e no mundo, considerando seu desenvolvimento e sua dimensão socioespacial e observando como sua dinâmica tem influência sobre o uso e a apropriação do espaço através de análises de casos. Nesse sentido, inicia-se com uma discussão conceitual e breve retrospectiva histórica sobre o fenômeno do turismo e sobre o turismo *backpacker* especificamente. Em seguida, aborda exemplos na Austrália e no Sudeste Asiático para concluir refletindo sobre o Brasil.

Palavras-chave: Turismo mochileiro, Turismo *backpacker*, Produção do Espaço, Austrália, Brasil, Sudeste Asiático.

Backpacker tourism in Brazil and in the world: a geographical approach.

ABSTRACT

This study aims a geographical approach on the backpacker tourism theme in Brazil and in the world, considering its development and socio-spatial dimension and observing how its dynamics have influence on the use and appropriation of space through the analysis of some cases. In this sense, it begins with a conceptual discussion and brief retrospective about the phenomenon of tourism and about the backpacker tourism specifically. After that, discusses examples in Australia and Southeast Asia and finishes reflecting about Brazil.

Keywords: Backpacker Tourism, Production of space, Australia, Brazil, Southeast Asia.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - TUK TUKS EM FRENTE À ESTAÇÃO DE TREM EM NONG KHAI (TAILÂNDIA).....	24
FIGURA 2- RUA DE GILI TRAWANGAN COM OFERTA, EM INGLÊS, DE RESORT E SERVIÇOS DE SPA E CLÍNICA MÉDICA.....	29
FIGURA 3 - LISTA DE ACOMODAÇÕES DISPONÍVEIS EM GILI TRAWANGAN, EM PLACA NA ENTRADA DA ILHA.....	30
FIGURA 4 - MAPA DA ORGANIZAÇÃO DAS ACOMODAÇÕES EM GILI TRAWANGAN, EM PLACA NA ENTRADA DA ILHA.....	30

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - COMPARAÇÃO ENTRE OS GASTOS DO TURISTA DE MASSA E DO TURISTA BACKPACKER.	10
QUADRO 2 - INFLUÊNCIAS HISTÓRICAS NA EVOLUÇÃO DO TURISMO BACKPACKER.....	12
QUADRO 3 - INAUGURAÇÃO DA REDE YHI EM ALGUNS PAÍSES.....	16
QUADRO 4 - COMO BACKPACKERS PODEM FACILITAR O DESENVOLVIMENTO LOCAL.....	32

LISTA DE MAPAS

MAPA 1 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DO SUDESTE ASIÁTICO	21
MAPA 2 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DAS ILHAS GILI	27
MAPA 3 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DA AUSTRÁLIA.....	35
MAPA 4 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO DO NORTE.....	40
MAPA 5 - MAPA DE LOCALIZAÇÃO DA DE JERICOACOARA	49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1. DE ANDARILHOS A TURISTAS: APORTES HISTÓRICOS SOBRE O BACKPACKER CONTEMPORÂNEO.....	12
2. TURISMO BACKPACKER NO MUNDO	20
2.1 Turismo <i>backpacker</i> no Sudeste Asiático.....	20
2.2. Turismo <i>backpacker</i> na Austrália.....	33
3. O TURISMO BACKPACKER NO BRASIL	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55

INTRODUÇÃO

O turismo é uma prática social e econômica que se refere essencialmente a pessoas e lugares: pessoas que se deslocam pelo mundo, lugares que emitem e recebem esse fluxo de pessoas e, ainda, pessoas que tornam as viagens possíveis oferecendo serviços turísticos (Pearce, 2003). Nesse processo, o espaço geográfico se apresenta como o principal objeto de consumo do turismo. Através da Geografia do Turismo podemos analisar a dimensão socioespacial da prática social do turismo e como se realiza a produção do espaço nesse contexto.

Segundo Ansarah (2002), existe atualmente um processo contínuo de segmentação da demanda turística e este processo influencia a aparição de grupos ou nichos de usuários de serviços turísticos, reunidos de acordo com suas características, preferências, nacionalidades, nível cultural, gostos e idiossincrasias.

De forma geral, o segmento mais praticado no Brasil é o chamado turismo de massa, que segundo Cruz (2001, p. 06) é:

(...) uma forma de organização do turismo que envolve o agenciamento da atividade bem como a interligação entre o agenciamento, transporte e hospedagem, de modo a proporcionar o barateamento dos custos da viagem e permitir, conseqüentemente, que um grande número de pessoas viaje.

O turismo independente se contrapõe a este tipo de turismo e vem sendo cada vez mais praticado e estudado no meio acadêmico e tem como um de seus subsegmentos o chamado turismo *backpacker*.

Em português usa-se o termo mochileiro com o mesmo sentido de *backpacker* e neste trabalho optou-se pelo termo em inglês, pois além de grande parte da bibliografia usada advir de autores estrangeiros devido à escassez de material em português sobre o assunto, achamos importante desvincular o termo de quaisquer tipo de conceitos pré-existentes sobre o termo mochileiro.

Segundo Oliveira (2007), *backpackers* são turistas que organizam suas viagens de forma independente, flexível e econômica, por períodos longos em que buscam conhecer vários destinos.

Aoqui (2005) define o turista *backpacker* detalhadamente da seguinte forma:

Jovens de qualquer idade, que realizam, fundamentalmente, viagens independentes e econômicas – evitam o turismo de massa e de luxo, hospedam-se em acomodações baratas, costumam barganhar preços quando possível e utilizam a infraestrutura de serviços (restaurantes, comunicação, transportes e facilidades) local, o que lhes permite, muitas vezes, um contato mais próximo com a população visitada e o estilo de vida da região.

Em relação à definição do segmento em si, discorre Aoqui (2005):

Trata-se de um subsetor do turismo econômico internacional composto de pessoas que mantêm uma rede própria de comunicação e que costumam viajar sozinhas ou em pequenos grupos, mas com frequência superior à média da população, normalmente com uma agenda mais flexível (muitas vezes em itinerários multidestino), organizada de forma personalizada e aberta a novas experiências (como desbravar regiões menos turísticas), porém sem deixar de conhecer e experimentar os aspectos e lugares considerados tradicionais em uma cultura. Carregam, em geral nas costas, toda sua bagagem, o que lhe cunhou o nome *backpacker* ou mochileiro. (AOQUI, 2005, p.96).

Outra definição bastante aceita afirma que são 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 (Loker-Murphy; Pearce, 1995). Além disso, em alguns casos, os turistas backpackers transformam-se em jovens trabalhadores nos países que visitam, como no caso da Austrália que será apontado adiante nesse trabalho.

Parte expressiva das pesquisas acerca do turismo *backpacker* é realizada nos países onde o impacto deste segmento é bastante evidente e incentivado, como no sudeste asiático, na Nova Zelândia e na Austrália, sendo este último país pioneiro nos estudos e na política de desenvolvimento do turismo mochileiro. Embora os *backpackers* sejam encontrados em praticamente todos os lugares do mundo, no Brasil, porém, as pesquisas relacionadas a eles continuam bastante escassas, assim como sua presença, menor do que nos locais acima citados.

Historicamente, há um descaso dos governos de muitos países, incluindo o Brasil, em relação aos investimentos nesse segmento, já que as inúmeras multinacionais que atuam no segmento do turismo de massa e de luxo realizam investimentos altos que atraem toda a atenção governamental. Equivocadamente, pensa-se que o turismo *backpacker* não movimenta a economia como outros segmentos, provavelmente devido ao perfil mais econômico deste tipo de viagem em

relação a outros segmentos. Países como Goa, Botswana e Tibete possuem uma posição que desestimula declaradamente os turistas que viajam de forma independente, dando prioridade aos grupos agenciados. (AOQUI, 2005, p. 94). Por outro lado, dados advindos de países onde este segmento é visto de forma positiva comprovam sua capacidade de movimentar as economias e mostram que, em comparação com o turista de massa, o mochileiro gasta mais no total e permanece mais dias viajando, como mostra o quadro comparativo a seguir.

Quadro 1 - Comparação entre os gastos do turista de massa e do turista *backpacker*.

Países	Tipos de Turista	Gasto Diário	Permanência (dias)	Gasto Total	Variação Percentual
Brasil (2005)	Massa	U\$ 95,40	12,60	U\$ 1.202,04	+ 30%
	<i>Backpacker</i>	U\$ 29,80	52,73	U\$ 1.570,46	
Austrália (2009)	Massa	AU\$ 301,00	11,00	AU\$ 3.313,00	+ 64%
	<i>Backpacker</i>	AU\$ 81,19	67,00	AU\$ 5.440,00	
Malásia (2005)	Massa	U\$ 102,00	6,00	U\$ 612,00	+ 134%
	<i>Backpacker</i>	U\$ 74,00	19,50	U\$ 1.435,00	
África do Sul (2005)	Massa	R 1.028,12	8,00	R 8.225,00	+ 56%
	<i>Backpacker</i>	R 388,51	33,00	R 12.820,00	
Nova Zelândia (2007)	Massa	NZ\$ 273,67	9,8	NZ\$ 2.682,00	+ 31%
	<i>Backpacker</i>	NZ\$ 117,75	30,00	NZ\$ 3.533,00	

Fonte: SAWAKI, 2010 apud STORNILOLO, 2011. Adaptado por Marina Bianchi Nurchis (2015)

Outra consideração importante a ser feita sobre os gastos dos *backpackers* é o fato de que estes se distribuem fora do circuito do turismo de massa pelo uso de transporte público local, alimentação em restaurantes e hospedagem fora da rota turística na busca por menores preços assim como por viagens com roteiros flexíveis que contemplam áreas muitas vezes não frequentadas pelos turistas de massa. Segundo Oliveira (2005), o turista mochileiro, ao evitar a alta temporada devido a sua característica econômica de viagem, minimiza os efeitos negativos da sazonalidade da atividade turística.

Um dos efeitos espaciais deste segmento é o desenvolvimento espontâneo de enclaves *backpackers*. Estes locais são pouco estudados na literatura acadêmica e o termo ainda necessita de uma definição clara, mas pode-se considerar que são lugares onde geralmente os mochileiros se reúnem em busca de contato com outros viajantes e também com moradores locais e que apresentam todos os serviços

turísticos essenciais com preços baixos, como agências de turismo, *hostels*¹, bares, locais com acesso a internet etc.

Esses enclaves podem ser divididos, segundo Howard (2005), em algumas categorias. Uma delas é o enclave que é por si só um ponto turístico, onde turistas costumam se hospedar por longos períodos devido a uma atração, como uma praia ou um sítio arqueológico. Outra categoria diz respeito aos enclaves funcionais, que não possuem atrações turísticas locais, embora estas possam existir nos arredores. Ele afirma também que esses locais podem ser usados com diferentes propósitos como hospedagem econômica, como um local para conhecer e socializar com outros *backpackers* e coletar informações e organizar a continuação da viagem entre outros.

Diversos autores descrevem estudos de caso sobre os impactos positivos e negativos do turismo *backpacker* na economia e no espaço das cidades, porém há na literatura acadêmica uma escassez de estudos sobre a produção do espaço ligada a esse segmento, especialmente em relação ao Brasil. Buscando contribuir com os estudos sobre a questão, este trabalho visa analisar como se realiza o turismo *backpacker* no mundo e no Brasil, considerando seu desenvolvimento e sua dimensão espacial. Para isso, livros, notícias, artigos e teses nacionais e estrangeiras foram utilizadas. Grande parte da bibliografia consultada é fruto do intercâmbio acadêmico realizado na Austrália em 2013, através da Agência USP de Inovação, que possibilitou a conexão com a Prof^a Amie Matthews, que desenvolve pesquisas sobre o turismo *backpacker* na *University of Western Sydney*. Por ser uma pesquisa exploratória, foi de extrema importância a realização de trabalho de campo em locais de interesse para a coleta de informações e registros fotográficos. Os trabalhos de campo foram realizados entre Março e Outubro de 2013 em enclaves *backpackers* da Austrália e do Sudeste Asiático.

¹ Tipo de hospedagem mais procurada pelos *backpackers*, conhecidas por preços acessíveis e por proporcionar um maior entrosamento entre os hóspedes.

1. DE ANDARILHOS A TURISTAS: APORTES HISTÓRICOS SOBRE O BACKPACKER CONTEMPORÂNEO

Segundo McCulloch (1991), a evolução do *backpacker* moderno foi um processo gradual influenciado por diversos grupos, movimentos e organizações num período bastante longo de tempo, desde o século XV, como pode ser observado no Quadro 2, que busca traçar um breve histórico desse contexto que influenciou o surgimento dos *hostels* e do turismo *backpacker* contemporâneo.

Quadro 2 - Influências históricas na evolução do turismo *backpacker*.

Período	Viajante	Propósito	Região	Acomodação
Séculos XV a XVII	Estudantes andarilhos.	Viajar de uma universidade para a outra.	Europa	Dormitórios em mosteiros
Séculos XV a XIX	Aprendizes das corporações de artesãos	Requisitados a trabalhar em outra cidade ou país.	Europa	Hospedagem fornecida pela corporação
Século XIX	Clubes de trilhas e caminhadas	Fazer trilhas e caminhadas.	Países europeus de língua alemã.	Cabanas no campo
1844 - 1855	YMCA e YWCA (ACM)	Fornecer acomodação de baixo custo para jovens recém-chegados, além de atividades cristãs e culturais.	Grã-Bretanha	<i>Hostels</i> – Primeiro uso da palavra desde o século XVI.
1857	Alpine Club (Clube Alpino)	Fomentar a prática de montanhismo	Grã-Bretanha. Difundido pela Alemanha, Itália e Suíça.	Cabanas no campo
1884	'Scholars and Students <i>Hostels</i> ' (<i>Hostels</i> de estudantes)	Fazer caminhadas, escaladas etc.	Alemanha. Difundido pela Áustria.	Rede de <i>Hostels</i> (727 em 1914)
1885 - 1888	Clubes de turismo	Fazer caminhadas, escaladas etc.	Suécia, Tchecoslováquia.	Cabanas no campo
1895	"Amigos da Natureza"	Fazer caminhadas, escaladas etc.	Áustria. Difundido pela Alemanha e França.	Cabanas no campo
1900	"Wandervogel"	Fazer caminhadas, escaladas etc.	Alemanha	Cabanas no campo
1908 - 1910	Escoteiros	Praticar habilidades, independência, cooperação, estudo prático da natureza, observação e vida ao ar livre.	Grã-Bretanha. Difundido pelo mundo.	Acampamentos ao ar livre.
1909	Hostelling International (HI)	Objetivos são: Fomentar a educação de jovens de todas as nações, especialmente os de recursos limitados, estimulando um maior contato com a natureza, assim como um conhecimento dos valores	Alemanha. Difundido pelo mundo.	<i>Hostels</i> primeiramente no interior e depois nas cidades.

		culturais das cidades, oferecendo albergues ou outra classe de alojamento nos quais não existam distinções de raça, nacionalidade, cor, religião, sexo, classe social nem opiniões políticas, para que possam chegar assim a compreender melhor os seus semelhantes, tanto em seu próprio país, como no estrangeiro.		
1939	HI chega na Austrália	-	-	-
1950	Working Holidays	Australianos começam a ir para a Europa	-	Acomodações baratas.
1960	Expansão da rede HI	-	-	-
1970	Hippies e 'Drifters'	'scape theme'	-	Acomodações baratas
1983 → 1984	Primeiro <i>hostel</i> com o nome <i>backpacker</i> abre em Cairns	<i>Hostels</i> independentes (Não filiados ao YHA)	Queensland	<i>Hostel</i>
1985 → 1988	Indústria de <i>Hostels</i> independentes se expande rapidamente.	Competição com YHA fornecendo facilidades como quartos menores, transportes gratuitos, permissão para consumo de álcool, não era necessário ser membro, mínimo de regras, etc.	Queensland. Difundido pelo resto do mundo.	<i>Hostels</i>
1989 → 1991	Indústria de <i>Hostels</i> independentes se expande.	-	-	-

Fonte: McCulloch, 1991. Traduzido e adaptado por Marina Bianchi Nurchis (2015).

No século XIV, o turismo não existia enquanto atividade organizada, mas andarilhos percorriam distâncias a pé por motivos de trabalho ou estudos, e sofriam repressões dos governos. Adler (1985) afirma que o Parlamento Inglês, com o intuito de barrar lavradores e artesãos em peregrinação, promulgou uma série de estatutos que diziam que qualquer pessoa, estudante ou não, encontrada em peregrinação sem as devidas declarações e autorizações formais que legitimassem as razões de sua viagem deveria ser presa, chicoteada publicamente e mandada de volta para sua casa. Nos séculos subsequentes, a repressão deu lugar a uma organização gradual da peregrinação e do consequente turismo advindo dela.

No século XV, estudantes europeus viajavam a pé por toda a Europa visitando universidades e procurando acomodação ao longo do percurso, normalmente em dormitórios instalados nos mosteiros, onde sua estadia era

permitida por somente dois dias. Além de estudantes, aprendizes de artesãos também viajavam pela Europa com a finalidade de aprimorar seus ofícios e eram obrigados pelas corporações às quais estavam relacionados a passarem alguns anos trabalhando em outras cidades e países, onde se hospedavam em alojamentos. Segundo McCulloch (1991; 1992), esse movimento perdurou até o século XIX e ficou conhecido como Sistema Itinerante Inglês (*English Tramping System*) (Adler, 1985).

Riley (1988) e McCulloch (1991) afirmam que a esses jovens estudantes eram garantidos empregos e hospedagem, por suas corporações, através da apresentação de um cartão que os identificava como membros do sistema e, em caso de não haver ambos, era fornecido dinheiro suficiente para que o viajante continuasse sua jornada para a próxima cidade. França e Alemanha tiveram sistemas similares, chamados respectivamente de *Tour de France* e *Wanderpflicht*. As justificativas para estas viagens eram a pouca oferta de emprego em alguns lugares da Grã-Bretanha e o aprimoramento de habilidades na Europa em geral. Os sistemas itinerantes serviam também como um ritual de passagem da adolescência para a fase adulta, já que seria a primeira experiência dos jovens longe da família e do lar, como afirma Adler (1985, p.337):

(...) it served as a ritual aid in accomplishing the separation from home and family required by Western styles of adulthood, while offering young men an opportunity for sightseeing, adventure, and education.

Adler (1985, p. 337) afirma que durante o século XIX o Sistema Itinerante Inglês deixou de ser uma atividade relacionada à busca por trabalho e foi adotado pela classe média com propósitos turísticos:

The road culture of contemporary youth provides an example of an upwardly rather than downwardly mobile cultural transition, with middle class youth increasingly adopting a mock version of an earlier working class travel pattern.

Nos séculos XVII e XVIII observou-se um fenômeno social na Europa conhecido como *Grand Tour*, um tipo de viagem praticado pela aristocracia inglesa como complemento à educação de jovens nobres. Famílias ricas enviavam seus filhos para viagens em outros países com o intuito de aprenderem diversas habilidades como moda, artes e etiquetas sociais, estudarem nas melhores

universidades do país e conhecerem pessoas influentes da época (Salgueiro, 2002; Aouí 2005). Sobre isso, Salgueiro (2002, p. 291), afirma:

Ao final do século 17, o turismo era essencialmente praticado por filhos da aristocracia e da chamada gentry (pequena nobreza). Mas, aos poucos, essa clientela foi se ampliando, de modo que, ao final do século 18 o Grand Tour estava já firmemente estabelecido para os filhos da classe média urbana melhor situada, formada por burgueses prósperos e emergentes do setor de serviços que a indústria indiretamente engendrava.

Em 1844, em Londres, foi fundada por George Williams a Associação Cristã de Moços – ACM (*Young Men's Christian Association* - YMCA) e também a organização similar para mulheres (YWCA). Essas associações ofereciam atividades culturais e acomodação a baixos custos para jovens que chegavam de outras regiões ou de fora do país. (McCulloch, 1991, 1992; Giaretta, 2003).

McCulloch (1991;1992) e Giaretta (2003) citam diversos outros movimentos, como os de montanhismo, escotismo, trilhas e caminhadas, conhecidos coletivamente como "*Homeland and Rambling Clubs*" - todos eles com as características em comum de reunirem jovens viajantes utilizando acomodações baratas. A principal função desses clubes era desbravar a região montanhosa da Alemanha, traçando caminhos, construindo hospedagens e fornecendo mapas para os exploradores.

Ainda segundo McCulloch (1991; 1992), em 1884 surgiu na Alemanha o precursor dos atuais *hostels*, fundado por Guido Rotter, um proprietário de fábrica interessado em trilhas. O local era restrito para estudantes homens do ensino médio e de faculdades e se chamava "*Scholars and Students Hostel*".

No ano de 1909, na Alemanha, o professor Richard Schirrmann, que tinha trabalhos de campo como método de ensino, começou a desenvolver a ideia de construir uma rede de acomodações para jovens. Em um de seus trabalhos de campo, Schirrmann e seus alunos enfrentaram uma tempestade e, ao se abrigarem em uma escola localizada em *Brol Valley* (Alemanha), o professor começou a pensar que as escolas poderiam ser utilizadas durante as férias escolares como alojamentos para estudantes que estivessem viajando (Giaretta, 2003). Seu intuito era fornecer hospedagem em locais onde os jovens pudessem vivenciar e conhecer outras cidades e paisagens no campo, como observa McCulloch (1992, p.24):

In 1909 a Young German school teacher, Richard Schirrmann, appalled by his students' ignorance of the natural environment, and struck by the lack of any accommodation that would enable school classes to undertake excursions and study tours into the countryside, hit upon the idea of adapting village schools for the purpose.

Este é considerado o início da rede YHI (*Youth Hostelling Internacional*), conhecida atualmente como *HI - Hostelling Internacional* e no Brasil como Albergues da Juventude, uma organização sem fins lucrativos, presente no mundo inteiro, com a seguinte missão, segundo o Artigo 2 do Estatuto da Federação Internacional de Albergues da Juventude²:

Fomentar a educação de todos os jovens de todas as nações, especialmente os de recursos limitados, estimulando neles um maior conhecimento, afeto e cuidado com a natureza, assim como um conhecimento dos valores culturais das cidades, tanto grandes como pequenas, de todas as partes do mundo, e, como meio para alcançá-lo, oferecer albergues ou outra classe de alojamento nos quais não existam distinções de raça, nacionalidade, cor, religião, sexo, classe social nem opiniões políticas, para que possam chegar assim a compreender melhor os seus semelhantes, tanto em seu próprio país, como no estrangeiro.

Schirrmann, em acordo com as autoridades locais, estabeleceu em 1910 o primeiro *hostel* permanente do mundo, localizado num castelo fortificado na cidade de Altena (Alemanha) e em funcionamento até os dias atuais. A partir deste acontecimento, o movimento de Albergues da Juventude começou a crescer e se difundir pela Europa e pelo resto do mundo, como mostra o Quadro 3.

Quadro 3 - Inauguração da rede YHI em alguns países.

País	Ano em que a rede YHI chegou ao país.
Suíça	1924
Polônia	1926
Inglaterra e País de Gales	1930
Nova Zelândia	1932
Estados Unidos e França	1934
Canadá	1938
Austrália	1940
Marrocos e Tunísia	1946
Índia	1949
Paquistão e Japão	1951
Egito e África do Sul	1954
Malásia	1955

² Disponível em < www.alberguesp.com.br >. Acesso em Setembro de 2015.

Argentina	1956
Quênia	1957
Uruguai	1958
Sri Lanka e Tailândia	1959
Brasil	1961
Coréia do Sul	1967
México, Chile, Peru, Colômbia, Costa Rica e Bolívia.	1969
Hong Kong	1973
Filipinas	1978

Fontes: Giaretta, 2002 e Albergues SP. Adaptado por Marina Bianchi Nurchis (2015).

Em 1990 já havia cerca de 5.300 Albergues da Juventude espalhados por 60 países (McCulloch, 1992). Tradicionalmente, esses estabelecimentos tinham regras rígidas de convivência, como aponta McCulloch (p.15, 1991):

The range of buildings were varied but the rules of their operations were not, and early curfews (usually closed between 10 a.m. and 5 p.m. and 10 p.m. to 7 a.m.), limitations on guests, segregated bunkrooms, imposing a 3 day limit of stay, a prohibition on the use of filled sleeping bags and alcohol consumption were the norm. In addition, in order to keep costs at a minimum, guests were expected to do a chore (e.g. sweeping the kitchen floor) each day before they left.

Além disso, localizações centrais não eram priorizadas na escolha de onde seriam os *hostels* da rede. Como alternativa e em resposta ao crescente número de *backpackers*, surgiram, na década de 80, os *hostels* independentes, ou seja, instalações que não faziam parte da rede HI. Geridos por empresários, tinham, desde o seu advento, regras flexíveis e priorizavam localizações centrais ou próximas a estações de trens e terminais de ônibus. Sobre isso, McCulloch (1991, p.16) afirma:

Non-YHA, on the other hand was run by forceful market-oriented entrepreneurs who ran their *hostels* as profit making businesses. There was no membership requirements, no duties, no curfew, alcohol was allowed, and, in addition double rooms, mixed dormitories, courtesy buses from train, plane and coach terminals were instituted, and shops, tour agencies, swimming pools, discos and many other facilities such as cheap meals, free use of pushbikes and surfboards were made available.

McCulloth (1991) sugere que esse posicionamento fez com que os *hostels* independentes ganhassem grande popularidade. Como consequência, desencadeou-se uma reação dos Albergues da Juventude que, na década de 80,

modificaram suas regras a fim de acompanhar o movimento que surgia, como afirma Giaretta (2003, p. 85):

A década de 80 foi marcada por grandes alterações nos Albergues da Juventude, quando a questão da tecnologia começou a ser avaliada, com o estudo de um sistema mundial de reservas. Foi um período de muitas reuniões e cursos de capacitação para pessoas que trabalhavam nos albergues (...). Nesse mesmo período, foi elaborado o plano de marketing mundial, a fim de repensar a marca, a questão da rigidez, o limite de idade e de implantação do sistema de controle de qualidade, agências de turismo nas principais associações do mundo e proposta da troca de idealismo por profissionalismo.

As regras se tornaram mais flexíveis e, atualmente, os Albergues da Juventude são bastante similares aos *hostels* não associados. (McCulloch, 1991).

Jovens de países como Inglaterra, Austrália e, principalmente, Nova Zelândia, culturalmente têm o costume de passar um ano ou mais viajando para estudar, trabalhar e conhecer o mundo, como parte de um rito de passagem da adolescência para a vida adulta, assim como faziam os jovens dos sistemas itinerantes e do *Grand Tour* e seus similares. Na Nova Zelândia esta prática é chamada de “*Big OE*” (*Big Overseas Experience*, em português: A grande experiência internacional) e tem como principal destino a Europa. Sobre isso, Bell (2002, p. 143) afirma:

OE is a young adult's rite of passage: a life stage that is not inevitable, but extremely common and popular with young middle class adults. This 'coming of age' ritual is an established tradition for young Pakeha (white) New Zealanders and references to OE occur frequently in everyday conversation in New Zealand.

E Wilson et al. (2009, p. 04) completa:

In recent years, the number of young people around the world who travel for long periods and work while away has increased in scale both numerically and geographically. The temporary migration to Britain by young New Zealanders and Australians, however, is one of the longest-standing examples of this working holiday phenomenon. For over five decades, thousands of young people from these colonial outposts have been going 'home' to Britain. A sojourn in Britain and, in particular, a working holiday based in London, offers young Antipodeans extensive employment opportunities, a cosmopolitan lifestyle, a jumping-off point for travel around Europe, a temporary home in a foreign country where the primary language and culture are familiar, and where a substantial population of like-minded compatriots are located.

O governo inglês incentiva o OE ao conceder aos cidadãos neozelandeses e australianos de até 27 anos o visto chamado “*working holiday*”, com duração de até 02 anos (Inkson; Myers, 2003). Um exemplo bastante significativo sobre este tipo de visto é o caso da Austrália, que começou a concedê-los em 1975, permitindo que

jovens de 18 a 30 anos viajem e, ocasionalmente, trabalhem no país durante 12 meses, tendo estabelecido um acordo recíproco com cerca de 21 países. O principal objetivo da iniciativa é encorajar viajantes internacionais a visitar o país e fomentar o intercâmbio cultural (Allon, 2008). Esses turistas podem representar, portanto, mão de obra barata para os países que os recebem, já que muitos *backpackers* necessitam trabalhar para sustentar os longos períodos de viagem (Riley, 1988) e, neste sentido, o visto *working holiday* se torna extremamente atrativo e movimenta o turismo *backpacker*.

Nota-se, portanto, que desde o século XV existe uma demanda de jovens se movimentando pelo mundo em busca de trabalho, estudo e lazer. As tradições de andarilhos do passado, como o Sistema Itinerante Inglês, o *Grand Tour* e seus similares, foram os antecessores de um movimento que pode ser notado até hoje nos jovens *backpackers*, resguardadas as especificidades de cada época.

2. TURISMO BACKPACKER NO MUNDO

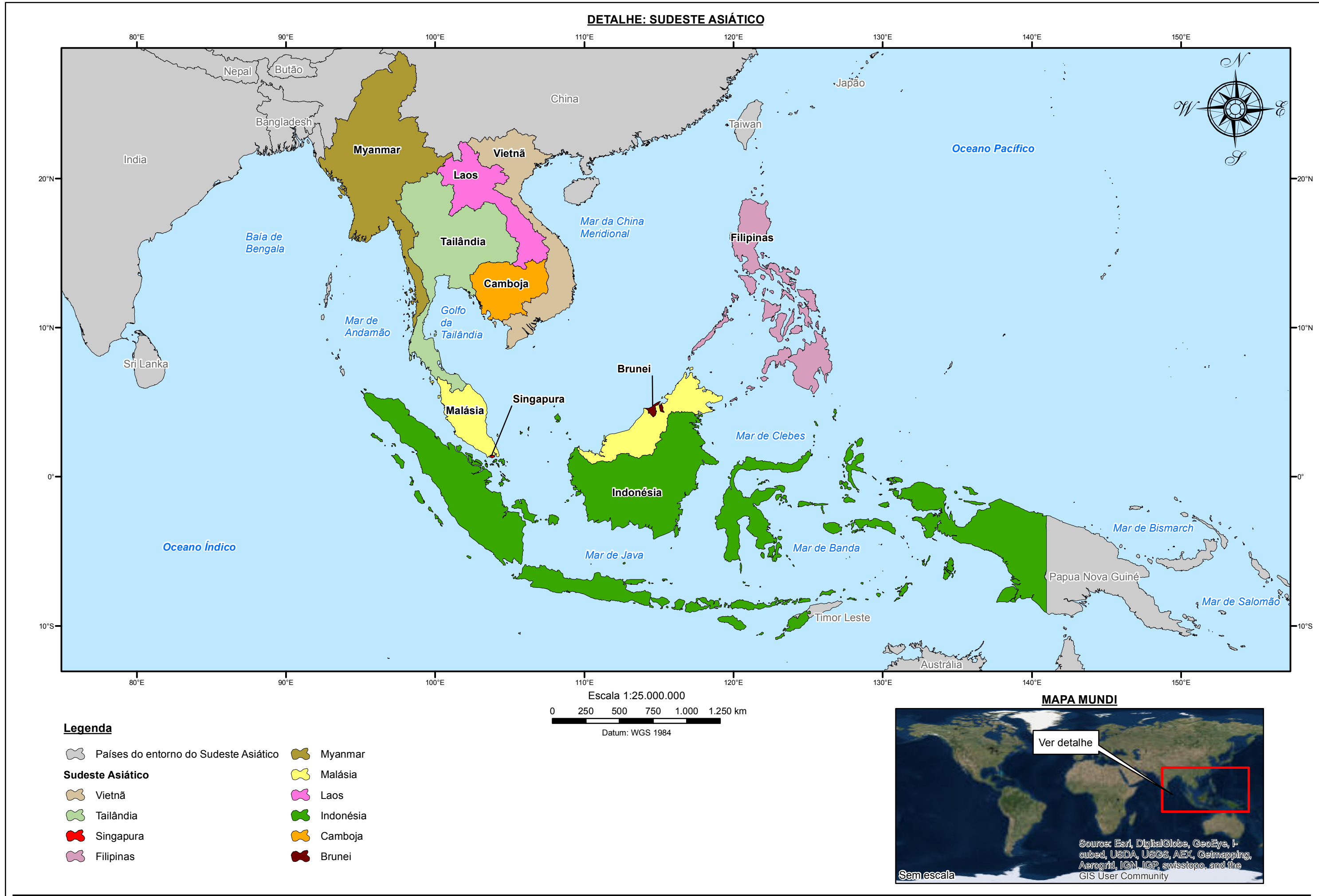
Neste capítulo buscamos exemplificar a dinâmica do *backpacker* contemporâneo ao apresentar informações e estudos de caso em locais onde o turismo *backpacker* é bastante presente, como no Sudeste Asiático e na Austrália, que foram, inclusive, locais visitados em trabalho de campo.

2.1 Turismo *backpacker* no Sudeste Asiático

O Sudeste Asiático, apresentado no Mapa 1 é um dos destinos mais tradicionais procurados pelos *backpackers*. As razões do interesse por essa região têm inúmeros fatores, como a busca por culturas consideradas exóticas pelos ocidentais, belas paisagens, histórias de guerras e lendas, atrações turísticas milenares e também o baixo custo encontrado tanto no que diz respeito à hospedagem quanto à alimentação. O câmbio, favorável para grande parte dos ocidentais, e a proximidade com países tradicionalmente emissores de *backpackers*, como Austrália e Nova Zelândia, além da sua relativa segurança, também favorecem a atração de turistas para a região. A origem desse fluxo e interesse dos *backpackers* no Sudeste Asiático, entretanto, é controversa.

Spreitzhofer (1998) considera a abertura dos países da antiga Indochina (Laos, Camboja e Vietnã) para o turismo individual, no início dos anos 90, como um dos fatores de atração do turismo de baixo custo para a Ásia, o que estimulou o rápido surgimento de infraestrutura para este tipo de viajante devido à demanda existente.

Segundo Hampton e Hamzah (2010), a origem deste interesse está associada ao livro “*Southeast Asia on a Shoestring*” de Tony e Maureen Wheeler, lançado em 1975, cujo lançamento teria marcado o início da série de guias de viagens mundialmente famosa chamada *Lonely Planet*. O livro, que abrange o Sudeste Asiático, é conhecido informalmente como “a bíblia amarela”, devido à cor da sua capa, e apresenta detalhes minuciosos sobre cada país, bem como recomendações econômicas, como sugere o nome, relacionadas à hospedagem e alimentação, mapas detalhados e muitas outras informações consideradas valiosas pelos *backpackers* como, por exemplo, a descrição de costumes locais, orientações



Fonte:
- CDC - Center for Disease Control and Prevention
- Imagem de Satélite disponibilizada pela Esri World Imagery Map, Maio/2015.

MAPA 1
MAPA DE LOCALIZAÇÃO DO SUDESTE ASIÁTICO

Elaboração: Marina Bianchi Nurchis

sobre comportamento e língua local e sugestões de rotas que fogem do turismo de massa dos países.

Welk (2008) acredita que o crescimento do turismo *backpacker* e o desenvolvimento do *Lonely Planet* se influenciaram mutuamente e que sua interdependência é importante para a compreensão do movimento deste segmento como um todo. Entretanto, o autor afirma ser contraditório um livro supostamente pioneiro, como é considerado, ter vendido 8500 cópias na Austrália em sua primeira edição, o que sugere que o sudeste asiático já era bastante explorado e despertava o interesse de viajantes antes mesmo do lançamento desse livro, provavelmente como rota dos chamados *drifters* (Cohen, 1973), que podem ser considerados os precursores do que hoje conhecemos como *backpackers*.

Ainda segundo Welk (2008, p. 85):

Today, a clear majority of backpackers are travelling with the company's guidebooks, ranging from over 60% (Newlands, 2004: 227) to 84% (Hottola, 1999: 67), depending on the area of research, often by far outstripping word-of-mouth and local people as the main source of information (cf. also Richards & Wilson, 2004b: 23; Spreitzhofer, 1997: 166). Since it established itself as the 'backpacker bible', Lonely Planet has thus had a firm grip on its customers' needs and self-consciousness.

Os guias de viagem focados no turismo *backpacker* não se restringem à série *Lonely Planet*. Existem hoje diversas séries de guias que suprem este mercado, como o *Rough Guide*, que, ao apresentarem locais teoricamente “intocados” e paradisíacos, e por serem utilizados de forma abundante por esses viajantes, servem como uma propaganda dos locais. Por meio deles formam-se rotas *backpackers*, assim definidas por Hampton e Hamzah (2010, p.03):

Backpacker trails or networks can be broadly defined as routes or circuits that become established that link the travellers with their destinations, that is, the backpacker urban enclaves, coastal and island resorts, and the main attractions within a region.

Sendo assim, as rotas influenciam o movimento e o fluxo desses turistas. Hampton e Hamzah (2010) afirmam que as primeiras rotas de *backpackers* no sudeste asiático dependiam basicamente do transporte local, como ônibus, trens e balsas, em regiões insulares. Entretanto, a partir dos anos 2000 houve uma mudança tanto nas rotas quanto no comportamento dos *backpackers* devido ao advento das companhias aéreas de baixo custo (*Low Cost Carriers* ou LCCs). Essa nova forma de transporte flexibilizou as possibilidades de roteiros desses viajantes

tanto em rotas domésticas como internacionais já que, embora os *backpackers* tradicionalmente costumem optar por transportes econômicos e terrestres, as companhias aéreas de baixo custo – como a *Air Asia* – oferecem passagens por um valor acessível. Isso faz com que os viajantes ganhem tempo em sua viagem e busquem cada vez mais essa opção. A procura por estes voos passou a ser tão grande que os governos de alguns países investiram na construção de aeroportos especiais, como, por exemplo, Malásia e Cingapura, que construíram terminais LCCs ao lado de terminais internacionais de grande movimento. Estes fatores, juntos, contribuem para a expansão e modificação das rotas *backpackers* no sudeste asiático.

Na escala local, há também o advento de vans que percorrem os mesmos trechos de ônibus locais, o que também pode contribuir para o movimento do fluxo dos *backpackers* por serem divulgadas nos locais frequentados por eles, nitidamente com foco neste público. Em trabalho de campo realizado em Outubro de 2013 observamos o grande número de agências de turismo especializadas em *backpackers*, com exemplos encontrados principalmente em diversos enclaves *backpackers* na Tailândia, Laos e Camboja. Os serviços consistem muitas vezes em transporte, algumas vezes com atrativos locais – como passeio de elefante, mergulho, visita a cavernas e cachoeiras etc. -, refeições inclusas e um guia local para acompanhar o grupo. Notamos também a presença de motoristas de Tuk-Tuks³ (Figura 1) trabalhando como guias ao oferecer serviço de transporte para pontos turísticos. Muitas vezes o serviço também era oferecido para o transporte entre cidades próximas, condicionando, desta forma, o caminho percorrido pelos viajantes.

Sobre isso, Hampton e Hamzah (2010, p. 13) dizem:

The second aspect concerns the growth of a parallel infrastructure where initially *backpackers* would use local public buses or minibuses, but over time local entrepreneurs seeing a business opportunity, would set up private minibus routes specifically for the *backpackers*. Tourists would be picked up from one enclave and then driven to the next one in the sole company of other *backpackers*. (...). These transport services are advertised in the *backpacker* accommodation and other facilities. The minibuses full of *backpackers* and their luggage would then follow the same routes as the public buses but without the frequent stops or (interestingly) local people as passengers.

³ Tuk-Tuks são triciclos motorizados portados de uma cabine para transporte de passageiros. São muito utilizados no Sudeste Asiático.

Figura 1 - Tuk Tuks em frente à estação de trem em Nong Khai (Tailândia).



Fonte: Marina Bianchi Nurchis, 2013.

É interessante notar que as agências especializadas em *backpackers* surgem nas rotas, e consequentemente nos enclaves. Embora esses viajantes fujam do turismo convencional acabam por utilizar serviços bastante similares aos encontrados no turismo massificado, como transportes direcionados e passeios organizados por agências de viagem. Sobre essa tendência, Hampton e Hamzah (2010, p.15) afirmam:

This is a significant change from a more customer (or demand)-driven system by the *backpackers* themselves, to more supplier-driven operations. It could be argued there is also a link to their changing trip durations, that is, *backpackers* appear to have less time, and shorter trips need more organisation.

E Welk (2004, p.86) completa:

These centres of *backpacker* infrastructure often concentrate a great variety of services in more confined spaces than those of mainstream tourism, being just as ghetto-ish as all-inclusive hotel complexes.

Há, portanto, uma tendência à massificação do segmento *backpacker* causada principalmente pela grande atração, divulgação e consequente presença de

infraestrutura nos lugares receptores, exatamente o que ocorre hoje em muitos lugares do sudeste asiático, como nota Spritzhofer (1988, p.981):

On the one hand, South-East Asia must be regarded as the birthplace of mass backpacking: South-East Asia on a Shoestring, the so-called “Yellow Bible” published by the Australian Lonely Planet company in 1975, became the forefather of today’s booming “travel yourself” sector.

Spritzhofer afirma ainda que as informações contidas nos guias de viagem direcionados aos *backpackers* podem levar ao aumento desses viajantes no local e, conseqüentemente, ao aumento de infraestrutura e facilidades. Quanto mais informações há sobre um local, mais turistas irão se interessar por visitá-lo. O *backpacker* pode participar, portanto, de um ciclo em que o local é “descoberto” por viajantes em busca de destinos fora da rota turística convencional, em seguida passa a ser divulgado oralmente e em guias de viagem, a procura pelo local aumenta e conseqüentemente há aumento de infraestrutura. A partir disso o turismo de massa pode participar do ciclo, modificando o local de forma radical. Sobre isso, Riley (1988, p.323) afirma:

Once the more adventuresome travelers scope out a new destination, it becomes defined as “safe” for others and the next step is the introduction of the amenities that appeal to the less adventurous budget travelers and eventually, perhaps, to the mass tourist, which might then result in an environment no longer attractive to most long-term travelers.

E, mais recentemente, diz Welk (2004, p.87):

(...) mainstream tourism will always strive to follow in the footsteps of its spearhead, the traveller community. In this respect *backpackers* are Explorers, though not the ones they intent to be: As soon as they leave the beaten track to ‘explore’ new, yet undiscovered’ places, they pave a new one for mainstream tourism. Involuntary, they seek out locations for prospective tourist centres and serve as ‘scouts’ for the tourism industry.

O sudeste asiático tem exemplos bastante importantes sobre este fenômeno. Um deles se refere à Candidasa, uma pequena vila de pescadores localizada em Bali, na Indonésia. “Descoberto” por um dos autores do guia de viagens *Lonely Planet*, o local, até então, continha praticamente nenhuma infraestrutura turística, somente alguns bangalôs e o movimento turístico era muito baixo, principalmente em relação às praias Kuta e Sanur, muito procuradas em Bali. Entretanto, cerca de nove meses após a divulgação do livro, a vila já continha infraestrutura de hospedagem e restaurantes para receber os *backpackers* (Riley, 1988).

Esse movimento torna difícil encontrar o limite entre o turismo de massa e o *backpacker*, já que muitas vezes eles se misturam. Welk (2004) afirma que tal qual o turismo de massa, o turismo *backpacker* contém rotas definidas, rotinas estabelecidas e um sistema de infraestrutura e serviços. Desta forma, é notável a influência dos guias de viagem na divulgação e consequente modificação dos destinos turísticos. A partir do momento que um destino torna-se conhecido e frequentado por turistas (*backpackers* e convencionais) a mudança espacial e econômica é inevitável. Ainda assim, apesar de suas semelhanças, o turismo *backpacker* e o de massa influenciam os destinos de formas distintas, considerando as especificidades de cada um deles.

Outro caso bastante relevante de mudança espacial e econômica advinda do turismo é o da ilha Gili Trawangan, na Indonésia, como apresentado no Mapa 2. Localizada entre Bali e Lombok. Gili Trawangan faz parte de um conjunto de três ilhas – Trawangan, Air e Meno – e é um destino muito procurado por *backpackers*. No passado, os moradores da ilha viviam basicamente de pesca e agricultura e, por não possuir nenhuma fonte natural de água, era considerada sem potencial turístico. Durante a década de 80 o crescimento do turismo em Bali e Lombok, destinos muito procurados por *backpackers* e turistas de massa, fez com que esses viajantes, em busca de locais ainda não frequentados pelos turistas de massa, comessem a visitar a ilha. Esse fluxo fez com que moradores locais investissem na construção de hospedagens, restaurantes e uma pequena infraestrutura para esses turistas utilizando produtos locais. Os bambus e blocos de concreto produzidos na pequena vila de Gili Trawangan são utilizados para as construções de bangalôs para recepcionar os turistas. Além disso, os móveis e tecidos utilizados para cortinas também são fabricados localmente, em Lombok (Hampton, 1998). Esse tipo de atividade movimenta a economia local e os moradores, que acabam se tornando proprietários de seus próprios estabelecimentos, aparentemente usufruem dos benefícios do turismo.

A demanda turística na ilha chamou a atenção do governo, que decidiu investir no desenvolvimento do turismo local, abrindo espaço para investidores e empresários, com o intuito de implantar resorts e infraestrutura de luxo, o que consideram um turismo “de qualidade”, de modo a atrair o turismo de massa. Essas ações ocasionaram muitos atritos entre os moradores locais e o governo, resultando,

DETALHE: ILHAS GILI

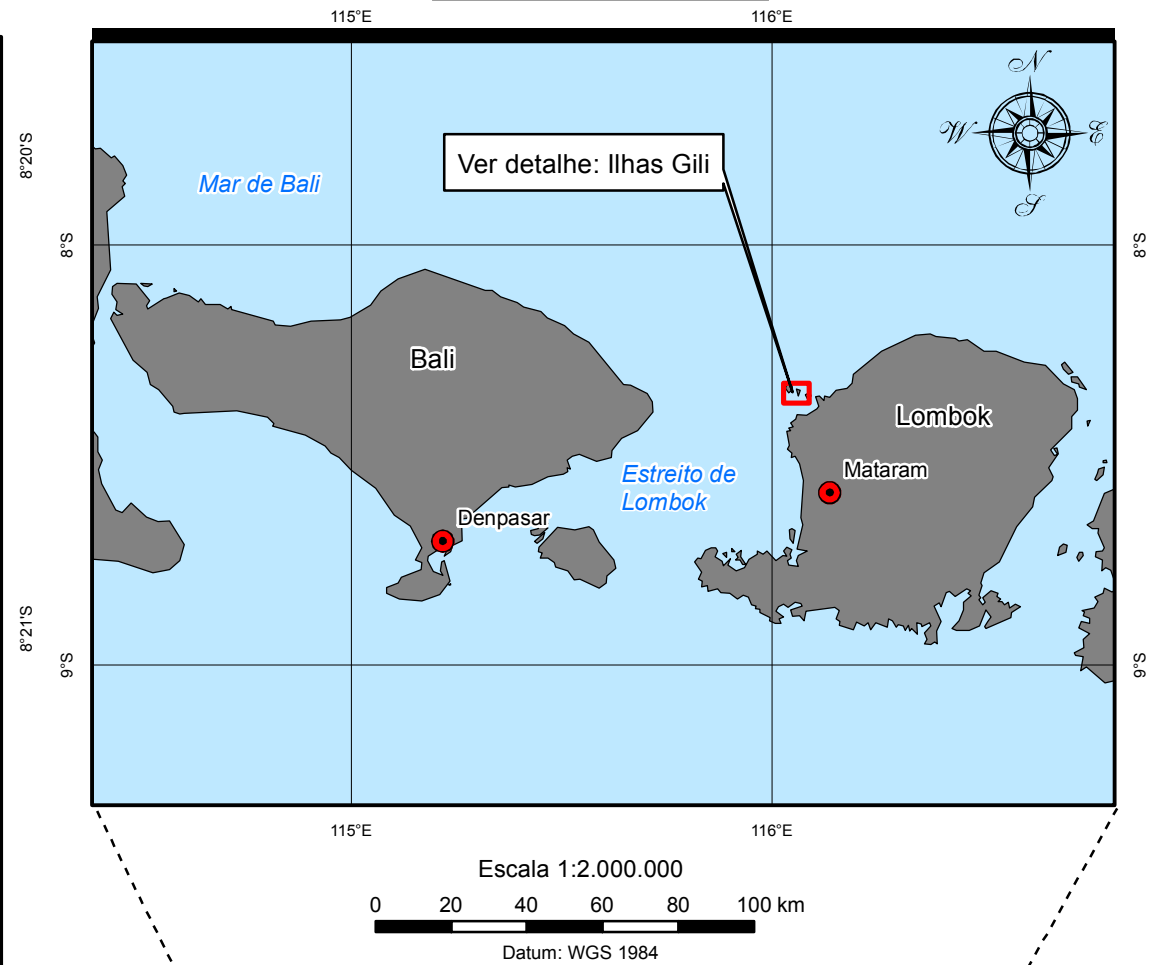


Escala 1:30.000
0 0,3 0,6 0,9 1,2 1,5 km
Datum: WGS 1984

Legenda

- Países do Sudeste Asiático
- Indonésia
- Capitais

LOCALIZAÇÃO REGIONAL



INDONÉSIA



Fonte:
- CDC - Center for Disease Control and Prevention.
- Imagem do Google Earth, Download em Maio/2015.
- ESRI Data and Maps 2000

em 1993, na violenta demolição de todos os bangalôs, restaurantes e outras infraestruturas construídas pelos moradores locais, numa investida contra o turismo espontâneo e sem planejamento e em apoio à iniciativa privada e ao remanejamento para um turismo de luxo. Como alternativa, o governo lançou um planejamento espacial que permitiu que moradores locais construíssem hospedagens de até cinco quartos em uma área específica (aquela com menor uso turístico, longe do recife de corais). Alguns aceitaram, porém outros continuaram contra a pressão do governo e reconstruíram suas hospedagens exatamente onde estavam antes. (Kamsma e Bras, 2000).

Em trabalho de campo realizado em Gili Trawangan em Agosto de 2013, observamos que o local, ao menos naquele momento, parece ser predominantemente frequentado por *backpackers*, entretanto os serviços oferecidos são bastante parecidos com qualquer outro local turístico convencional, ainda que bastante rústicos. Há uma oferta bastante grande de acomodações, algumas delas com ar condicionado, internet e café da manhã ocidental, oferta de transporte (aluguel de bicicletas e charretes), restaurantes à beira mar com comida ocidental, escolas de mergulho, lojas e casas de câmbio, com praticamente todas as informações oferecidas em inglês (Figura 2), além de ter um acesso bastante fácil através de lanchas que partem tanto de Bali quanto de Lombok e chegam em cerca de 45 minutos na ilha. Neste sentido, vale lembrar, conforme Cruz (2001, p.12), que: “a intensificação do uso turístico de dada porção do espaço geográfico leva à introdução, multiplicação e, em geral, concentração espacial de objetos cuja função é dada pelo desenvolvimento da atividade”.

É, portanto, notável a mudança exponencial pela qual Gili Trawangan está passando: de um turismo de baixo custo, focado no segmento *backpacker*, que movimenta a economia da comunidade local, para um turismo cada vez mais institucionalizado, marginalizando a comunidade local dos possíveis benefícios advindos do turismo.

Durante o trabalho de campo fizemos contato com um funcionário do governo que, junto a uma equipe de nove funcionários, estava aplicando questionários aos *backpackers* durante cerca de 45 dias. As perguntas eram basicamente sobre opiniões referentes aos valores de acomodação, de alimentação e de souvenirs e a

intenção, segundo o funcionário, era homogeneizar os preços dos serviços oferecidos na ilha, já que não há regulamentação sobre isso e os preços ficam a cargo dos proprietários dos estabelecimentos. Ainda segundo o referido funcionário, o turismo é muito bom para as três Gilis e para a economia de Lombok no geral. Este episódio ilustra a tentativa do governo de controlar o turismo da ilha, em detrimento da comunidade local.

Figura 2- Rua de Gili Trawangan com oferta, em inglês, de Resort e serviços de SPA e Clínica Médica.



Fonte: Marina Bianchi Nurchis, 2013.

Outra característica da influência do governo na organização espacial dos equipamentos turísticos da ilha são as placas e mapas que se encontram no local em que os barcos chegam com os turistas. Em campo, foi observada a divisão e organização dos lotes, fruto do acordo realizado entre o governo e os moradores

locais. Todas as opções de acomodação disponíveis são mostradas em um mapa grande na entrada da ilha, escrito em inglês, como mostram as Figuras 3 e 4.

Figura 3 - Lista de Acomodações disponíveis em Gili Trawangan, em placa na entrada da ilha.



Fonte: Marina Bianchi Nurchis, 2013.

Figura 4 - Mapa da organização das acomodações em Gili Trawangan, em placa na entrada da ilha.



Fonte: Marina Bianchi Nurchis, 2013.

A participação da população residente no setor turístico é um assunto de extrema importância. O crescimento do turismo de massa nitidamente modifica o espaço e pode prejudicar os moradores locais devido à pressão exercida por parte

do setor privado para a construção de infraestruturas, o que acaba por tirar de cena os moradores.

Por outro lado, o turismo *backpacker* no estágio ainda não massificado pode beneficiar, de alguma forma, essas comunidades ao movimentar a economia de forma diferente do turismo de massa. Os *backpackers*, na tentativa de fugir do turismo convencional e por não terem exigências de luxo e conforto, utilizam os serviços da comunidade local, que não necessita de preparo técnico e profissional para oferecer os serviços demandados.

Exemplos de comunidades beneficiadas pelo turismo *backpacker* podem ser encontrados em diversos lugares do mundo. No caso do sudeste asiático é interessante citar o Parque Nacional de Komodo, que tem como seu principal atrativo o dragão de Komodo⁴, localizado entre as ilhas de Sumbawa e Flores, na Indonésia. Scheyvens (2002) elucida que turistas convencionais que visitam o local costumam utilizar pacotes no estilo cruzeiro, que incluem por um preço alto o transporte, a alimentação e a acomodação, o que faz com que eles passem pouco tempo na ilha. Entretanto, os *backpackers*, ao optarem pelas rotas mais baratas, utilizam as balsas do governo que, devido aos seus horários de funcionamento, os obriga a permanecer ao menos uma noite na ilha principal que dá acesso ao parque.

Dessa forma, esses turistas consomem serviços de hospedagem, alimentação e outras facilidades existentes na ilha. Isso movimenta a economia local, diferentemente do que acontece com os turistas que visitam o parque através de pacotes de agências de viagem, já que nesse caso o lucro financeiro se mantém dentro de um circuito de agências de turismo e não alcança a comunidade local.

Hampton (2009), em um de seus trabalhos de campo, visitou Jacarta, na Indonésia e observou que um pequeno vilarejo, *kampung* na língua local, ao começar a receber *backpackers*, se transformou de um local marginalizado e sem investimentos em um agradável e bem cuidado “enclave”. Uma moradora revelou que somente conseguiu enviar seu filho à escola após a mudança ocorrida no vilarejo.

⁴ Maior espécie de lagarto conhecida. É endêmico da Indonésia

Outro exemplo foi observado em trabalho de campo realizado em Luang Prabang, no Laos, onde muitas acomodações são oferecidas por moradores locais, assim como os restaurantes, o transporte, os artesanatos e as atividades turísticas agenciadas. No caso das atividades turísticas, notou-se que muitas delas têm como destino pequenos vilarejos produtores de papel e de destilados de arroz, o que conduz a um movimento econômico que permanece local.

Desta forma, pode-se perceber que o turismo *backpacker* também pode ser visto sob uma ótica positiva em que traz benefícios e mudanças benéficas para o local, como mostra o Quadro 4.

Quadro 4 - Como *backpackers* podem facilitar o desenvolvimento local, segundo Scheyvens (2002)

Crítérios de desenvolvimento econômico	Crítérios de desenvolvimento não econômico
- Gastam mais dinheiro do que outros turistas devido à viagem de longa duração. - A natureza exploradora e as viagens de longa duração fazem com que o dinheiro seja gasto em áreas maiores, incluindo regiões isoladas e economicamente marginalizadas. - Não demandam luxo, por isso gastam mais dinheiro em bens produzidos localmente (como comida) e serviços (transporte e acomodações em casas de família). - Benefícios econômicos podem ser amplamente difundidos em comunidades locais já que mesmo indivíduos com pouco capital ou treinamento podem prover os serviços e produtos demandados. Qualificações formais não são necessárias para gerir pequenas empresas e as habilidades podem ser conseguidas durante o trabalho. - Infraestrutura simples é necessária, portanto os gastos são baixos e tendem a utilizar matéria prima local, minimizando a necessidade de importação de bens. - Significante efeito multiplicador de habilidades e recursos locais.	- Empresas com serviços para <i>backpackers</i> costumam ser pequenas, o que facilita propriedade e controle serem retidos localmente. - Comunidades locais se auto-realizam ao administrar suas próprias empresas de turismo ao invés de ocuparem cargos operacionais em empresas geridas por operadores externos. - Ao gerirem seu próprio negócio, as comunidades locais podem formar organizações para promover o turismo local, dando autonomia e poder para que possam negociar a favor de seus interesses com entidades externas. - O interesse dos <i>backpackers</i> em aprender sobre as culturas locais pode revitalizar a cultura tradicional, o respeito pelo conhecimento dos antigos e o orgulho pela cultura tradicional. - <i>Backpackers</i> usam poucos recursos (como banhos frios e ventiladores no lugar de banhos quentes e ar condicionado), então são mais amigáveis com o meio ambiente. - A oferta local de serviços turísticos desafia a dominação de empresas de turismo estrangeiras.

Fonte: Scheyvens, 2002. Traduzido e adaptado por Marina Bianchi Nurchis.

2.2. Turismo *backpacker* na Austrália

A Austrália, localizada na Oceania (Mapa 3), é um país que possui cidades modernas e um ambiente natural bastante peculiar que atrai turistas do mundo inteiro. Possui uma fauna endêmica que desperta a curiosidade – como ornitorrincos, vombates, cangurus e coalas - e paisagens variadas que abrangem montanhas nevadas, praias e ilhas paradisíacas, a famosa Grande Barreira de Corais, florestas e parques nacionais considerados Patrimônio da Humanidade pela UNESCO, além do ermo deserto Outback, berço da cultura aborígine.

Os atrativos são muitos e ultrapassam os limites da cultura e das belezas naturais. Prova disso são as oportunidades de estudos e trabalhos temporários oferecidos para jovens de diversos países, embasados por políticas receptivas de vistos que os autorizam a trabalhar e viajar por um período determinado de tempo, o que estimula a presença de *backpackers* no país, assunto que será explorado adiante neste trabalho.

A Austrália é reconhecidamente pioneira nos estudos acadêmicos e na política de desenvolvimento do turismo *backpacker*, como observa Slaughter (2004, p. 168):

Since the early 1990s, the international *backpacker* market has been acknowledged as a significant tourist sector in Australia (...) This market has supported the development of a *backpacker* 'industry' in Australia, and prompted government and academic interest in the *backpacker* market.

O interesse acadêmico pela temática *backpacker* ganhou impulso no país na década de 90, quando o professor australiano Philip L. Pearce reconheceu o turismo *backpacker* como um segmento turístico importante, ao publicar o seu trabalho *The backpacker phenomenon: preliminary answers to basic questions*⁵. A partir desse fato, muitas outras pesquisas acadêmicas foram realizadas a fim de compreender, caracterizar e analisar o segmento.

Na mesma época, o governo australiano começou a demonstrar interesse pelo turismo *backpacker*. Em 1990, o principal órgão australiano responsável pelas estatísticas relacionadas ao turismo, o *Bureau of Tourism Research*, incluiu a acomodação típica dos *backpackers*, os *hostels*, como uma das opções na pesquisa

⁵ Citado por Gomes Filho (2010).

de visitantes internacionais, o que, anos depois, deu base às estatísticas que fundamentaram os estudos sobre o segmento. Além disso, no orçamento de 1993-1994, o governo federal australiano reservou cerca de 4 milhões de dólares para o desenvolvimento do turismo *backpacker* por um período de 4 anos. (Loker-Murphy e Pearce, 1995; Slaughter, 2004).

Segundo Loker-Murphy e Pearce (1995) e Slaughter (2004), um dos principais produtos desse período foi a criação, em 1995, da Estratégia Nacional para o Turismo *Backpacker*, a primeira política do mundo focada nesse segmento (Jarvis e Peel, 2008). Este documento teve como principais objetivos identificar as questões chave para o desenvolvimento desse segmento e desenvolver estratégias apropriadas nos setores de marketing, acomodação, investimentos, pesquisa, transporte, segurança, coordenação de indústria, além de questões relacionadas a vistos e empregos.

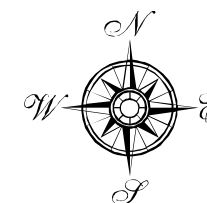
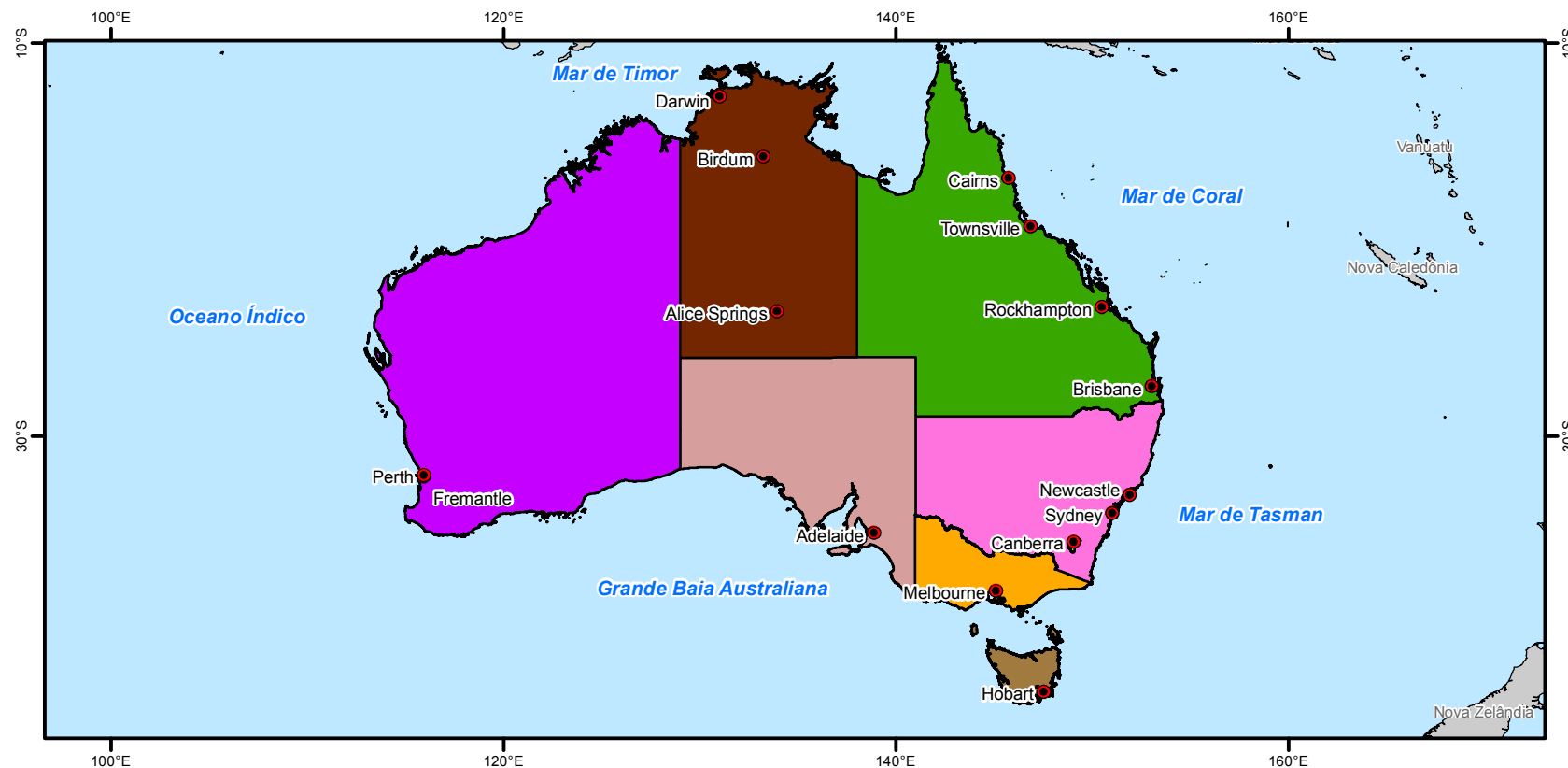
O governo resolveu interromper os investimentos após os 4 anos previstos, entretanto os governos locais continuam investindo e incentivando esse segmento, como mostra o seguinte trecho do *Backpacker Tourism Action Plan 2009-2013* do Estado de Victoria (2009, p.07):

By 2016 international visitors are expected to account for more than 40 per cent of total tourism expenditure in Victoria. The international *backpacker* market is therefore a key niche segment for the State.

Antes dessas ações, o turismo *backpacker* era ignorado pelo governo australiano, como ainda o é por governos de muitos países, em favor do turismo de massa, pois se acreditava que os turistas convencionais gastavam mais dinheiro e movimentavam mais a economia.

Entretanto, estudos acadêmicos e dados oficiais do governo australiano demonstraram que esta ideia preconcebida estava equivocada, como aponta Gomes Filho (2010, p. 16):

(...) Observa-se, através de várias leituras, que a Austrália é referência no assunto e foi um dos primeiros países a reconhecer que o turismo *backpacker* gerava tanto ou mais divisas que os que chegavam ao país pelas operadoras de turismo e que, além disso, diversificavam seus gastos por localidades onde os turistas convencionais não costumavam chegar, gerando assim uma distribuição de gastos diversificada.



Escala 1:40.000.000
0 400 800 1.200 1.600 2.000 km
Datum: WGS 1984

Legenda

- Municípios
- Estados Australianos**
 - Austrália Meridional
 - Austrália Ocidental
 - Nova Gales do Sul
 - Queensland
 - Tasmânia
 - Território da Capital Australiana
 - Território do Norte
 - Victoria

MAPA MUNDI



Fonte:

- CDC - Center for Disease Control and Prevention
- Australian Standard Geographical Classification (ASGC) Digital Boundaries, Australia, Julho/2011
- Imagem de Satélite disponibilizada pela Esri World Imagery Map, Maio/2015.
- ESRI Data and Maps 2000

MAPA 3

MAPA DE LOCALIZAÇÃO DA AUSTRÁLIA

Elaboração: Marina Bianchi Nurchis

Além de espalharem seus gastos por localidades não atingidas pelo turismo de massa, na Austrália, os turistas *backpackers* apresentam uma peculiaridade nem sempre encontrada em outros locais caracterizados pela presença desses viajantes: oferecem mão de obra urbana e rural ao realizarem trabalhos temporários de curto prazo, beneficiados pelos vistos. Sobre isso, Allon et al. (2008, p. 06) afirmam:

Backpackers and working holiday makers provide essential labour, skills and services for a range of sectors and service industries. In the current context of severe skills and labour shortages, the contributions that such travellers make to the overall economy are significant and substantial. It is therefore becoming clear that backpacker tourism should be seen as an adjunct to a range of other sectors — labour force, education, rural and regional economies, service industries, health etc — which are dependent on a pool of labour increasingly derived from international travellers.

A Associação de Operadores do Estado de Nova Gales do Sul (BOA – *Backpacker Operators Association NSW*) identifica que o mercado *backpacker* possui ramificações (Gomes Filho, 2010), que neste trabalho serão chamados de subsegmentos do turismo *backpacker*. Allon et al. (2008) identificam alguns desses subsegmentos: *backpackers* que utilizam o visto *Working Holiday*, estudantes *backpackers* internacionais, *backpackers* em trabalhos voluntários, *flashpackers*⁶, viajantes em busca de esportes de aventura e *grey nomads*⁷. Esta variedade mostra a complexidade deste segmento e nesse trabalho dois desses nichos serão explorados.

Um dos subsegmentos mais significativos para este estudo é relacionado ao visto chamado *Working Holiday*, que pode ser explicado da seguinte forma:

The Working Holiday Visa 417 (WHV) allows visitors to supplement their travel with work, which means they stay in Australia longer than average *backpacker* travellers. The WHV allows the visa holder to remain in Australia for up to 12 months and to work temporarily in Australia for up to six months with the same employer. (*Backpacker Tourism Action Plan 2009-2013*. P.07, 2009).

Este tipo de visto foi estabelecido pelo governo australiano em 1975 (Allon et al., 2008) e permite que pessoas de 18 a 30 anos trabalhem e viagem no país, com o intuito de encorajar intercâmbios culturais e reforçar as ligações entre a Austrália e os países envolvidos. Atualmente, os países que fazem parte do acordo são:

⁶ Flashpackers são pessoas na faixa dos 20 ou 30 anos com um orçamento maior do que do *backpacker* tradicional. Acompanham a cultura *backpacker* e à misturam ao mundo digital, utilizando sempre as tecnologias e a internet em suas viagens. (Hannam e Diekmann, 2010).

⁷ Grey Nomads são pessoas de 50 anos ou mais que realizam viagens por longos períodos (de 3 meses a vários anos), de forma independente, sem nenhum envolvimento com agências de viagem (Onyx e Leonard, 2005).

Bélgica, Canadá, República do Chipre, Dinamarca, Estônia, Finlândia, França, Alemanha, Hong Kong, Irlanda, Itália, Japão, Coréia, Malta, Holanda, Noruega, Suécia, Taiwan, Reino Unido, Argentina, Chile, Indonésia, Malásia, Polônia, Portugal, Espanha, Tailândia, Turquia, EUA e Uruguai (Australian Government – Department of Immigration and Border Protection)⁸.

Este visto permite, portanto, que turistas tenham viagens prolongadas, já que podem trabalhar para angariar fundos para custeá-las. Desta forma, a característica nômade dos *backpackers* não se aplica, já que eles muitas vezes permanecem em um único lugar trabalhando para juntar dinheiro para viajar.

Outro subsegmento importante é o de estudantes *backpackers* internacionais. Segundo Allon et al. (2008), estes jovens turistas tendem a combinar períodos de estudo com períodos de viagens. Segundo o órgão *Tourism Research Australia* (2008), cerca de 7% de todos os *backpackers* internacionais que visitam a Austrália consideram a educação o motivo principal de sua visita. Sobre isso, Jarvis e Peel (2008, p. 168) afirmam:

(...) shortterm students can be identified as a uniquely high-yielding subsection of the increasingly heterogeneous *backpacker* market or 'study *backpackers*'. This group is primarily motivated by the packaged and independent travel opportunities associated with study in Australia ahead of academic outcomes. (...) Study *backpackers* are travel intensive and will spend 39% of their estimated total expenditure on travel.

Os autores afirmam, ainda, que além de realizarem viagens internas, esses viajantes também visitam outros locais, o que faz com que a Nova Zelândia e os países do sudeste asiático também recebam o impacto econômico deste movimento de estudantes *backpackers*, já que muitas vezes a Austrália é um ponto de partida para viagens pela região. Jarvis e Peel (2008, p.170) afirmam que essas viagens podem ser separadas em 3 tipos:

Generally short-stay student travel in Australia is confined to three types. Firstly, in short breaks during semester weekends to nearby destinations; secondly, as a longer trip during the mid-semester holiday of around nine days usually to one or two states; and finally, as an extended trip at the conclusion of the semester of approximately 27 days in a pattern that echoes that of traditional *backpackers*.

Para Aوقي (2005, p.116), os *backpackers* apresentam uma vantagem econômica importante para a economia australiana:

⁸ Conforme informações disponíveis no site www.border.gov.au. Acesso em Julho/2015.

Outra vantagem econômica dos *backpackers* na Austrália é que a maioria dos gastos desse segmento são absorvidos pela economia australiana, uma vez que a maior parte das empresas envolvidas nesse segmento são de propriedade de australianos, tal como os albergues, pubs, lojas de esquina e pequenas operadoras de turismo. Isso é um contraponto à repatriação de dinheiro comum no turismo de luxo, que em geral demanda conforto importado de outros países.

Segundo Moshin e Ryan (2003) algumas empresas de turismo oferecem pacotes de viagens para o extremo norte da Austrália, Terra de Arnhem (Mapa 4) – onde se localiza o famoso Parque Nacional Kakadu, que atrai muitos turistas em busca de paisagens inóspitas e experiências culturais, já que a região abriga ainda muitos aborígenes. Estas empresas focam em vendas para clientes de luxo e costumam vender os pacotes através de agências, algumas localizadas na Europa e América do Norte.

Por outro lado, a presença de *backpackers* em busca de viagens baratas abre espaço para operadores de turismo localizados nas cidades centrais da região, como Darwin, Alice Springs e Katherine (Mapa 4), que oferecem pacotes com preços mais baixos com foco nesse segmento. Além disso, a região abriga comunidades locais com recursos escassos que, ainda que timidamente, podem, eventualmente, beneficiar-se do fluxo de capital trazido pelo turismo *backpacker*. Na visão de Moshin e Ryan (2003, p. 114):

They also represent a means by which isolated communities with very limited facilities are able to support a tourist industry with the revenue that it brings, although observation led the researchers to believe that such incomes are small.

Porém, como não procedemos uma análise específica sobre impactos do turismo *backpacker* sobre comunidades locais, não dispomos de elementos seja para corroborar seja para negar afirmativas tais como essa feita por Moshin e Ryan.

Outra semelhança com as características do turismo *backpacker* no sudeste asiático é apontada por Aoqui (2005), que chama a atenção para o fato de que a presença *backpacker* em algumas cidades australianas estimulou a revitalização urbana, especialmente em bairros anteriormente ligados à prostituição e ao tráfico de drogas. O autor afirma que esses locais costumam ser centrais e oferecem diárias com preços atrativos, o que faz com que o movimento *backpacker* se inicie e modifique o local:

Em Melbourne, velhas pousadas, hotéis e palácios originalmente desenhados sem suítes, foram convertidos sem muito custo para atender ao estilo de acomodação dos mochileiros. Assim que eles chegaram, trouxeram atividade econômica e ajudaram a estimular o processo de rejuvenescimento urbano (Aoqui. 2005, p. 116).

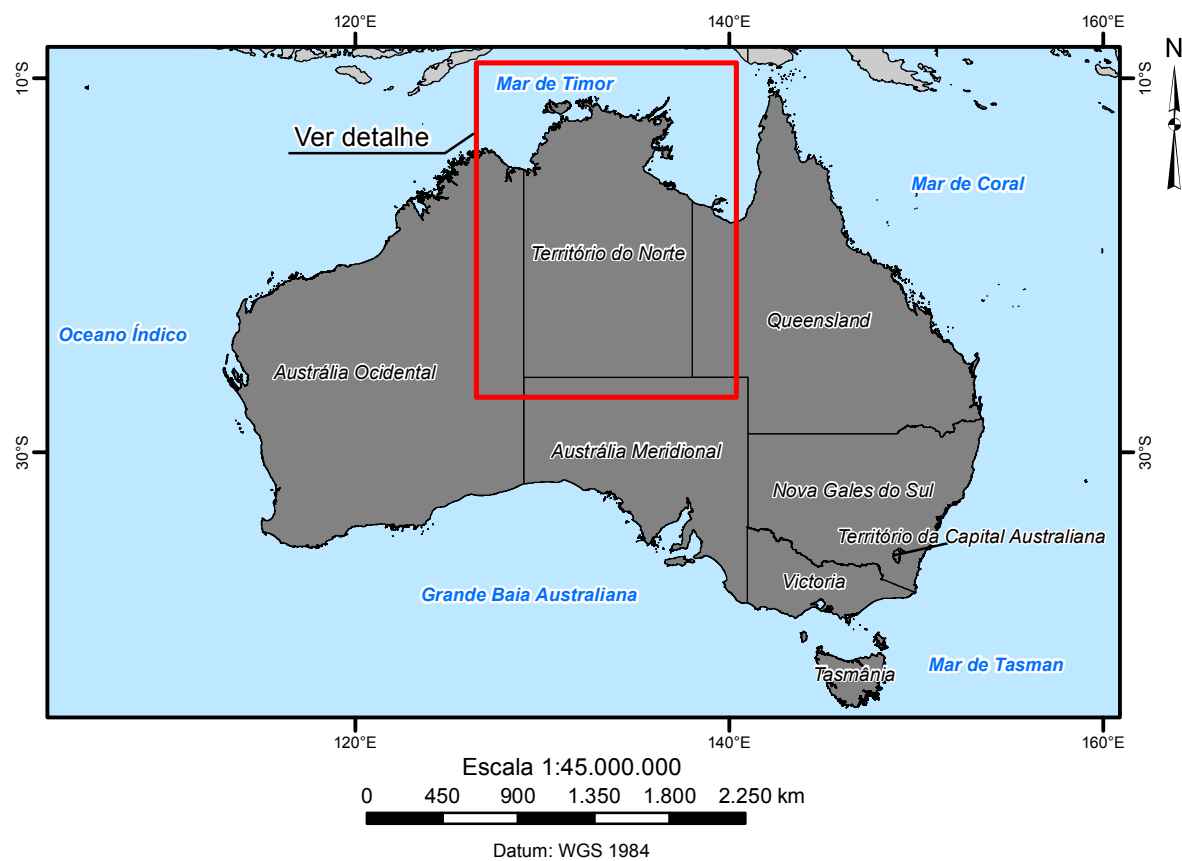
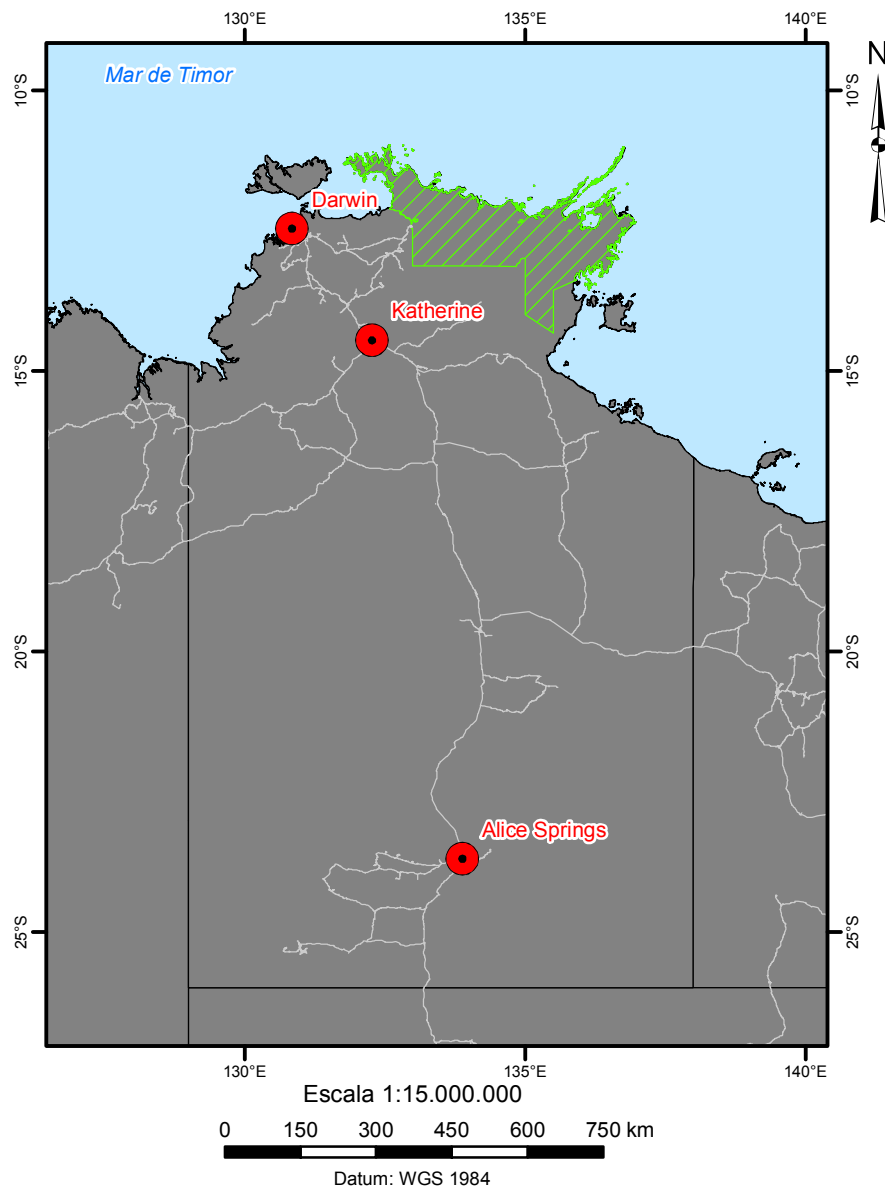
Um exemplo bastante significativo desta mudança espacial é o famoso enclave *backpacker* localizado em Sydney, chamado Kings Cross, conhecido por ser um local de prostituição, tráfico e uso de drogas. Segundo Howard (2007), na década de 70 iniciou-se a chegada de *hostels* na região, com apenas um hostel afiliado ao HI em 1976. Como no caso de Melbourne, os *backpackers* começaram a ser atraídos pela oferta de acomodações baratas e, atualmente, muitos clubes de *strip-tease* fecharam para dar lugar a comércios e serviços para *backpackers*.

Por outro lado, nos grandes centros urbanos, como Sydney, os *backpackers* enfrentam atritos com os moradores locais, como afirma Allon (2004, p.52):

Despite the considerable economic benefits that *backpackers* bring to the city, however, many Sydney-siders regard the growing *backpacker* communities and cultures as a problem, citing abandoned cars and rubbish dumping; excessive noise and large groups of "disruptive youth" at beaches and other public spaces; overcrowded, unsafe hostels and inadequate budget accommodation.

É notável, pois, que os *backpackers* dividem opiniões no território australiano, inclusive no ambiente acadêmico. Apesar disso, há um consenso entre os autores sobre os benefícios econômicos de sua presença e do seu movimento pelo país.

DETALHE: TERRITÓRIO DO NORTE



Legenda

-  Municípios
-  Terra de Arnhem
-  Estados Australianos

Convenções Cartográficas

-  Rede viária

3. O TURISMO BACKPACKER NO BRASIL

O Brasil é um país repleto de atrativos turísticos espalhados por um território de dimensões continentais onde a diversidade de ecossistemas é um dos fatores que atraem todos os anos milhões de turistas, ao apresentar, segundo Cruz (2001, p. 45):

(...) florestas (Amazônica e a Mata Atlântica), formações arbustivas (cerrado e caatinga), extensas áreas de vegetação rasteira (campos do Sul), formações complexas (Pantanal), além dos ecossistemas tipicamente litorâneos (mangues, dunas e restingas).

Além disso, outros fatores impulsionam o turismo nacional: os cerca de 7.600km (em linha reta) de litoral (Cruz, 2001) com praias e paisagens exuberantes, a história e a cultura ricas, materializadas em atrações turísticas – como, por exemplo, o famoso Pelourinho na Bahia - além da gastronomia, repleta de ingredientes nacionais únicos, e da existência de metrópoles movimentadas, como São Paulo e Rio de Janeiro, que despertam a curiosidade de turistas do mundo todo.

A atratividade turística do Brasil, assim como de qualquer lugar do mundo se determina culturalmente e comercialmente, de acordo com os interesses despertados pelo local, como aponta Cruz (2007, p. 112):

O turismo tem uma reconhecida capacidade de (re)ordenar territórios em função de seus interesses. Objetos ganham e perdem valor dependendo do interesse que se tem sobre determinado território. O que é “turístico” hoje pode não ser amanhã, assim como determinados espaços se valorizam com essa prática e muitos outros perdem o valor no decurso do tempo.

Desta forma, todos os países são e podem ser mais ou menos valorizados enquanto lugares de visitação turística, de acordo com a demanda e o contexto econômico, social, turístico e cultural. Neste sentido, grandes eventos, como a Copa Mundial de Futebol, sediada no Brasil em 2014, e a edição das Olimpíadas – que será sediada no Rio de Janeiro em 2016 – dinamizam o turismo em localidades que já recebem fluxos importantes de turistas (Cruz, 2001) e se mostram como uma oportunidade para o país projetar sua imagem como “destino turístico” para o mundo. Segundo Carreras *in* Rodrigues (1999), o principal objetivo dos grandes eventos é reforçar as atividades econômicas locais e dar destaque ao lugar onde o evento se realiza para atrair capital internacional na forma de investidores ou

visitantes estrangeiros. Funcionam, portanto, como catalisadores do aumento do fluxo turístico⁹.

Segundo o Plano Nacional de Turismo 2013-2016¹⁰, a participação do turismo na economia brasileira representa 3,7% do PIB do país. Além disso, o fluxo internacional de mais de 5 milhões de visitantes que chegam ao Brasil é responsável pela entrada anual de 5,8 bilhões de dólares de divisas (Plano Aquarela 2020¹¹). Dados do Anuário Estatístico de Turismo 2015¹² do Ministério do Turismo apontam que, em 2014, o Brasil registrou a entrada de mais de seis milhões de turistas internacionais, sendo o impacto da Copa do Mundo notável, pois a chegada de turistas internacionais em junho, mês em que ocorreu o evento, triplicou em relação ao mesmo período de 2013: de 350.025 chegadas em 2013 para 1.018.876 em 2014.

Atualmente, o foco dos investimentos e do planejamento do governo brasileiro se encontra não só nos grandes eventos comentados acima, mas também no turismo de luxo, representado pelos chamados resorts.

Segundo Cruz (2001, p.89), pode-se definir os resorts como:

(...) empreendimentos hoteleiros que oferecem ao hóspede tudo o que ele, em geral, busca em um destino turístico: hospedagem, serviços de restauração e de lazer, segurança, belas paisagens. O turista hospedado em um resort não tem a necessidade de sair do empreendimento, embora possa fazê-lo a qualquer momento.

Ainda segundo a autora, as tarifas cobradas nestes estabelecimentos podem ser muito elevadas e o público frequentador, conseqüentemente, é formado geralmente de classes mais abastadas. Todo o capital envolvido neste processo é mantido dentro de um circuito de empresas de turismo, já que o turista no resort não sente a necessidade de sair do espaço do empreendimento e a comunidade local não participa deste movimento.

Um exemplo de como o Brasil investe em resorts é a notícia divulgada pelo Ministério do Turismo em Julho de 2015:

De olho em um faturamento que chegou a R\$ 1,57 bilhão no país em 2014, empresários do setor de resorts planejam novos investimentos no interior de São Paulo. Serão R\$ 130 milhões para a construção de um parque

⁹ Há diversos trabalhos atuais que criticam duramente o impacto de megaeventos sobre os lugares que os acolhem, mas não sendo esse um propósito de nossa análise, optamos por não desenvolver essa questão.

¹⁰ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/2015-03-09-13-54-27.html>. Acesso em Agosto de 2015.

¹¹ Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Plano_Aquarela_2020.pdf. Acesso em Agosto de 2015.

¹² Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/anuario/>. Acesso em Agosto de 2015.

aquático e um resort no município de Olímpia, famosa mundialmente pelas águas termais. De acordo com os investidores, o novo equipamento tem potencial para elevar a visitação anual da cidade em até 800 mil novos turistas.

A notícia apresenta dados da Associação Brasileira de Resorts e afirma que o número desses estabelecimentos no Brasil deve crescer 49% até 2020.

Nesse contexto turístico brasileiro não encontramos menção sobre o segmento *backpacker* em nenhum documento oficial, bem como nenhum dado sobre a presença deste tipo de turismo no país. O Brasil, apesar de ter atrativos turísticos e características parecidas com países receptores de *backpackers* como Austrália e países do Sudeste Asiático, não possui uma cultura voltada para este segmento, o que afeta tanto o incentivo do governo quanto a produção acadêmica sobre o assunto, como observa Gomes Filho (2010):

(...) existem tímidos registros de políticas públicas para esse setor do turismo ou mesmo ações de marketing feitas pelos órgãos competentes nos principais países emissores de turistas *backpackers*, bem como ações gerais internas direcionadas para qualquer elemento da cadeia de produtos e serviços do turismo *backpacker*. Uma vez que não há incentivo governamental, isso também pode refletir na questão educacional e no caso do turismo *backpacker*, constatou-se que os estudos no Brasil sobre o tema *backpacker* ainda se apresentam de forma limitada, onde alguns estudiosos pesquisaram o perfil do turista *backpacker* internacional viajando pelo Brasil, os aspectos do marketing relacionado a esse segmento e a utilização *on-line* de informações para o segmento de viajantes independentes. Ressalta-se que embora as pesquisas sejam tímidas, existem atualmente várias redes sociais, sites e grupos de discussão na internet que trocam informações acerca de questões relacionadas ao turismo *backpacker*. (Gomes Filho, p.10, 2010)

Um exemplo da desatenção com este tipo de turismo é a segmentação oficial do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, que foi elaborado por meio de uma parceria entre o Ministério do Turismo, o Inmetro, a Sociedade Brasileira de Metrologia - SBM e a sociedade civil¹³. No Brasil, entende-se por Meio de Hospedagem:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição (grifo nosso), destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (artigo 23 da Lei nº 11.771/2008).

A classificação, entretanto, não contempla o tipo de hospedagem típica dos *backpackers*, os *hostels*, considerando apenas as seguintes categorias: Hotel,

¹³ Informações do website www.classificacao.turismo.gov.br. Acesso em Agosto de 2015.

Resort, Hotel Fazenda, Hotel Histórico, Cama e Café, Pousada e Flat-Apart. Sobre a negligência do Estado com os meios de hospedagem do tipo *hostel*, Giaretta¹⁴, pesquisadora e presidente da Federação Brasileira de Albergues da Juventude, em entrevista transcrita no livro de Gomes Filho, explica:

(...) o Ministério está cuidando da classificação dos meios de hospedagem, então só teve oficinas para aceitação de cama e café, pousadas, hotéis, de todas as outras modalidades e nós fomos questionar e nos foi respondido pelo técnico da área que nós não somos problema para o Ministério porque a gente já está organizadíssimos diante de uma classificação, de uma abertura de um procedimento de abertura, que tem casos muito piores que a gente e o que a gente espera é que a gente não seja colocado completamente de escanteio, que por exemplo, quando uma pessoa vai abrir um *hostel* no Brasil a gente tem um trabalho enorme de convencer o secretário de turismo, o prefeito, que não sabe e não conhece o movimento e diz porque não pode chamar pousada, chamar hotel, o que é esse movimento no mundo e isso dá muito trabalho para explicar e então a gente espera que pela menos a nossa rede seja inserida ali num “roll” de modalidades de meios de hospedagem. Eu como uma batalhadora do movimento espero isso. (Giaretta apud Gomes Filho, 2010, p. 96).

Embora os *hostels* não constem nas categorias oficiais, a Embratur e os órgãos oficiais de turismo do país participaram ativamente da implantação da rede mundialmente famosa de *hostels*, conhecida no Brasil como Albergues da Juventude (Giaretta, 2003). Giaretta in Gomes Filho (2010) explica que somente na década de 80 houve uma política pública voltada efetivamente para os *hostels* e que, apesar de o movimento alberguista estar representado no Conselho Nacional de Turismo, através da Federação Brasileira de Albergues da Juventude (FBAJ), muitas vezes é deixado de lado, ficando fora de políticas públicas e não recebendo incentivo algum do governo.

Outro exemplo bastante significativo da desatenção do Brasil em relação ao turismo *backpacker* é a segmentação oficial do turismo nacional, feita pelo Ministério do Turismo, que não contempla este segmento. A segmentação, segundo o documento Segmentação Turística e Mercado¹⁵ (2010), é uma estratégia para estruturação e comercialização de destinos turísticos brasileiros. Oficialmente existe a seguinte classificação: Turismo Cultural, Ecoturismo, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo Rural, Turismo Náutico, Turismo de Esportes, Turismo de Aventura, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Pesca, Turismo de Sol e Praia e Turismo de Saúde.

¹⁴ Em entrevista cedida a Gomes Filho (2010).

¹⁵ Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em Agosto de 2015.

Os poucos estudos brasileiros relacionados ao turismo *backpacker* apontam para o fato de o Brasil nunca ter considerado o segmento como parte do Plano Nacional, como nota-se na seguinte afirmação:

(...) o Brasil nunca realizou um plano de turismo que englobasse estratégias para atrair esse segmento. Nem ao menos buscou alguma estruturação de seus destinos com olhos no viajante independente (prova disso é a falta de sinalização em língua estrangeira, o que dificulta o turismo por conta própria no país). (Aoqui, 2005. p. 139).

E, mais recentemente, Gomes Filho (2010, p. 11) observa “que o olhar do poder público permanece estagnado e que o turismo *backpacker* permanece invisível aos atuais formuladores do Plano Nacional de Turismo”.

Apesar disso, é interessante observar a postura do Ministério do Turismo em relação ao segmento chamado Turismo de Estudos e Intercâmbio no Caderno de Orientações Básicas¹⁶ (2010) sobre o segmento, pois, sob a ótica deste trabalho, ele assemelha-se muito ao segmento *backpacker*, principalmente aquele incentivado na Austrália com os vistos *Working Holidays*, como apresentado no Capítulo 2.2 deste trabalho.

Os Cadernos de Orientações Básicas foram formulados com o intuito de difundir informações sobre os segmentos turísticos reconhecidos pelo governo brasileiro, apresentando definições, conceitos, aspectos históricos, dados sobre a oferta e a demanda, estudos sobre o segmento e as bases para que ele possa ser entendido em sua plenitude e, conseqüentemente, seja estruturado e desenvolvido.

O segmento chamado de Turismo de Estudos e Intercâmbio é definido pelo Ministério do Turismo da seguinte forma:

Turismo de Estudos e Intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional. (Caderno de Orientações Básicas – Turismo de Estudos e Intercâmbio, 2010, p.15).

O Caderno de Orientações Básicas (2010) aponta o *Grand Tour* como um dos aspectos históricos relevantes para o entendimento do segmento, por envolver jovens andarilhos que estudavam e viajavam pela Europa, o que já demonstra uma das semelhanças entre os segmentos em questão, assim como foi apontado no Capítulo 1 deste trabalho.

¹⁶ Disponível em:

<www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_de_Estudos_e_Intercambio_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf> Acesso em Agosto de 2015.

Características típicas de turistas *backpackers* são apresentadas no documento como características do turista de estudos e intercâmbio, como, por exemplo, o fato de *backpackers* permanecerem nos locais por um período mais longo e conseqüentemente gastarem mais do que o turista tradicional, além de impactarem economicamente áreas fora do circuito tradicional do turismo, como aponta o seguinte trecho:

De acordo com o Estudo de Inteligência de Mercado para o Segmento de Estudos e Intercâmbio 2009, (...) esse turista permanece no país por um período mais longo, que supera em mais de 600% o período de estada do turista de lazer e de negócios. Além da maior capacidade de consumo, se desloca para regiões ou cidades não tradicionais, possibilitando o desenvolvimento de novos destinos turísticos e não somente os que integram os circuitos tradicionais. (...) embora esses jovens gastem em média 20 dólares americanos por dia, o seu consumo total no destino supera 1.900 dólares americanos¹⁷, que distribuído ao longo da permanência no destino, somam um montante superior aos despendidos por turistas tradicionais com permanência inferior. Esse fato ilustra, junto com outros estudos deste segmento, o potencial econômico do mercado de turismo jovem e de estudantes. (Caderno de Orientações Básicas – Turismo de Estudos e Intercâmbio, 2010, p.30).

O Ministério do Turismo também ilumina o fato de esse segmento de turismo ser relevante para o Brasil por ser uma alternativa para os períodos de baixo fluxo turístico, já que os estudantes estão presentes durante todo o ano e geralmente têm intenções de viajar pelo país, buscando alternativas baratas de hospedagem por gastarem mais dinheiro com deslocamentos, gastronomia e aspectos culturais. (Caderno de Orientações Básicas – Turismo de Estudos e Intercâmbio, 2010).

Outra característica importante presente no referido documento aponta para a possibilidade de o turismo de estudos e intercâmbio impactar as comunidades locais, como aponta o seguinte trecho:

Torna-se essencial então que a comunidade participe do processo de planejamento do segmento em seu destino, assinalando os aspectos importantes e significativos do seu cotidiano e da sua história. Essa vivência cultural pode ser incorporada ao segmento de Estudos e Intercâmbio sob a forma de incentivo aos turistas à visita a atrativos culturais ou de valorização desses elementos de identidade local na oferta de serviços de alimentação, hospedagem, recreação, entre outras. (Caderno de Orientações Básicas – Turismo de Estudos e Intercâmbio, 2010, p.42).

Embora o Estado brasileiro não reconheça oficialmente o segmento *backpacker*, sua presença no país é uma realidade que não está exclusivamente ligada ao turismo de estudos e intercâmbio, mas também aos viajantes independentes que adotam esse estilo de viagem. Desta forma, torna-se difícil a

¹⁷ Dados de estudo New Horizons do ISCT- ATLAS, publicado em 2003.

obtenção de dados que demonstrem como este segmento se realiza no Brasil. Alternativas encontradas são os poucos estudos acadêmicos realizados no país e citados neste trabalho e, como aponta Oliveira (2005), as informações de organizações relacionadas aos turistas *backpackers*:

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 Internacional*, 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 (Oliveira, 2005, p.405).

Nesse contexto, Gomes Filho (2010) completa:

(...) observa-se que houve no Brasil uma expansão em relação aos meios de hospedagem destinados ao turista *backpacker*, em especial os *hostels*, filiados ou não a *Hostelling Internacional*. Dessa maneira, observa-se um interesse da iniciativa privada em atender esse segmento (Gomes Filho, 2010 p. 23).

O autor afirma, também, que embora haja uma expansão de *hostels*, a oferta é limitada em comparação com outros lugares do mundo. O autor aponta que uma das razões para esse fato pode ser o desconhecimento da população em relação a esse tipo de hospedagem, já que no Brasil os *hostels* são também chamados de albergues e são confundidos com os albergues da prefeitura, de caráter assistencialista e destinados às pessoas que não possuem moradia.

Essa expansão de *hostels* acarreta, inevitavelmente, a modificação do entorno de onde eles estão inseridos e impactam os moradores locais, positiva ou negativamente, como conta Giaretta in Gomes Filho (2010, p.102):

Vou contar uma história do *hostel* de Arraial D'Ájuda, um lugar onde tudo é pousada. Eu conheci aquele lugar no início dos anos 80 onde só passavam naquela balsa um carro do tamanho de um fusca, então, não tinha fluxo de pessoas, e aí o *hostel* de lá tem uns 05 anos e ele se instalou no meio da comunidade e fez todo um trabalho com a comunidade. Toda a comunidade sabe o que é *hostel*, muita gente da comunidade ainda não tem água encanada e o *hostel* tem um poço artesiano e ele dá água para toda a comunidade. Esse é um caso. O outro é o *hostel* de Natal que é Lua Cheia (...), ele tem um *hostel* e o Pub e quando ele foi para aquela localidade, não tinha nada naquela área e era uma área onde tinha uma casa aqui, outra acolá, mas era uma área que não tinha especulação imobiliária, não tinha restaurante, não tinha bar e você tinha que andar bastante para comer. Com a instalação do *hostel*, a localidade se transformou no *point* da vida noturna de Natal, o que para nós alberguistas é até um pouco contra o nosso ponto de vista de pensar no turismo massificado, a questão antisustentabilidade, no entanto a especulação imobiliária é uma coisa incontrolável, então não só

mudou o entorno, mas teve que ter todo um trabalho de trabalhar com pessoas da comunidade, ele tem um trabalho com os meninos de rua, ele empresta o espaço e tem parceria com um professor de capoeira para dar aula de capoeira para os meninos. O albergue lá em Laranjeiras que fica lá no pelourinho, que é uma área complicada de Salvador, tem todo um trabalho com aquela comunidade, com aquelas crianças carentes e tem assim, todo um trabalho, um respeito mútuo entre ele a comunidade, aquelas pessoas que vendem, que correm, com os meninos de rua, até mesmo porque o Albergue Laranjeiras fica em frente a escola do Olodum, então tem também um trabalho com o entorno.

Um dos locais onde a rede HI pode ser encontrada é Jericoacoara. A vila de pescadores localiza-se no litoral do Estado do Ceará e faz parte do município de Jijoca de Jericoacoara, como mostra o Mapa 5. Em 1984 o local se transformou em uma Área de Proteção Ambiental (APA)¹⁸ e, desde 2002, parte da APA foi transformada no Parque Nacional de Jericoacoara¹⁹.

Atualmente, é um dos principais destinos turísticos do estado e, segundo, Cruz (2007), recebeu turistas *backpackers* nos primórdios de seu movimento turístico:

Jeri (como se referem os moradores e frequentadores) foi citada internacionalmente pelo jornal americano *The Washington Post*, em 15 de março de 1987, em uma lista dos dez lugares mais belos do mundo, fato que despertou o aumento considerável da procura pelos turistas (nacionais e estrangeiros). Antes disso, a vila era visitada por um pequeno número de viajantes, em sua maioria hippies e “mochileiros”, que buscavam no local a tranquilidade e um contato íntimo com a natureza, hospedando-se nas casas de pescadores (Cruz, 2007, p. 96).

Molina (2007) afirma que este tipo de turista que deu origem à especialização turística de Jericoacoara foi substituído por turistas de classe média e alta que não mais se hospedam nas casas dos pescadores, e sim em hotéis, pousadas ou casas alugadas. Apesar de o turismo inicialmente dinamizar a economia local, ao se tornar massificado acarretou impactos negativos tanto ambientais como sociais na vila. Cruz (2007) afirma que alguns dos impactos ambientais podem ser exemplificados com a poluição das águas subterrâneas acarretada pela construção de fossas, pois a vila não possui sistema de esgotos, e o avanço das dunas sobre a vila, desestabilizadas pelo intenso movimento de pessoas e automóveis no local. A prostituição, ainda que não explícita, e o uso de drogas foram notados pela autora como impactos negativos sociais encontrados na vila.

¹⁸ APA de Jericoacoara. Área de Proteção Ambiental (APA) criada pelo Decreto Federal nº 90.379, de 29/10/1984.

¹⁹ O Decreto Federal nº 9.492, de 04/02/2002, criou o Parque Nacional de Jericoacoara e redefiniu os limites da APA de Jericoacoara (apenas parte da APA compõe o Parque) (Cruz, 2007)

DETALHE: VILA DE JERICOACOARA



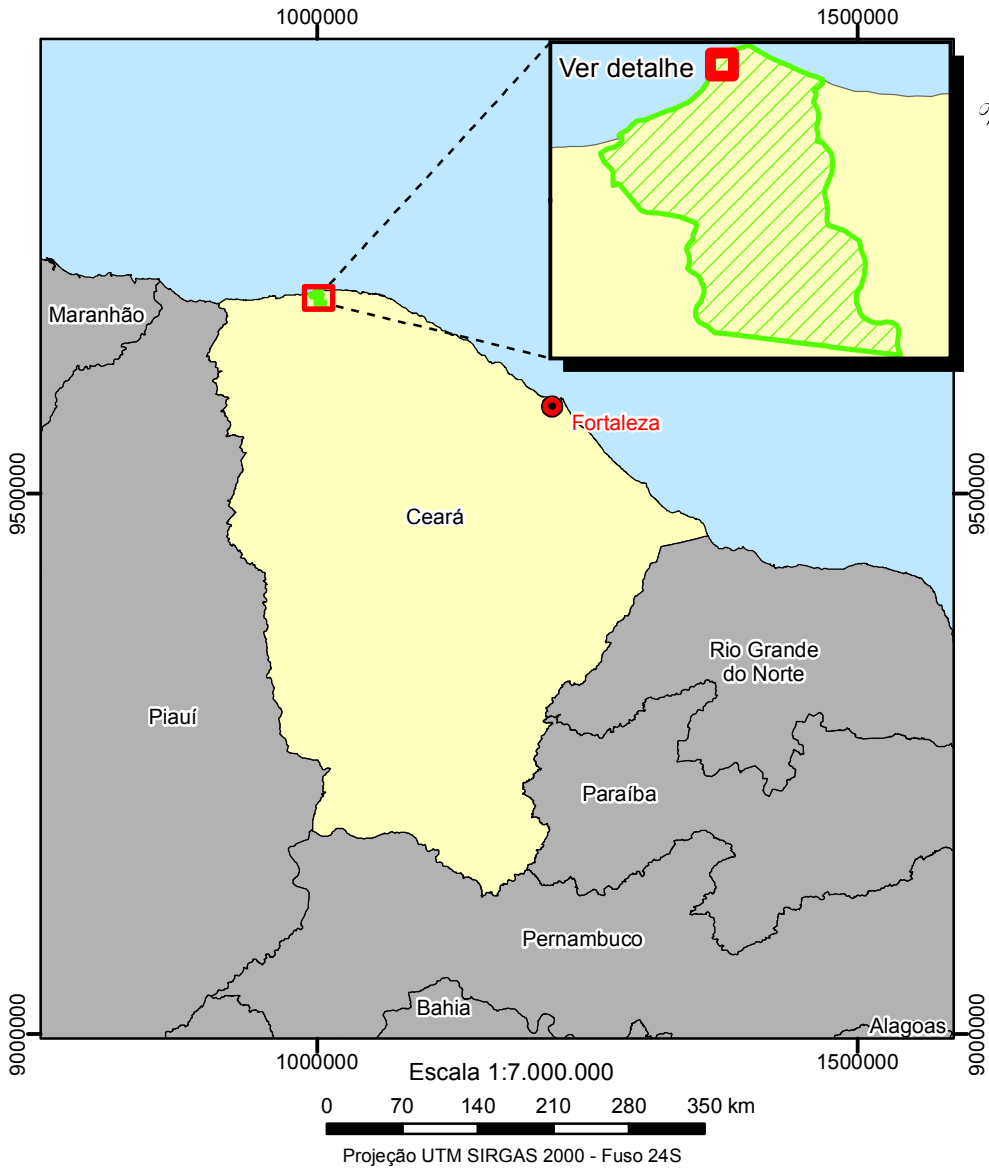
Legenda

- Jijoca de Jericoacoara
- Capital

Convenções Cartográficas

- Rede viária

LOCALIZAÇÃO REGIONAL



LOCALIZAÇÃO NO BRASIL



Fonte:
- CDC - Center for Disease Control and Prevention.
- Imagem do Google Earth, Download em Maio/2015.
- IBGE - Malhas Municipais. Escala 1:250.000, 2013.
- IBGE - Base Vetorial Contínua. Escala: 1:250.000, 2009.
- Base de logradouros Open Street Map. Disponível em www.openstreetmap.org.

Jericoacoara pode, portanto, ser comparada ao caso da vila de pescadores Candidasa, apresentado no Capítulo 2.1 deste trabalho. Ambas as vilas de pescadores sofreram grandes modificações devido ao turismo e participaram do movimento anteriormente apresentado em que o local é inicialmente visitado apenas por viajantes independentes e lentamente começa a receber mais turistas, o que leva ao aumento de infraestrutura e posteriormente o torna um destino de turismo de massa.

Nesse sentido, Molina (2007), tal qual Spritzhofer (1988), Riley (1988) e Welk (2004), citados no Capítulo 2.1, afirma que a presença do turista eventual, aventureiro e solitário, como o *backpacker*, definiu e ainda define diversas localidades do planeta como lugares turísticos. Sobre isso Cruz (2001, p.21) afirma:

A apropriação primitiva de lugares por turistas pode ou não desdobrar-se em uma apropriação organizada, ou seja, na inserção dessas localidades entre os destinos turísticos oficiais. O modo como se dá a passagem de uma para outra condição é que vai determinar a qualidade e a intensidade das transformações passíveis de ocorrer nesses territórios devido a seu uso pelo turismo.

Compreende-se, pois, que o Brasil possui um grande potencial para receber o turista *backpacker* e que existe o movimento de *backpackers* no país, porém os vários fatores apresentados resultam em uma defasagem em relação a países que possuem políticas públicas voltadas para o segmento, como a Austrália. O Caderno de Orientações Básicas – Turismo de Estudos e Intercâmbio pode demonstrar o início de um reconhecimento por parte do Ministério do Turismo sobre o assunto, porém o mesmo carece de reconhecimento não somente na esfera relacionada aos estudos, mas também na esfera de viajantes independentes que visitam o país a turismo no estilo *backpacker*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa pretendeu empreender uma aproximação geográfica com o tema do turismo *backpacker* no mundo e no Brasil, considerando seu desenvolvimento e sua dimensão socioespacial, e observando como sua dinâmica tem influência sobre o uso e a apropriação do espaço. Para isso, foi necessário caracterizar o turista *backpacker*, reconhecer suas principais características e analisar alguns estudos de lugares onde a presença desse segmento turístico é mais tradicional e consolidada, como na Austrália e no Sudeste Asiático, e ponderar sobre sua presença no Brasil, considerando sua organização e regulação pelo Estado.

No decorrer do trabalho, notou-se que o segmento *backpacker*, se observado de forma global, é ainda bastante conflituoso e divide opiniões de órgãos governamentais: Brasil e Austrália apresentam, por exemplo, posturas opostas sobre o incentivo ao turismo *backpacker* já que, enquanto o primeiro o negligencia, o segundo o incentiva e promove. Um dos pontos principais que diferenciam ambos os casos é o incentivo governamental e a oferta de material acadêmico e de pesquisas sobre o assunto.

Enquanto a Austrália e o Sudeste Asiático são objetos de muitos estudos relativos ao tema, a escassez desse tipo de material com foco no Brasil é notória, tendo sido este um dos principais incentivos à elaboração do trabalho que, por motivos já citados, possui predominância de referências de autores estrangeiros.

Nessa análise, os benefícios econômicos relacionados ao turismo *backpacker* foram apresentados através de dados numéricos e de exemplos, mostrando que os *backpackers*, de fato, permanecem mais tempo nos locais visitados e, consequentemente, gastam mais dinheiro do que um turista de massa, o que pode, teoricamente, reverter-se em benefícios para as economias locais e quiçá para as comunidades ou populações receptoras desses fluxos. Além disso, esses viajantes minimizam os efeitos da sazonalidade do turismo de massa e movimentam a economia local ao viajar em qualquer época do ano e utilizar o transporte público local, por exemplo. Há também diversos casos apresentados de grandes contribuições do turismo *backpacker* na revitalização de áreas marginalizadas, como no caso de Kings Cross, em Sydney, Austrália, citado no Capítulo 2.2. Ao agir em

conjunto com outros fatores de planejamento urbano, esse segmento contribui, portanto, para modificações do uso do espaço.

Para uma total compreensão sobre como se realiza o turismo *backpacker* é de extrema importância a sua análise do ponto de vista da produção do espaço, um processo complexo e conflituoso em que os agentes hegemônicos (Estado, mercado e turistas) têm papel fundamental na definição de como o espaço é ou será produzido (CRUZ, 2007).

As vilas de pescadores Candidasa e Jericoacoara, localizadas na Indonésia e no Brasil, respectivamente, se assemelham por estarem inseridas em um caso em que a funcionalização turística do espaço foi produzida devido à pressão da demanda, uma vez que a chegada dos turistas coloca em ação os agentes que ofertam serviços, provocando gradativamente mudanças na produção do espaço, como explica Sánchez (1991, p. 169):

Cuando (...) la funcionalización turística del espacio se ha producido bajo la presión de la demanda, su llegada pone en acción a los agentes que ofertan servicios, provocando la paulatina producción de espacio. Así, los agentes de servicios, o agentes productivos directos en este caso, atribuyen al territorio el papel esencial de medio de producción.

Assim também é o caso de Gili Trawangan, na Indonésia, que demonstra didaticamente o processo de produção de espaço, seus agentes e a influência desse movimento na vida dos moradores locais. Na ilha, o governo, juntamente com agentes de mercado, se apropriou da condução do processo de produção do espaço ao entrar em confronto com a população local, que já havia iniciado esse movimento com a construção de uma pequena infraestrutura para receber os turistas. Além disso, os próprios turistas se apresentam como agentes hegemônicos do processo, como afirma Cruz (2007, p. 14):

(...) não se pode negligenciar o papel dos próprios turistas, em geral, na produção do espaço. Considerando-se o pressuposto de que não há turismo sem turistas, é notório reconhecer, também, sua hegemonia. Estado e mercado atuam no setor de turismo em função da existência de consumidores-turistas e eles mesmos, turistas, têm sido responsáveis, ao longo da história, pela invenção de muitos destinos turísticos e,

consequentemente, pela deflagração de novas dinâmicas nos processos de produção do espaço dos lugares dos quais se apropriam.

A autora afirma também que não somente o Estado, o mercado e os turistas são responsáveis pela produção do espaço nos lugares turísticos, mas também as sociedades que ali vivem anteriormente à chegada dos viajantes. Essas sociedades vêm, como no caso de Gili Trawangan, parte de seus membros serem transformados em empreendedores turísticos devido à demanda existente.

Nesse movimento, é importante ressaltar a tendência à massificação presente na dinâmica do segmento. Nota-se uma distância bastante grande entre a ideologia *backpacker*, focada na integração com as comunidades locais e a movimentação da economia local, e a realidade de viajantes que, muitas vezes, aproxima-se sensivelmente daquela dos turistas de massa ao utilizar serviços muito semelhantes aos que caracterizam o turismo de massa, como os pacotes fechados de agências de turismo e a utilização de vans especializadas no transporte de *backpackers* de um lugar a outro - como observado no Sudeste Asiático. Esse segmento, apesar de, em alguns casos, beneficiar os lugares receptores com a movimentação da economia e a revitalização de áreas marginalizadas, pode também se distanciar de um turismo independente e se aproximar de um turismo institucionalizado, quando transformado em um turismo massificado com foco direcionado ao público *backpacker*.

Outro ponto importante levantado pela pesquisa foi o fato de que o Brasil, apesar de nunca ter realizado uma política pública voltada ao turismo *backpacker*, reconhece suas características no segmento de Turismo de Estudos e Intercâmbio, assemelhando-se com a política de vistos do governo australiano, citada no Capítulo 2.2. A partir disso, destaca-se a importância do reconhecimento do segmento *backpacker* pelo Estado além da esfera de estudos e intercâmbio, uma vez que o movimento ocorre no Brasil de forma independente, mesmo sem o reconhecimento do Estado, ainda que timidamente, em comparação ao Sudeste Asiático e a Austrália, além de ser um país com alto potencial de atração desses turistas.

É apontada, portanto, a necessidade de ampliação de pesquisas a respeito do turismo *backpacker* no Brasil, com foco principalmente em sua relação com a produção do espaço. É importante que o país reconheça esse segmento para que

seja possível analisá-lo e compreendê-lo de maneira efetiva, incentivando a produção de material acadêmico sobre o tema e, possivelmente, a criação de políticas públicas que possam dinamizar a economia em escala local, tirando o foco do turismo de massa e de luxo que predomina hoje no Brasil, e enfatizando a participação e a valorização das comunidades locais e das culturas tradicionais nesse movimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADLER, Judith. Youth on the Road: Reflections on the History of Tramping. *Annals of Tourism Research*, v. 12, n. 3, p. 335-354, 1985.

ALLON, Fiona. Backpacker Heaven The Consumption and Construction of Tourist Spaces and Landscapes in Sydney. *Space and Culture*, v. 7, n. 1, p. 49-63, 2004.

ALLON, Fiona; ANDERSON, Kay; BUSHELL, Robyn. Mutant mobilities: backpacker tourism in 'global' Sydney. *Mobilities*, v. 3, n. 1, p. 73-94, 2008.

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. Turismo segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 2002.

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

BELL, Claudia. The big 'OE' Young New Zealand travellers as secular pilgrims. *Tourist studies*, v. 2, n. 2, p. 143-158, 2002.

COHEN, Erik. Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter-tourism. *International Journal of Comparative Sociology*, v. 14, n. 1-2, p. 89-103, 1973.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da . Introdução à geografia do turismo. 2. ed. São Paulo: Roca, 2001

_____. Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.

Estatuto da Federação Internacional de Albergues da Juventude

GIARETTA, Maria José. Turismo da Juventude. 1ª ed. São Paulo: Manole, 2003

GOMES FILHO, Wanderlei. Turismo backpacker na cidade de São Paulo: um estudo sobre a rede de Albergues Hi Hostel. Tese de Mestrado em Hospitalidade. Faculdade Anhembi Morumbi. 2010.

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

_____. Researching backpacker tourism: changing narratives. Kent Business School, 2009.

HAMPTON, Mark; HAMZAH, Amran. The changing geographies of backpacker tourism in South-East Asia. Centre of Innovative Planning and Development Monograph, v. 3, p. 1-30, 2010.

HOWARD, Robert W. Five backpacker tourist enclaves. *International Journal of Tourism Research*, v. 9, n. 2, p. 73-86, 2007.

_____. Khaosan Road: an evolving backpacker tourist enclave being partially reclaimed by the locals. *International Journal of Tourism Research*, v. 7, n. 6, p. 357-374, 2005.

INKSON, Kerr; MYERS, Barbara A. "The big OE": self-directed travel and career development. *Career development international*, v. 8, n. 4, p. 170-181, 2003.

JARVIS, Jeff et al. Study backpackers: Australia's short-stay international student travellers. *Backpacker tourism: Concepts and profiles*, p. 157-173, 2008.

KAMSMA, Theo; BRAS, Karin. Gili Trawangan—from desert island to 'marginal'paradise: local participation, small-scale entrepreneurs and outside investors in an Indonesian tourist destination. *Tourism and sustainable Community Development*. London: Routledge, p. 170-184, 2000.

LOKER-MURPHY, Laurie; PEARCE, Philip L. Young budget travelers: Backpackers in Australia. *Annals of tourism research*, v. 22, n. 4, p. 819-843, 1995.

MCCULLOCH, John. The Youth Hostels Association: precursors and contemporary achievements. *Journal of Tourism Studies*, v. 3, n. 1, p. 22-27, 1992.

_____. Backpackers: The growth sector of Australian tourism. Queensland Parliamentary Library, Resources and Publications Section, 1991.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo atrai investimento de R\$ 130 milhões ao interior de São Paulo. 07 de Julho de 2015. Disponível em: < [www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5225-turismo-atrai-investimento-de-r\\$-130-milh%C3%B5es-ao-interior-de-s%C3%A3o-paulo.html](http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5225-turismo-atrai-investimento-de-r$-130-milh%C3%B5es-ao-interior-de-s%C3%A3o-paulo.html) > Acesso em Setembro de 2015.

MOHSIN, Asad; RYAN, Chris. Backpackers in the Northern Territory of Australia—motives, behaviours and satisfactions. *International Journal of Tourism Research*, v. 5, n. 2, p. 113-131, 2003.

MOLINA, Fabio Silveira. Turismo e produção do espaço - o caso de Jericoacoara, CE. 2007. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

OLIVEIRA, R. J. Turismo Backpacker / Mochileiro . In: TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Análises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro*. São Paulo: Roca, p.399-422, 2005.

_____.Estudo do segmento de turistas internacionais Backpackers no Brasil. IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM , 2007.

PEARCE, D. G. - Geografia do Turismo - Fluxos e Regiões no Mercado de Viagens. São Paulo: Aleph, 2003.

RILEY, Pamela J. Road culture of international long-term budget travelers. *Annals of Tourism Research*, v. 15, n. 3, p. 313-328, 1988.

RODRIGUES, Adyr AB et al. Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais. Hucitec, 2003.

SALGUEIRO, Valéria. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. *Revista Brasileira de História*, v. 22, n. 44, p. 289-310, 2002.

SÁNCHEZ, Joan-Eugení. *Espacio, economia y sociedad*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores, 1991.

SCHEYVENS, Regina. Backpacker Tourism and Third World Development. *Annals of Tourism Research*, v. 29, n.1, pp. 144 - 164, 2002.

SLAUGHTER, Lee et al. Profiling the international backpacker market in Australia. *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*, p. 168-179, 2004.

SPREITZHOFFER, Guenter. Backpacking tourism in south-east Asia. *Annals of Tourism Research*, v. 4, n. 25, p. 979-983, 1998.

STORNIOLO, Marcelo de Lorena. A Influência do turismo backpacker no processo de revitalização em áreas urbanas marginalizadas: estudo de caso sobre a Praça da República/SP e seu entorno. Trabalho de conclusão de curso. Bacharelado em Turismo, UNESP, 2011.

WELK, Peter. The beaten track: anti-tourism as an element of backpacker identity construction. *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*, p. 77-91, 2004.

_____.The lonely planet myth:'backpacker bible'and'travel survival kit'. *Backpacker tourism: Concepts and profiles*, p. 82-94, 2008.

WHEELER, Tony. *South-East Asia on a shoestring*. Lonely Planet, 1989.

WILSON, Jude; FISHER, David; MOORE, Kevin. The OE goes 'home': Cultural aspects of a working holiday experience. *Tourist studies*, v. 9, n. 1, p. 3-21, 2009.