



## ***TURISMO BACKPACKER UM RETRATO EM PORTUGAL***

Cátia Filipa Cerqueira Rebelo

2012



# ***TURISMO BACKPACKER UM RETRATO EM PORTUGAL***

Cátia Filipa Cerqueira Rebelo

Dissertação para obtenção grau de Mestre em Gestão e Sustentabilidade do  
Turismo

Dissertação de Mestrado realizada sob a orientação da Doutora Inês Paulo Cordeiro  
Brasão

2012

## TURISMO BACKPACKER EM PORTUGAL

### *“Copyright”*

Cátia Filipa Cerqueira Rebelo estudante da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar do Instituto Politécnico de Leiria.

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar esta dissertação/trabalho de projeto/relatório de estágio através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

## **AGRADECIMENTOS**

À Professora Doutora Inês Brasão os meus mais sinceros agradecimentos por ter aceitado orientar a minha investigação e pelas suas sugestões para a elaboração do mesma.

Ao Professor Doutor João Paulo da Conceição Silva Jorge, coordenador do mestrado em Gestão e Sustentabilidade do Turismo, por se ter mostrado sempre disponível para auxiliar qualquer questão que surgisse.

À Professora Doutora Susana Luísa da Custódia Machado Mendes por me ter auxiliado na análise estatística do trabalho.

Aos hostels que participaram neste estudo, sem os quais não seria possível realizar este trabalho.

À minha querida amiga Filipa Sousa que me acompanhou nas minhas viagens a Lisboa e me auxiliou na aplicação dos questionários.

Por último, à minha família e ao André Gomes Sousa por todo o apoio e compreensão demonstrada.

## RESUMO

O turismo Backpacker é um fenómeno recente que tem crescido consideravelmente nos últimos anos a nível internacional. Desse modo, é importante perceber como se tem desenvolvido o fenómeno no nosso país. O objetivo deste trabalho foi identificar o perfil do backpacker que visita Portugal, bem como as suas motivações, os seus comportamentos e padrões de consumo. Nesse sentido, desenvolvemos um estudo exploratório, através da aplicação de 250 questionários nos hostels da cidade de Lisboa. Os resultados obtidos indicam-nos que os mochileiros que visitam Portugal são: jovens, viajam de forma independente, preferem consumir produtos locais, enfatizam o encontro com outras pessoas e procuram conhecer de um modo profundo os costumes e modos de vida de cada lugar que visitam.

**Palavras-chave:** turismo backpacker, turismo jovem, hostels, motivações, viajantes independentes, Lisboa.

## **ABSTRACT**

Backpacker tourism is a recent phenomenon that has grown considerably in recent years at an international level. Therefore it is important to understand how this phenomenon has developed in our country. The goal of this study was to identify the profile of a backpacker who visits Portugal, as well as their motivations, their behavior and consumption patterns. As such we developed an exploratory study, through the application of 250 questionnaires in hostels in the city of Lisbon. The results show us that the backpackers visiting Portugal are young and travelling independently. They prefer to consume local products, emphasize the encounter with others and look for ways to get to know the customs and lifestyles of each place visited.

**Key-words:** backpacker tourism, youth travel, hostels, motivations, independent travelers, Lisbon.

## Índice

<b>RESUMO.....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>6</b>
<b>ÍNDICE DE TABELAS.....</b>	<b>9</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>OBJECTIVOS DE ESTUDO .....</b>	<b>14</b>
3 – HIPOTÉSES DE INVESTIGAÇÃO.....	14
<b>CAPÍTULO I: TURISMO BACKPACKER.....</b>	<b>15</b>
1 – GÉNESE E EVOLUÇÃO DO BACKPACKER.....	15
2 – BACKPACKERS TRADICIONAIS E CONTEMPORÂNEOS.....	18
3 – TURISMO BACKPACKER E SUSTENTABILIDADE .....	21
<b>CAPÍTULO II: HOSTELS EM LISBOA.....</b>	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGIA.....</b>	<b>29</b>
1 – METODOLOGIA .....	29
2 – AMOSTRAGEM E PROCEDIMENTO DE RECOLHA DE DADOS.....	30
3 – PROCEDIMENTOS DE ANÁLISES DE DADOS.....	32
<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS DA PESQUISA .....</b>	<b>37</b>
1 – INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS .....	37
1.1 - PERFIL DO BACKPACKER .....	37
1.2- NACIONALIDADE .....	39
1.3 – COM QUEM VIAJA.....	40
1.4 - DURAÇÃO DA TOTAL VIAGEM.....	41
1.5 - CONTINENTES VISITADOS .....	44
1.6 - FONTES DE INFORMAÇÃO .....	45
1.7 – MEIOS DE TRANSPORTES UTILIZADOS.....	46
1.8 - ALOJAMENTO .....	47
1.9 - GASTOS .....	48
1.10 - CONFLITOS.....	49
1.11 – VIAGENS DIFERENCIADAS .....	50
1.12 – CONSUMOS LOCAIS.....	50
1.13 - SOCIALIZAR E TROCAR EXPERIÊNCIAS .....	51

1.14 – ATIVIDADES DE LAZER .....	53
1.15 – CONSCIENCIA AMBIENTAL .....	54
1.16 – TESTE DO QUI-QUADRADO (ANÁLISE DE DADOS) .....	55
<b>2 – ANÁLISE DAS QUESTÕES ABERTAS .....</b>	<b>64</b>
2.1 – ANÁLISE DAS TABELAS DE MOTIVAÇÃO (tabela 14 no apêndice) .....	64
2.2 – ANÁLISE DA TABELA EXPERIÊNCIAS RELEVANTES DA VIAGEM (tabela 15 no apêndice) .....	70
2.3 – ANÁLISE DA TABELA DE AUTO PERCEÇÃO DO COMPORTAMENTO DE VIAGEM .....	72
2.4 – ANÁLISE DA TABELA DO SIGNIFICADO DE BACKPACKER (AUTOREPRESENTAÇÃO) (tabela 16 no apêndice) .....	76
2.5 – ANÁLISE DA TABELA TRABALHOU OU PRETENDE TRABALHAR EM PORTUGAL DURANTE A SUA ESTADA (tabela 17 no apêndice) .....	79
2.6 – ANÁLISE DA TABELA RECOMENDA PORTUGAL COMO UM DESTINO IDEAL PARA BACKPACKERS .....	80
<b>CAPÍTULO V: CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>82</b>
1 – TESTE DE HIPÓTESES .....	82
2 – CONCLUSÃO .....	85
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>87</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>94</b>
1 – TABELAS DA ANÁLISE DE QUESTÕES ABERTAS .....	95
2 - GRÁFICOS .....	104
3 - QUESTIONÁRIO .....	125
4 – FREQUÊNCIAS (OUTPUT SPSS) .....	132

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 Modelo de análise .....	34
Tabela 2 Perfil dos Inquiridos.....	37
Tabela 3 Teste do Qui-Quadrado da preferência turística relativamente aos fatores 255	
Tabela 4 Teste do Qui-Quadrado do grau de importância e partilha de experiências com outros backpackers relativamente aos fatores 2 .....	56
Tabela 5 Teste do Qui-Quadrado da utilização de guias turísticos para definir a viagem relativamente aos fatores 3.....	57
Tabela 6 Teste do Qui-Quadrado do escalão etário relativamente aos fatores 3 .....	58
Tabela 7 Teste do Qui-Quadrado da duração total da viagem relativamente aos fatores 4 .....	59
Tabela 8 Teste do Qui-Quadrado da aprendizagem sobre os locais e os seus costumes relativamente aos fatores 4.....	60
Tabela 9 Teste do Qui-Quadrado da nacionalidade relativamente aos fatores 5 .....	61
Tabela 10 Teste do Qui-Quadrado da educação relativamente aos fatores 5.....	62
Tabela 11 Teste do Qui-Quadrado da prática turística sustentável relativamente aos fatores 6.....	63
Tabela 12 “o que o leva a viajar” .....	65
Tabela 13 “comportamento” .....	72
Tabela 14 “o que o leva a visitar Portugal” .....	95
Tabela 15 “experiências” .....	97
Tabela 16 “Backpacker” .....	99
Tabela 17 “trabalhar em Portugal” .....	101
Tabela 18 “recomenda Portugal” .....	102

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Nacionalidade.....	39
Gráfico 2 Duração total da viagem.....	41
Gráfico 3 Tempo que fica em Portugal.....	42
Gráfico 4 Continentes visitados .....	44
Gráfico 5 Fontes de Informação.....	45
Gráfico 6 Alojamento .....	47
Gráfico 7 Gatos.....	48
Gráfico 8 Sexo .....	104
Gráfico 9 Escalão Etário .....	104
Gráfico 10 Estado Civil .....	105
Gráfico 11 País de Residência.....	105
Gráfico 12 Educação .....	106
Gráfico 13 Profissão .....	106
Gráfico 14 Rendimentos mensais .....	107
Gráfico 15 Com quem viaja.....	107
Gráfico 16 Visita outros Países .....	108
Gráfico 17 Países visitados.....	108
Gráfico 18 Já estive em Portugal.....	109
Gráfico 19 Quantas vezes estive em Portugal .....	109
Gráfico 20 Transportes para chegar a Portugal .....	110
Gráfico 21 Transportes que usa em Portugal.....	110
Gráfico 22 Razão do Alojamento .....	111
Gráfico 23 Atividades que despense mais dinheiro .....	111
Gráfico 24 E1-Backpackers são turistas responsáveis e conscientes que se preocupam com o ambiente e com a cultura local.....	112
Gráfico 25 E2-Aprender e compreender o modo de vida dos locais é importante para mim.....	112
Gráfico 26 E3- Eu tenho sido amigo do ambiente durante as minhas viagens. ....	113
Gráfico 27 E4-O turismo enquanto indústria provoca efeitos negativos no mundo....	113
Gráfico 28 E5- Quando viajo, procuro áreas turísticas populares com muito entretenimento.....	114
Gráfico 29 E6-Quando viajo, procuro áreas turísticas, mas pouco populares. ....	114
Gráfico 30 E7-Quando viajo procuro áreas pouco conhecidas “áreas não turísticas”.115	115
Gráfico 31 E8-Sempre que possível consumo produtos locais. ....	115
Gráfico 32 E9-Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver. ....	116
Gráfico 33 E10-Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para fazer novos amigos.....	116
Gráfico 34 E11-Durante as minhas viagens procuro entrar em contacto com os locais para perguntar sobre direções e locais a visitar. ....	117
Gráfico 35 E12-Durante as minhas viagens prefiro usar nas minhas deslocações os transportes públicos locais.....	117

Gráfico 36 E13- Conhecer e trocar experiências com outros backpackers é muito importante para mim. ....	118
Gráfico 37 E14- Quando viajo, evito o contacto com outros tipos de turistas. ....	118
Gráfico 38 E15- Diversão noturna é o que mais procuro durante a minha viagem. ....	119
Gráfico 39 E16- Conhecer o património e arquitetura local é para mim imprescindível quando viajo. ....	119
Gráfico 40 E17- Durante a minha viagem prefiro visitar locais rurais em vez de meios urbanos. ....	120
Gráfico 41 E18- Natureza e desporto são os atrativos que mais procuro durante a minha viagem. ....	120
Gráfico 42 E19- Nas cidades procuro conhecer locais turísticos como monumentos e museus. ....	121
Gráfico 43 E20- Defino a minha visita conforme os guias turísticos de cada região. ....	121
Gráfico 44 E21- Gastronomia é um dos atrativos turísticos mais importantes durante a minha viagem. ....	122
Gráfico 45 E22- Socializar e trocar experiências é a essência da minha viagem. ....	122
Gráfico 46 Trabalha em Portugal .....	123
Gráfico 47 Teve conflitos .....	123
Gráfico 48 Quais conflitos .....	124
Gráfico 49 Recomenda o destino .....	124

## INTRODUÇÃO

O turismo jovem é um dos mercados mais dinâmicos e um dos que mais cresce a nível mundial na indústria turística. A OMT estima que cerca de 20% dos 940 milhões de turistas internacionais que viaja pelo mundo são jovens (FITZGERALD, D. JORDAN, P. EGIDO, L. 2008). O turismo backpacker compõe um dos subsegmentos do turismo jovem, uma vez que é praticado, essencialmente, por jovens que viajam de forma independente e económica, que enfatizam o conhecimento e troca de experiências com outros viajantes e com os locais, procurando compreender os seus modos de vida, e que preferem consumir produtos locais dinamizando e criando riqueza nos destinos que visitam. Vamos verifica-lo na literatura e, posteriormente, nos resultados obtidos no estudo empírico. Deste modo, este segmento deve ser conhecido e compreendido para aproveitarmos o seu potencial e as suas características diferenciadoras.

Embora este segmento a nível internacional seja alvo de inúmeros estudos, principalmente na Austrália, onde o fenómeno backpacker está muito desenvolvido, os estudos nacionais acerca do turismo mochileiro são escassos. Nesse sentido, pretendemos contribuir para a redução da lacuna de conhecimento acerca deste segmento em Portugal, divulgando este estudo entre os hostels que contribuiram para o seu desenvolvimento.

O objetivo desta investigação foi identificar o perfil do backpacker que visita Portugal, bem como as suas motivações, os seus comportamentos e padrões de consumo. Desenvolvemos um estudo exploratório através de aplicação de 250 questionários nos hostels da cidade de Lisboa.

Este trabalho está estruturado em cinco capítulos. O primeiro capítulo é composto pela revisão da bibliografia que é o pilar de toda esta investigação, uma vez que fornece a base teórica necessária para a realização da pesquisa exploratória. Consiste numa abordagem detalhada do segmento backpacker. O segundo capítulo, denominado de “Hostels em Lisboa”, procura fazer uma abordagem introdutória à tipologia de alojamento dirigida ao segmento mochileiro, na qual os questionários foram aplicados. O terceiro capítulo é composto pela metodologia onde explicamos qual a amostragem utilizada, bem como todo o processo de recolha de dados e, ainda, os métodos de análise empregues. O quarto capítulo apresenta os resultados da pesquisa sendo deste modo o capítulo mais extenso de todo o corpo de trabalho. Finalmente, o quinto e último capítulo chamado de

considerações finais, inclui o teste das hipóteses e conclusões finais deste trabalho de investigação.

## OBJECTIVOS DE ESTUDO

De modo geral, esta investigação tem como objectivo geral poder contribuir para a diminuição da lacuna de informação do segmento backpacker em Portugal. Nesse sentido, especificamos os seguintes objectivos:

- Identificar o perfil do backpacker que visita Portugal;
- Identificar o comportamento de consumo desta tipologia em Portugal;
- Determinar em que medida este perfil contribui para o desenvolvimento sustentável do destino;
- Verificar se o perfil observado corresponde a um dos dois perfis definidos na literatura científica sobre este tema;
- Identificar quais as motivações que levam os backpackers a viajar e a visitarem Portugal;
- Identificar as experiências turísticas mais valorizadas por este segmento.

## 3 – HIPOTESIS DE INVESTIGAÇÃO

A questão de partida que irá orientar toda a nossa investigação é a seguinte: Qual o perfil predominante do turista backpacker que visita Portugal/Lisboa?

Com vista a validar a questão acima enunciada, serão testadas as seguintes hipóteses:

- Hipótese 1 (H1): Os viajantes que visitam Portugal serão tendencialmente na sua maioria backpackers contemporâneos (mais próximos do comportamento do turista de massas) do que do comportamento dos backpackers tradicionais.
- Hipótese 2 (H2): Os backpackers são tendencialmente jovens, viajam de forma independente e enfatizam a sociabilidade.
- Hipótese 3 (H3): Os backpackers são tendencialmente viajantes de média-longa duração, procuram o crescimento pessoal e desejam a sensação de aventura, risco e de liberdade.
- Hipótese 4 (H4): Os backpackers são tendencialmente originários da Europa, viajantes éticos e socialmente responsáveis, com mente aberta e com um elevado grau de escolaridade.
- Hipótese 5 (H5): Os backpackers são viajantes cujas características específicas contribuem para o crescimento e desenvolvimento sustentável do destino.

## CAPÍTULO I: TURISMO BACKPACKER

### 1 – GÉNESE E EVOLUÇÃO DO BACKPACKER

As primeiras viagens backpacker terão surgido por volta do século XVIII (COHEN, 1973e ADLER, 1985). Para Cohen (1973) este segmento desenvolveu-se a partir do fenómeno do Grand Tour, por outro lado Adler (1985) afirma que o backpacking é originário das peregrinações da jovem classe trabalhadora. Contudo, o termo backpacker como hoje é conhecido: *“turistas jovens e económicos que mostram preferência por alojamento barato, enfatiza o encontro com outras pessoas (locais e estrangeiras), organiza o itinerário da viagem de forma independente e flexível com períodos de férias longos e procura atividades recreativas informais e participativas”* (LOKER-MURPHY e PEARCE,1995,p.823) foi, apenas, introduzido há duas décadas e é resultado de vários estudos e distintas definições que têm vindo a sofrer alterações (ALTELJEVIC e DOORNE, 2002). Os autores Loker-Murphy e Pearce que determinaram o conceito atual de backpacker, acima citado, contribuíram significativamente para esta investigação, na medida em que nos baseamos em vários dos seus estudos em acerca do segmento backpacker a determinar a sua génese e comportamento.

A expressão portuguesa utilizada para traduzir o termo backpacker é “mochileiro”. Ao longo deste trabalho ambos os termos são empregados, o original em inglês – backpacker - e a tradução em português – mochileiro – como sinónimos.

O turismo backpacker é muito difícil de definir devido à sua heterogeneidade (LOKER-MURPHY, 1996). No entanto, é essencial identificar as suas principais características para segmentar e diferenciar este segmento das restantes tipologias de turistas (WELK, 2004).

Turismo mochileiro pode ser descrito, de um modo geral, como um nicho de mercado jovem, geralmente, entre os 20 e 27 anos de idade, caracterizado por praticar viagens independentes e flexíveis com orçamentos reduzidos e preferência por acomodações económicas; por enfatizarem o encontro com os outros viajantes e com os nativos; por preferirem viagens longas em vez de curtas; por procurarem atividades de lazer participativas, informais e locais e que na sua maioria viajam sozinhos ou em pequenos grupos (SORENSEN, 2003; RICHARDS E WILSON, 2003; TEO E LEONG, 2006; WELK, 2004).

Para os autores Uriely, Yonay e Simchai (2002), os backpackers são viajantes de longos períodos, sem planos rígidos, apenas uma vaga ideia a respeito do seu retorno; com orçamentos limitados que impõem despesas baixas; que utilizam restaurantes e meios de alojamento económicos e que se servem do transporte público local.

Os mochileiros anseiam deter autonomia para seleccionar, consoante a sua preferência, os locais e as atrações a visitar, determinar livremente o tempo de permanência em cada local, bem como decidir quais os meios de transporte e alojamento a utilizar. Além disso, desejam visitar e conhecer para além do que é comum e popular e aprender o máximo da cultura de cada lugar visitado (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995). Os autores d'Anjou (2004) e Elsrud (2001) reforçam esta ideia afirmando que visitar novos locais e experienciar novas atividades fazem parte da cultura dos mochileiros, que são aventureiros, que procuram novas sensações, o autêntico e o risco.

Segundo Loker-Murphy e Pearce (1995) os backpackers são caracterizados por preferirem acomodações económicas; por pernoitarem pelo menos uma noite durante a sua viagem em albergues da juventude ou em albergues para backpackers; por durante a viagem seguirem uma agenda de jornada flexível e independentemente organizada; por enfatizarem a importância do contacto com outros viajantes; por preferirem longas férias em vez de curtas e por enfatizarem atividades participativas e informais. Reforçando as linhas de pensamento dos autores acima mencionados, Swarbrooke e Horner (2002) destacam como principais características deste segmento a independência; o desejo de reduzir o máximo possível os gastos, a propensão de evitar os locais turísticos tradicionais e tentar esticar ao máximo a duração da sua viagem.

Ravon (1988) com base no seu estudo sobre o turismo jovem na Índia especificou como características desta tipologia o fato de serem jovens entre os 18 e 30 anos com um orçamento reduzido que preferem viajar individualmente e não em grupos, que, geralmente, não organizam a sua viagem previamente, apenas procuram a forma de ir de país em país, e que não querem misturar-se com os turistas institucionalizados.

Demograficamente, podemos dizer que os praticantes desta tipologia são, na sua maioria, originários da Europa, principalmente, do Reino Unido, da Irlanda e da Escandinávia. Outros países onde este fenómeno se tem desenvolvido em grande escala são a Austrália, a Nova Zelândia, África do Sul e Israel (O'REILLY, 2006). Quanto à sua classe social, Graburn (1983) defende, que na sua maioria, os backpackers pertencem à classe média. Afirmando que as classes médias se sentem mais autoconfiantes para

viajar de forma independente comparados com as classes mais abastadas que não se sentem confortáveis para viajar de um modo mais flexível e desestruturado.

Outras especificidades e características dos mochileiros são referidas por Murphy, (2001) como a necessidade dos viajantes deste segmento deterem determinadas habilidades sociais como, por exemplo, a capacidade de iniciar conversas com pessoas estranhas, na maioria das vezes estrangeiras e de culturas diferentes, ter uma mente aberta e serem bastante tolerantes respeitando as diferenças daqueles com os quais convivem e partilham espaços físicos comuns, como é o caso dos albergues de juventude.

Os mochileiros dão primazia à segurança e higiene do que a bens de luxo e conforto. Os seus restritos recursos financeiros, mais por uma questão de opção do que limitação, fá-los reduzir as suas despesas ao máximo com hospedagem, alimentação e transporte em benefício de atividades de lazer que lhes proporcionam maior prazer e satisfação, ou ainda, para prolongar a duração da viagem (OLIVEIRA, 2007). Para os backpackers, a viagem em si, a própria locomoção entre diversos países é um dos grandes atrativos da mesma. Deste modo, preferem fazê-la por via terrestre, todavia quando viajam para locais muito distantes, têm a necessidade de utilizar o transporte aéreo. Como tal, procuram prolongar ao máximo a sua viagem, uma vez que o custo da passagem aérea é a maior fatia do seu orçamento. A viagem por via terrestre para além de mais económica na maioria das vezes é, também, uma das melhores formas de conhecer o local e as comunidades autóctones do destino visitado. Assim, quanto mais longo o trecho e mais rústico o meio de transporte, mais aliciante e cheia de experiências é a sua jornada. Jess (2004, p. 23) *“a viagem é vista como uma atracção em si e certamente como parte da experiência turística”*. A deslocação ocupa boa parte dos dias da jornada e gera “desvios de rota” que permitem experiências únicas.

A maioria dos mochileiros prefere viajar sozinho, o que se pode explicar pela dificuldade de encontrar um parceiro que disponha do mesmo tempo, do desejo de conhecer os mesmos locais e que tenha um estilo de viagem semelhante. Para além disso, a vontade de conhecer pessoas novas e enfrentar o desafio de viajar sozinho num local completamente desconhecido são determinantes para que muitos backpackers prefiram viajar sozinhos (CARVALHO, 2009).

Gabrum (1983, p.12) aponta que a natureza básica do backpacking pode associar-se *“ao adiamento das responsabilidades da vida adulta”*. O que aclara a primazia do mochileiro por viagens longas. Segundo o autor, este tipo de turismo, assim como a graduação, o

casamento e a promoção marcam a passagem da vida pessoal de um estatuto para o outro. Ou seja, este tipo de turismo é encarado como um ritual de passagem. Segundo Jarvis (1994), esta teoria pode, de modo parcial, explicar determinadas motivações dos mochileiros, já que diversos estudos indicam que muitos backpackers viajam depois de completarem um período de estudo ou depois de mudanças na carreira. Deste modo, assumimos que um dos motivos para realizar este tipo de viagem é fazer a aliança entre diferentes estágios da vida (AOQUI, 2005).

Outras motivações que levam estes viajantes a ingressar numa longa jornada são o desejo de liberdade; o crescimento pessoal; a aventura e sensação de risco; aprender sobre os países estrangeiros e diferentes culturas (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995) e o desejo de partilhar o estilo de vida das populações locais (LOKER, 1993).

Contudo, diversos autores (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995; MURPHY, 2001; NOY 2004; RILEY, 1988) defendem como principal motivação a ênfase no conhecimento dos outros viajantes e locais. As interações sociais com outros viajantes são muito apreciadas e fazem parte integral da experiência da viagem, a informação conseguida através destas interações sociais, a informação transmitida boca-à-boca é fundamental para que os mochileiros tomem as suas próprias decisões quanto ao caminho a seguir na sua jornada (SORENSEN, 2003; MURPHY, 2001; RILEY, 1988).

As atividades de lazer do mochileiros concentram-se em torno da natureza e da aventura, praticando atividades como o pedestrianismo e escalada, que conjugam a harmonia da natureza com a adrenalina da aventura. Quanto a atividades culturais preferem o que é autóctone, alojando-se nos espaços locais partilhando-os com os nativos (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995). Esta preferência justifica-se pelo facto destes procurarem viagens diferenciadas dos outros tipos de turistas, com um maior risco, viagens inusitadas fora das trilhas marcadas que lhes garantam novas e profundas experiências e, ainda, que lhes confira um maior estatuto como viajante. (HAIGH, 1995 e RILEY, 1988).

## **2 – BACKPACKERS TRADICIONAIS E CONTEMPORÂNEOS**

A prática de backpacking tem vindo a aumentar e a popularizar-se, o que tem gerado modificações neste fenómeno, tornando o segmento backpacker cada vez mais heterogéneo (LOKER-MURPHY, 1996).

Os backpackers definem-se a si próprios como viajantes alternativos e não turistas, procurando afastar-se ao máximo do turismo institucionalizado. Contudo, autores como Noy (2004) e O'Reilly (2006) afirmam que as diferenças entre o turismo backpacker e outros tipos de turismo tem vindo a diminuir nestas últimas décadas.

Cohen (2004) declara que existe uma grande lacuna entre a ideologia original do turismo backpacker e prática atual, que se assemelha mais ao turista comum, ao turista de massas do que os próprios mochileiros admitem. Alteljevic e Doorne (2002) partilham a visão de Cohen dizendo que o turismo backpacker está cada vez mais institucionalizado. Surgem, deste modo, duas novas e distintas denominações para o termo backpacker, o backpacker tradicional e backpacker contemporâneo. O backpacker tradicional foge do modelo de consumo ocidental, da institucionalização e da massificação, enquanto o backpacker contemporâneo cada vez mais se aproxima desse modelo e toda a sua envolvente (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995; SORENSEN, 2003).

O'Reilly (2006) concorda com a distinção anterior e afirma que há uma linha divisória que estabelece a fronteira entre o backpacker “real”, aqui denominado por tradicional, que é aquele que viaja por mais de dois meses e meio e o turista que viaja de mochila por menos tempo normalmente em período de férias escolares ou de trabalho, chamado de “short-term backpacker” ou “backpacker light”, que mais se identifica com o backpacker contemporâneo.

Os backpacker tradicionais assemelham-se mais ao turismo alternativo que acarreta consigo maiores vantagens no âmbito da sustentabilidade para o destino turístico, tornando-os mais benéficos para o destino e para a comunidade local que os backpackers contemporâneos.

Ruschmann (2002, p. 102) expressa que “*o turismo alternativo se opõe ao turismo de massas e caracteriza-se pelo pequeno porte dos equipamentos tanto de hospedagem, como de transporte*”. O turista alternativo procura dissociar-se do turista de massas, agindo diferentemente, procurando afastar-se dos espaços mais conhecidos e mais popularizados, desejando locais inexplorados, procurando interagir com os nativos, procurando alojamentos locais, assim como, procurando utilizar meios de transporte públicos do destino (KRIPPENDORF 2001). Na ótica dos autores anteriores, Ruschmann e Krippendorf, os backpacker tradicionais podem ser enquadrados como turistas alternativos, uma vez que procuram viagens experienciais e entram em contacto de um modo mais profundo com a cultura e com as comunidades locais do destino visitado.

Os backpackers tradicionais caracterizam-se por organizarem a sua viagem de forma independente e flexível, por se informarem previamente sobre os aspetos históricos e culturais do destino a ser visitado, por realizarem viagens de longa duração, viagens de meses, e de múltiplos destinos e, ainda, por utilizarem serviços económicos no que diz respeito ao alojamento, transporte e alimentação, na maioria das vezes por opção e não por limitação financeira, embora isso também ocorra. (SORENSEN, 2003; O'REILLY, 2006; OLIVEIRA, 2005). Costumam viajar sozinhos ou com apenas um acompanhante, todavia não põem de parte a possibilidade de conhecer outros backpackers durante a viagem e, seguirem a mesma, com novas companhias.

Por outro lado, os backpackers contemporâneos, embora não utilizem pacotes turísticos e viajem individualmente, aparentam ser um grande grupo massificado, já que dão primazia a destinos turísticos mais popularizados, o que se explica pela curta duração da sua viagem. Deste modo, estes turistas contribuem para a aglomeração espacial, podendo causar maiores prejuízos ambientais e atritos socioculturais. Os backpackers, apesar de não o desejarem, servem como catalisadores para o desenvolvimento do turismo de massas, através da sua procura por novos destinos. Assim, o turismo backpacker aumenta o interesse pelos novos destinos e encoraja o desenvolvimento do que é único e diferenciado, que passa a fazer parte do global do turismo (COHEN, 1972; RILEY, 1988).

Em termos da esfera da vida os backpackers tradicionais podem ser jovens que viajam por longos períodos antes de iniciar os seus estudos superiores ou antes de iniciarem a sua vida profissional ou adultos que procuram uma oportunidade para realizar uma longa viagem, aproveitando a transição entre empregos (GABRUM, 1983). Este costume dos jovens é muito comum em alguns países, como tal, surgiram denominações específicas para este fenómeno. No Reino Unido, este fenómeno é designado de Gap Year (paragem de um ano); na Austrália e na Nova Zelândia de Big O.E., termo usado para *overseas experience* (O'REILLY, 2006 e AOQUI, 2005) e em Israel denomina-se *Big Trip* e é praticada por cerca de 50 mil jovens israelitas por ano (MAOZ, 2008).

O *Road Status* é identificado como parte da cultura backpacker tradicional, onde obter o melhor "acordo" é sinónimo de viajante com uma larga experiência e com grandes competências. O road status é "conquistado" pelo viajante quando este consegue pagar o preço local, em vez de pagar o preço praticado para os turistas, o que é, conseguido através da pechincha, isto é, através da negociação com os comerciantes de modo a

pagar menos possível; é, também, obtido ao viajar fora da rota determinada, a chamada *beaten track*; ao viajar por tempo mais prolongado possível; ao ter experiências únicas; ao viajar por terra em vez de avião; ao economizar com alimentação e alojamento o máximo possível, para alargar o tempo da viagem. Ainda relacionado com o estatuto, outra característica é a de “demonstrar” experiência através do uso de roupas, mochilas e equipamentos com a aparência de velhos, e da adaptação e criação de equipamentos e acessórios utilizados na viagem (RILLEY, 1998; SORENSEN, 2003; URIELY, YONAY e SIMCHAI, 2002).

### **3 – TURISMO BACKPACKER E SUSTENTABILIDADE**

Ao ser encarado como turismo alternativo o backpacking tem grandes potencialidades para desenvolver o turismo sustentável ou ser mesmo considerado sustentável.

Segundo a OMT (1995) turismo sustentável é aquele que é ecologicamente suportável a longo prazo, economicamente viável, bem como ética e socialmente equitativo para as comunidades autóctones. E exige uma completa inclusão em todos os domínios do desenvolvimento sustentável, ou seja, uma integração ambiental, natural, cultural, humana, económica e política.

Müller (1994) afirma que turismo sustentável é aquele que maximiza os benefícios e minimiza os custos, em especial sobre o ambiente e a cultura local. Desenvolveu o chamado pentágono mágico, que é composto por cinco elementos que devem ser alcançados de igual modo para se atingir um turismo sustentável, são eles: a prosperidade económica; o bem-estar da comunidade local; a conservação da natureza e a proteção dos recursos; a integridade cultural e satisfação dos visitantes.

Pelas suas características específicas o segmento backpacker consegue alcançar e respeitar os cinco elementos adjacentes à sustentabilidade traçados por Müller, tornando-o um segmento sustentável e desejável para qualquer destino. Para Giaretta (2003), o mochileiro é um turista ideal, socialmente correto, pois procura conhecer realmente o lugar e a cultura.

Ao viajarem de modo independente e ao valorizarem os atrativos culturais os, backpackers podem contribuir para a manutenção da cultura tradicional, que tem sido prejudicada pelo turismo de massas. Pois, diversos destinos alteram a sua cultura,

deturpam a sua originalidade e autenticidade para se adaptarem aos desejos e gostos da procura turística (SWARBROOKE, 2000). Os viajantes alternativos, ao exigirem experiências autênticas incentivam a manutenção dos aspetos culturais e o fortalecimento da identidade cultural. Respeitando, deste modo, um dos cinco elementos da sustentabilidade, a integridade cultural.

Os backpackers tradicionais procuram a partilha cultural e, nas suas longas viagens, têm tempo e querem realmente conhecer a cultura e os costumes de quem visitam, como tal, participam nas atividades que os autóctones disponibilizam. Estas atividades contribuem para a criação de riqueza mas, também, para a melhoria da autoestima e para o aumento da confiança das comunidades locais (SCHEYVENS, 2002).

Ainda, na esfera do respeito pela cultura dos locais o autor Muzaini (2005), afirma que os mochileiros tradicionais costumam colocar-se no mesmo patamar que a comunidade recetora, considerando que a sua própria cultura não é superior nem inferior à cultura visitada, respeitando-a ao máximo e estando abertos à convivência e à partilha de novas experiências e conhecimentos.

O desenvolvimento deste segmento e a consolidação de áreas backpacker tem contribuído para diminuir problemas sociais, bem como para a melhoria de vida das populações locais. Exemplo disso é Kapung em Jogyakarta na Indonésia que deixou de ser considerada uma área de prostituição e tráfico de drogas e a Rua Khao San, a única área da cidade de Bangkok que não é caracterizada pelo turismo sexual (HAMPTON, 1998).

Ao nível económico, este segmento também acarreta grandes benefícios para a comunidade recetora, ao contrário do que era pensado há alguns anos atrás. De acordo com Oliveira (2005) e Aoqui (2005), a imagem de que o backpacker era um viajante sem dinheiro está completamente ultrapassada. Aliás, no total, os mochileiros gastam mais dinheiro do que os turistas convencionais devido à longa duração das suas viagens. Isto é, o turista institucionalizado gasta mais por dia, mas viaja por menos tempo. Além disso, os backpackers economizam nos bens funcionais, mas não se importam de gastar em atividades lúdicas e culturais. Outro aspeto positivo é o facto de os mochileiros procurarem sair das rotas definidas e desejarem locais recônditos e inexplorados em vez de lugares mais populares e turísticos, o que se reflete numa distribuição mais equitativa de renda. Segundo Peel e Steen (2007) os backpackers ao visitarem locais de menor

fluxo turístico contribuem para o desenvolvimento e impulsionamento de uma área geográfica mais ampla, incluindo regiões economicamente marginalizadas.

O contacto mais próximo do backpacker com a realidade local desencadeia o chamado efeito multiplicador. Dinamizando o comércio e os serviços locais, como os transportes públicos, os pequenos meios de alojamento e restauração ao contrário dos pacotes turísticos que oferecem transporte privativo, hotel ou resort e atrações turísticas evitando o contacto com a população e beneficiando apenas as empresas turísticas, que geralmente são estrangeiras (CATER, 1996). Para além disso, as grandes cadeias hoteleiras internacionais, usualmente apenas oferecem cargos operacionais aos nativos cabendo os cargos de chefia à mão-de-obra importada. Enquanto o turismo backpacker estimula e encoraja as comunidades autóctones a tornarem-se pequenos empreendedores (GIBBONS E SELVARAJAH, 1994; HAMPTON, 1998).

Os backpackers não exigem luxo nem comodidade comum ao turismo de massas, simplesmente serviços funcionais. Como tal, são necessários menores recursos para o desenvolvimento de equipamentos turísticos que os satisfaçam, o que traz benefícios económicos e ambientais (RILEY, 1988). Hampton (1998) afirma que o turismo de larga escala rerepresenta grandes divisas. Porém, também enormes investimentos, ao contrário, do turismo backpacker que não requer investimento estrangeiro para o seu desenvolvimento. De acordo com Aoqui (2005), os padrões de consumo do turista alternativo, ao contrário do turista de massas, beneficiam os estabelecimentos periféricos, em vez das grandes companhias.

Quanto às questões ambientais e proteção dos recursos naturais, também, este segmento, quando comparado com o turismo de massas, causa menos impactos negativos. Devido às suas características, diferenciadoras, como o facto de viajarem sozinhos ou em pequenos grupos, causando efeitos negativos menores. Ao preferirem bens locais como, por exemplo, albergues e pequenas pousadas que são, normalmente, adaptações de construções já existentes, o que minimiza o uso de recursos naturais para a construção da rede hoteleira (NORONHA, 1999).

Para terminar, um aspeto menos positivo deste segmento, é o facto de este economizar o máximo para garantir que as suas economias chegam para todo o período de viagem o que, por vezes, os faz “pechinchar” ao extremo, tirando proveito dos comerciantes que necessitados aceitam vender o seu produto por meras quantias que lhes geram diminutas margens de lucro (AOQUI, 2005 e SPEED, 2008)

## CAPÍTULO II: HOSTELS EM LISBOA

Neste estudo, escolhemos como terreno de recolha de informação um conjunto de hostels situados em Lisboa pelo que é importante conhecer melhor este conceito e toda a sua envolvente. Hostel é o termo inglês para a palavra portuguesa albergue, neste trabalho adotámos o termo inglês, uma vez que a maioria dos albergues se autodenominam de hostel o que lhes confere um cariz internacional e que lhes facilita a sua divulgação, assim como a atingir o seu mercado alvo.

Hostel é um género de alojamento de baixo custo, destinado essencialmente a jovens viajantes, que integra um conceito muito simples: a partilha de todos os espaços, desde os quartos, designados especificamente por dormitórios, às casas de banho, à cozinha, onde se pode preparar a sua própria refeição, até à sala de convívio. Temos, assim, que a génese é a sociabilização e que a proximidade é um fator determinante e unificador. O presidente da Associação de Hostels de Portugal, Ricardo Castro, em termos gerais caracteriza os hostels como: *“um sítio confortável e relaxado onde se pode dormir, comer, cozinhar e conhecer novas pessoas, por um preço acessível mas com parâmetros de qualidade elevados”*. (Revista Turismo de Lisboa nº63, p. 5).

Leslie e Wilson (2005) no seu estudo *“The Backpacker and Scotland: A Market Analysis”* verificaram que os hostels são os meios de alojamento predilectos do segmento backpacker. Tal foi corroborado por pesquisas na internet onde os próprios hostels se dirigem especificamente aos backpackers no seu site: *“Our backpacker place is like a family house it is very homely place and we have everything you need. Groups or individuals are welcome. We offer double, single, triple and dormitory accommodation.”* In Hostelword.com.

Conforme observámos na revisão da bibliografia a prática do turismo backpacker como hoje o conhecemos é muito recente, não apresentando mais de duas décadas (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995). Consequentemente, a indústria turística em seu redor também o é. A primeira Pousada da Juventude, estabelecimento sem fins lucrativos destinado à hospedagem de jovens sozinhos ou em grupos limitados (CAE Rev 3 – Classificação Portuguesa das Atividades Económicas, Revisão 3), de Lisboa foi inaugurada em 1993 e mais tarde em 1998 abriu a Pousada da Juventude do Parque da Nações. Contudo o conceito de pousada remete-se para a época do Estado Novo em que António Ferro, diretor do Secretariado de Propaganda Nacional (SPN), organismo que em 1944 seria transformado no Secretariado Nacional de Informação e Cultura

Popular (o conhecido SNI) protagonizou a linha de investimento público que deu origem às Pousadas de Portugal. Assim, em 19 de Abril de 1942 é inaugurada a primeira pousada do SNI em Elvas (TORRES, 2003).

A oferta privada dirigida ao segmento jovem, em Lisboa, surge bem mais tarde em 2005 com o Lisbon Lounge Hostel. *“Quando começaram não havia nada, nem hostels, nem legislação.”* In Público (30/01/2009). *“De acordo o proprietário do LLH, “não existe moldura legal” onde os ‘hostels’ possam enquadrar-se, visto que as Pousadas da Juventude, que funcionam num regime semelhante ao dos ‘hostels’, têm uma “legislação específica e governamental” que está bloqueada a qualquer particular.”* In Lusa/Ao Oriental (04/12/2008). No entanto, esta exclusividade foi efémera e, ainda, no mesmo ano surgiu o Lisbon Poets Hostel, em 2006 abriu o Oasis Backpackers Mansion e conforme estes outros hostels foram emergindo freneticamente em Lisboa, sendo atualmente mais de quarenta. No ano de 2008, surgiu a resolução para o problema de falta de legislação dos hostels e foi fundada a Associação de Hostels de Portugal. Hostel é considerado pela legislação portuguesa como Alojamento Local (portaria n.º 517) e o seu licenciamento é feito pela Câmara Municipal (decreto lei n.º39/2008).

Hoje em dia, a Associação de Hostels de Portugal representa uma excelência reconhecida já mundialmente neste sector, de um conceito especial de hotelaria, com vários prémios na especialidade que alterou, inclusive, a forma como as pessoas viajam e se acomodam. Representa, neste momento, vinte e um Hostels em Lisboa, sete no Porto, e representa também outras unidades em Peniche, Aveiro, Aljezur, Figueira da Foz e (ou) Sintra. A Associação é responsável pela criação de uma marca de distinção da qualidade dos seus membros associados em Lisboa, e tentará o mesmo, em breve, no Porto. Neste momento, o seu objetivo principal é a defesa desta qualidade, através de várias ações de marketing concertadas, e melhoria dos serviços prestados pelos seus associados.

Segundo a revista de Turismo de Lisboa (nº 63 Março de 2009), a diversificada oferta turística da cidade de Lisboa tem conquistado distintos públicos, inclusive o segmento mais jovem, acompanhando o crescimento desta tipologia à escala global. Para satisfazer a necessidades de alojamento deste segmento a capital portuguesa oferece uma vasta e qualificada gama de hostels. Alguns dos quais galardoados com os *“Hoscars”*, pelo Hostelworld.com.

Ultimamente os hostels portugueses têm sido notícia pelo motivo de serem consecutivamente distinguidos e galardoados internacionalmente pela sua qualidade e excelência. Consoante podemos confirmar nos trechos jornalísticos seguintes.

*“Os hostels (albergues) de Lisboa voltaram a brilhar na edição de 2011 dos Hoscar Awards, atribuídos na sexta-feira pelo Hostelworld, o maior site de reservas do mundo para este tipo de alojamento. Os prémios para os três melhores do mundo foram, pelo terceiro ano consecutivo, parar a Lisboa.”* In Público (30/01/2011).

*“O Travellers House, na Rua Augusta, continua a deter o título de melhor do mundo, com uma classificação média de 98 por cento - desde 2009 que os clientes do Hostelworld o colocam em primeiro lugar. Nos "mais prestigiados prémios de hostels do mundo" - palavras do Hostelworld - os jurados são os hóspedes que fazem a reserva através do site e depois fazem um comentário e atribuem uma classificação, em percentagem, com base em vários critérios: reputação, segurança, localização, pessoal, divertimento e limpeza.”* In Público (30/01/2011).

*“Nos segundos e terceiros lugares ficaram outros dois hostels da capital geridos pelos mesmos donos, ambos com uma classificação de 96 por cento: o Lisbon Lounge Hostel, na Rua de S. Nicolau, ficou em segundo (o sétimo melhor na edição passada), e o Living Lounge Hostel, na Rua do Crucifixo, que manteve o terceiro lugar no ranking dos melhores do mundo. Em 2010 houve mais de um milhão de avaliações para um total de mais de 25.000 hostels espalhados por mais de 150 países.”* In Público (30/01/2011).

*“A aclamação, praticamente unânime, do destino de Lisboa entre os jovens turistas de todo o mundo, destaca não só a qualidade dos hostels, como também a variedade de experiências e vivências que a cidade proporciona.”* (Revista Turismo de Lisboa nº63, p. 4).

Ricardo Castro, Presidente da Associação de Hostels de Portugal, explica o fenómeno dos hostels da capital ocuparem os primeiros lugares no Top 10 da Hostelworld. *“Lisboa possui características especiais que a fazem ter, também, os melhores hostels do Mundo: tem sol, tem praia, tem esplanadas, tem cerveja barata. E, depois, as casas lisboetas conseguem reunir um charme especial, ainda que, muitas vezes, seja necessária uma ginástica incrível para termos as condições ideais para servirmos os nossos hóspedes. Muitas das vezes, um hostel é mais a casa deles do que mais um sítio para ficar. Claro, o*

fator humano também faz a diferença. Saber receber nestes casos, é como receber um amigo em casa.” (Revista Turismo de Lisboa nº63, p. 5).

Os hostels encontram-se na sua maioria localizados na zona da Baixa/Chiado e nas restantes zonas envolventes como o Bairro Alto, o Marquês de Pombal, o Rossio, Alfama e o Cais do Sodré.



**Mapa dos Hostels em Lisboa - Baixa/Chiado**

Fonte: Associação de Hostels de Portugal

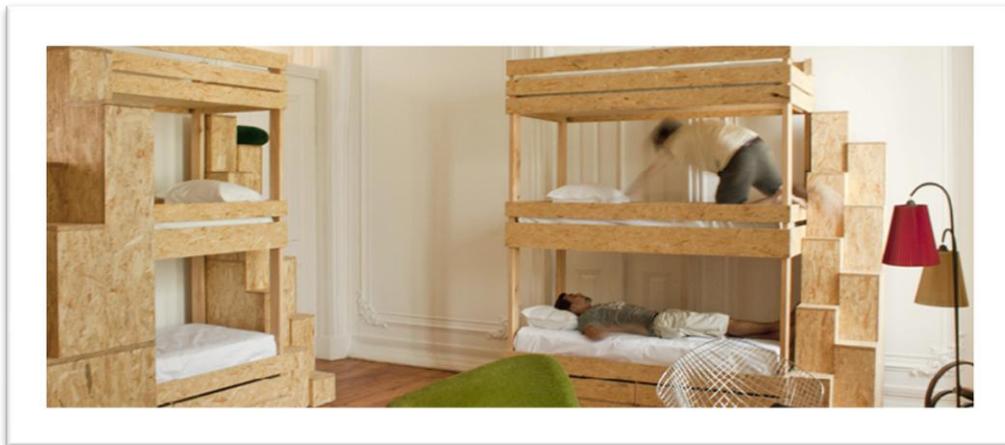
O estudo elaborado pela empresa de consultadoria *Kamilla-SA Sport and Tourism*, por encomenda da secretaria do turismo da Cidade do Cabo em África do Sul, apresenta como época alta do segmento mochileiro o verão, na medida em que é durante os meses de verão que os hostels locais registam maiores taxas de ocupação (SWART, 2010). Este estudo corrobora as informações recolhidas durante a nossa investigação, na qual nos foi possível apurar junto do gerente do Black and White Hostel, e, também, junto dos funcionários do Lisbon Poets Hostel e do The Independent Hostel and Suites que a época alta, isto é, a época em que os hostels em Lisboa registam maiores taxas de ocupação são os meses de verão: Junho, Julho, Agosto e, ainda, o mês de Setembro.



**Sala de convívio do Black and White Hostel**  
(Marquês de Pombal)  
Fonte: hostelworld.com



**Sala de refeições do Lisbon Poets Hostel**  
(Chiado)  
Fonte: [www.lisbonpoestshostel.com](http://www.lisbonpoestshostel.com)



**Dormitórios do The Independent Hostel and Suites**  
(Bairro Alto)  
Fonte: [www.theindependent.pt](http://www.theindependent.pt)

## **CAPÍTULO III: METODOLOGIA**

### **1 – METODOLOGIA**

O presente capítulo apresenta a metodologia que serve de base a este estudo. O quarto capítulo apresenta os resultados da pesquisa sendo deste modo o capítulo mais extenso de todo o corpo de trabalho. Finalmente, o quinto e último capítulo chamado de considerações finais que inclui o teste das hipóteses e conclusões finais deste trabalho de investigação.

Na elaboração do questionário tomámos como ponto de referência a nossa revisão da literatura acerca dos comportamentos e atitudes do turista backpacker.

Os indicadores sócio-demográficas (género; escalão etário; estado civil; habilitações; profissão; rendimentos mensais; nacionalidade; e país de residência) foram adotados do estudo de Leslie e Wilson (2005), os indicadores comportamentais (com quem viaja; duração total da viagem; tempo que fica em Portugal; visita outros países; países visitados; já esteve em Portugal; quantas vezes esteve em Portugal; continentes visitados; fontes de informação para a viagem; meios de transportes usados; alojamento; razões do alojamento; gastos; atividades que despende mais dinheiro; trabalha em Portugal; conflitos; quais conflitos; e recomenda o destino) foram adotados de diferentes estudos e de distintos autores (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995; LOKER-MURPHY e PEARCE, 1996; SORENSEN, 2003; URIELY, YONAY e SIMCHAI 2002; MURPHY, 2001). Os indicadores utilizados para medir os comportamentos e grau de sustentabilidade desta tipologia de turismo (E1-Backpackers são turistas responsáveis e conscientes que se preocupam com o ambiente e com a cultura local; E2-Aprender e compreender o modo de vida dos locais é importante para mim; E3- Eu tenho sido amigo do ambiente durante as minhas viagens; E4-O turismo enquanto indústria provoca efeitos negativos no mundo; E5- Quando viajo procuro áreas turísticas populares com muito entretenimento; E6-Quando viajo procuro áreas turísticas, mas pouco populares; E7- Quando viajo procuro áreas pouco conhecidas “áreas não turísticas”; E8-Sempre que possível consumo produtos locais; E9-Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver; E10- Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para fazer novos amigos; E11-Durante as minhas viagens procuro entrar em contacto com os locais para perguntar sobre direções e locais a visitar; E12-Durante as minhas viagens prefiro usar

nas minhas deslocações os transportes públicos locais; E13-Conhecer e trocar experiências com outros backpackers é muito importante para mim; E14-Quando viajo, evito o contacto com outros tipos de turistas; E15- Diversão noturna é o que mais procuro durante a minha viagem; E16- Conhecer o património e arquitetura local é para mim imprescindível quando viajo; E17- Durante a minha viagem prefiro visitar locais rurais em vez de meios urbanos; E18- Natureza e desporto são os atrativos que mais procuro durante a minha viagem; E19- Nas cidades procuro conhecer locais turísticos como monumentos e museus; E20- Defino a minha visita conforme os guias turísticos de cada região; E21- Gastronomia é um dos atrativos turísticos mais importantes durante a minha viagem e E22- Socializar e trocar experiências é a essência da minha viagem) têm por base, igualmente, os estudos de distintos autores (SWARBROOKE, 2000; OLIVEIRA, 2005; AOQUI, 2005; HAMPTON, 1998; GIARETTA, 2003; NORONHA, 1999).

No total, o questionário inclui quarenta e quatro questões: oito itens sobre características socio-demográficas, catorze itens acerca do comportamento de viagem e vinte e duas escalas de Likert relativas ao grau de sustentabilidade da tipologia (ver em apêndice o formulário do questionário).

## **2 – AMOSTRAGEM E PROCEDIMENTO DE RECOLHA DE DADOS**

Os dados deste estudo foram recolhidos em Outubro de 2011, numa amostra probabilística por cachos, que nos garantisse uma maior aleatoriedade (BELL, 2004). Segundo Reis e Moreira (1993) o método de amostragem por cachos apresenta como vantagens: o facto de, geralmente, ter um custo inferior ao dos outros métodos de amostragem e de ser um método de fácil aplicação no terreno. Hill & Hill (2002) complementam declarando que este método tem a vantagem de ser muito útil quando for difícil, ou impossível, conhecer todos os casos do Universo, todavia todos estes casos existem, naturalmente, por cachos. De todas as vantagens apresentadas, anteriormente, o custo económico foi o principal fator que nos levou optar por esta metodologia. A desvantagem é que os cachos devem ser relativamente semelhantes de modo a que a amostra aleatória de cachos possa ser uma amostra representativa dos casos do universo.

Numa primeira fase escolhemos três cidades do país que apresentavam a maior concentração de hostels, foram elas: Lisboa, Porto e Lagos. No entanto, sobretudo

devido a constrangimentos financeiros, mas também de tempo, uma vez que a época alta desta tipologia de turismo se centra nos meses de Verão, foi necessário centrarmo-nos apenas na cidade de Lisboa que apresentava uma maior oferta de alojamento para a tipologia em estudo.

Na cidade de Lisboa, listámos quarenta e cinco Hostels através de motores de busca especializados como “HostelBookers Portugal” e “Hostelworld.com”. Visitámo-los todos na primeira viagem a Lisboa que decorreu nos dias seis e sete de Outubro, respetivas quinta e sexta-feira. Nessas primeiras visitas explicámos o propósito do estudo e perguntámos se seria possível aplicarmos os questionários nas suas salas de convívio. Obtivemos trinta e uma respostas positivas e catorze negativas que segundo as suas políticas internas não o permitiam para não incomodar os seus hóspedes.

No total fomos a Lisboa oito vezes no mês de Outubro, dois dias por cada semana para aplicarmos os questionários, tendo de repetir a visita mais que uma vez aos trinta e um hostels que se mostraram cooperantes com o nosso estudo. Na primeira visita, nos dias seis e sete de Outubro, conseguimos aplicar cinquenta e dois questionários. Na segunda visita decidimos alojarmo-nos num dos hostels que visitámos, Black and White Hostel, com o intuito de partilhar a mesma atmosfera que o público a ser estudado e também prolongar o número de horas em Lisboa e assim conseguir obter mais questionários preenchidos, já que as horas onde conseguíamos inquirir mais indivíduos eram as dez da manhã, hora do pequeno-almoço, e as sete da tarde quando voltavam das suas visitas à cidade. Nessa visita conseguimos preencher noventa e oito questionários. A terceira visita foi realizada nos dias vinte e um e vinte e dois, respetivas sexta-feira e sábado, por aconselhamento do gerente do hostel, onde ficámos alojados novamente, que nos indicou que no fim-de-semana costuma ter um maior número de reservas. Conseguimos sessenta e seis questionários preenchidos. A última visita a Lisboa foi realizada nos dias vinte e oito e vinte e nove de Outubro, na qual apenas obtivemos trinta e quatro questionários pois os hostels já tinham poucas reservas e, conseqüentemente, poucos backpackers para inquirir. Por fim, adquirimos um total de duzentos e cinquenta questionários preenchidos.

Os questionários estavam disponíveis em três línguas, o Português, o Inglês e o Espanhol e foram preenchidos de forma autónoma pelo inquirido para que a presença do entrevistador não o constrangesse em qualquer resposta, no entanto o entrevistador manteve-se sempre por perto para auxiliar em qualquer dúvida que surgisse.

Abordávamos cada inquirido individualmente, solicitando-lhe que respondesse ao questionário, quer este se mostrasse reticente ou não, explicávamos qual o intuito do estudo através da informação disponível na própria introdução do questionário, além disso, para suscitar a atitude de resposta informávamos que o questionário era de fácil resposta e que, no máximo, demoraria quinze minutos a ser preenchido. Somente em caso de dúvida, o que raramente aconteceu, ocorreu algum tipo de interação entre o respondente e o investigador. No total de duzentos e cinquenta questionários preenchidos apenas seis dos turistas abordados se recusaram a responder, justificando-se pela falta de tempo. Embora o questionário demorasse no máximo quinze minutos a responder, vários inquiridos queixaram-se da sua extensão, podemos concluir que para um grupo essencialmente jovem e de férias quinze minutos é demasiado tempo para responder com um questionário. Este acontecimento poderá, ainda, explicar o maior número de não respostas nas questões abertas.

### **3 – PROCEDIMENTOS DE ANÁLISES DE DADOS**

Após a recolha de dados procedemos à sua análise, processo que nos permite organizar e resumir os dados obtidos, de modo a que possamos conhecer as respostas ao problema investigado.

As perguntas fechadas (quantitativas) foram tratadas estatisticamente através do programa estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences, versão 17.0) a partir do qual foram realizadas diferentes análises. A análise univariada *“técnica estatística indutiva que trata de diferenças entre amostras e que utilizam uma variável dependente e uma variável independente”* (Hill & Hill, 2002, p.205) e a análise bivariada *“técnica que trata da relação entre duas variáveis”* (Hill & Hill, 2002, p. 206). Face aos objetivos do estudo foram empregues os seguintes métodos estatísticos de análise de dados: a análise descritiva e o teste do Qui-Quadrado.

A análise descritiva *“visa resumir e apresentar os dados observados, através de tabelas, gráficos ou índices numéricos que facilitem a sua interpretação”* (MAROCO e BISPO, 2003,p.21). Assim, calculámos as estatísticas descritivas de todos os itens quantitativos presentes no questionário, ou seja, foram calculadas as modas, as médias e as frequências dos itens relativos às características sócio-demográficas dos inquiridos, aos padrões de comportamento e a todos os conjuntos de escalas.

O teste do Qui-Quadrado ( $\chi^2$ ) é um teste estatístico não paramétrico utilizado para testar se duas ou mais populações (ou grupos) independentes diferem relativamente a uma determinada característica (MAROCO, 2007). Neste sentido, e com base nos objetivos traçados e nas hipóteses formuladas no modelo teórico, o presente teste irá verificar se distintas variáveis estão relacionadas e, deste modo, descrever ou explicar tais relações. Por outras palavras, e de acordo com Sarmiento (2003, p.188) o teste do Qui-Quadrado ( $\chi^2$ ) permite testar se, do cruzamento das frequências amostrais de duas variáveis, se pode, ou não, rejeitar a hipótese de independência (a hipótese nula,  $H_0$ ) entre essas variáveis na população. A seguinte fórmula permite-nos proceder à comparação das frequências observadas e frequências esperadas:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Sendo:

$O_i$  = frequência observada para a categoria (i) de cada variável

$E_i$  = frequência esperada quando se verifica a hipótese nula ( $H_0$ : as variáveis são independentes) para a categoria (i).

O nível de significância ( $\alpha$ ), isto é, a probabilidade de ser cometido um erro (normalmente designado do Tipo I), rejeitando-se a hipótese nula ( $H_0$ ) quando a mesma é verdadeira, é sempre definido pelo investigador, consoante a margem de erro que o mesmo está disposto a correr. No presente estudo, o nível de significância utilizado foi de 0,05.

Assim sendo, as conclusões retiradas pela aplicação do teste estão sujeitas ao valor de  $\alpha$ , assim como, ao valor calculado de  $\chi^2$  (habitualmente designada por estatística do teste de *Pearson*). Por outro lado, é igualmente possível recorrer ao *p-value*. Este poderá ser definido como sendo a probabilidade de se observar um resultado tão ou mais extremo que o da amostra, supondo que a hipótese nula seja verdadeira. Por outras palavras, é a probabilidade de se cometer o erro do Tipo I com os dados de uma amostra específica.

Note-se que o *p-value* é calculado com base na amostra enquanto que o  $\alpha$  é o maior valor do *p-value* que leva à rejeição da hipótese nula ( $H_0$ ). Neste sentido, se:

$p\text{-value} < \alpha \rightarrow$  rejeita-se  $H_0$  e o resultado é estatisticamente significativo;

$p\text{-value} > \alpha \rightarrow$  não se rejeita  $H_0$  e o resultado é estatisticamente não significativo.

O procedimento empregue nas questões abertas (qualitativas) foi a análise de conteúdo, que segundo Bardin (1977, p.38) “*consiste num conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens*”.

Das distintas formas de interpretação da comunicação, nesta investigação optámos por utilizar a técnica de análise categorial. Esta baseia-se na fragmentação do texto em unidades/categorias, que por sua vez se reúnem em um conjunto de elementos com características comuns (BARDIN, 1977). Neste estudo o critério de categorização adotado foi o semântico, de categorias temáticas (BARDIN, 1977) por exemplo, todos os temas relativos ao conhecimento de novas e distintas culturas ficaram agrupados em “contacto com novas culturas”.

Primeiro, com base na revisão da literatura, elaborámos uma tabela na qual constam as hipóteses, uma síntese dos conceitos estudados e os indicadores que auxiliaram na definição das categorias.

**Tabela 1 Modelo de análise**

<b>Hipóteses</b>	<b>Conceitos</b>	<b>Indicadores</b>
<b>(H1): Os viajantes que visitam Portugal serão tendencialmente backpackers contemporâneos (mais próximos do comportamento do turista de massas) do que do comportamento dos backpackers tradicionais.</b>	O conceito de turismo backpacker é muito heterogéneo e tem evoluído com o passar dos anos, existindo atualmente distintos tipos de mochileiros. O backpacker tradicional foge do modelo de consumo ocidental, da institucionalização e da massificação, (SORENSEN, 2003; O'REILLY, 2006; OLIVEIRA, 2005) por outro lado, o backpacker contemporâneo embora não utilize pacotes turísticos e viaje individualmente está mais próximo do turismo institucionalizado. Viaja por menos tempo que os tradicionais, geralmente num período de férias, concentrando-se em espaços mais popularizados. (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995; SORENSEN, 2003, O'Reilly 2006).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Duração da viagem</li> <li>- Nº de países por onde passa</li> <li>- Nº de continentes que visitou</li> <li>- Sozinho / amigos/ família</li> <li>- Tipo de alojamento</li> <li>- Poder económico</li> <li>- Organização da viagem</li> <li>- Lazer/diversão</li> </ul>
<b>(H2): Os backpackers são</b>	Jovens, entre os 20 e 27 anos de idade, cuja principal motivação da	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Idade</li> <li>- Género</li> </ul>

<p><b>tendencialmente jovens, viajam de forma independente e enfatizam a sociabilidade.</b></p>	<p>viajem é socializar e conhecer outros viajantes e locais. As interações sociais com outros viajantes são muito apreciadas e fazem parte integral da experiência da viagem, a informação conseguida através destas interações sociais, a informação transmitida boca-à-boca é fundamental para que os mochileiros tomem as suas próprias decisões quanto ao caminho a seguir na sua jornada (SORENSEN, 2003; MURPHY, 2001; RILEY, 1988).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estado civil</li> <li>- Viaja sozinho/amigos/família</li> <li>- Partilha</li> <li>- Criar laços/amizades</li> <li>- Socializar/trocar experiências</li> <li>- Organização da viagem</li> </ul>
<p><b>(H3): Os backpackers são tendencialmente viajantes de média-longa duração, procuram o crescimento pessoal e desejam a sensação de aventura, risco e de liberdade.</b></p>	<p>Ingressam em longas jornadas movidos pelo desejo de liberdade, procuram conhecer além do que é comum e popular e aprender o máximo da cultura de cada lugar visitado. Os autores d'Anjou (2004) e Elsrud (2001) reforçam esta ideia afirmando que visitar novos locais e experienciar novas atividades fazem parte da cultura dos mochileiros, que são aventureiros, que procuram por novas sensações, pelo autêntico e pelo risco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Duração da viagem</li> <li>- Desporto/natureza</li> <li>- Integração na viagem</li> <li>- Autoconstrução</li> <li>- Expandir horizontes</li> <li>- Perigos/Contratempos inerentes ao desconhecido</li> </ul>
<p><b>(H4): Os backpackers são tendencialmente originários da Europa, viajantes ética e socialmente responsáveis,, com mente aberta e com um elevado grau de escolaridade.</b></p>	<p>Jovens na sua maioria com habilitações ao nível do ensino superior com uma mente aberta que os coloca num patamar de igualdade e um espírito de grande partilha e tolerância, pois quando alojados em hostels partilham espaços físicos comuns (LESLIE, E WILSON J. 2005; MURPHY 2001).        Originários na sua grande maioria do Norte da Europa (O'REILLY, 2006).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacionalidade</li> <li>- Partilha</li> <li>- Habilitações</li> <li>- Profissão</li> <li>- Igualdade</li> <li>- autoidentidade/autorrepresentação</li> <li>- Respeito pelo próximo</li> </ul>
<p><b>(H5): Os backpackers são viajantes cujas características específicas contribuem para o crescimento e desenvolvimento sustentável do</b></p>	<p>Viajam de forma independente, valorizam os produtos locais e autenticidade o que contribui para a preservação da cultura tradicional. Giarreta (2003) afirma que o mochileiro é um turista ideal, socialmente correto, que realmente procura conhecer o lugar e a cultura.        O contacto mais próximo com a</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Consumos locais (culturais, transportes, alimentação, diversão)</li> <li>- Consciência ambiental/económica/cultural</li> <li>- Conhecer e compreender novas</li> </ul>

<b>destino.</b>	realidade local desencadeia o chamado efeito multiplicador (CATER, 1996).	culturas -Autenticidade/ originalidade
-----------------	---	--

Em seguida, as repostas dos inquiridos às questões abertas foram na sua totalidade transcritas, analisadas e codificadas. Ou seja, dados foram trabalhados de forma a se tornarem significativos e evidenciarem as informações alcançadas. Nesta avaliação auxiliámo-nos de uma tabela relativa a cada questão colocada, tabela essa composta pelos indicadores, tipos de respostas (categoria), o índice de aparecimento da categoria e as expressões dos inquiridos. Finalmente, interpretamos os dados adquiridos e presentes nas tabelas confrontando-os e comparando-os com outros conhecimentos anteriormente conseguidos de modo a testar as hipóteses previamente definidas.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS DA PESQUISA

### 1 – INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

Após a recolha de dados seguimos para a sua interpretação, procurando dar sentido às respostas determinadas na análise de dados e estabelecendo a ligação entre estes dados com conhecimentos anteriores.

#### 1.1 - PERFIL DO BACKPACKER

**Tabela 2 Perfil dos Inquiridos**

Dados sociodemográficos	Categoria	Resposta (%)
<b>Género</b>	Masculino	58%
	Feminino	42%
<b>Escalão etário</b>	<=17	1,3%
	18-25	56,5%
	26-30	26,1%
	31-40	11,3%
	41-50	1,7%
	>=50	3%
<b>Estado civil</b>	Solteiro	94,8%
	Casado	3,6%
	Divorciado	1,6%
<b>Habilitações</b>	Básico	0,8%
	Secundário	13,5%
	Superior	85,7%
<b>Profissão</b>	Estudante	40,1%
	Professor	6,2%
	Engenheiro	4,4%
	Arquiteto	3,5%
	Empresário	2,6%
	Marketeer	2,2%
	Informático	2,2%
	Desempregado	2,2%
	Outros	37%
<b>Rendimentos mensais</b>	<=1000 €	54,1%
	1000-2000€	24,9%
	2000-3000€	14,2%
	>=4000€	6,9%

A tabela 2 “Perfil dos inquiridos” apresenta-nos o resumo dos dados sociodemográficos dos inquiridos.

Ao analisarmos a tabela 2 verificámos que não se regista uma diferença significativa entre os géneros dos respondentes, 58% são do sexo masculino e 42% do sexo feminino.

A maioria, 84%, dos inquiridos tem menos de 30 anos de idade o que corrobora as afirmações de que o turismo mochileiro é praticado por um nicho de mercado jovem, geralmente, entre os 20 e 27 anos de idade (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995).

Quanto ao estado civil, a maioria esmagadora dos respondentes, 95%, é solteiro, suportando, assim, a natureza básica do backpacking que segundo Gabrum (1983,p.12) é *“o adiamento das responsabilidades da vida adulta”*, como por exemplo o casamento.

Ao nível das habilitações, 86% dos inquiridos possuem o ensino superior, o que se reflete diretamente na categoria “profissão”, em que 40% dos inquiridos são estudantes e os restantes apresentam profissões de nível académico (professor, engenheiro, arquiteto, informático). A variável “outros” ostenta uma percentagem de 37%, pois identifica o aglomerado das restantes profissões citadas, mas que isoladas não alcançam 2% de respondentes. Os dados obtidos espelham os resultados alcançados por Speed e Harrison's (1999) no seu estudo acerca do mercado mochileiro onde afirmam que 69% dos entrevistados detinham educação superior ou ainda pós-graduações.

Quanto aos rendimentos mensais, 54% dos respondentes auferem menos de 1000 euros, 25% auferem entre 1000 a 2000 euros, 14% auferem entre 2000 a 3000 euros e apenas 7% auferem mais de 4000 euros mensalmente. Estes dados confirmam a teoria de Graburn (1983) que defende que na sua maioria os backpackers pertencem à classe média. Afirma que as classes médias sentem-se mais autoconfiantes para viajar de forma independente comparados com as classes mais abastadas que não se sentem confortáveis para viajar de um modo mais flexível e desestruturado.

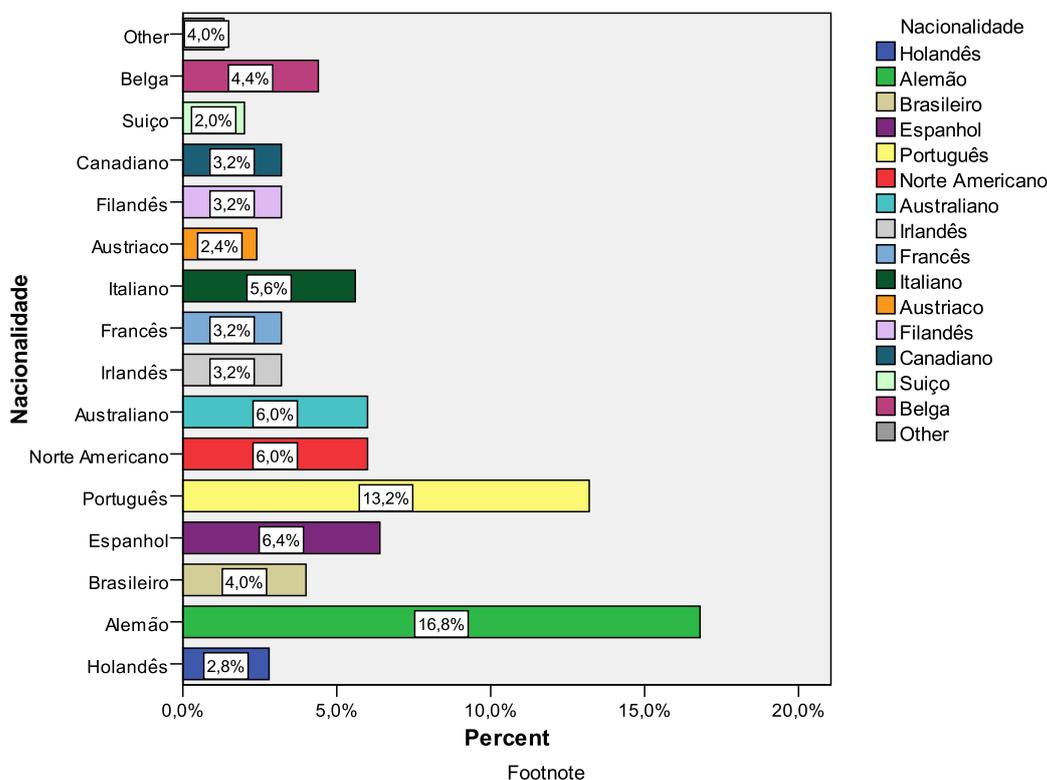
Segundo os dados estatísticos recolhidos na entidade PORDATA o rendimento médio disponível das famílias em Portugal em 2010 era de 32.358,0 € o que correspondia a um rendimento mensal de 2696, 5 €. Outros dados estatísticos recolhidos, também na entidade PORDATA revelam que a dimensão média dos agregados domésticos privados em Portugal no ano de 2011 correspondia a 2,7 indivíduos. Ao dividirmos o rendimento mensal disponível pelas famílias portuguesas em 2, encontramos o valor de 1348€. Ao comprarmos este valor (1348€) com os valores dos rendimentos mais apresentados pelos visitantes, menos de 1000€ e entre 1000 a 2000€. Podemos concluir que são

valores de rendimento muito aproximados o que nos indica que a classe média que visita Portugal, em termos económicos, é muito semelhante à classe média dos residentes.

Concluimos que o perfil encontrado neste estudo é semelhante ao perfil identificado na literatura pois são viajantes jovens, de ambos os sexos, que viajam sozinhos ou com amigos, solteiros e na sua maioria estudantes. Contudo, a presença de inquiridos com mais de 30 anos e já empregados testemunha a heterogeneidade crescente deste segmento (LOKER-MURPHY, 1996).

## 1.2- NACIONALIDADE

Gráfico 1 Nacionalidade



Ao observarmos o gráfico 1 “nacionalidade”, constatámos que a maioria dos mochileiros são estrangeiros, embora os Portugueses apareçam bem destacados, 13,2% o que se explica com o auxílio da seguinte questão “Trabalhou ou pretende trabalhar durante a sua estada em Portugal?” À qual apenas 13,8% dos inquiridos responderam afirmativamente e que na sua maioria eram residentes, isto é, portugueses que se encontravam alojados nos albergues por questões de trabalho e não lazer, autodenominando-se como “residentes”.

Deste modo, a maioria dos visitantes inquiridos são Alemães 16,8%, depois destaca-se a nacionalidade espanhola 6,4%, com a mesma percentagem seguem-se os Australianos e os Norte Americanos 6%, em seguida os Italianos 5,6%, os Belgas 4,4% e, ainda, de salientar os Brasileiros 4%. No estudo sobre os backpackers na Escócia realizado por Leslie e Wilson (2005), também, a maioria dos mochileiros são oriundos da Europa (França, Espanha, Alemanha, Holanda, Bélgica, Suíça, Noruega e Irlanda), similarmente ao nosso estudo a nacionalidade australiana, aqui juntamente, com os Neozelandeses aparece logo em seguida, outra nacionalidade também destacada foi a Norte Americana conjuntamente com a Canadiana.

Os dados recolhidos vão de encontro à teoria de O'REILLY (2006) que defende que demograficamente os praticantes desta tipologia são na sua maioria originários da Europa, mas também, são originários da Austrália, a Nova Zelândia, África do Sul e Israel onde o fenómeno do backpacking de tem desenvolvido em grande escala.

Segundo a variável "país de residência" 22,4% dos inquiridos vivem em Portugal, todavia apenas 13,2% dos respondentes são de nacionalidade Portuguesa, o que nos indica 9,2% dos inquiridos são estrangeiros que estão a viver em Portugal. Estes dados, conjugados com os dados obtidos através da variável "trabalha em Portugal" permitem-nos perceber que 9,2% dos inquiridos são estrangeiros que decidiram viver e trabalhar em Portugal "*agora vivo aqui*"; "*vou estar a viver um tempo em Portugal*"; "*decidi viver aqui durante um ano, portanto preciso de dinheiro*"; ou são, ainda, estudantes de Erasmus "*trabalho para me manter em Portugal, porque a bolsa de Erasmus não é suficiente para tal*" e que escolheram os hostels, onde aplicamos os inquéritos, para viver (ver gráfico 11 "país de residência" e tabela 17 "trabalhar em Portugal" em apêndice).

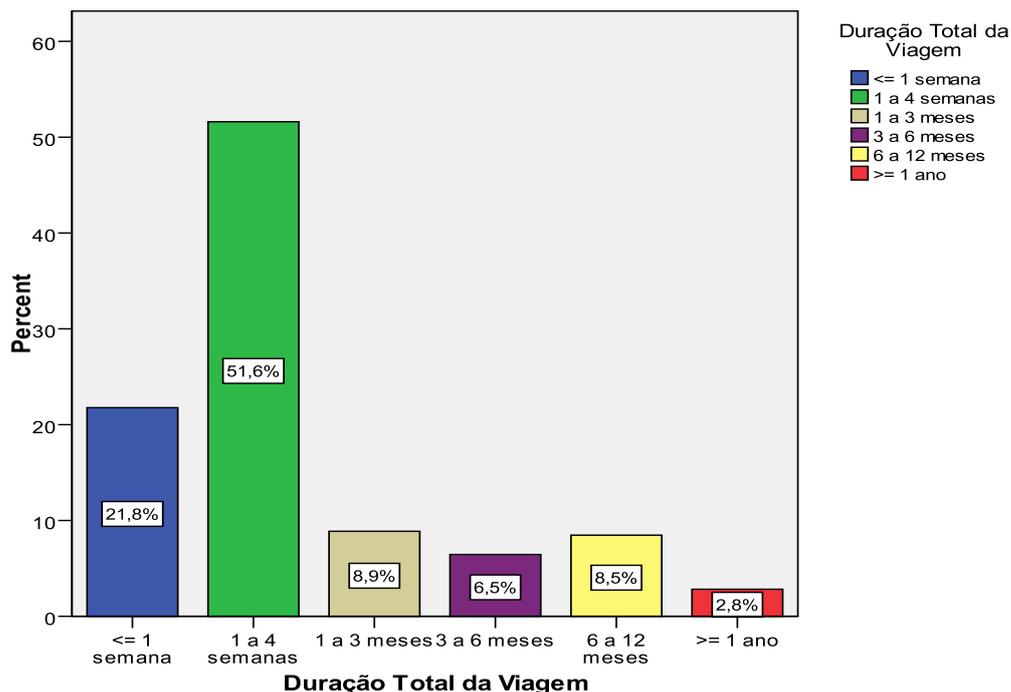
### **1.3 – COM QUEM VIAJA**

Os mochileiros caracterizam-se, geralmente, por na sua maioria viajarem sozinhos ou em pequenos grupos (SORENSEN, 2003; WILSON e RICHARDS, 2003; TEO E LEONG, 2006; WELK, 2004). Costumam viajar sozinhos ou com apenas um acompanhante, todavia não põem de parte a possibilidade de conhecer outros backpackers durante a viagem e seguirem a mesma com novas companhias. (SORENSEN, 2003; O'REILLY, 2006; OLIVEIRA, 2005). Os dados recolhidos através da variável "com quem viaja" corroboram a teoria de que o backpacker viaja sozinho ou em pequenos grupos, uma vez

que, 50,8% dos respondentes viajam com amigos e 30% viajam sozinhos (ver gráfico 15 “com quem viaja” em apêndice).

## 1.4 - DURAÇÃO DA TOTAL VIAGEM

Gráfico 2 Duração total da viagem



Os backpackers caracterizam-se por realizarem viagens de longa duração, viagens de meses, e de múltiplos destinos. (SORENSEN, 2003; O'REILLY, 2006; OLIVEIRA, 2005). Ao observarmos os dados apresentados no gráfico 2 “Duração total da viagem” concluímos que a maioria dos inquiridos 51,6% viaja por um período de 1 a 4 semanas e que 21,8% viaja menos de 1 semana, ou seja, mais de metade dos inquiridos 73,4% não viajam mais de 1 mês. Deste modo, os dados recolhidos não consolidam a ideia de que este segmento realiza viagens de vários meses.

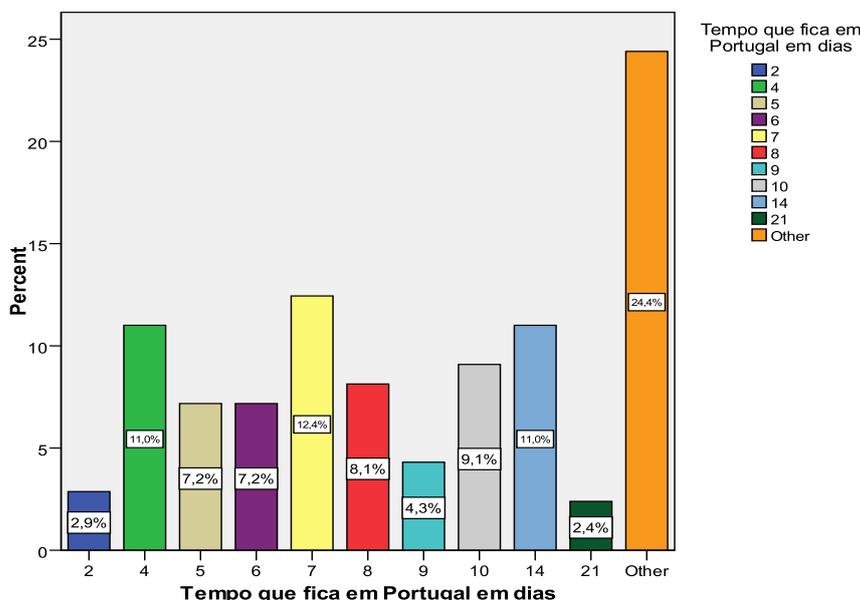
Contudo Cohen (2004) declara que existe uma grande lacuna entre a ideologia original do turismo backpacker e prática atual, que se assemelha mais ao turista comum, ao turista de massas. Alteljevic e Doorne (2002) partilham a visão de Cohen dizendo que o turismo backpacker está cada vez mais institucionalizado.

Surgem, deste modo, duas novas e distintas denominações para o termo backpacker, o backpacker tradicional e backpacker contemporâneo. O backpacker tradicional foge do modelo de consumo ocidental, da institucionalização e da massificação, enquanto, o backpacker contemporâneo cada vez mais se aproxima desse modelo e toda a sua envolvente (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995; SORENSEN, 2003).

O'Reilly (2006) concorda com a distinção anterior e afirma que há uma linha divisória que estabelece a fronteira entre o «backpacker real», aqui denominado por «tradicional», que é aquele que viaja por mais de dois meses e meio e o turista que viaja de mochila por menos tempo normalmente em período de férias escolares ou de trabalho, chamado de «short-term backpacker» ou «backpacker light» que mais se identifica com o «backpacker contemporâneo».

Consoante os dados recolhidos e a teoria de O'Reilly (2006) podemos concluir que quanto à duração total de viagem a maioria dos respondentes 73,4% são classificados como «short-term backpacker», ou seja, «backpacker contemporâneo» e que os restantes 26,6% dos respondentes são classificados como «backpacker real», isto é, «backpacker tradicional».

**Gráfico 3 Tempo que fica em Portugal**



O gráfico acima 3 “Tempo que fica em Portugal” mostra-nos que existe uma grande diversidade de respostas obtidas. A maior fatia 12,4% dos inquiridos ficaram em Portugal durante 7 dias, em seguida surgem duas percentagens idênticas para dias distintos, ou

seja, 11% dos respondentes ficaram 14 dias e outros 11% ficaram 4 dias. Ainda, 9,1% dos inquiridos declararam ter ficado 10 dias em Portugal. A variável “outros” ostenta uma percentagem de 24,4% pois identifica o aglomerado dos restantes dias citados, mas que sozinhos não alcançam 2% de respondentes, contudo é um dado importante pois ajuda a compreender a média dos dias que fica em Portugal que é 25,26 dias (ver tabela de frequências “tempo que fica em Portugal em dias” em apêndice).

Ao analisarmos em conjunto os gráficos 2 “Duração total da viagem” e 3 “Tempo que fica em Portugal” podemos concluir que ficar 7 ou 14 dias em Portugal, dias mais citados, é um número elevado de dias, tendo em conta que a maioria dos respondentes 73,38% viaja por um período total de 1 mês.

As variáveis “Visita outros países” e “Países visitados” podem explicar este fenómeno assim como a elevada média de 25,26 dias de estada em Portugal. Pois consoante os dados adquiridos pela variável “Visita outros países” 53,3% dos inquiridos não visitaram outros países além de Portugal e dos restantes respondentes 46,7% que visitaram outros países a maioria 34,7% afirmam visitar apenas Espanha, ou seja, no período total da sua viagem visitam apenas dois países: Portugal e Espanha.

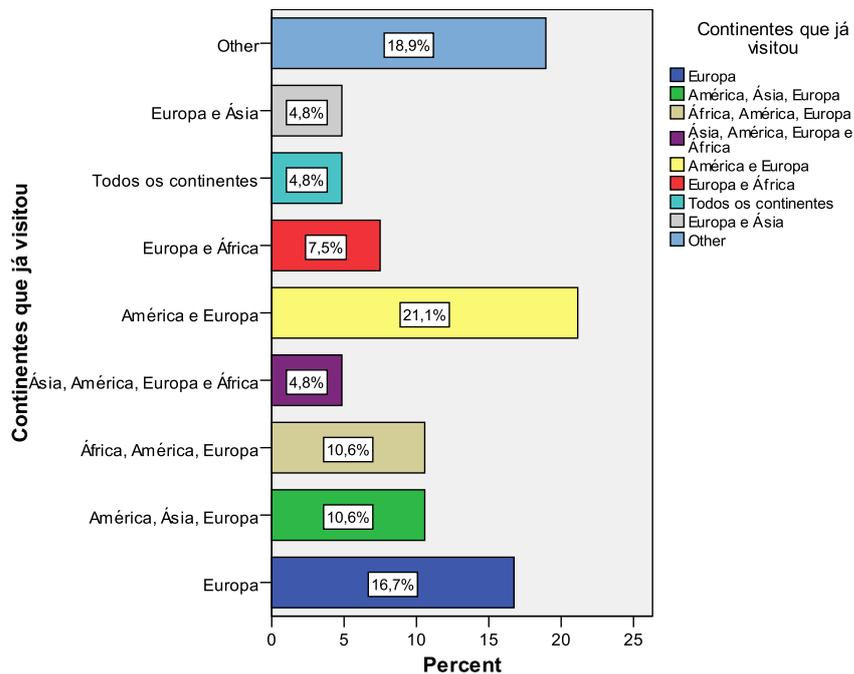
Ao analisarmos a variável “Países visitados” concluímos que os dados recolhidos nesta investigação não corroboram a teoria de que os backpackers se caracterizam por realizarem viagens de longa duração e de múltiplos destinos. (SORENSEN, 2003; O'REILLY, 2006; OLIVEIRA, 2005). Uma vez que, a maioria dos respondentes 34,7% declarou apenas visitar Espanha além de Portugal no conjunto da sua viagem total. O que pode estar relacionado com o facto de serem 2 países periféricos. Em seguida 7,9% afirmam visitar, além de Portugal, França e Espanha, 4% visitam Marrocos e novamente Espanha. Outros países, também, visitados são Reino Unido 3%; França 3%; Marrocos 3%. Identificámos, ainda, um itinerário comum a 3% dos respondentes: Espanha, França, Holanda e Itália. A variável, “outros” apresenta uma percentagem elevada de 41,6% pois congrega em si o aglomerado dos restantes itinerários citados, mas que sozinhos não alcançam 3%. (Ver tabela de frequências dos “países visitados” em apêndice).

Quando questionados se já tinham estado anteriormente em Portugal a maioria dos inquiridos 69,3% respondeu negativamente à questão, restando 30,7% respostas afirmativas (ver gráfico 18 “Já estive em Portugal” em apêndice). Dos 30,7% questionados que responderam afirmativamente 52,4% já estiveram em Portugal pelo menos 1 vez, 22,2% já estiveram em Portugal pelo menos 2 vezes e 9,5% já estiveram

em Portugal pelo menos 5 vezes (ver gráfico 19 “Quantas vezes esteve em Portugal” em apêndice). O que nos leva a concluir que o destino Portugal tem satisfeito expectativas desta tipologia de visitantes pois estes têm voltado, inclusive mais que 1 vez.

## 1.5 - CONTINENTES VISITADOS

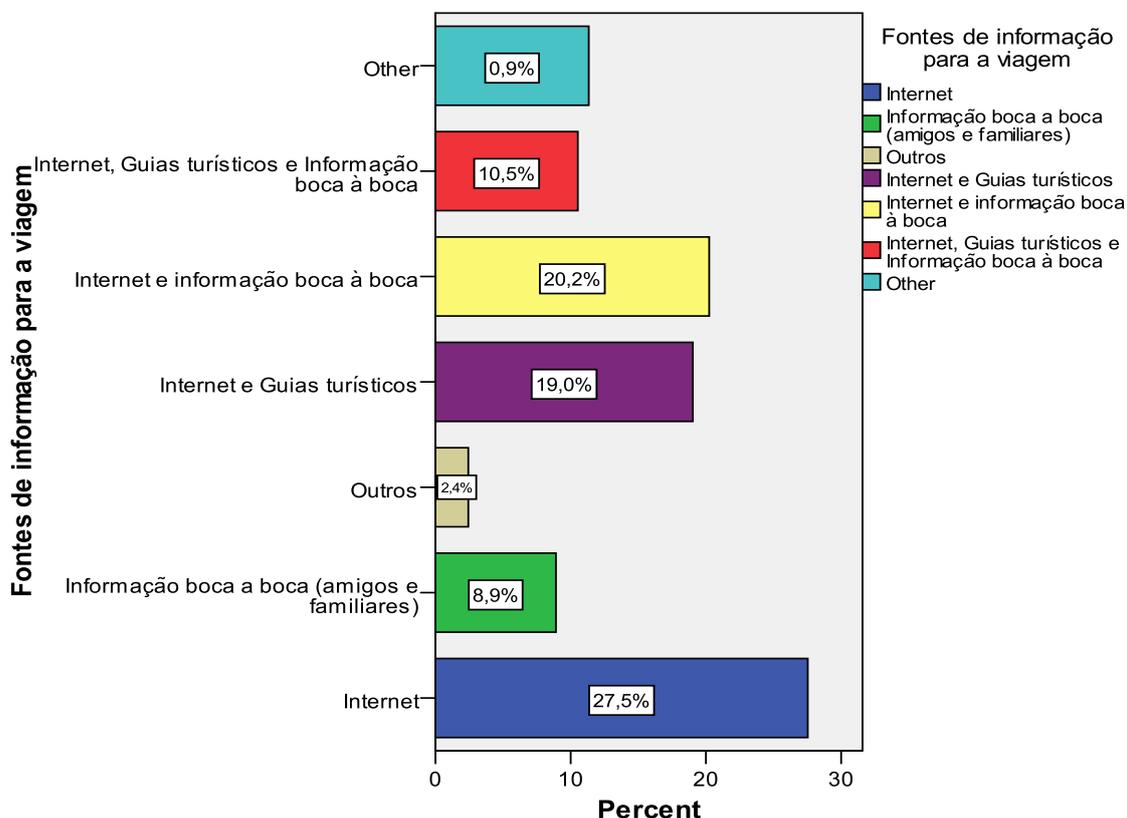
Gráfico 4 Continentes visitados



Ao observarmos o gráfico 4 “continentes que já visitou” podemos concluir que o continente mais visitado pelos inquiridos é o continente Europeu, sendo citado isoladamente por 16,7% pelos inquiridos e por várias vezes conjuntamente com outros países. O que se pode explicar pelo facto da maioria dos inquiridos ser europeu. O continente em seguida mais visitado é a América.

## 1.6 - FONTES DE INFORMAÇÃO

Gráfico 5 Fontes de Informação



Segundo Loker-Murphy e Pearce (1995) os backpackers caracterizam-se por organizarem a sua viagem de forma flexível independente. Os dados recolhidos nesta investigação consolidam a afirmação anterior pois a maioria dos respondentes 27,5% afirma planear a sua viagem com recurso à informação disponível na internet, além disso não consta qualquer referência à utilização de agências de viagem, assim como outras entidades institucionalizadas para a organização da sua viagem. Em seguida 20,2% dos inquiridos afirmam conjugar a informação adquirida na internet com a informação obtida boca-à-boca. As informações conseguidas através das interações sociais, ou seja, a informação transmitida boca-à-boca são fundamentais para que os mochileiros tomem as suas próprias decisões quanto ao caminho a seguir na sua jornada (SORENSEN, 2003; MURPHY, 2001; RILEY, 1988). A utilização da internet conjugada com guias turísticos foi, ainda, enunciada por 19% dos inquiridos.

No estudo (“Os viajantes jovens de hoje os nómadas de amanhã”) realizado por Wilson e Richards (2003) também a internet é apontada pelos respondentes 71% como o principal meio para obter informação para a viagem e em seguida são apontadas as informações colhidas junto de amigos e familiares (70%). Por outro lado, Jarvis (2004) no seu estudo acerca do mercado mochileiro na Austrália verificou que a informação transmitida boca-à-boca foi a mais utilizada, seguida dos guias de viagem específicos como o Lonely Planet.

## **1.7 – MEIOS DE TRANSPORTES UTILIZADOS**

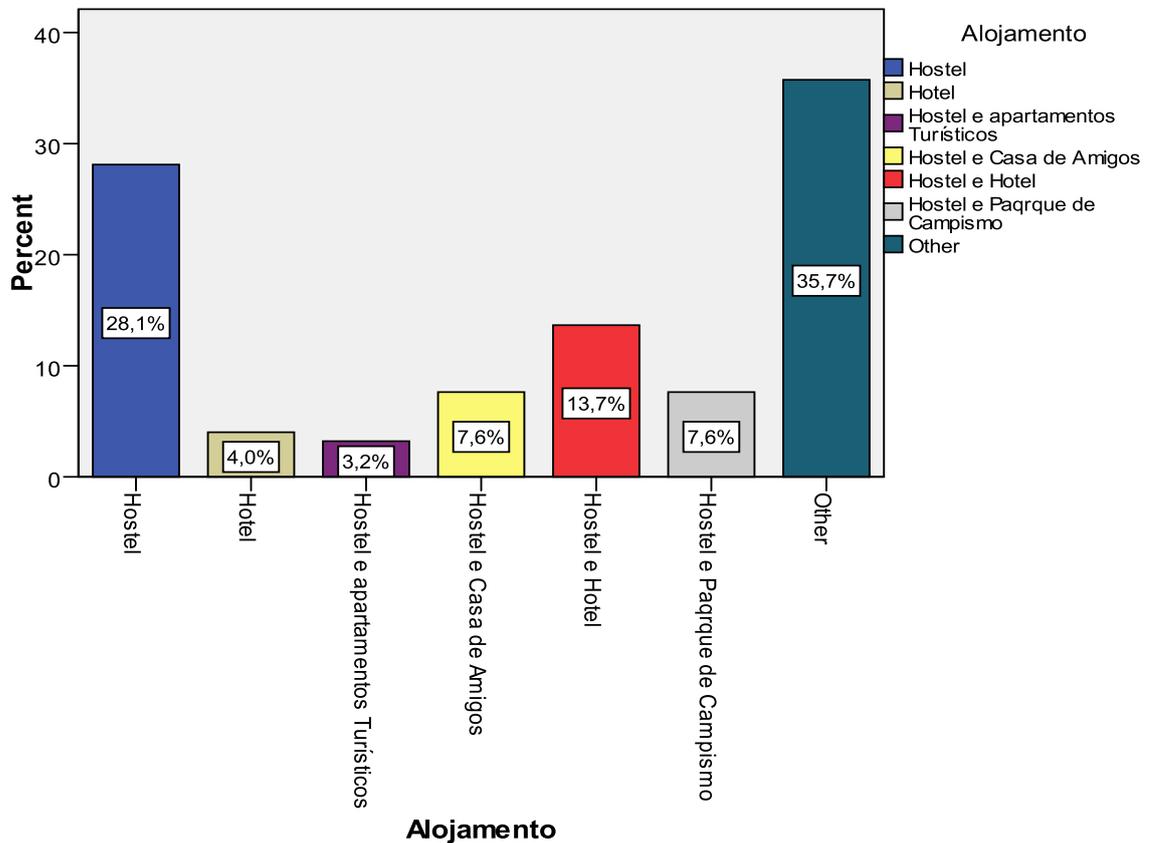
Os mochileiros preferem deslocar-se para os destinos eleitos através do transporte aéreo, enquanto dentro do destino dão primazia aos meios de transporte locais como o comboio e o autocarro, ou ainda, deslocam-se a pé e de boleia (WILSON e RICHARDS 2003). Os dados recolhidos neste estudo validam a preferência pelo transporte aéreo pois o principal meio de locomoção para chegar a Portugal eleito pelos inquiridos foi o avião 45,1%, logo em seguida apresenta-se o autocarro 10,1% e, ainda, com alguma significância é identificado o veículo próprio 9,7% o que se pode compreender pelo número de viajantes nacionais encontrados. O comboio, por sua vez, é citado por apenas 5,6% dos viajantes (ver gráfico 20 “transportes para chegar a Portugal” em apêndice). Esta discrepância entre a preferência pelo avião em detrimento do comboio pode explicar-se pelos baixos preços praticados pelas companhias aéreas de baixo custo muitas das vezes mais competitivas que as companhias ferroviárias.

Ao analisarmos a variável “Transportes que usa em Portugal” legitimámos novamente a teoria de Wilson e Richards (2003) em relação aos backpackers darem primazia aos meios de transporte locais como o comboio e o autocarro, ou ainda, por se locomoverem a pé e de boleia. Já que, 14,2% dos viajantes inquiridos afirmam deslocar-se a pé dentro do país, 13% dos respondentes deslocam-se de autocarro, 8,9% utilizam o autocarro e comboio, 7,3% servem-se do comboio e, ainda, 7,3% deslocam-se a pé, de autocarro e comboio. Oliveira (2000) reforça esta ideia afirmando que no destino os mochileiros preferem conhecer os lugares andando a pé, pelas ruas ou através dos meios de transporte públicos locais, de modo a conhecer os espaços comuns dos cidadãos locais.

Outro meio de transporte também igualmente citado foi o veículo próprio, 14,6%. Este valor pode justificar-se pelo grande número de nacionais encontrados (ver gráfico 21 “transportes que usa em Portugal ” em apêndice).

## 1.8 - ALOJAMENTO

Gráfico 6 Alojamento



Loker-Murphy e Pearce (1995) afirmam que os backpackers são caracterizados por preferirem acomodações económicas e por pernoitarem pelo menos uma noite durante a sua viagem em albergues da juventude ou em albergues para backpackers. Oliveira (2000) na mesma linha de pensamento declara que os backpackers procuram hospedar-se em albergues da juventude e em pequenas pousadas, principalmente por questão de ordem económica, porém, inclusive, por motivos como uma maior facilidade de encontrar pessoas com interesses semelhantes e abertas a novas amizades. A informação recolhida nesta investigação legitima as afirmações de Loker-Murphy e Pearce (1995), assim como de Oliveira (2000) pois como podemos constatar através do gráfico 6 “Alojamento” o hostel (albergue de juventude) é meio de alojamento mais indicado pelos inquiridos, sendo expresso mais que uma vez em conjunto com outras tipologias de alojamento: hostel 28,1%, hostel e hotel 13,7%, hostel e casa de amigos 7,6%, hostel e parques de campismo 7,6%. Contudo, este resultado pode ter sido condicionado pelo facto de os questionários terem sido aplicados apenas em hostels, apesar de que a

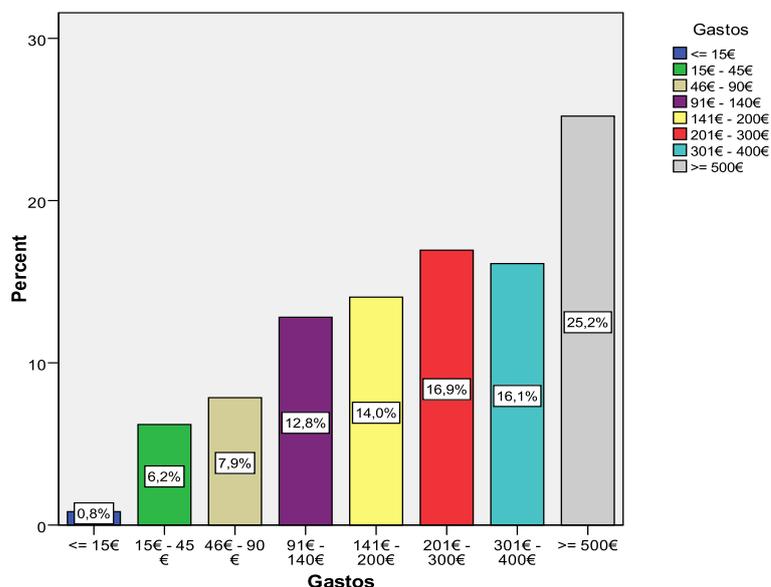
questão (Quais são as principais tipologias de alojamento que costuma usar quando viaja?) como podemos confirmar referir-se aos tipos de alojamento que costuma usar nas suas viagens e não apenas nesta viagem em que lhe foi aplicado o questionário.

A variável, “outros” expõe uma percentagem de 35,7% pois identifica o conjunto das restantes tipologias de alojamento citadas, mas que sozinhas não alcançam 3% de respondentes.

A par de Oliveira (2000) que aponta que o principal motivo para os mochileiros se hospedarem em hostels é económico, embora também prezem o fator social, também Carvalho (2009) identifica o fator económico como a principal razão para escolha do meio de alojamento. Os dados obtidos pela variável “razão do alojamento” vão de encontro à conclusão acima apresentada por Oliveira (2000) e Carvalho (2009) pois a razão de alojamento mais indicada pelos respondentes foi a económica 27,8%, seguida da localização específica 19%, a razão económica é novamente citada em conjunto com a localização específica 11,7%. O motivo social, aqui definido por “estar com amigos” é apenas mencionado por 8,5% dos questionados.

## 1.9 - GASTOS

### Gráfico 7 Gatos



Os valores expressos no gráfico 7 “gastos” são relativos exclusivamente aos gastos efetuados em Portugal. Podemos notar uma grande diversidade de valores apresentados, todavia com maior destaque para o valor igual ou superior a 500€ 25,2%, em seguida

16,9% dos inquiridos declararam gastar ente 201€ e 301€ e, ainda, 16,1% dos respondentes enunciaram despende entre 301€ a 400€.

Wilson e Richards (2003) na sua investigação acerca dos novos horizontes dos estudantes e viajantes independentes determinaram que a média de duração total de viagem dos viajantes que se autodenominam backpackers é de 74 dias e que a média dos seus gastos totais é de 1200\$ o que equivale a 891€. Ao compararmos estes dados com os dados recolhidos nesta investigação, em que a média de dias de estada em Portugal é de 25,26 dias e valor de despesas mais indicado pelos inquiridos é igual ou superior a 500€, podemos reforçar a reflexão de Oliveira (2005) e Aoqui (2005) que afirmam que a imagem de que o backpacker era um viajante sem dinheiro está completamente ultrapassada.

A maior fatia do orçamento dos inquiridos engloba as despesas com alojamento, transporte e alimentação 37,9%, as despesas com alojamento e alimentação são novamente citadas pelos respondentes 11,7% que acrescentam o consumo de entretenimento (ver tabela de frequências e gráfico 23 “Atividades em que despende mais dinheiro” em apêndice). Leslie e Wilson (2005) no seu estudo sobre os backpackers na Escócia, também, identificaram como principais constituintes das despesas dos mochileiros o transporte, o alojamento e a alimentação.

## **1.10 - CONFLITOS**

À questão seguinte “Durante a sua estada em Portugal deparou-se com algum problema ou conflito?” a maioria dos respondentes 76,3% retorquiu negativamente, de modo que apenas 23,7% afirmaram deparar-se com algum conflito ou problema. Vogt (1976) explica estes valores alegando que os mochileiros alteram suas perceções de dificuldades negativas para positivas na forma de desafios. O que para a maioria dos turistas aparenta ser um problema, nada mais é do que outro método de “autoteste” para o backpacker e a melhoria de sua autoconfiança. (ver gráfico 47 “Teve conflitos” em apêndice).

Dos 23,7% inquiridos que afirmaram defrontar-se com alguma problema ou conflito a maioria 32,8% indicou como principal problema/conflito a dificuldade em comunicar e compreender os autóctones, em seguida a variável mais indicada é outros problemas/conflitos 24,1% e verifica-se, ainda, alguma significância 10,3% no problema/conflito denominado por assalto (ver gráfico 48 “Quais conflitos” em apêndice).

### **1.11 – VIAGENS DIFERENCIADAS**

As seguintes afirmações (E5-“Quando viajo procuro áreas turísticas populares com muito entretenimento”; E6-“Quando viajo procuro áreas turísticas, mas pouco populares”; E7 (“Quando viajo procuro áreas pouco conhecidas áreas não turísticas”) procuram compreender se os inquiridos preferem locais mais ou menos populares (ver os gráficos 28“E5”, 29 “E6” e 30 “E7” em apêndice).

Ao analisarmos a afirmação “E5” podemos concluir que embora os inquiridos apresentem opiniões dispersas a maioria não concorda/nem discorda 29,6% e logo em seguida 26,7% não concordam com afirmação. Ou seja, grande parte dos respondentes 26,7% não procura áreas turísticas populares com muito entretenimento.

Quanto à afirmação “E6” os inquiridos foram consistentes na sua opinião anterior e a maioria concorda que quando viaja procura áreas turísticas, mas pouco populares 44,1%. Também nesta afirmação se constatou um grande número de respondentes 31,2% que não concordam nem discordam.

Finalmente, na afirmação “E7”, como seria de esperar dado às conceções anteriores, a maioria dos inquiridos 39,3% concordam e, ainda, 22,7% concordam totalmente que durante a sua viagem procuram áreas pouco conhecidas áreas não turísticas.

As conclusões retiradas das três variáveis em conjunto vão de encontro à ideia de Haigh (1995) que afirma que os mochileiros procuram viagens diferenciadas dos outros tipos de turistas, fora dos trilhos marcados que lhes garantam novas e profundas experiências. Riley (1988) na mesma linha de pensamento declara que este segmento prefere rotas menos populares. Peel e Steen (2007) complementam assegurando que os backpackers ao visitarem locais de menor fluxo turístico contribuem para o desenvolvimento e impulsionamento de uma área geográfica mais ampla, incluindo regiões economicamente marginalizadas.

### **1.12 – CONSUMOS LOCAIS**

Os backpackers valorizam as atrações culturais de cada destino visitado procurando pelo que é autêntico e genuíno de cada lugar (SWARBROOKE, 2000; SCHEYVENS, 1999). De acordo com os dados recolhidos através da variável E8 (“Sempre que possível consumo produtos locais.”) a maioria dos respondentes 39,9% afirma que concorda

totalmente e 35,1% concorda, ou seja, a maioria dos inquiridos sempre que possível prefere consumir os produtos locais, genuínos de cada destino. A variável E21 (“Gastronomia é um dos atrativos turísticos mais importantes durante a minha viagem.”) complementa a informação obtida pela variável E8, uma vez que a gastronomia é um produto genuíno de cada região. Ao analisá-la concluímos que embora 32% dos respondentes não concorde nem discorde a maioria 32,4% concorda com afirmação, isto é, conferem grande importância a este produto local (ver gráficos 31 “E8” e 44 “E21” em apêndice).

A variável E12 (“Durante as minhas viagens prefiro usar nas minhas deslocações os transportes públicos locais.”) vem consolidar os dados obtidos pela variável “Transportes que usa em Portugal” em que a maioria dos respondentes afirmou utilizar os meios de transporte públicos durante a sua estada em Portugal. Pois 37,9% dos respondentes afirmaram concordar totalmente com afirmação e, inclusive, 32,3% concordam com a mesma, ou seja, nas suas deslocações dão primazia aos transportes públicos locais. Deste modo, mais uma vez legitimamos a teoria de Wilson e Richards (2003) que diz que os mochileiros optam por meios de transporte locais como o comboio e o autocarro, ou ainda, por se locomoverem a pé e de boleia (ver gráfico 35 “E12” em apêndice).

### **1.13 - SOCIALIZAR E TROCAR EXPERIÊNCIAS**

A sociabilização, a troca de experiências e conhecimentos com outros viajantes e locais é um dos principais motivos de viagem dos mochileiros (LOKER-MURPHY E PEARCE, 1995; MURPHY, 2001; NOY 2004; RILEY, 1988). A variável E22 (“Socializar e trocar experiências é a essência da minha viagem.”) vem confirmar a ideia acima apresentada, uma vez que a maioria dos viajantes 41,5% declararam concordar e, ainda, 37,4% confessaram concordar totalmente com a afirmação, isto é, 78,9% dos inquiridos estão de acordo que socializar e trocar experiências é a essência da sua viagem. Para reforçar esta ideia aproveitamos a variável E10 (“Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para fazer novos amigos.”) com a qual, a maior fatia dos respondentes 36,7% concorda e 33,5% concorda totalmente com afirmação de que nas suas viagens procuram estar em contacto com os locais para fazer novos amigos (ver gráfico 33 “E10” e 45 “E22” em apêndice).

Na mesma linha de pensamento Loker (1993) apresenta como desejo intrínseco dos backpackers aprender e partilhar o estilo de vida das populações locais. As variáveis E2 (“Aprender e compreender o modo de vida dos locais é importante para mim.”) e E9 (“Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver.”) tentam identificar este desejo nos viajantes questionados. Em ambas as variáveis (E2 e E9) mais de 50% dos respondentes afirmaram concordar com as afirmações mencionadas. O que nos indica que estes procuram estar em contacto com os locais para aprenderem e compreenderem a sua cultura e modo de vida corroborando assim a teoria de Loker (1993) (ver gráficos 25 “E2” e 32 “E9” em apêndice).

Ao analisarmos a variável E13 (“Conhecer e trocar experiências com outros backpackers é muito importante para mim.”) concluímos que 32,7% dos respondentes concorda e 29,4% concorda totalmente com afirmação, ou seja, a troca de experiências entre backpackers durante a viagem é considerada muito importante, o que significa que os dados investigados estão de acordo com a ideia de que as interações sociais com outros viajantes são muito apreciadas e fazem parte integral da experiência da viagem, aliás a informação conseguida através destas interações sociais é imprescindível na tomada de decisões dos mochileiros quanto ao trajeto a seguir na sua jornada (SORENSEN, 2003; MURPHY, 2001; RILEY, 1988).

Consoante variável E11 (“Durante as minhas viagens procuro entrar em contacto com os locais para perguntar sobre direções e locais a visitar.”) à qual mais de 50% dos inquiridos responderam concordar totalmente com afirmação, isto é, a maioria dos viajantes contacta com os locais para obter informações pertinentes para a sua viagem, podemos concluir que estes viajantes não só se guiam pelas informações obtidas nas conversas com outros viajantes, mas também pelas informações que conseguem junto da população local. Ainda, no assunto subjacente às informações conseguidas durante a viagem a variável E20 (“Defino a minha visita conforme os guias turísticos de cada região.”) indica-nos que para além dos 31% dos inquiridos que não concordam nem discordam os restantes 40% discordam, o que nos leva a constatar que as informações obtidas entre os locais e outros viajantes são mais apreciadas (ver gráficos 34 “E11”, 36 “E13” e 43 “E20” em apêndice).

Apesar de as relações sociais com outros viajantes serem muito estimadas e consideradas como parte integrante da experiência da viagem, (SORENSEN, 2003;

MURPHY, 2001; RILEY, 1988) Ravon (1988) assegura que o mesmo não se passa quanto aos turistas institucionalizados, isto é, os backpackers gostam de trocar experiências entre si, porém evitam o contacto com os turistas de massa aos quais não consideram viajantes. Ao analisarmos a variável E14 (“Quando viajo, evito o contacto com outros tipos de turistas.”) constatamos que, mesmo havendo muitos viajantes 30,1% que não concordam nem discordam, a maioria em conjunto 51,6% discorda da afirmação, o que significa que os viajantes inquiridos não evitam o contacto com outro tipo de turistas, deste modo, nesta investigação não validamos a reflexão de Ravon (1988) (ver gráfico 37 “E14” em apêndice).

### **1.14 – ATIVIDADES DE LAZER**

Segundo o estudo de Wilson e Richards (2003) as atividades mais populares entre os mochileiros que visitaram a Escócia foram a visita a monumentos e locais históricos e as caminhadas. Outras atividades também muito mencionadas foram frequentar cafés e restaurantes e fazer compras. Como podemos constatar pelas variáveis E16 (“Conhecer o património e arquitetura local é para mim imprescindível quando viajo.”) e E19 (“Nas cidades procuro conhecer locais turísticos como monumentos e museus.”) a atividade de visitar monumentos e locais históricos também é bastante apreciada entre os viajantes inquiridos, já que em ambas as variáveis a maioria dos inquiridos concordam com as afirmações acima que referem que estes valorizam o património e a arquitetura local visitando monumentos e museus nas suas viagens (ver os gráficos 39 “E16” e 42 “E19” em apêndice).

A variável E15 (“Diversão noturna é o que mais procuro durante a minha viagem.”) permite-nos verificar que diversão noturna não é atividade mais procurada pelos inquiridos, já que 30,4% discorda e 14,6% discorda totalmente dessa afirmação. Concluimos, assim, que os viajantes inquiridos neste estudo antes preferem realizar atividades culturais como visitar monumentos do que atividades de diversão noturna (ver o gráfico 38 “E15” em apêndice).

Loker-Murphy e Pearce (1995) alegam que as atividades de lazer dos mochileiros concentram-se em torno da natureza e da aventura, praticando atividades como o pedestrianismo e escalada. A variável E18 (“Natureza e desporto são os atrativos que mais procuro durante a minha viagem.”) valida de que a natureza e desportos são

atividades muito prezadas pelos inquiridos, na medida em que 33,2% concorda e 11,3% concorda totalmente com afirmação acima mencionada (ver o gráfico 41 “E18” em apêndice).

## **1.15 – CONSCIENCIA AMBIENTAL**

Para Giaretta (2003) o mochileiro é um turista ideal, socialmente correto, pois procura conhecer realmente o lugar e a cultura. Ao analisarmos a variável E1 (“Backpackers são turistas responsáveis e conscientes que se preocupam com o ambiente e com a cultura local.”) concluímos que a maioria dos inquiridos 44,9% concorda e 21,6% concorda totalmente com afirmação acima mencionado, ou seja, a maioria dos respondentes é da opinião que os backpackers têm consciência ambiental. Esta ideia é reforçada pela variável E3 (“Eu tenho sido amigo do ambiente durante as minhas viagens.”) na qual a maioria dos viajantes afirma ter sido amigo do ambiente durante as suas viagens (ver os gráficos 24 “E1” e 26 “E3” em apêndice).

Quanto à variável E4 (“O turismo enquanto indústria provoca efeitos negativos no mundo.”) é difícil retirar alguma conclusão pois as opiniões são muito dispersas: 25,1% concorda, 24,7% não concorda nem discorda, e 23,1% discorda (ver o gráfico 27 “E4” em apêndice).

Uma das principais desvantagens da escala de Likert é que exige mais tempo para ser completada do que outras escalas de classificação por itens, uma vez que os respondentes têm que ler cada afirmação (MALHOTRA, 2001). Neste estudo, apresentamos uma lista extensa de afirmações a serem medidas pela escala de Likert o que pode explicar a existência de alguns casos que pendem para “Não concordo/nem discordo”, ou seja, muitos respondentes podem ter preferido não demonstrar opinião, para terminarem mais rapidamente o preenchimento do questionário.

## 1.16 – TESTE DO QUI-QUADRADO (ANÁLISE DE DADOS)

Tabela 3 Teste do Qui-Quadrado da preferência turística relativamente aos fatores 2

Variáveis	Estatística do teste <i>Pearson</i>	<i>p-value</i>	Interpretação dos resultados
<b>E7/ Idade</b>	136,811	0,560	(n.s.)
<b>E7/ Com quem viaja</b>	15,348	0,499	(n.s.)
<b>E7/Tempo que fica em Portugal</b>	135,968	0,671	(n.s.)
<b>E7/ Duração total da viagem</b>	33,525	0,030	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E7/Visita outros países</b>	3,809	0,432	(n.s.)
<b>E7/Países visitados</b>	204,018	0,048	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E7/Gastos</b>	47,282	0,013	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E7/ Transportes para chegar a Portugal</b>	104,504	0,176	(n.s.)
<b>E7/Fontes de Informação</b>	100,307	0,015	< 0.05 <sup>(*)</sup>

\*E7 (Quando viajo procuro áreas pouco conhecidas “áreas não turísticas”.)

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

(\*) Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 3 corresponde ao resultado obtido a partir do teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a preferência turística e o fator 2 composto pelas seguintes variáveis: idade, com quem viaja; tempo que fica em Portugal; duração total da viagem; visita outros países; países visitados; gastos; transportes para chegar a Portugal; fontes de informação. Pelos resultados observados demonstra-se que as variáveis idade, com quem viaja, tempo que fica em Portugal, visita outros países e transportes para chegar a Portugal são independentes da preferência turística e portanto as restantes variáveis são dependentes, ou seja, dependem da preferência turística.

**Tabela 4 Teste do Qui-Quadrado do grau de importância e partilha de experiências com outros backpackers relativamente aos fatores 2**

Variáveis	Estatística do teste <i>Pearson</i>	<i>p-value</i>	Interpretação dos resultados
<b>E13/ Idade</b>	136,850	0,560	(n.s.)
<b>E13/ Com quem viaja</b>	17,442	0,358	(n.s.)
<b>E13/Tempo que fica em Portugal</b>	153,674	0,275	(n.s.)
<b>E13/ Duração total da viagem</b>	29,982	0,070	(n.s.)
<b>E13/Visita outros países</b>	10,290	0,036	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E13/Países visitados</b>	208,255	0,031	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E13/Gastos</b>	33,997	0,201	(n.s.)
<b>E13/ Transportes para chegar a Portugal</b>	117,901	0,036	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E13/Fontes de Informação</b>	46,277	0,992	(n.s.)

\* E13 (Conhecer e trocar experiências com outros backpackers é muito importante para mim.)

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

(\*) Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 4 expõe o resultado alcançado a partir do teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a o grau de importância de partilha de experiências com outros backpackers e o fator 2 composto pelas seguintes variáveis: idade, com quem viaja; tempo que fica em Portugal; duração total da viagem; visita outros países; países visitados; gastos; transportes para chegar a Portugal; fontes de informação. Os resultados auferidos evidenciam que as variáveis: visita outros países, países visitados e fontes de informação são independentes do grau de importância de partilha de experiências com outros backpackers e que as restantes variáveis que compõem o fator 2 são dependentes.

**Tabela 5 Teste do Qui-Quadrado da utilização de guias turísticos para definir a viagem relativamente aos fatores 3**

Variáveis	Estadística do teste Pearson	p-value	Interpretação dos resultados
<b>E20/ Estado civil</b>	2,772	0,948	(n.s.)
<b>E20/ Com quem viaja</b>	33,791	0,006	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E20/ Fontes de informação</b>	105,640	0,006	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E20/ Alojamento</b>	125,044	0,871	(n.s.)
<b>E20/ Razão do alojamento</b>	54,730	0,234	(n.s.)
<b>E20/ E10 (Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para fazer novos amigos)</b>	29,294	0,022	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E20/ E9 (Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver)</b>	31,486	0,012	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E20/ Atividade que despende mais dinheiro</b>	177,025	0,081	(n.s.)
<b>E20/ E22 (Socializar e trocar experiências é a essência da minha viagem)</b>	32,135	0,010	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E20/ Rendimentos mensais</b>	19,445	0,078	(n.s.)

\* E 20 (Defino a minha visita conforme os guias turísticos de cada região.)

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes

<sup>(\*)</sup> Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes

A tabela 5 corresponde ao resultado obtido com o teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a utilização de guias turísticos para definir a viagem e o fator 3 composto pelas seguintes variáveis: estado civil; com quem viaja; fontes de informação; alojamento; razão do alojamento; E10; E9; atividade que despende mais dinheiro; E22 e rendimentos mensais. Pelos dados alcançados, demonstra-se que as variáveis estado civil, alojamento, razão de alojamento, atividade que despende mais dinheiro e rendimentos mensais são independentes da utilização de guias turísticos para definir a viagem, de maneira que as restantes variáveis são dependentes.

**Tabela 6 Teste do Qui-Quadrado do escalão etário relativamente aos fatores 3**

Variáveis	Estatística do teste <i>Pearson</i>	<i>p-value</i>	Interpretação dos resultados
Escalão etário / Estado civil	117,111	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Escalão etário / Com quem viaja	88,117	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Escalão etário / Fontes de informação	199,799	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Escalão etário / Alojamento	199,132	0,156	(n.s.)
Escalão etário / Razão do alojamento	45,894	0,910	(n.s.)
Escalão etário / E10 (Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para fazer novos amigos)	18,838	0,532	(n.s.)
Escalão etário / E9 (Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver)	13,659	0,847	(n.s.)
Escalão etário / Atividade que depende mais dinheiro	189,169	0,305	(n.s.)
Escalão etário / E22 (Socializar e trocar experiências é a essência da minha viagem)	15,833	0,727	(n.s.)
Escalão etário / Rendimentos mensais	68,045	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

<sup>(\*)</sup> Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 6 apresenta-nos o resultado alcançado com o teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre o escalão etário e o fator 3 composto pelas seguintes variáveis: estado civil; com quem viaja; fontes de informação; alojamento; razão do alojamento; E10; E9; atividade que depende mais dinheiro; E22 e rendimentos mensais. Pelos resultados observados demonstra-se que as variáveis estado civil, com quem viaja, fontes de informação e rendimentos mensais são dependentes do escalão etário, como tal as restantes variáveis que integram o fator 3 não dependem do escalão etário.

**Tabela 7 Teste do Qui-Quadrado da duração total da viagem relativamente aos fatores 4**

Variáveis	Estatística do teste Pearson	p-value	Interpretação dos resultados
Duração total da viagem/ Com quem viaja	47,135	0,001	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Duração total da viagem/ Rendimentos mensais	20,126	0,167	(n.s.)
Duração total da viagem/ Tempo que fica em Portugal	410,868	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Duração total da viagem/ Visita outros países	53,977	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Duração total da viagem/ Gastos	76,648	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Duração total da viagem/ E16 (Conhecer o património e arquitetura local é para mim imprescindível quando viajo)	23,262	0,276	(n.s.)
Duração total da viagem/ E2 (Aprender e compreender o modo de vida dos locais é importante para mim)	16,301	0,698	(n.s.)
Duração total da viagem/ Nacionalidade	289,415	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
Duração total da viagem/ País de residência	207,178	0,001	< 0.05 <sup>(*)</sup>

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

<sup>(\*)</sup> Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 7 enuncia o resultado alcançado através teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a duração total da viagem e o fator 4 composto pelas seguintes variáveis: com quem viaja; rendimentos mensais; tempo que fica em Portugal; visita outros países; gastos; E16; E2; nacionalidade e país de residência. Pelos dados observados demonstra-se que as variáveis rendimentos mensais, E16 e E2 são independentes da duração total da viagem e que as restantes são dependentes, ou seja, dependem da duração total de viagem.

**Tabela 8 Teste do Qui-Quadrado da aprendizagem sobre os locais e os seus costumes relativamente aos fatores 4**

Variáveis	Estadística do teste Pearson	p-value	Interpretação dos resultados
<b>E9 / Com quem viaja</b>	9,465	0,893	(n.s.)
<b>E9 / Rendimentos mensais</b>	8,936	0,708	(n.s.)
<b>Duração total da viagem/ Tempo que fica em Portugal</b>	151,303	0,302	(n.s.)
<b>E9 / Visita outros países</b>	1,275	0,866	(n.s.)
<b>E9 / Gastos</b>	28,233	0,452	(n.s.)
<b>E9 / E16 (Conhecer o património e arquitetura local é para mim imprescindível quando viajo)</b>	48,650	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E9 / E2 (Aprender e compreender o modo de vida dos locais é importante para mim)</b>	339,166	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E9 / Nacionalidade</b>	153,094	0,370	(n.s.)
<b>E9 / País de residência</b>	115,778	0,688	(n.s.)

\* E9 (Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver.)

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

<sup>(\*)</sup> Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 8 traduz o resultado adquirido a partir do teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a aprendizagem sobre os locais e os seus costumes e o fator 4 composto pelas seguintes variáveis: com quem viaja; rendimentos mensais; tempo que fica em Portugal; visita outros países; gastos; E16; E2; nacionalidade e país de residência. Pelos resultados auferidos, demonstra-se de que entre todas as variáveis apenas duas em relação às quais a aprendizagem sobre os locais e os seus costumes é dependente, sendo elas: a E16 e a E2. Deste modo todas as outras variáveis são independentes.

**Tabela 9 Teste do Qui-Quadrado da nacionalidade relativamente aos fatores 5**

Variáveis	Estatística do teste <i>Pearson</i>	<i>p-value</i>	Interpretação dos resultados
<b>Nacionalidade/ Sexo</b>	58,334	0,014	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Idade</b>	1606,520	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Profissão</b>	2462,758	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ País de residência</b>	5708,075	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Rendimentos mensais</b>	186,866	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Fontes de informação</b>	766,562	0,004	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Gastos</b>	320,523	0,002	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Duração total da viagem</b>	289,415	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Duração da estada em Portugal</b>	1726,981	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Visita outros países</b>	104,735	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Quantas vezes esteve em Portugal.</b>	199,096	0,008	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>Nacionalidade/ Alojamento</b>	1373,183	0,211	(n.s.)
<b>Nacionalidade/ Atividades que depende mais dinheiro</b>	1299,464	0,907	(n.s.)
<b>Nacionalidade/ Continentes que já visitou</b>	718,752	0,000	< 0.05 <sup>(*)</sup>

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

<sup>(\*)</sup> Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 9 traduz o resultado adquirido a partir do teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a nacionalidade e o fator 5 composto pelas seguintes variáveis: sexo; idade; profissão; país de residência; rendimentos mensais; fontes de informação; gastos; duração total da viagem; duração da estada em Portugal; visita outros países; quantas vezes estiveram em Portugal; alojamento; atividades que depende mais dinheiro e continentes que já visitou. Pelos dados observados, demonstra-se de que entre todas as variáveis apenas duas em relação às quais a nacionalidade é independente, sendo elas: alojamento e atividades que depende mais dinheiro. De modo que todas as outras variáveis são dependentes.

**Tabela 10 Teste do Qui-Quadrado da educação relativamente aos fatores 5**

Variáveis	Estadística do teste <i>Pearson</i>	<i>p-value</i>	Interpretação dos resultados
Educação/ Sexo	2,181	0,336	(n.s.)
Educação/ Idade	109,737	0,002	< 0.05 (*)
Educação/ Profissão	218,853	0,000	< 0.05 (*)
Educação/ País de residência	38,447	0,978	(n.s.)
Educação/ Rendimentos mensais	1,240	0,975	(n.s.)
Educação/ Fontes de informação	35,256	0,409	(n.s.)
Educação/ Gastos	8,609	0,855	(n.s.)
Educação/ Duração total da viagem	15,318	0,121	(n.s.)
Educação/ Duração da estada em Portugal	128,503	0,000	< 0.05 (*)
Educação/ Visita outros países	2,904	0,234	(n.s.)
Educação/ Quantas vezes esteve em Portugal.	2,719	0,910	(n.s.)
Educação/ Alojamento	125,107	0,000	< 0.05 (*)
Educação/ Atividades que depende mais dinheiro	163,430	0,000	< 0.05 (*)
Educação/ Continentes que já visitou	32,653	0,534	(n.s.)

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

(\*) Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 10 representa o resultado conseguido a partir do teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a educação e o fator 5 composto pelas seguintes variáveis: sexo; idade; profissão; país de residência; rendimentos mensais; fontes de informação; gastos; duração total da viagem; duração da estada em Portugal; visita outros países; quantas vezes estiveram em Portugal; alojamento; atividades que depende mais dinheiro e continentes que já visitou. Pelos resultados obtidos, demonstra-se que as variáveis idade, profissão, duração da estada em Portugal, alojamento e atividades que depende mais dinheiro são dependentes da educação o que significa que as restantes componentes do fator 5 são independentes, isto é, não dependem da educação.

**Tabela 11 Teste do Qui-Quadrado da prática turística sustentável relativamente aos fatores 6**

Variáveis	Estatística do teste Pearson	p-value	Interpretação dos resultados
<b>E1/ E3 (Eu tenho sido amigo do ambiente durante as minhas viagens)</b>	35,581	0,002	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E1/ E8 (Sempre que possível consumo produtos locais)</b>	22,789	0,120	(n.s.)
<b>E1/ E21 (Gastronomia é um dos atrativos turísticos mais importantes durante a minha viagem)</b>	24,376	0,082	(n.s.)
<b>E1/ Duração total da viagem</b>	34,291	0,024	< 0.05 <sup>(*)</sup>
<b>E1/ Transportes que usa em Portugal</b>	105,579	0,997	(n.s.)
<b>E1/ Atividades que despense mais dinheiro</b>	157,779	0,444	(n.s.)
<b>E1/ Alojamento</b>	114,704	0,966	(n.s.)

\*(E1 Backpackers são turistas responsáveis e conscientes que se preocupam com o ambiente e com a cultura local.)

(n.s.) não significativo; as variáveis são independentes.

<sup>(\*)</sup> Diferenças consideradas estatisticamente significativas ao nível de 5%, logo, as variáveis são dependentes.

A tabela 11 traduz o resultado adquirido a partir do teste do ( $\chi^2$ ) para o cruzamento entre a prática turística sustentável e o fator 6 composto pelas seguintes variáveis: E3; E8; E21; duração total da viagem; transportes que usa em Portugal; atividades que despense mais dinheiro e alojamento. Pelos resultados alcançados, demonstra-se de que entre todas as variáveis apenas duas em relação às quais a prática turística sustentável é dependente, sendo elas: E3 e duração total da viagem. De maneira que todas as outras variáveis são independentes.

Apurados os resultados, podemos concluir que a preferência turística, ou seja, a escolha de um destino mais ou menos popularizado depende da duração total da viagem, dos países que visita nessa mesma viagem, dos custos inerentes à viagem e das fontes de informação recolhidas. A maior ou menor importância na troca de experiências entre viajantes está dependente do itinerário a seguir, ou seja os países visitados durante a jornada e, ainda, dos transportes utilizados para chegar ao destino. A tendência para a utilização de guias turísticos para definir a viagem em detrimento das restantes possíveis

fontes de informação está diretamente relacionada com a principal motivação da viagem, apurada aqui como o contacto com os locais e depende, ainda, do acompanhante de viagem. A idade dos viajantes é determinante para a escolha das fontes de informação a utilizar na viagem e além disso influencia o parceiro de viagem. A duração global da viagem está dependente de distintos fatores como o itinerário a percorrer pelo viajante, a nacionalidade e o país de residência do viajante, o tempo que pretende ficar em cada país, se viaja sozinho ou acompanhado e, inclusive, as despesas da viagem. A compreensão sobre os costumes e os locais do lugar visitado varia consoante a motivação, ou seja, conforme o que cada viajante procura durante a sua jornada. A nacionalidade do viajante condiciona a duração total da viagem, o itinerário a seguir, o tempo de estada em Portugal, as vezes que já esteve em Portugal e os continentes visitados. O grau de escolaridade determina a o alojamento, as atividades em que despense mais dinheiro e a duração da estada de Portugal, uma vez que um número significativo dos inquiridos nos hostels são estudantes de Erasmus. Finalmente, a prática turística sustentável depende da responsabilidade social e ética de cada viajante, assim como da duração total da viagem.

## **2 – ANÁLISE DAS QUESTÕES ABERTAS**

### **2.1 – ANÁLISE DAS TABELAS DE MOTIVAÇÃO (tabela 14 no apêndice)**

A motivação é um processo que tem por função iniciar, nutrir, sustentar e orientar um comportamento, bem como terminá-lo ou interrompê-lo (MOWEN, 2000). Para McIntosh (1977) as motivações que levam o indivíduo a viajar assentam em quatro dimensões: físicas, relativas ao corpo; culturais, relativas ao conhecimento; e duas dimensões de carácter social, reportando-se uma ao estatuto e prestígio e outra as relações interpessoais. Murphy (1985) apresenta uma estrutura de motivações semelhante, todavia com algumas diferenças, começando por apresentar uma nova dimensão de motivações: a fantasia ou aventura, que representa a necessidade de viajar para usufruir de experiências fora de comum, ou seja, a procura de novidade que não pode ser explicada pela curiosidade associada às motivações culturais. A dimensão física centra-se na necessidade de descanso e relaxamento. A dimensão das motivações sociais engloba tanto o prestígio como o relacionamento pessoal e por fim as dimensões culturais que se centram no conhecimento.

Seguidamente, com base no método de análise de conteúdo e através da técnica análise categorial (BARDIN, 1977), procederemos à observação da tabela 12, a qual reflete uma síntese do quadro motivacional dos viajantes, “o que o leva a viajar” podemos identificar todas as dimensões motivacionais acima apresentadas. Motivações sociais categorizadas como “conhecer novas pessoas”, motivações culturais apresentadas como “conhecer novas culturas/ modos de vida”, “conhecer novos lugares”, “expandir horizontes”, “estudar”, “aprender línguas” e “conhecimento”, motivações de aventura conotadas como “novas experiências”, “aventura”, “explorar/curiosidade”, motivações físicas classificadas como “descontrair”, “desporto” e “férias e lazer”.

**Tabela 12 “o que o leva a viajar”**

Indicador – O que o leva a viajar	Tipo de respostas	Índice de Aparecimento	Expressões dos Inquiridos
	Conhecer novas Culturas/ modos de vida	98	<i>“Interesses culturais.”; “Conhecer de modo profundo novas culturas.”; “Gosto de conhecer pessoas com outros costumes, tradições e culturas.”; “Aprender sobre outra cultura.”; “Experienciar novas culturas.”; “Conhecer diferentes maneiras de viver.”; “Ter contacto com outras culturas.”</i>
	Conhecer novas pessoas	68	<i>“Conhecer os locais.”; “Conhecer pessoas interessantes.”; “Ver pessoas de todo o mundo.”; “Aprender sobre outras pessoas.”; “O desejo de conhecer novas pessoas.”; “Gosto de conhecer outros viajantes.”; “Fazer amigos de outros países.”; “Relações sociais diferentes conhecendo pessoas.”; “Conhecer pessoas, analisar a sociedade.”</i>
	Conhecer novos lugares	55	<i>“Visitar diferentes lugares.”; “Ver o mundo.” O desejo de ver novos lugares.”; “Viajar é para mim um estilo de vida.”; “Curiosidade de conhecer novos lugares.”; “Saborear um pouco do país e das pessoas.”; “Conhecer outros países.”</i>
	Novas experiências	39	<i>“Quero ter muitas experiências.”; “Ser desafiado a dar-se bem com culturas estrangeiras.”; “Adoro ver o novo.”; “Compreender o mundo, sair da minha zona de conforto.”; “Não gosto de ficar muito tempo no mesmo lugar.”; “Fico cheio de viver sempre no mesmo sítio.”</i>
	Diversão	36	<i>“Novas experiências e divertir-me.”; “Festa.”; “Divertir-me enquanto</i>

		<i>aprendo.”;</i>
Explorar /curiosidade	26	<i>“Explorar a Europa.”; “Descobrir novos lugares.”; “Explorar o nosso lindo mundo.”; “Explorar o mundo, conhecer qual o lugar que vivo, já que o mundo é a minha casa.”;</i>
Desporto (surf.15)	23	<i>“Prática de escalada”; “Surf.”; “Apanhar ondas.”; “Esquiar.” “Surfar o mundo.”; “Aventura e desportos em outros países.”</i>
Descontrair	22	<i>“Apenas relaxar.”; “Apenas gosto de relaxar.” “Pensar acerca da vida.”; “Desfrutar da vida com os meus amigos.”; “Festa e refrescar.”; “Descansar.”</i>
Férias/lazer	18	
Expandir horizontes	15	
Aprender línguas	13	
Gastronomia	11	
Natureza	10	
Estudar	9	
Conhecimento	9	
Aventura	8	
Paisagem e cidade	8	
Clima	8	

As motivações de conhecimento e sociais são consideradas as mais importantes de realização do turismo atuando como forças impulsionadoras para as viagens (GOODHALL, 1990; HSU e LAM, 2003; YOON E UYSAL, 2005). Os dados obtidos vão no mesmo sentido que afirmação anteriormente mencionada, que declara as motivações de conhecimento e sociais como forças impulsionadoras para prática de turismo, uma vez que a motivação cultural é de longe a mais indicada pelos inquiridos como o principal motivo para viajarem. A mesma foi identificada como “conhecer novas culturas/modos de vida”. A segunda motivação apontada foi “conhecer novas pessoas”, ou seja, uma motivação social. Davidoff (1980) na mesma linha de pensamento afirma que, grande parte do comportamento humano, é dirigido à satisfação de necessidades de aceitação, aprovação e integração social. Para Urry (1996) a motivação para viajar centra-se na procura de uma nova experiência social com novas atividades, novas opções de encontros sociais, conhecimentos e aprendizagens.

Autores como Loker-Murphy e Pearce (1995) afirmam que os backpackers procuram visitar e conhecer para além do que é comum e popular e aprender o máximo da cultura de cada lugar visitado. Moshin e Ryan (2003) asseguram que os backpackers procuram o aumento do conhecimento sobre o mundo. D'Anjou (2004) e Elsrud (2001) reforçam estas ideias afirmando que visitar novos locais e experienciar novas atividades fazem parte da cultura dos mochileiros. Estas afirmações foram confirmadas neste estudo pelos inquiridos que indicaram como principal motivação de viagem o “conhecimento de novas culturas” e como terceira motivação o “conhecimento de novos lugares”. Em seguida algumas das respostas dadas: *“Conhecer de modo profundo novas culturas.”*; *“Gosto de conhecer pessoas com outros costumes, tradições e culturas.”*; *“Experienciar novas culturas.”*; *“Visitar diferentes lugares.”*; *“Ver o mundo.”*; *“O desejo de ver novos lugares.”*; *“Viajar é para mim um estilo de vida.”*

A segunda motivação apontada pelos inquiridos para viajar foi a socialização, categorizada como “conhecer novas pessoas”. Como podemos observar através das seguintes expressões: *“Conhecer os locais.”*; *“Ver pessoas de todo o mundo.”*; *“Aprender sobre outras pessoas.”*; *“Gosto de conhecer outros viajantes.”*; *“Fazer amigos de outros países.”*. A motivação social, ou seja, a ênfase no conhecimento dos outros viajantes e locais é apontada na literatura como um dos principais motivos para viajar (MURPHY, 2001; NOY 2004; RILEY, 1988). As viagens criam oportunidades de desenvolvimento e reforço das relações sociais, o contacto com universos sociais distintos permitem uma experiência social de aprendizagem (ARROTEIA, 1994; ABREU, 1995; FORMICA e UYSAL, 1996).

Outra motivação também enunciada foi a procura de “novas experiências”, ou seja, a motivação de aventura. As expressões declaradas foram *“Quero ter muitas experiências.”*; *“Ser desafiado a dar-se bem com culturas estrangeiras.”*; *“Adoro ver o novo.”*. O interesse pela novidade e pelo desconhecido configura uma das principais motivações de viagem do séc. XXI (LEE e CROMPTON, 1992; MITCHELL, 1998).

Ao compararmos as duas tabelas de motivações, (12 “o que o leva a viajar” e a 14 “o que o leva a visitar Portugal”) percebemos que os motivos gerais de viagem, encontrados na tabela 12 “o que leva a viajar”, concentram-se sobretudo nas motivações culturais e sociais, tal como afirma Andrade (1993) dizendo que atualmente as motivações de viagem emergentes estão cada vez mais relacionadas com o contacto ativo e criativo com as populações e lugares visitados. Por outro lado, os motivos para visitar Portugal

são mais dispersos englobando várias dimensões de motivação, contudo com notório destaque para a motivação física e em seguida para a cultural. É de realçar o facto de a motivação eleita para visitar Portugal o “clima” quase não se faça notar na tabela das motivações gerais de viagem, todavia este fenómeno pode explicar-se de certo modo pela especificidade da questão sobre as motivações que levam a visitar Portugal, que resultou numa especificidade de respostas que veio diferenciar ambas as tabelas.

Plog (1977) baseou-se na personalidade e no comportamento do turista para o segmentar. Identificando, deste modo duas tipologias de turistas: os psiocêntricos e os alocêntricos. Os primeiros tendem a ser conservadores nos seus padrões de viagem, preferindo destinos conhecidos e popularizados que lhes garantam uma maior segurança. Por outro lado, os indivíduos alocêntricos são curiosos, extrovertidos, aventureiros, que gostam de correr riscos, estão motivados para viajar e para descobrir novos destinos. Preferindo destinos exóticos e inexplorados. Em suma, de acordo com os principais motivos apresentados anteriormente pelos inquiridos (“conhecimento de novas culturas”; “conhecer novas pessoas”; “conhecimento de novos lugares”; e “novas experiências”) e segundo as tipologias identificadas por Plog (1976) podemos identificá-los como alocêntricos.

Na tabela 14 “o que leva a visitar Portugal” as dimensões motivacionais mais citadas foram a dimensão física e a dimensão cultural. A dimensão cultural era de esperar ser uma das mais relatadas, uma vez que, como vimos anteriormente é a motivação eleita para viajar neste segmento.

Altelejevic e Doorne (2002) relatam que, com relação às motivações e valores o turismo backpacker cada vez mais se aproxima do turismo convencional. No mesmo sentido, Noy (2004) e O’Reilly (2006) afirmam que as diferenças entre o turismo backpacker e outros tipos de turismo tem vindo a diminuir nestas ultimas décadas. Isso foi percebido na tabela 14 “o que leva a visitar Portugal” na medida em que motivações como o “clima”, as “praias” e as “férias/atrações turísticas” foram citadas, com especial destaque para a categoria “clima”. Porém, essas motivações vêm acompanhadas por motivações de conhecimento, como a categoria “cultura e costumes”, muito indicada pelos inquiridos, “património edificado” e “gastronomia”. Ou seja, pelo desejo de aprender em conjunto com o desejo de lazer: *“Desfrutar da vida com os meus amigos e descobrir a cultura de outros países”*; *“Podes fazer um pouco de tudo em Lisboa: cultura, turismo, bairros diferentes e praia.”* *“Procuro cultura, gastronomia e praias.”* O que os diferencia das

demais tipologias de turismo. Este tipo de viajante é denominado por backpacker contemporâneo (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995; SORENSEN, 2003).

Os autores Loker-Murphy e Pearce (1995) sugerem que atividades de lazer dos backpacker concentram-se em torno da natureza e da aventura, praticando atividades como o pedestrianismo e escalada, que conjugam a harmonia da natureza com a adrenalina da aventura. O surf aqui indicado, como a quarta motivação, para visitar Portugal, é uma atividade que tal como as sugeridas pelos autores acima mencionados conjuga a harmonia da natureza, ou seja o contacto com o mar, com adrenalina da aventura, encontrada no perigo de enfrentar poderosas ondas. As expressões seguintes justificam a especificidade desta motivação própria do destino Portugal *“Ondas e surf.”*; *“Ótimas condições para surf.”*; *“Ouvi que o surf é fantástico.”*; *“Boas ondas.”* Podemos, ainda, aliar a esta motivação outras motivações igualmente citadas o “clima” e a “praia” que em conjunto criam um ambiente ótimo para a prática desta atividade.

Uriely, Yonay e Simchai (2002) com base na sua investigação acerca das experiências de backpacking declaram que os mochileiros são viajantes com orçamentos limitados o que lhes impõem despesas baixas. Esta característica estará diretamente relacionada com um dos motivos apresentados pelos inquiridos para visitarem Portugal, o facto de o destino ser “economicamente acessível”. *“Os preços são bons.”*; *“É barato.”*; *“Voos baratos.”*; *“A cidade é mais barata que as outras capitais Europeias.”*

As interações sociais com outros viajantes são muito apreciadas e fazem parte integral da experiência da viagem, a informação conseguida através destas interações sociais, a informação transmitida boca-à-boca é fundamental para que os mochileiros tomem as suas próprias decisões quanto ao caminho a seguir na sua jornada (SOSENSEN, 2003; MURPHY, 2001; RILEY, 1988). A motivação categorizada como “Recomendado por outros” reflete esta tendência dos mochileiros decidirem a sua viagem com base na troca de experiências com outros viajantes. *“Foi ideia dos meus amigos, mas ouvi muitas vezes que é maravilhoso.”*; *“Muitos amigos me recomendaram Lisboa.”*; *“Ouvi dizer que é um ótimo destino para backpackers, apesar de ainda não conhecer muito do país tem sido espetacular.”*; *“Queríamos fazer backpacking, porque ouvimos dizer que Portugal era um belo país”*.

## **2.2 – ANÁLISE DA TABELA EXPERIÊNCIAS RELEVANTES DA VIAGEM (tabela 15 no apêndice)**

As experiências mais relevantes citadas pelos viajantes foram: as “pessoas/socializar”, o “contacto com novas culturas”, “conhecer novos lugares” e “descontrair/desfrutar da vida”. O que nos propõem uma estreita ligação entre as motivações e as experiências vividas pelo viajante, já que englobam as dimensões motivacionais anteriormente citadas. Isto é, as principais motivações indicadas nas tabelas motivacionais: a cultural, social e física estão em concordância direta com as experiências relatadas. A experiência “pessoas/socializar” encaixa-se na dimensão social, as experiências “contacto com novas culturas” e “conhecer novos lugares” enquadram-se na dimensão cultural e finalmente a experiência “descontrair/desfrutar da vida” introduz-se na dimensão física.

Como concluímos no parágrafo anterior, com base nas semelhanças obtidas no sentido das respostas empregadas pelos inquiridos às questões acerca das “motivações” e “experiências” à uma estreita ligação entre essas variáveis. Principalmente nas categorias motivacionais: “conhecimento de novas culturas” e “conhecimento de novos lugares” e nas categorias experienciais: “contacto com novas culturas” e “conhecer novos lugares” cujo título é quase idêntico, dada a semelhança de respostas obtidas nestas distintas variáveis. Nesse sentido, de modo a não repetir informação iremos sintetizar a análise das experiências citadas como “contacto com novas culturas” e “conhecer novos lugares”. Como verificámos na análise tabela das motivações “conhecimento de novas culturas” e “conhecer novos lugares” são, ambos, uns dos principais motivos que leva os presentes inquiridos a viajar, desse modo é de esperar que a experiências mais valorizadas pelos mesmos sejam o “contacto com novas culturas” e “conhecer novos lugares” como podemos confirmar pelas seguintes narrações: *“Conhecer o modo de vida da população local.”*; *“Conhecer as diferenças culturais em cada país.”*; *“Experiência de lidar com diferentes culturas.”*; *“Ver e aprender o modo de vida de Portugal.”*; *“Ver o mundo.”*; *“Ver muitos lugares.”*; *“Descobrir e conhecer lugares lindos.”*; *“Conhecer novos locais em Portugal e experienciar novas vivências.”*; *“Ver novos lugares e aprender como se viaja”*.

Consoante o tipo de experiência procurada pelo turista, Cohen (1979) classificou cinco grupos de turistas distintos: o turista recreativo, que enfatiza a o entretenimento físico; o turista que procura diversão, de modo a esquecer o seu dia-a-dia; o turista empírico, que procura experiências autênticas; o turista experimental, cujo principal desejo é o de estar

em contacto com a população local; e o turista existencial, que pretende imergir totalmente na cultura e nos estilos de vida do seu destino de férias. Este último, o turista existencial, pode ser identificado nas narrações resumidas no parágrafo anterior onde analisámos a experiência categorizada “conhecer novas culturas”.

Ao analisarmos a tabela 15 “experiências” identificámos que a experiência, de longe, mais relevante para estes viajantes foi a “pessoas/socializar”. Como vimos anteriormente a socialização é um fator muito importante neste segmento, é aliás uma característica inerente a esta tipologia. *“Turistas jovens (...) que enfatizam o encontro com outras pessoas (locais e estrangeiras) (...)”* (LOKER-MURPHY e PEARCE,1995,p.823). Através dos relatos dos viajantes sobre as suas experiências vividas podemos confirmar as ideias acima descritas: *“As pessoas, as suas maneiras de pensar, e o que me proporcionaram.”*; *“Experiências que envolvem o contacto com outros turistas, bem como a população local.”*; *“Fiz amigos novos.”*; *“Experiência de lidar com diferentes pessoas.”*; *“As pessoas, é do que mais me recordo.”*. Também com base nas expressões indicadas pelos inquiridos, que salientam a importância do contacto com as pessoas, inclusive com os autóctones, concluímos que este segmento se traduz num dos cinco tipos de turismo mencionados por Cohen (1979) o turista experimental, cujo principal desejo é o de estar em contacto com a população local.

De um modo geral a experiência procurada em turismo é a de estar presente em um tempo ou lugar real (não virtual, não imaginário). Todavia o mochileiro procura na sua viagem algo além desse “estar”, isto é, há uma vontade por parte deste viajante em vivenciar experiências culturais no mundo real (JUODINIS, 2004).

Outra experiência valorizada declarada pelos inquiridos, desta vez no campo da dimensão motivacional física, foi a necessidade de “Descontrair/Desfrutar da vida”. *“Viver.”*; *“Relaxar e ser ativo.”*; *“Desfrutar o momento.”*; *“Desfrutar sozinho das praias e da costa.”*; *“Ter um bom momento aqui.”*; *“Relaxar fortemente.”*; *“Sentir-me bem.”*; *“Senti-me feliz porque tudo foi perfeito.”* Esta experiência procurada não está tão distante das experiências desejadas pelos turistas designados convencionais. Cohen (2004) comprova esta reflexão declarando que existe uma grande lacuna entre a ideologia original do turismo backpacker e prática atual, que se assemelha mais ao turista comum, ao turista de massas do que os próprios mochileiros admitem.

Vogt (1976) identifica a experiência narrada e classificada como “desenvolvimento pessoal”, na tabela 15 “experiências”, como a principal motivação destes viajantes.

Afirma que este tipo de viagem exercita a criatividade, ajuda a criar um autodomínio e que proporciona o tão almejado crescimento pessoal, pois durante a mesma o viajante vive experiências como: a autonomia no processo de decisão, a aprendizagem por meio da sua própria vivência e o intenso relacionamento com outras pessoas. Aoqui (2005) na mesma linha de pensamento declara que os mochileiros seguem viagem na procura do seu crescimento pessoal, com o intuito de se compreenderem a si mesmo e ao que os rodeia (cultura e pessoas). *“A experiência recolhida da viagem fornece os desafios e as oportunidades imprescindíveis para o autodesenvolvimento em áreas valorizadas pelos jovens aventureiros como a independência, a autossustentabilidade, a adaptabilidade, e o processo de abrir a mente”* (VOGT, 1976. p.28). As expressões referidas pelos inquiridos confirmam categoricamente a teoria da procura pelo crescimento pessoal acima abordada. *“Aprender novas coisas, experienciar a história e arte, ser recetivo.”; “Crescimento interior e alargar horizontes.”; “Experiência de ficar a conhecer-me melhor; “Autodesenvolvimento que obtive ao me inserir na cultura portuguesa.”; “Tive que quebrar muitas fronteiras dentro de mim para aceitar uma cultura diferente. Hoje sou mais maduro.”; “Aprendi muito sobre viajar.”; “O teste á minha paciência e autocontrolo.”.*

### 2.3 – ANÁLISE DA TABELA DE AUTO PERCEÇÃO DO COMPORTAMENTO DE VIAGEM

Tabela 13 “comportamento”

Indicador – O meu comportamento em viagem	Tipo de respostas	Índice de aparecimento	Expressões dos Inquiridos
	Respeitoso/responsável	30	<i>“Experienciar respeitando a comunidade local.”; “Respeito a cultura e o ambiente.”; “Eu sinto que sou respeitoso.”; “Respeitoso, tentando seguir os costumes locais.”; “Nós chegámos cá de avião que é uma má maneira para viajar tendo em conta o ambiente. No resto da viagem tentamos ter um comportamento responsável.”; “Respeito a cultura do país para onde vou.”; “Tento viajar de modo responsável tendo em conta o ambiente a cultura/património e as pessoas.”; “Sou bastante amigo do ambiente.”</i>
	Procuo o genuíno de cada lugar visitado	28	<i>“Procuo conhecer características específicas do lugar que visto.”; “Tento interagir com os locais</i>

		<i>porque eles conhecem lindos e remotos lugares para visitar, a melhor comida e a melhor maneira de viver uma experiência.”; “Em todas as viagens tento aprender ao máximo a cultura do país.”; Pretendo absorver cultura, novos conhecimentos adquirir experiências; “Tento conhecer profundamente a cultura e o modo das pessoas pensarem”; “Acabo sempre por fugir das rotas de turistas para estar com os locais.”</i>
Mente aberta	23	<i>“Interessado e de mente aberta.”; “Sou uma pessoa de mente aberta.”; “Estou aberto a novas experiências.”; “Tolerante de mente aberta.”</i>
Sociável/comunicativo	22	<i>“Adoro conhecer muita gente.”; “Uma pessoa que quer comunicar com outras pessoas.”; “Interagir com outros viajantes.”; “Sou muito comunicativo.”; “Procuro conhecer muitos outros Backpackers.”</i>
Descontraído	21	<i>“Descontraído.”; “Atitude descontraída.”; “Gosto de relaxar, de descontrair.”</i>
Divertido	20	<i>“Diversão.”; “Divertido, adoro turistas.”; “Extrovertido.”; “Que gosta de sair à procura de diversão.”</i>
Curioso/explorador	18	<i>“Descobridor.”; “Sou curioso.”; “Um puto a descobrir coisas novas.”; “Curioso por ver os monumentos, museus, praias, maneira de viver.”; “Turista aventureiro e explorador.”</i>
Simpático	15	
Interessado	14	
Livre/ Espontâneo	12	
Viajante Económico	10	
Aventureiro	9	
Educado	7	
Backpacker	4	

Ao observarmos tabela 13 acima expressa deduzimos que a auto percepção dos inquiridos acerca do seu comportamento durante a sua jornada é que são respeitosos e responsáveis. *“Eu sinto que sou respeitoso.”; “Sou bastante amigo do ambiente.” “Respeito a cultura e o ambiente.”; “Nós chegámos cá de avião que é uma má maneira para viajar tendo em conta o ambiente. No resto da viagem tentamos ter um*

*comportamento responsável.*”; *“Tento viajar de modo responsável tendo em conta o ambiente a cultura/património e as pessoas”*. Observando algumas das expressões referidas pelos inquiridos podemos concluir que estes procuram respeitar parte dos cinco elementos que compõem o pentágono mágico, definido por Müller (1994), como respeitar o bem-estar da comunidade local, procurar a conservação da natureza e a proteção dos recursos e respeitar a integridade cultural do local visitado. O que, de um certo modo, faz destes viajantes o “bom turista”, ou seja, aquele que se comporta de uma maneira responsável em relação ao ambiente e à comunidade anfitriã do destino visitado (WOOD E HOUSE, 1991). Giaretta (2003) afirma que o mochileiro é um turista ideal, socialmente correto, pois procura conhecer realmente o lugar e a cultura.

A OMT lançou no ano de 2000 o Código mundial de ética para o turismo. O conceito de ética, de modo simples, é um *“conjunto das práticas morais de determinada sociedade”* (SUNG e SILVA, 2002, p.13). Este código criou um marco de referência para o desenvolvimento responsável e sustentável do turismo. Resumidamente, o código expressa a intenção de promover uma ordem turística mundial ética que seja equitativa, responsável e sustentável em todos os segmentos da sociedade (empresários, trabalhadores, comunidade local e turista). Ao analisarmos as narrações dos inquiridos acerca do seu comportamento em viagem, denotamos, uma ética social nos mesmos, uma vez que estes afirmam ter preocupação com o ambiente e com a comunidade local que visitam, tentando respeitá-los ao máximo.

Muzaini (2005) afirma que os mochileiros tradicionais costumam colocar-se no mesmo patamar que a comunidade recetora, considerando que a sua própria cultura não é superior nem inferior à cultura visitada, respeitando-a ao máximo e estando abertos à convivência e à partilha de novas experiências e conhecimentos. Através dos relatos mencionados reforçamos a ideia acima mencionada: *“Respeitoso, tentando seguir os costumes locais.”*; *“Respeito a cultura do país para onde vou.”*; *“Experienciar respeitando a comunidade local.”*

Ao viajarem de modo independente e ao valorizarem os atrativos culturais os backpackers podem contribuir para a manutenção da cultura tradicional (SWARBROOKE, 2000). Noronha (1999) confirma os aspetos positivos, para o local visitado, inerentes a estes viajantes declarando que devido às suas características, diferenciadoras, como o facto de viajarem sozinhos ou em pequenos grupos e preferirem bens locais, provocam menos efeitos negativos que o turismo convencional.

Os backpackers preferem o que é autóctone, alojando-se nos espaços locais partilhando-os com os nativos (LOKER-MURPHY E PEARCE, 1995). Procuram a partilha cultural, e nas suas longas viagens querem realmente conhecer a cultura e os costumes de quem visitam, participando nas atividades que os autóctones disponibilizam. Atividades essas que contribuem para a criação de riqueza, mas, também, para a melhoria da autoestima e para o aumento da confiança das comunidades locais (SCHEYVENS, 1999). Além disso, ao exigirem experiências autênticas, incentivam a manutenção dos aspetos culturais e o fortalecimento da identidade cultural (SWARBROOKE, 2000). O segundo comportamento mais citado categorizado como “procuro o genuíno de cada lugar visitado” corrobora esta linha de pensamento. *“Procuro conhecer características específicas do lugar que visto.”; “Em todas as viagens tento aprender ao máximo a cultura do país.”; Pretendo absorver cultura, novos conhecimentos adquirir experiências; “Tento conhecer profundamente a cultura e o modo das pessoas pensarem”.*

Oliveira (2005) e Aoqui (2005) compartilham da ideia que o facto de os mochileiros procurarem sair das rotas definidas e almejam locais recônditos e inexplorados em vez de lugares mais populares e turísticos, traz benefícios para o destino visitado como a distribuição mais equitativa do rendimento. Segundo Peel e Steen (2007) os backpackers ao visitarem locais de menor fluxo turístico contribuem para o desenvolvimento e impulsionamento de uma área geográfica mais ampla. Os seguintes relatos espelham as afirmações anteriores: *“Acabo sempre por fugir das rotas de turistas para estar com os locais.”; “Tento interagir com os locais porque eles conhecem lindos e remotos lugares para visitar, a melhor comida e a melhor maneira de viver uma experiência.”.*

Outras das perceções que os viajantes detêm sobre si é que são pessoas de mente aberta. *“Interessado e de mente aberta.”; “Sou uma pessoa de mente aberta.”; “Estou aberto a novas experiências.”; “Tolerante de mente aberta.”.* Murphy (2001) confirma dizendo que estes viajantes necessitam de ter uma mente aberta e serem bastante tolerantes respeitando as diferenças daqueles com os quais convivem e partilham espaços físicos comuns como é o caso dos albergues de juventude. Lash e Urry (1994) compartilham da exposição anterior atestando que o turismo permite um conjunto de disposições sociais que integram um espírito de abertura à relação com os outros e de reflexão sobre as diferenças entre meios sociais, culturais e naturais distintos.

Os viajantes inquiridos assumem-se, ainda, como pessoas sociáveis e comunicativas. *“Adoro conhecer muita gente.”; “Uma pessoa que quer comunicar com outras pessoas.”;*

*“Interagir com outros viajantes.”; “Sou muito comunicativo.”; “Procuro conhecer muitos outros Backpackers.”* Murphy (2001) neste sentido afirma que estes viajantes têm necessidade de deterem determinadas habilidades sociais, como por exemplo a capacidade de iniciar conversas com pessoas estranhas, na maioria das vezes estrangeiras e de culturas diferentes. Finalmente, conforme contemplámos anteriormente as interações sociais são muito apreciadas, sendo mesmo denominadas como o principal motivo de viagem (LOKER-MURPHY E PEARCE, 1995; MURPHY, 2001; NOY 2004; RILEY, 1988).

#### **2.4 – ANÁLISE DA TABELA DO SIGNIFICADO DE BACKPACKER (AUTOREPRESENTAÇÃO)** (tabela 16 no apêndice)

É consensual entre os inquiridos a perceção de que o termo backpacker tem implícito no seu significado “viajante económico/orçamento reduzido”. Assim o podemos confirmar pelas suas declarações na tabela 16 “backpacker”: *“Pessoa que viaja com poucos fundos para gastar no essencial.”; “Alguém que adora viajar economicamente.”; “Pessoas que gostam de viajar por preços reduzidos e gozar bons momentos.”; “Viajante económico em termos de viagem e alojamento.”; “Viajante poupado, não gastar muito dinheiro na viagem.”*. Esta é uma das premissas bem esclarecidas por diversos autores da revisão bibliográfica. *“Turistas jovens e económicos, que mostram preferência por alojamento barato (...).”* LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995,p.823). Graburn (1983) defende que na sua maioria os backpackers pertencem à classe média. Ravon (1988), por sua vez, especifica as características desta tipologia, dizendo que são jovens entre os 18 e 30 anos com um orçamento reduzido. Swarbrooke e Horner (2002) indicam que uma das principais características deste segmento é desejo de reduzir o máximo possível os gastos, a propensão de esticar ao máximo a duração da sua viagem. Oliveira (2007) assegura que os restritos recursos financeiros, destes viajantes, mais por uma questão de opção do que limitação, fá-los reduzir as suas despesas ao máximo com hospedagem, alimentação e transporte em benefício de atividades de lazer que lhes proporcionam maior prazer e satisfação ou, ainda, para prolongar a duração da viagem.

Esta tendência de viajar pelo mundo, com o mínimo dinheiro possível, conforme afirmaram os inquiridos nas suas declarações: *“Viajar o mundo sem dinheiro.”; “Viaja muito por pouco dinheiro.”; “Alguém que viaja pelo mundo numa forma muito económica.”*. É designada por “Road Status” algo que faz parte da cultura backpacker

tradicional. Em que o objetivo do viajante é gastar o menos possível tentando pagar o preço justo/local do produto e não os preços praticados para turistas, geralmente mais elevados. Quando se consegue alcançar este feito é sinónimo de que se é um de viajante com uma larga experiência e com grandes competências (RILLEY, 1998; SORENSEN, 2003; URIELY, YONAY e SIMCHAI, 2002).

Ao termo backpacker está associado a palavra mochila, como podemos corroborar pelas expressões expressas. *“Viajam com uma mochila às costas.”; “Viajar com a vida na mochila.”; “Viajar apenas com a mochila.”; “Mochila às costas e pé na estrada.”; “Levar as coisas às costas de um lado para o outro, de sítio em sítio.”; “Vivendo fora com uma mochila.”; “Alguém que viaja por quase todo o mundo carregando uma mochila às costas.”; “Mochila às costas e siga.”; “Pessoa que viaja com tudo o que necessita às costas.”; “Alguém que vive fora com uma mochila por um período de tempo.”*. Além da palavra mochila podemos verificar que o termo viagem também merece grande destaque nas exposições anteriores e nas constatadas na tabela 16 “backpacker” onde os inquiridos afirmam que backpacker é um “viajante económico/orçamento reduzido”, um “viajante que procura conhecer outras pessoas e socializar” ou simplesmente um “viajante”. Segundo Sharpley (1994) o termo “viajante” costuma ser aplicado a uma pessoa em viagem por um determinado período de tempo, particularmente às que viajam de mochila e com um orçamento limitado. Este tipo de viagem traz em si um espírito de liberdade, aventura e individualidade. Termos esses, também, nomeados pelos inquiridos para determinar o significado de backpacker. Por outro lado, o vocábulo “turista” raras vezes mencionado pelos inquiridos, tanto que não foi possível categorizá-lo na tabela 16 “backpacker”, anuncia um sentido depreciativo para descrever aqueles que participam de um turismo produzido em massa, de pacote (SHARPLEY, 1994). Krippendorf (2001) afirma que o backpacker procura dissociar-se do turista de massas, agindo diferentemente, procurando afastar-se dos espaços mais conhecidos e mais popularizados, desejando locais inexplorados, procurando interagir com os nativos, demandando alojamentos locais, assim como, procurando utilizar meios de transporte públicos do destino. O que pode justificar o facto dos inquiridos designarem backpacker como um viajante e não um turista.

Ao analisarmos, anteriormente, as tabelas 12 “o que leva a viajar” e 14 “o que o leva a visitar Portugal” e 15 “experiências” verificámos que o contacto com as pessoas e sociabilização é de facto um ponto importante, se não dos mais importantes, nas jornadas deste segmento. Esta noção é partilhada pelos inquiridos que conferem ao

termo backpacker a definição de “viajante que procura conhecer outras pessoas e socializar” conforme podemos observar nas suas expressões: *“Viajante mais social que os turistas de hotel.”*; *“Viajante que convive com os locais e respeita o outro.”*; *“Pessoa disposta a interagir com a população local e aprender sobre a sua cultura e experiências.”*; *“Oportunidade de conhecer muitas pessoas.”*; *“Viajar devagar e de modo responsável, conhecer outras pessoas (viajantes e locais).”* *“Pessoa social que gosta das atividades locais e entrar em contacto com os locais.”*; *“Conhecer outros viajantes.”*; *“Alguém que adora conhecer novas pessoas.”*

Os viajantes auscultados relatam que backpacker é alguém que procura vivenciar o maior número de experiências possível, o que nos levou a categorizar esta ideia como “coleccionador de experiências.” *“Viajar com o mínimo na mochila para enche-la de experiências.”*; *“Pessoas que adoram viajar e coleccionar muitas viagens.”*; *“Pessoa que viaja muito, vai de um lugar para outro tentando ver e experienciar o máximo possível.”*; *“Experiências mais intensas do que as dos turistas normais.”*; *“Forma simples de viver com o objetivo de “sentir” o máximo possível.”* *“Uma pessoa que quer ver o mundo da forma como ele é e não pela perspectiva turística.”* Os autores d’Anjou (2004) e Elsrud (2001) reforçam esta ideia afirmando que visitar novos locais e experienciar novas atividades fazem parte integrante da cultura dos mochileiros, que são aventureiros, que procuram por novas sensações, o autêntico e o risco. Haigh (1995) partilha de semelhante ideia de que os backpackers pretendem obter nas suas jornadas novas e profundas experiências, procurando para tal, viagens que lhes proporcionem um maior risco, viagens inusitadas fora das trilhas habituais do turismo convencional.

Na opinião dos inquiridos ao conceito backpacker está agregado o conceito de “itinerante”, isto é, *“pessoa que viaja por todo o mundo em poucos dias explorando novos lugares”* ou *“estar em contínuo movimento durante uma viagem”* ou, ainda, *“uma pessoa que não fica num sítio por um longo período de tempo.”* Jess (2004, p. 23) confere importância ao simples ato de locomoção declarando que *“a viagem é vista como uma atracção em si e certamente como parte da experiência turística”*.

Os backpackers tradicionais caracterizam-se, entre outras coisas, por realizarem viagens de longa duração, viagens de meses, e de múltiplos destinos. (SORENSEN, 2003; O’REILLY, 2006; OLIVEIRA, 2005). As citações seguintes vão de encontro à ideia acima apresentada. *“Alguém que visita muitos lugares numa única viagem.”*; *“Viajando em volta*

do mundo.”; *“Uma pessoa a ir de lugar para lugar com uma mochila ao dispor para experienciar novas coisas.”*

Backpacker significa “independência/liberdade”, consoante podemos verificar pelas seguintes expressões narradas: *“Ser livre.”*; *“O estilo de viagem backpacker faz-me viajar de modo fácil e livre, continuando para algum lugar.”*; *“Viajante livre e sem rumo.”*; *“Espírito livre e autonomia.”*; *“Grande peso nas tuas costas mas independência.”*; *Livre todo o tempo, não pertences a ninguém e a nenhum lado.”*; *“Como backpacker tu podes planear a tua viagem, porém tudo é espontâneo.”*. A independência é, aliás, uma das principais características destes viajantes (SWARBROOKE e HORNER, 2002). Também, para os autores Uriely, Yonay e Simchai (2002) o sentido de liberdade e espontaneidade está implícito neste segmento afirmando que os backpackers são viajantes de longos períodos, sem planos rígidos apenas com uma vaga ideia a respeito do seu retorno. Ravon (1988) segue uma idêntica teoria dizendo que são jovens que preferem viajar individualmente e não em grupos, que, geralmente, não organizam a sua viagem previamente, apenas procuram a forma de ir de país e em país e que não querem misturar-se com os turistas institucionalizados.

## **2.5 – ANÁLISE DA TABELA TRABALHOU OU PRETENDE TRABALHAR EM PORTUGAL DURANTE A SUA ESTADA (tabela 17 no apêndice)**

Em 238 respostas conseguidas 86,13% responderam negativamente quanto à intenção de trabalhar em Portugal durante a sua jornada, assim esta tabela é referente apenas a 13,87% dos inquiridos que responderam afirmativamente à questão.

A maioria dos inquiridos que responderam afirmativamente quanto à intenção de trabalharem em Portugal é residente no país. Isto é, são portugueses que se encontravam alojados nos albergues por questões de trabalho e não lazer, autodenominando-se como “residentes” e estrangeiros que decidiram viver e trabalhar em Portugal *“agora vivo aqui”*; *“vou estar a viver um tempo em Portugal”*; *“decidi viver aqui durante um ano, portanto preciso de dinheiro”*; ou são, ainda, estudantes de Erasmus *“trabalho para me manter em Portugal, porque a bolsa de Erasmus não é suficiente para tal”*.

Outros respondentes afirmaram-no fazê-lo por necessidade: *“É um país rico na forma de viver”*; *“Preciso de dinheiro”*; *“Quero aprender novas coisas e não tenho muito dinheiro para gastar”*; *“Arte de rua, preciso de dinheiro”*.

Por fim, foi mencionado que trabalhar no país estrangeiro é um modo de sociabilização: *“Trabalhar num hostel é ótimo para conhecer pessoas sem gastar muito”*; *“Trabalhar num hostel é ótimo. Tens um sítio para conhecer muito bem e de modo diferente”* Muitas vezes o facto de trabalhar num local estrangeiro pode ser mais um aspeto que possibilite vivenciar um quotidiano não familiar e diferente ao sujeito mochileiro (JUODINIS, 2004).

## **2.6 – ANÁLISE DA TABELA RECOMENDA PORTUGAL COMO UM DESTINO IDEAL PARA BACKPACKERS** (tabela 18 no apêndice)

Em 238 respostas conseguidas 97,1% dos inquiridos recomenda Portugal como um destino ideal para o segmento backpacker, discriminando como principais motivos a população local, o facto de ser um destino acessível economicamente, por presentear os visitantes com uma oferta turística diversificada, pela beleza do país e, ainda, pela cidade de Lisboa.

Não é surpreendente que o principal motivo pelo qual os inquiridos aconselham o destino Portugal seja as suas gentes pois como tivemos oportunidade de concluir nas análises realizadas nas tabelas anteriores a motivação social, ou seja, a ênfase no conhecimento dos outros viajantes e locais é apontada como um dos principais motivos para viajar (MURPHY, 2001; NOY 2004; RILEY, 1988). Verificámos, ainda, que a experiência mais relevante vivida pelos inquiridos foi o contacto com as pessoas, socializar. O que nos leva a concluir que o contacto com as pessoas é realmente importante para este segmento. Portugal conhecido por ser um país hospitaleiro soma pontos neste âmbito como podemos confirmar nas declarações seguintes: *“Os portugueses são simpáticos.”*; *“Gente hospitaleira.”*; *“Pessoas são muito simpáticas e calorosas.”* *“Recomendo pela gentileza dos Portugueses.”*; *“Pessoas com mente aberta.”*; *“É bastante acolhedor.”*; *“Boas pessoas.”*; *“As pessoas são o verdadeiro ponto de venda.”*; *“Gente genial.”*

*“Turistas jovens e económicos que mostram preferência por alojamento barato (...).”* (LOKER-MURPHY e PEARCE, 1995,p.823). O fato de este segmento ter um orçamento

reduzido, fá-los ter uma maior atenção aos gastos, sendo o custo do destino uma importante premissa. Segundo os inquiridos Portugal é um destino economicamente acessível e por isso um bom destino para este segmento. *“Barato.”; “Mais barato que outros países.”; “Bom país e não é caro.”; “Preços baixos.”; “Acessível.”; “Económico.”*

Segundo os inquiridos, Portugal tem uma oferta turística diversificada: *“Muitas atrações turísticas para conhecer.”; “Portugal é muito mais do que se vê nos livros, tem imensos tesouros escondidos.”; “Tem natureza, muita serra e mar.”; “Rico em destinos turísticos.”; “Encontra-se tudo o que se necessita.”* O que representa mais um ponto a favor para este segmento que procura vivenciar o maior número possível de experiências durante a sua viagem como confirmamos nas exposições relatadas na tabela 4.3.3 “experiências” onde o backpacker foi descrito como um “coleccionador de experiências. Os autores d’Anjou (2004) e Elsrud (2001) reforçam esta ideia afirmando que visitar novos locais e experienciar novas atividades fazem parte integrante da cultura dos mochileiros.

Portugal é, ainda, aconselhado a ser visitado pela sua beleza: *“É lindo.”; “É excitante e lindo.”; “O Porto é uma das cidades mais lindas do mundo que eu já vi.”; “Lindos lugares.”; “É muito bonito.”* E pela sua capital: *“Linda cidade e com alma”; “Cidade modesta.”; “Lisboa é um bom lugar.”; “Recomendo especialmente Lisboa.”; “Lisboa é agradável tem um encanto especial, é muito linda.”; “É o meu sítio favorito, Lisboa ama-me.”*

Concluimos que o facto de 92% dos inquiridos recomendar Portugal como um destino ideal para backpackers é extremamente positivo para o país pois como verificamos anteriormente na tabela 14 “o que leva a visitar Portugal” este segmento confere muita importância à comunicação e troca de experiências com os outros viajantes: *“Muitos amigos me recomendaram Lisboa.”; “Ouvi dizer que é um ótimo destino para backpackers, apesar de ainda não conhecer muito do país tem sido espetacular.”* As interações sociais com outros viajantes são muito apreciadas e fazem parte integral da experiência da viagem, a informação conseguida através destas interações sociais, a informação transmitida boca-à-boca é fundamental para que os mochileiros tomem as suas próprias decisões quanto ao caminho a seguir na sua jornada (SORENSEN, 2003; MURPHY, 2001; RILEY, 1988).

## CAPÍTULO V: CONSIDERAÇÕES FINAIS

### 1 – TESTE DE HIPÓTESES

Este trabalho de investigação permitiu-nos identificar o perfil do backpacker que visita Portugal, assim como os seus padrões de consumo e as suas motivações para viajar.

Após, a interpretação dos resultados foi possível validar as hipóteses de trabalho formuladas inicialmente.

- Hipótese 1 (H1): Os viajantes que visitam Portugal serão tendencialmente backpackers contemporâneos (mais próximos do comportamento do turista de massas) do que do comportamento dos backpackers tradicionais.

Consoante os dados auferidos durante a investigação podemos concluir que a (H1) se verifica. Uma vez que mais de metade dos inquiridos 73,4% não viajam um período superior a 1 mês. O que segundo O'Reilly (2006) os classifica de «short-term backpacker», ou seja, «backpackers contemporâneos». Além disso, segundo os respondentes, Portugal tem uma oferta turística diversificada: *“Muitas atrações turísticas para conhecer.”*; *“Portugal é muito mais do que se vê nos livros, tem imensos tesouros escondidos.”*; *“Tem natureza, muita serra e mar.”* Estas narrativas indicam-nos que cada vez mais o turismo backpacker se aproxima do turismo de massas pois, ambos têm as mesmas perceções do destino, ou seja, na sua maioria visitam os mesmos locais (espaços popularizados), embora os backpackers não o aceitem dizendo que durante a sua viagem procuram áreas pouco conhecidas, áreas não turísticas, como notamos na análise da variável E7 (*“Quando viajo procuro áreas pouco conhecidas áreas não turísticas”*).

- Hipótese 2 (H2): Os backpackers são tendencialmente jovens, viajam de forma independente e enfatizam a sociabilidade.

De acordo com os dados analisados neste estudo concluímos que a (H2) é válida. A maioria 84% dos inquiridos tem menos de 30 anos de idade, deste modo turismo mochileiro é praticado, essencialmente, por jovens. Os dados recolhidos confirmam que os backpackers viajam de forma independente, pois a maioria dos respondentes 27,5% afirmam planear a sua viagem com recurso à informação disponível na internet, e, ainda, 20,2% dos inquiridos afirmam conjugar a informação adquirida na internet com a informação obtida boca-à-boca. Não constando qualquer referência à utilização de

agências de viagem, assim como outras entidades institucionalizadas. Finalmente, a sociabilidade é uma importante componente na sua viagem, uma vez que a maior fatia dos inquiridos 78,9% está de acordo que socializar e trocar experiências é a essência da sua viagem (variável E22) e, ainda, mais de metade dos respondentes afirmam que procuram estar em contacto com os locais para fazer novos amigos (variável E10). As respostas alcançadas nas questões abertas vêm reforçar esta ideia, já que um dos principais motivos para viajar apontados pelos inquiridos foi a socialização: *“Conhecer os locais.”*; *“Ver pessoas de todo o mundo.”*; *“Aprender sobre outras pessoas.”*; *“Gosto de conhecer outros viajantes.”*; *“Fazer amigos de outros países.”*. Socializar foi, inclusive, descrito como a experiência, de longe, mais relevante para estes viajantes: *“Fiz amigos novos.”*; *“Experiência de lidar com diferentes pessoas.”*; *“As pessoas, é do que mais me recordo.”*.

- Hipótese 3 (H3): Os backpackers são tendencialmente viajantes de média-longa duração, procuram o crescimento pessoal e desejam a sensação de aventura, risco e de liberdade.

A (H3) não foi confirmada, uma vez que a maioria dos inquiridos viaja por um período total de 1 mês, o que pode ser encarado como uma viagem de curta-média duração, contudo uma viagem de longa duração segundo O'Reilly (2006) tem de ser superior a dois meses e meio. Na questão acerca do seu comportamento em viagem as categorias ser aventureiro e a procura pelo risco são citadas, todavia apresentam uma reduzida significância em comparação com outras categorias de comportamento. No entanto, os dados encontrados corroboram a ideia de que os backpackers procuram o seu crescimento pessoal, viajando para novos países e conhecendo diferentes culturas. Como podemos observar nas narrativas seguintes: *“Conhecer de modo profundo novas culturas.”*; *“Experiência de lidar com diferentes culturas.”*; *“Ver e aprender o modo de vida de Portugal.”*; *“Crescimento interior e alargar horizontes.”*; *“Experiência de ficar a conhecer-me melhor; “Autodesenvolvimento que obtive ao me inserir na cultura portuguesa.”*; *“Tive que quebrar muitas fronteiras dentro de mim para aceitar uma cultura diferente. Hoje sou mais maduro.”*; *“Aprendi muito sobre viajar.”*; *“O teste á minha paciência e autocontrolo.”*.

- Hipótese 4 (H4): Os backpackers são tendencialmente originários da Europa, viajantes ética e socialmente responsáveis, com mente aberta e com um elevado grau de escolaridade.

A (H4) é verificada conforme podemos constatar através dos dados recolhidos nesta investigação. Na medida em que a maioria dos visitantes inquiridos são de origem Europeia, cabendo a maior fatia aos Alemães que representam 16,8% dos inquiridos, seguidos dos Espanhóis 6,4%, dos Italianos 5,6% e dos Belgas 4,4% entre outras nacionalidades europeias menos representativas. A auto percepção dos inquiridos acerca do seu comportamento durante a sua jornada é de que são respeitosos e pessoas de mente aberta: *“Eu sinto que sou respeitoso.”; Respeito a cultura e o ambiente.”; “Sou uma pessoa de mente aberta.”; “Estou aberto a novas experiências.”; “Tolerante de mente aberta.”*. Por fim, ao nível das habilitações 86% os inquiridos possuem o ensino superior.

- Hipótese 5 (H5): Os backpackers são viajantes cujas características específicas contribuem para o crescimento e desenvolvimento sustentável do destino.

Com base nos dados recolhidos durante a investigação concluímos que a (H5) se verifica. A maioria dos respondentes afirma ter sido amigo do ambiente durante as suas viagens (variável E3) e concordam com afirmação de que “Backpackers são turistas responsáveis e conscientes que se preocupam com o ambiente e com a cultura local” (variável E1). Ao analisarmos as seguintes expressões: (relativas à auto percepção dos inquiridos acerca do seu comportamento em viagem) *“Tento viajar de modo responsável tendo em conta o ambiente a cultura/património e as pessoas”;* *“Sou bastante amigo do ambiente.”;* *“Nós chegámos cá de avião que é uma má maneira para viajar tendo em conta o ambiente. No resto da viagem tentamos ter um comportamento responsável.”;* podemos concluir que estes procuram respeitar o bem-estar da comunidade local, procuraram respeitar a conservação da natureza e a proteção dos recursos, assim como, a integridade cultural do local visitado. Além disso, em termos de padrões de consumo a maioria dos inquiridos preferem consumir os produtos locais, genuínos de cada destino (variável E8) e utilizam nas suas deslocações durante a estada em Portugal, essencialmente, os transportes públicos. Estes comportamentos em conjunto contribuem para o crescimento e desenvolvimento sustentável do destino.

## 2 – CONCLUSÃO

Neste trabalho, realizámos um estudo exploratório recorrendo à conjugação de métodos quantitativos e qualitativos, de modo a obtermos informações mais profundas e detalhadas acerca do turismo backpacker, no sentido de podermos contribuir para diminuição da lacuna de informação acerca deste segmento em território nacional. Os questionários foram aplicados em Lisboa, no entanto a maioria dos viajantes inquiridos, já tinham passado por outras regiões do país como conseguimos compreender nas questões abertas o que nos levou a construir um retrato deste segmento em Portugal.

Os resultados desta investigação permitem-nos delinear o perfil do mochileiro que visita o nosso país que é muito semelhante ao perfil social contemporâneo indicado na bibliografia. São jovens que viajam sozinhos ou com amigos, estudantes ou detentores de um curso superior e são na sua maioria originários do continente Europeu. Viajam de forma independente, optam por acomodações económicas e preferem os produtos locais e genuínos. Valorizam o encontro com outros indivíduos e procuram conhecer, de um modo profundo, os costumes e modos de vida de cada lugar que visitam.

O capítulo dedicado aos hostels em Lisboa é apenas um início de uma recolha de informações acerca dos mesmos, seria necessário ter mais tempo para fazer uma pesquisa mais afinçada e meticulosa acerca dos mesmos, para podermos compreender melhor este recente fenómeno. Acredito, sinceramente, que estes meios de alojamento merecem mais que um, simples, capítulo numa investigação. Ficando, aqui, a sugestão para que futuros trabalhos se foquem, exclusivamente, nesta tipologia de alojamento em Portugal, pois como vimos os hostels Portugueses já são um fenómeno mundial destacados pela sua qualidade no Hostelworld.com e uma indústria em constante crescimento.

Socializar, conhecer e interagir com pessoas, como verificámos nesta investigação, é um dos principais motivos de viagem deste segmento, e é, ainda, encarado como a experiencia mais relevante de toda a viagem para a maioria dos viajantes. Deste modo, faz todo em sentido que em trabalhos futuros se dê uma maior atenção a esta questão. Procurando, por exemplo, analisar se os contactos e as interações entre os backpackers e os locais são positivos ou negativos e, também, investigar o ponto de vista dos locais quanto a estas relações.

Na literatura identificámos como característica inerente a este segmento a o respeito e a ética social, estas características foram confirmadas também nesta investigação principalmente através da questão qualitativa em que os inquiridos se autodenominaram como responsáveis e respeitosos. Contudo cogitamos que o tema responsabilidade social e sustentabilidade merecem uma análise mais profunda e detalhada, uma vez que o turismo alternativo e sustentável é cada vez mais apreciado pelos destinos recetores devido aos benefícios que acarretam para os mesmos.

Seria, também, interessante numa próxima investigação identificar as rotas percorridas por este segmento, ou seja, identificar o que é mais visitado pelos mochileiros, uma vez, que estes afirmam procurar o autêntico e o genuíno de cada lugar visitado.

Em conclusão, com este trabalho pretendemos elaborar um estudo exploratório, procurando traçar um retrato alargado do segmento backpacker em Portugal e nesse mesmo sentido esta investigação pode ser encara como uma ferramenta de trabalho inicial para melhor entender e compreender este recente fenómeno turístico no nosso país.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, P. (1995) *Turismo internacional de jovens: O universo das formas, dos motivos e das representações juvenis sobre a viagem*. Revista Crítica de Ciências Sociais, 43, 69-91.
- ADLER, J. (1985) *Youth on the Road: reflections on the history of tramping*. Annals of Tourism Research, Vol. 12 No.3, pp 335-354.
- ALTELJEVIC, I. DOORNE, S. (2002) *Theoretical Encounters: A Review of Backpacker Literature – A Transnational Research Project on Backpacker Tourism*.
- AOQUI, C. (2005) *Desenvolvimento do segmento backpacker no Brasil sob a ótica do marketing de turismo*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração de Empresas) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – Universidade de São Paulo.
- ARROTEIA, J. (1994) O turismo em Portugal: Subsídios para o seu conhecimento. Cadernos Turismo e Sociedade, 1, 81-94.
- AZEVEDO, M.(2004) *Teses, Relatórios e Trabalhos Escolares Sugestões para Estruturação da Escrita*. 4ª Edição Universidade Católica Editora Lisboa.
- BARDIN, L. (1977) *Análise de Conteúdo*. Edições 70 Lisboa.
- BELL, J. (2004) *Como realizar um projeto de investigação*. Lisboa, Portugal: Gradiva.
- CARVALHO, D. (2009) *Turismo Backpacker: Um Estudo Exploratório Sobre Perfil, Características e Motivações*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Turismo - Universidade Federal Fluminense.
- CATER, E. (1996) *Community Involvement in Third World Ecotourism*. Discussion Paper. No. 46, the University of Reading Department of Geography.
- COHEN, E. (1972) *Toward a Sociology of International Tourism*. Social Research No. 39, pp. 164–182.
- COELHO, A. (2009) *Estes hostels são os melhores do mundo*. Público. Consultado em: 11/01/2012 em: <http://www.publico.pt/Local/estes-hostels-sao-os-melhores-do-mundo-1358168?all=1>.
- COHEN, E. (1973) *Nomads from Affluence: Notes on the Phenomenon of Drifter Tourism*. International Journal of Comparative Sociology Vol. 14 No. 1-2, pp. 89–103.

- COHEN, E. (2004) *Backpacking: Diversity and Change*. In *The global nomad: backpacker travel in theory and practice*. RICHARDS, G. WILSON, J. Clevedon: Channel View.
- d'ANJOU, A. (2004) *Youth tourism in Canada: A situational analysis of an overlooked market*. Youth Tourism Consortium of Canada. Creative Solutions Communications.
- DAVIDOFF, L. (1980) *Introduction to psychology*. New York: McGraw-Hill.
- ECO, U. (2007) *Como se faz uma tese em ciências humanas*. Lisboa, Portugal: Editorial Presença.
- ELSRUD, T. (1998) *Time creation in traveling: the taking and making of time among women backpackers*. *Time and Society*, Vol.7, pp. 309-334.
- FITZGERALD, D. JORDAN, P. EGIDO, L. (2008) *The power of youth travel*. World Youth Student & Educational (WYSE) Travel Confederation.
- FORMICA, S. UYSAL, M. (1996) The revitalization of Italy as a tourist destination. *Tourism Management*, 17 (5), 323-331.
- GIARETTA, J. (2003) *Turismo da juventude*. São Paulo: Manole.
- GIBBONS, M. SELVARAJAH T. (1994) *A Study of the International Backpacker Visitor to New Zealand: Building a Profile to Assess Value and Impact*. Unpublished report. Albany: Department of Management Systems, Massey University.
- GOODHALL, B. (1990). How tourists choose their holidays: An analytical framework. In GOODHALL, B. ASHWORTH, G. *Marketing in the tourism industry: the promotion of destination regions* (pp. 1-17). London: Croom Helm.
- GRABURN, N. (1983) *The anthropology of tourism*. *Annals of Tourism Research*.
- HAIGH, R. (1995) *Backpackers in Australia*. Occasional Paper No. 20, Canberra: Bureau of Tourism Research.
- HAMPTON, P. (1998) *Backpacker Tourism and Economic Development*. *Annals of Tourism Research*. Vol. 25, No. 3, pp. 639-660.
- HILL, M. HILL, A.(2002). *Investigação por questionário*. Lisboa, Portugal: Edições Sílabo, Lda.
- HSU, H, LAM, T. 2003) Mainland Chinese travellers' motivations and barriers of visiting Hong Kong. *Journal of Academy of Business and Economics*, 2 (1), 60-67.
- JARVIS, J. (1994) *The Billion Dollar Backpackers: The ultimate fully independent tourists*. PhD Dissertation, Monash University, Australia.

- JARVIS, J. (2004) *Yellow bible tourism: Backpackers in Southeast Asia*. In B. West (ed.) *Down The Road: Exploring Backpackers and Independent Travel*. Australia: API Network.
- JARVIS, J. PEEL, V. (2008) *Study Backpackers: Australia's short-stay international student travellers*. HANNAM, K. ATELJEVIC, I. *Backpacker Tourism: Concepts and Profiles*, Channel View Publications, UK, pp. 157-173.
- JESS, J. (2004). *Turismo alternativo e cultura backpacker*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Centro de Ciências Jurídicas e Sociais – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, 2004.
- KRIPPENDORF, J. (2001) *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Aleph.
- LAUREANO, R. BOTELHO, M. (2010) *SPSS o meu manual de consulta rápida*. Lisboa, Portugal: Edições Sílabo, Lda.
- LAUREANO, R. (2011) *Teste de Hipóteses com o SPSS o meu manual de consulta rápida*. Lisboa, Portugal: Edições Sílabo, Lda.
- LEE, T. CROMPTON, J. (1992). *Measuring novelty seeking in tourism*. *Annals of Tourism Research*, 19 (4), 732-751.
- LESLIE, E. WILSON, J. (2005) *The Backpacker and Scotland: A Market Analysis*. *Tourisms an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol. 1 No. 2, pp. 11-28.
- LOKER, L. (1993) *The Backpacker Phenomenon II: More Answers to Further Questions*. North Queensland: James Cook University.
- LOKER-MURPHY, L. (1996) *Backpackers in Australia: A Motivation-based Segmentation Study*. *Journal of Travel and Tourism Marketing* Vol. 5, No. 4, pp. 23–45.
- LOCKER-MURPHY, L. PEARCE, P. (1995) *Young Budget Travellers: Backpackers in Australia*. *Annals of Tourism Research*; Vol.22, No. 4, pp 819-843.
- MALHOTRA, K. (2001) *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookmam.
- MAOZ, D. (2008) *The backpacking journey of Israeli women in mid-life*. In HANNAM, K. ATELJEVIC, I. *Backpacker tourism: concepts and profiles*. Clevedon: Channel View Publications.
- MARKWARD, A. (2008) *Bacpackers: The next generation*. A thesis submitted to Auckland University of Technology in fulfillment of degree of Master of Philosophy. Dr. Hamish Bremner, Supervisor. School of Hospitality and Tourism.

- MAROCO, J. BISPO, R. (2003). *Estatística Aplicada às Ciências Sociais* (1ª ed.). Lisboa: CLIMEPSI Editores.
- MAZANEC, A. ZINIS, A. DOLNICAR, S. (1998) *Análise do comportamento do turista com tipologias de estilo de vida e de férias*. In: THEOBLAD, W. F. Turismo Global. São Paulo: SENAC Nacional.
- MITCHELL, R. (1998). *Learning through play and pleasure travel: Using play literature to enhance research into touristic learning*. Current Issues in Tourism , 1 (2), 176-188.
- MOWEN, J. (2000) - *The 3M model of motivation and personality: theory and empirical applications to consumer behavior*. Boston: Kluwer Academic Publishers ISBN 0-7923-8543-8.
- MÜLLER, H. (1994) *The thorny path to sustainable tourism development*. Journal of Sustainable Tourism Vol. 2, pp. 131-136
- MURPHY, L. (2001) *Exploring Social Interactions of Backpackers*. Annals of Tourism Research No. 28, pp. 50–67.
- MURPHY, P. (1985) *Tourism: a community approach*. New York: Methuen ISBN 0416359302.
- MUZAINI, H. (2007) *Backpacking Southeast Asia: Strategies of “looking local”*. Annals of tourism research. Vol. 33, No.4, pp.1441-161.
- NORONHA, F. (1999) *Culture Shocks*. Tourism in Focus no.31, pp 16-17.
- NOY, C. (2004) This trip really changed me: Backpackers’ narratives of self-changing. *Annals of Tourism Research; Vol.32, No. 1, pp. 78-102*.
- OLIVEIRA, J. (2005) *Turismo backpacker/mochileiro*. Trigo, Luiz G. Análises regionais e globais do turismo brasileiro. São Paulo: Roca.
- OLIVEIRA, J. (2007) *Estudo do segmento de turistas internacionais Backpackers no Brasil*. IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM.
- OMT. *Concepts and Definitions on Sustainable Tourism*. Consultado em 28/03/11: [http://www.world-tourism.org/frameset/frame\\_sustainable.html](http://www.world-tourism.org/frameset/frame_sustainable.html).
- OMT. *Global Code of Ethics for Tourism*. Consultado em: 13/03/12 em: [http://www.world-tourism.org/code\\_ethics/sp.html](http://www.world-tourism.org/code_ethics/sp.html).
- O'REILLY, C. (2006) *From drifter to gap year tourist: mainstreaming backpack travel*. Annals of Tourism Research. Vol. 33, No. 4, pp. 998-1017.

- PEEL, V. STEEN, A. (2007) *Victims, hooligans and cash-cows: media representation of the international backpacker in Australia*. Tourism Management, vol. 28, no. 4.
- PLOG, S. (1977) *Why destination areas rise and fall in popularity*. In Kelly, E., (ed), Domestic and International Tourism, Institute of Certified Travel Agents, Wellsbury, MA.
- PORDATA. *Rendimento médio disponível das famílias em Portugal*. Consultado em 26/03/12 em: <http://pordata.pt/Portugal/Rendimento+medio+disponivel+das+familias-2098>.
- PORDATA. *Dimensão média dos agregados domésticos privados em Portugal*. Consultado em 26/03/12 em: <http://www.pordata.pt/Portugal/Dimensao+media+dos+agregados+domesticos+privados-511>.
- QUIVY, R. CAMPENHOUDT. L. (2003) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 3º Edição Gradiva Lisboa.
- RAVON, Z. *Youth travel – the growing industry*. Travel Journalist, 1988.
- RILEY, P. (1988) *Road Culture of International Long-Term Budget Travelers*. Annals of Tourism Research No. 15, pp. 313–328.
- RUSCHMANN, M. (2002) *Turismo no Brasil: análise e tendências*. São Paulo: Manole.
- SCHEYVENS, R. (1999) *Ecotourism and the Empowerment of Local Communities*. Tourism Management. No. 20, pp 245-249.
- SCHEYVENS, R. (2002) *Backpacker Tourism and Third World Development*. Annals of Tourism Research; Vol.29, No. 1, pp 144 - 160.
- SILVA, A. PINTO, J. (1986) *Metodologia das Ciências Sociais*. Biblioteca das Ciências do Homem. Sociologia, Epistemologia/6. Edições Afrontamento Porto.
- SILVA, P. (2009) *Classe média portuguesa*. Sapo, Económico. Consultado em: 13/03/2012 em: [http://economico.sapo.pt/noticias/classe-media-portuguesa\\_65544.html](http://economico.sapo.pt/noticias/classe-media-portuguesa_65544.html).
- SIMOES, P. (2008) *'Hostels' portuguesas "lutam" por enquadramento legal*. Lusa/Açoriano Oriental. Consultado em: 11/01/2012 em: <http://www.acorianooriental.pt/noticias/view/142656>.
- SOBRAL, C. (2011) *Hostels de Lisboa são de novo os melhores do mundo*. Público. Consultado em: 11/01/2012 em: <http://www.publico.pt/Local/hostels-de-lisboa-sao-de-novo-os-melhores-do-mundo-1479210>.

- SORENSEN, A. (2003) *Backpacker Ethnography*. Annals of Tourism Research; Vol. 30, No 4, pp 847-867.
- SPEED, C. HARRISON, T. (1999) *The Backpacker Market: who's counting? The Need for Formal Recognition in Tourism Statistics*. Paper presented at the 5th International Forum on Tourism Statistics, 19th -23rd June, Glasgow Caledonian University.
- SPEED, C. (2008) *Are backpackers ethical tourists?* In HANNAM, K. ATELJEVIC, I. Backpacker tourism: concepts and profiles. Clevedon: Channel View Publications.
- SUNG, M. SILVA, C. (2002) *Conversando sobre ética e sociedade*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- SWARBROOKE, J. (2000) *Turismo sustentável: turismo cultural, ecoturismo e ética*. Vol. 5, São Paulo: Aleph.
- SWARBROOKE, J. HORNER, S. (2002) *O comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo, Aleph.
- SWART, K. (2010) *Backpacking and Youth Tourism Investigative Study*. Kamilla-SA Sport and Tourism Consultancy.
- TEO, P. LEONG, S. (2006) *A Postcolonial Analysis of Backpacking*. Annals of Tourism Research; Vol. 33, No. 1, pp 109-131.
- TORRES, C. (2003) *Pousadas: um Património Nacional*. Artigo de opinião publicado no TURISVER (Ano XVIII – nº 586 – 20 de Fevereiro de 2003).
- URIELY, N. YONAY, Y. SIMCHAI, D. (2002) *Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis*. Annals of Tourism Research, No.29, pp. 520–538.
- VOGT, J. (1976) *Wandering: Youth and travel behavior*. Annals of Tourism Research, IV (1), 25-41.
- WELK, P. (2004) *The Beaten Track: Anti-Tourism as an element of Backpacker Identity Construction*. in Richards, G. and Wilson, J. (eds.) *The Global Nomad: Backpacker Travel in Theory and Practice*, London: Channel View Publications, 77-92.
- WILSON, D. (1997) *Paradoxes of tourism in Goa [S.D.]*: Annals of Tourism Research, Vol. 24, p. 52-75.
- WILSON, J. RICHARDS, G. (2003) *Today's youth travelers: tomorrow's global nomads*. New Horizons in Independent Youth and Student Travel. Amsterdam. International Student Travel Confederation.

- YOON, Y. UYSAL, M. (2005) - *An examination of the effects of motivation and satisfaction destination loyalty: a structural model*. *Tourism Management*. 26:1 45-5



**IPL**

escola superior de turismo  
e tecnologia do mar  
instituto politécnico de leiria

---



# APÊNDICE

## 1 – TABELAS DA ANÁLISE DE QUESTÕES ABERTAS

Tabela 14 “o que o leva a visitar Portugal”

Indicador – O que o leva a visitar Portugal	Tipo de respostas	Índice de aparecimento	Expressões dos Inquiridos
	Clima	45	“Bom tempo.”; “Sol.”; “Sol e calor.”; “Boa temperatura.”; “Ótimo e estável clima.”; “Boa temperatura em Setembro e Outubro.”; “Quente.”; “Clima suave.”;
	Cultura/costumes	44	“Por causa da cultura diferente.”; “Fado”; “Explorar novas culturas.”; “Estilo de vida português.”; “Descobrir a cultura de outros países.”; “Curiosidade de como a cultura de Portugal é comparada com o Brasil.”; “Maravilhosa cultura.”; “Conhecer de modo profundo novas culturas.”
	Praias	24	“Descansar na praia.”; “Quero ver as praias do sul.”; “Costa algarvia com lindas praias.”; “Excelentes praias.”; “Praia e sol.”
	Surf	20	“Ondas e surf.”; “Ótimas condições para surf.”; “Ouvi que o surf é fantástico.”; “Aprender a surfar.”; “Boas ondas.”
	Património edificado	19	“Tem muita história, locais históricos interessantes.”; “Edifícios Antigos.”; “Visitar a arquitetura.”; “Arquitetura e prédios.”; “Património UNESCO-Sintra.”
	Pessoas simpáticas e acolhedoras	19	“Pessoas amigáveis.”; “Acho que as pessoas são muito simpáticas.”; “As pessoas são espetaculares, têm carisma.”; “Pessoas divertidas.”; “Gosto muito de Portugal e das suas gentes.”; “Prazer de conhecer a gente daqui.”; “Pessoas espetaculares.”; “Pessoas com mente aberta.”; “Hospitalidade.”
	Lisboa	18	“Conhecer Lisboa.”; “Gosto do estilo da cidade.”; “Lisboa é uma cidade excitante porque tem uma grande variedade de atrações.”; “Visitar Lisboa porque os meus amigos disseram-me que é maravilhoso aqui.”; “Preciso da imagem de uma

			<i>cidade antiga como Lisboa.”; “A cidade de Lisboa tem muito charme.”; “Lisboa é muito intercultural.”</i>
Gastronomia	17		<i>“Comida fantástica.”; “Gosto da comida.”; “Nova comida.”; “Comida e bebidas.”; “Boa comida.”</i>
Nunca visitei	15		<i>“Nunca tive em Portugal. Queria ver Portugal.”; “Ainda não tinha visitado.”; “Portugal era o único país que ainda não tinha estado na Europa ocidental.”; “Nunca estive cá antes.”; “Já queria visitar o país à 2 anos.”</i>
Férias/atrações turísticas	15		<i>“Turismo e atrações turísticas.”; “Desfrutar dos seus produtos turísticos.”; “Ver os locais turísticos de Portugal.”; “Férias e passar um tempo agradável entre amigos.”; “Turismo fantástico.”; “Férias e relaxar.”</i>
País lindo	13		<i>“Pela beleza do país.”; “Porque é o país mais lindo da Europa.”; “É muito bonito e eu gosto.”; “É lindíssimo.”; “Belo país.”</i>
Economicamente Acessível	13		<i>“Os preços não são muito altos.”; “Os preços são bons.”; “Mais barato que a Irlanda.”; “É barato.”; “Voos baratos.”; “A cidade é mais barata que as outras capitais Europeias.”</i>
Recomendado por outros	12		<i>“Pessoas disseram-me que é lindo.”; “Foi ideia dos meus amigos, mas ouvi muitas vezes que é maravilhoso.”; “Muitos amigos me recomendaram Lisboa.”; “Ouvi dizer que é um ótimo destino para backpackers, apesar de ainda não conhecer muito do país tem sido espetacular.”; “Queríamos fazer backpacking, porque ouvimos dizer que Portugal era um belo país”.</i>
Estudar	10		
Conhecer novos lugares	10		
Aprender português	9		
Diversão	8		
Visitar familiares	8		
Desporto	8		

**Tabela 15 “experiências”**

Indicador – Experiencia mais relevante	Tipo de respostas	Índice de aparecimento	Expressões dos Inquiridos
	As pessoas/socializar	63	“As pessoas, as suas maneiras de pensar, e o que me proporcionaram.”; “Experiências que envolvem o contacto com outros turistas, bem como a população local.”; “Fiz amigos novos.”; “Experiência de lidar com diferentes pessoas.”; “As pessoas, é do que mais me recordo.”; “Falar e trocar ideias.”; “Relacionamentos e amigos.”; “Estar com um amigo local que me mostrou tudo em volta.”; “As pessoas com que me cruzei.”; “Recordaria uma vez que fui acampar com uns amigos.”;
	Contacto com novas culturas	25	“Conhecer os costumes das gentes.”; “Conhecer o modo de vida da população local.”; “Conhecer as diferenças culturais em cada país.”; “Experiência de lidar com diferentes culturas.”; “Ver e aprender o modo de vida de Portugal.”; “Cultura (as pessoas velhas no interior do norte vivendo entre seus companheiros passando o tempo espetacularmente tranquilo).”; “As diferenças culturais entre países são imensas (Brasileiro).”
	Conhecer novos lugares	22	“Ver muitos lugares.”; “Conhecer novos locais em Portugal e experienciar novas vivências.”; “Ver novos lugares e aprender como se viaja.”; “Descobrir este país e mudar a ideia preconcebida que tinha.”; “Visitar diferentes cidades”. “Ver o mundo.”; “Descobrir e apaixonar-me por um novo país.”; “Descobrir e conhecer lugares lindos.”
	Descontrair/Desfrutar da vida	18	“Viver.”; “Relaxar e ser activo.”; “Desfrutar o momento.”; “Desfrutar sozinho das praias e da costa.”; “Ter um bom momento

				<i>aqui.”; “Relaxar fortemente.”; “Sentir-me bem.”; “Ver e experienciar.”; “Senti-me feliz porque tudo foi perfeito.”</i>
	Gastronomia		12	<i>“Doces adorei-os.”; “A variedade gastronómica.”; “Comidas que consegui provar.”; “Comida.”; “Fazer comida com dois portugueses.”; “Comer e beber.”; “Provar o vinho do porto.”</i>
	Surf		12	<i>“O surf.”; “Aprender a surfar melhor.”; “Surfar.”; “Nesta viagem em particular: fotografia e surfar.”; “Surfar com amigos.”; “Boas ondas.”</i>
	Desenvolvimento pessoal		12	<i>“Aprender novas coisas, experienciar a história e arte, ser recetivo.”; “Crescimento interior e alargar horizontes.”; “Experiência de ficar a conhecer-me melhor; “Autodesenvolvimento que obtive ao me inserir na cultura portuguesa.”; “Tive que quebrar muitas fronteiras dentro de mim para aceitar uma cultura diferente. Hoje sou mais maduro.”; “Aprendi muito sobre viajar.”; “O teste á minha paciência e autocontrolo.”</i>
	Momentos de Diversão	de	7	<i>“Momentos de diversão inesquecíveis enquanto viajava de norte para sul.”; “Diversão e entretenimento.”; “Todos parecem divertir-se.”; “Divertir-me.”; “Diversão; “Em Portugal uma noite no bairro alto que me fez ficar.”</i>
	Visitar Lisboa		5	
	Clima		4	
	Natureza		2	
	Liberdade		2	
	Atracções turísticas		2	

Tabela 16 “Backpacker”

Indicador – Significado de Backpacker	Tipo de respostas	Índice de aparecimento	Expressões dos Inquiridos
	Viajante económico/orçament o reduzido	54	“Pessoa que viaja com poucos fundos para gastar no essencial.”; “Alguém que adora viajar economicamente.”; “Pessoas que gostam de viajar por preços reduzidos e gozar bons momentos.”; “Viajar o mundo sem dinheiro.”; “Viajante económico em termos de viagem e alojamento.”; “Viaja muito por pouco dinheiro.”; “Viajante poupado, não gastar muito dinheiro na viagem.”; “Alguém que viaja pelo mundo numa forma muito económica.”;
	Viajar de mochila nas costas	40	“Viajam com uma mochila às costas.”; “Viajar com a vida na mochila.”; “Viajar apenas com a mochila.”; “Mochila às costas e pé na estrada.”; “Levar as coisas às costas de um lado para o outro, de sitio em sitio.”; “Vivendo fora com uma mochila.”; “Alguém que viaja por quase todo o mundo carregando uma mochila às costas.”; “Mochila às costas e siga.”; “Pessoa que viaja com tudo o que necessita às costas.”; “Alguém que vive fora com uma mochila por um período de tempo.”
	Viajante que procura conhecer outras pessoas e socializar	27	“Alguém que adora conhecer novas pessoas.”; “Viajante mais social que os turistas de hotel.”; “Viajante que convive com os locais e respeita o outro.”; “Pessoa disposta a interagir com a população local e aprender sobre a sua cultura e experiências.”; “Oportunidade de conhecer muitas pessoas.”; “Viajar devagar e de modo responsável, conhecer outras pessoas (viajantes e locais).” “Pessoa social que gosta das atividades locais e entrar em

			<p><i>contacto com os locais.”;</i>  <i>“Conhecer outros viajantes.”</i></p>
Colecionador de experiências	de	26	<p><i>“Viajar com o mínimo na mochila para enche-la de experiencias.”;</i>  <i>“Pessoas que adoram viajar e colecionar muitas viagens.”;</i>  <i>“Pessoa que viaja muito, vai de um lugar para outro tentando ver e experienciar o máximo possível.”;</i> <i>“Experiencias mais intensas do que as dos turistas normais.”;</i> <i>interagindo dinamicamente com a cultura local;</i> <i>“Uma pessoa que quer ver o mundo da forma como ele é e não pela perspectiva turística.”</i>  <i>“Forma simples de viver com o objetivo de “sentir ” o máximo possível.”</i></p>
Itinerante		26	<p><i>“Pessoa que viaja por todo o mundo em poucos dias explorando novos lugares.”;</i> <i>“Uma pessoa a ir de lugar para lugar com uma mochila ao dispor para experienciar novas coisas.”;</i>  <i>“Alguém que visita muitos lugares numa única viagem.”;</i> <i>“Estar em contínuo movimento durante uma viagem.”;</i> <i>“Viajando em volta do mundo.”;</i> <i>Uma pessoa que não fica num sítio por um longo período de tempo;</i> <i>“Pessoas que gastam um curto tempo a viajarem por diversos locais.”</i></p>
Independência/Liberdade		25	<p><i>“O estilo de viagem backpacker faz-me viajar de modo fácil e livre, continuando para algum lugar.”;</i>  <i>“Ser livre.”;</i> <i>“Viajante livre e sem rumo.”;</i> <i>“Espírito livre e autonomia.”;</i> <i>“Grande peso nas tuas costas mas independência.”;</i>  <i>Livre todo o tempo, não pertences a ninguém e a nenhum lado.”;</i>  <i>“Como backpacker tu podes planear a tua viagem, porém tudo é espontâneo.”</i></p>
Aventura		16	<p><i>“Aventura.”;</i> <i>Pessoas inquietas com espírito aventureiro.”;</i>  <i>“Aventura e descoberta.”;</i> <i>“Viajar e ver onde chegás.”;</i> <i>“Forte sentido de aventura.”;</i> <i>“É sempre</i></p>

			<i>uma aventura.”; “Aventureiro.”</i>
Viajante	16		<i>“Viajante.”; “Pessoas viajando.”; “Viajar.”; “Um verdadeiro viajante.”; “Um viajante, um turista descansado.”; “Viajante simples.”</i>
Diversão	11		
Viajante jovem	11		
Hostels	6		
Mente aberta	5		
Viajantes de longos períodos	4		

**Tabela 17 “trabalhar em Portugal”**

<b>Indicador – O que o leva a trabalhar em Portugal</b>	<b>Tipo de Respostas</b>	<b>Índice de aparecimento</b>	<b>Expressões dos inquiridos</b>
		14	<i>“Residente”; “Agora vivo aqui”; “Vou estar a viver um tempo em Portugal”; “Decidi viver aqui durante um ano, portanto preciso de dinheiro”; “Para não ficar sem dinheiro a bolsa de Erasmus é bem pobre”</i>
	Por necessidade	5	<i>“É um país rico na forma de viver”; “Preciso de dinheiro”; “Quero aprender novas coisas e não tenho muito dinheiro para gastar”; “Arte de rua, preciso de dinheiro”</i>
	Procuro trabalho em Portugal	3	<i>“É a minha principal razão para ter vindo aqui”</i>
	Para socializar	2	<i>“Trabalhar num hostel é ótimo para conhecer pessoas sem gastar muito”; “Trabalhar num hostel é ótimo. Tens um sítio para conhecer muito bem e de modo diferente”</i>
	Experiência	2	<i>“Estágio”; “preciso de aprender”</i>
	Para viajar	1	<i>“Para viajar”</i>

**Tabela 18 “recomenda Portugal”**

Indicador – O que leva a recomendar Portugal	Tipo de respostas	Índice de aparecimento	Expressões dos Inquiridos
	População local	45	“Os portugueses são simpáticos.”; “Gente hospitaleira.”; “Pessoas são muito simpáticas e calorosas.” “Recomendo pela gentileza dos Portugueses.”; “Pessoas com mente aberta.”; “É bastante acolhedor.”; “Boas pessoas.”; “As pessoas são o verdadeiro ponto de venda.”; “Gente genial.”
	Acessível economicamente	31	“Barato.”; “Mais barato que outros países.”; “Bom país e não é caro.”; “Preços baixos.”; “Acessível.”; “Económico.”
	Oferta turística diversificada	27	“Muitas atrações turísticas para conhecer.”; “Portugal é muito mais do que se vê nos livros, tem imensos tesouros escondidos.”; “Tem natureza, muita serra e mar.”; “Rico em destinos turísticos.”; “Encontra-se tudo o que se necessita.”
	Beleza do país	22	“É lindo.”; “É excitante e lindo.”; “O Porto é uma das cidades mais lindas do mundo que eu já vi.”; “Lindos lugares.”; “É muito bonito.”;
	Lisboa	18	“Linda cidade e com alma”; “Cidade modesta.”; “Lisboa é um bom lugar.”; “Recomendo especialmente Lisboa.”; “Lisboa é agradável tem um encanto especial, é muito linda.”; “É o meu sítio favorito, Lisboa ama-me.”
	Diversão	14	“Bebidas baratas.”; “Boas festas.”; “Boa vida noturna.”; “Cerveja barata.”; “Vou dizer-lhes o quanto divertido foi.”; “Boa diversão.”;
	Clima	12	“Ótimo tempo para acampar.”; “Bom tempo.”; “Calor.”; “Ótimo clima.”; “Solarengo.”
	Gastronomia	12	“Boa comida.”; “Gastronomia prestigiada.”; “A comida é

		<i>fantástica.”; ”Excelente alimentação.”; “Adoro a comida e os doces.”</i>
Cultura	10	<i>“Recomendo esta experiência pela muito original cultura que descobri na Europa.”; “Cultura interessante.”; “Ótima cultura.”; “Portugal é um país cheio de cultura.”;</i>
Alojamento	10	<i>“Lisboa tem 2 hostels no top europeu.”; “Hostels com boa qualidade.”; “Muitos bons hostels.”; “Os hostels são fantásticos.”</i>
Paisagem	8	
Património edificado	8	
Boas infraestruturas	8	

## 2 - GRÁFICOS

Gráfico 8 Sexo

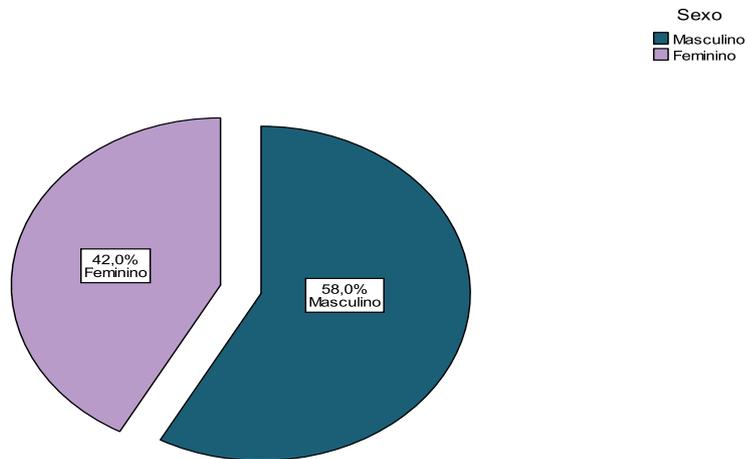
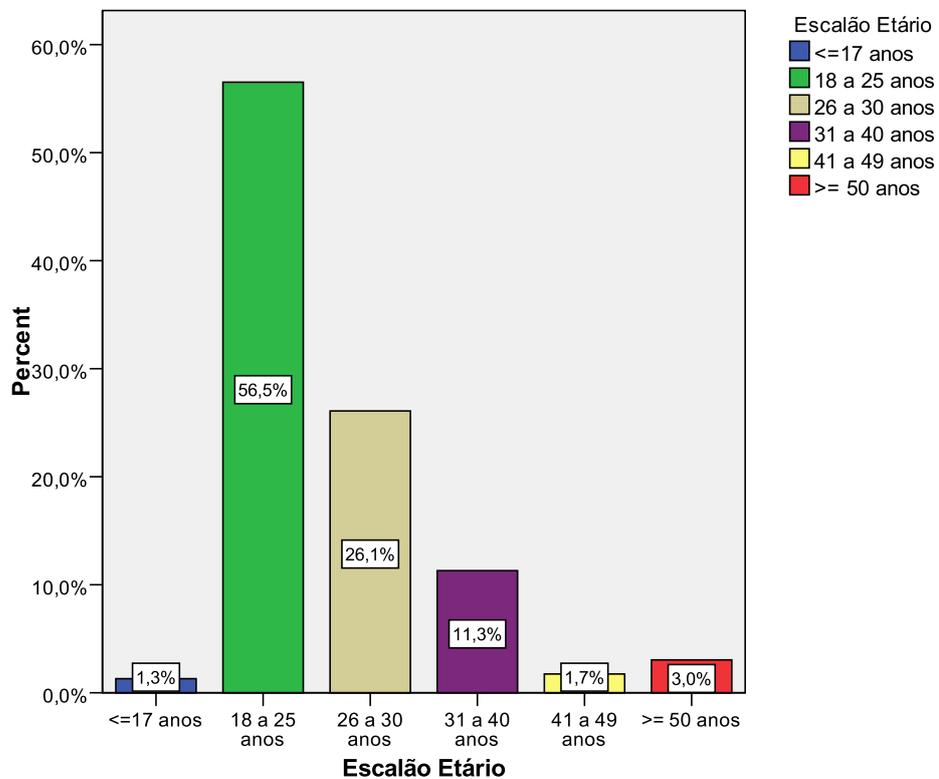
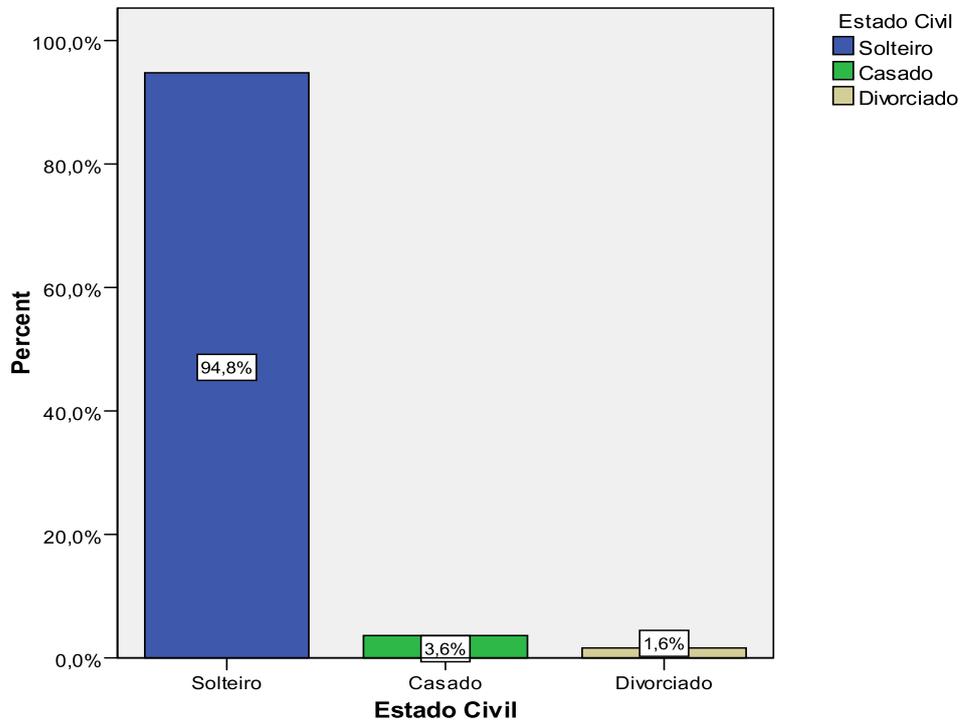


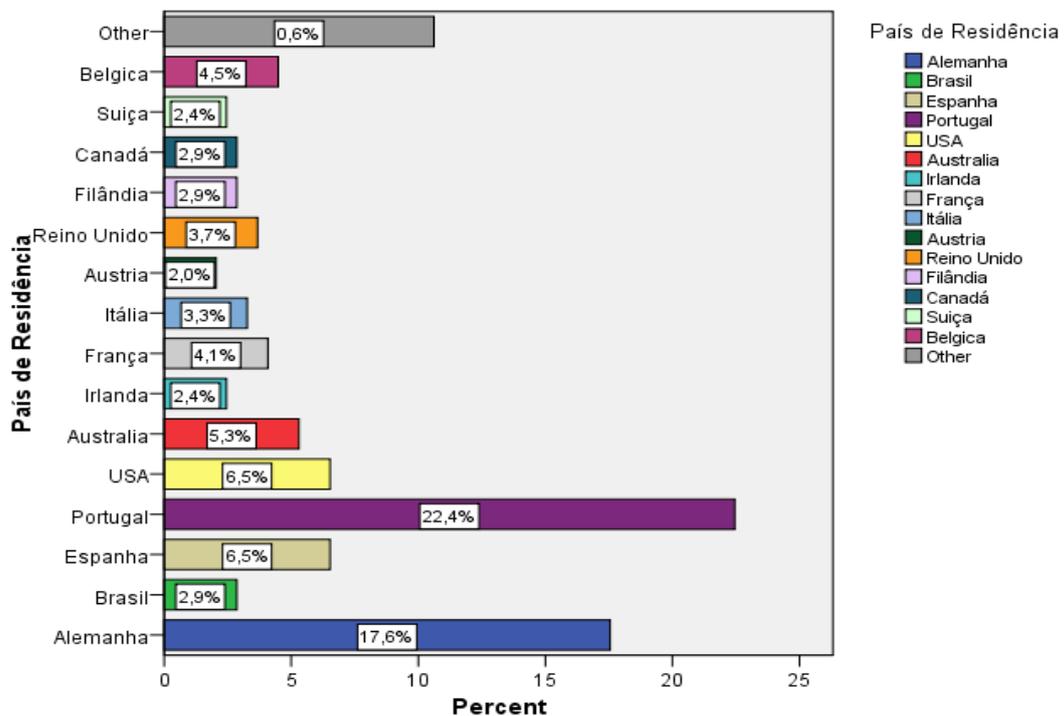
Gráfico 9 Escalão Etário



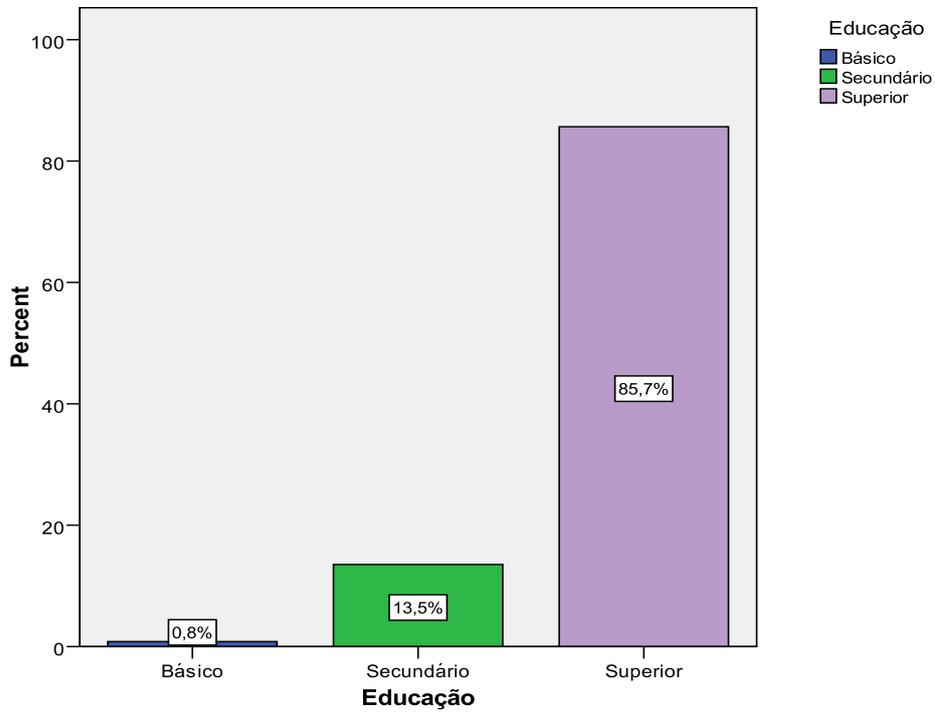
**Gráfico 10 Estado Civil**



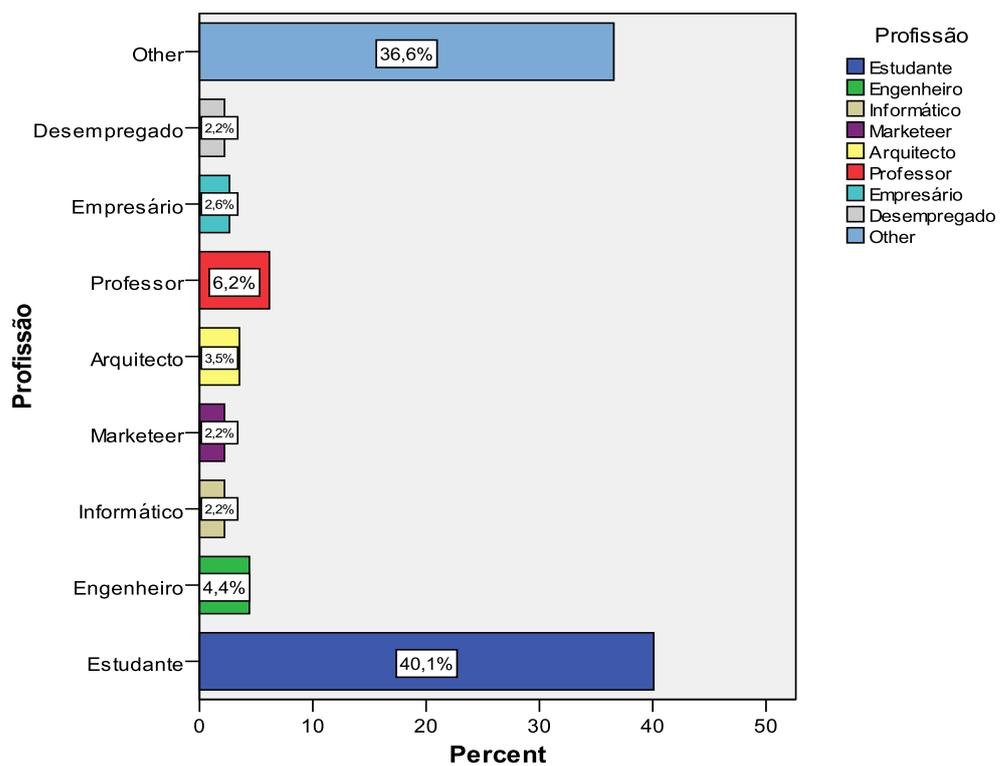
**Gráfico 11 País de Residência**



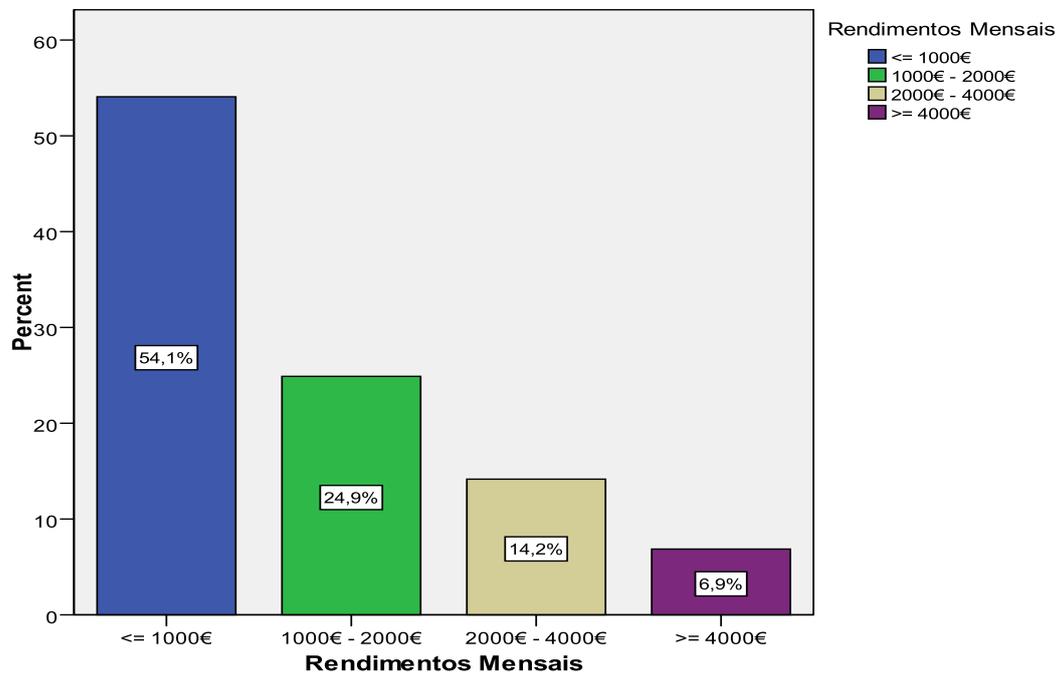
**Gráfico 12 Educação**



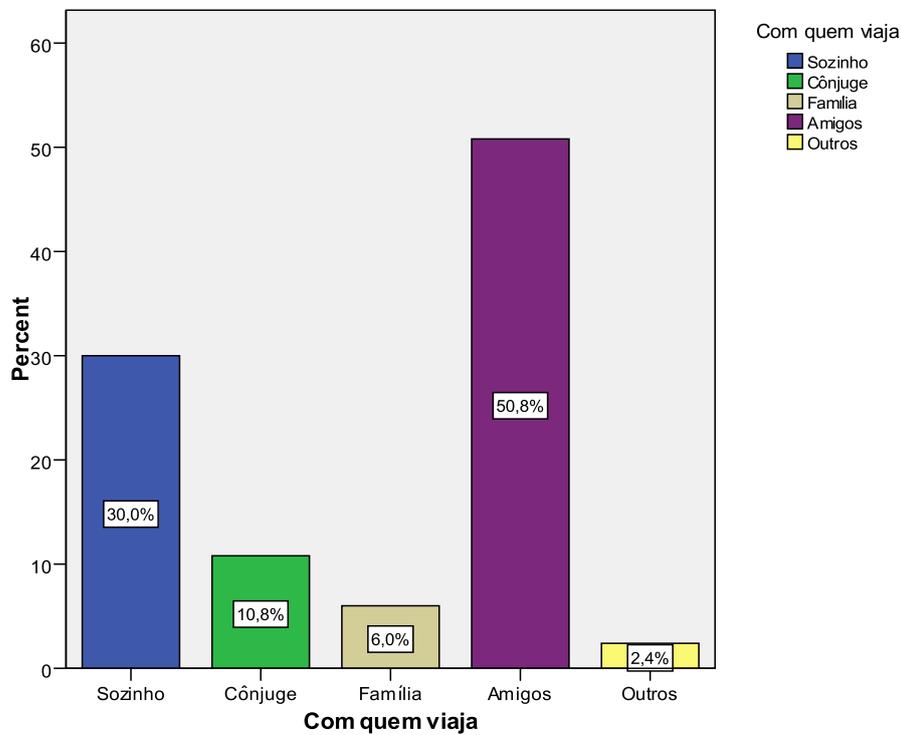
**Gráfico 13 Profissão**



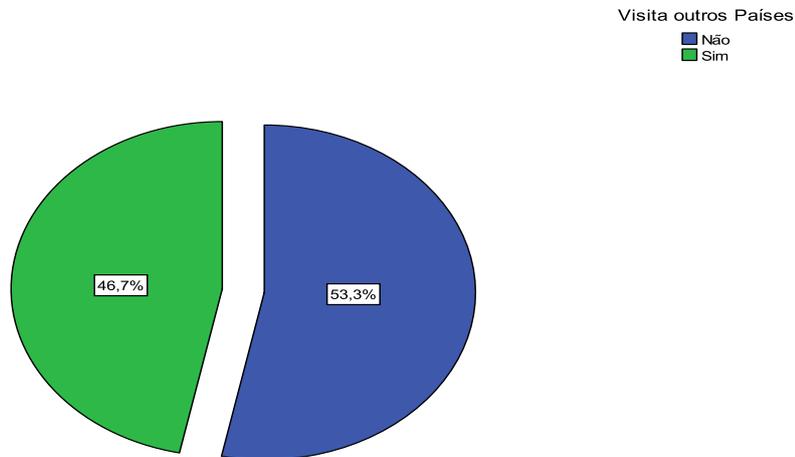
**Gráfico 14 Rendimentos mensais**



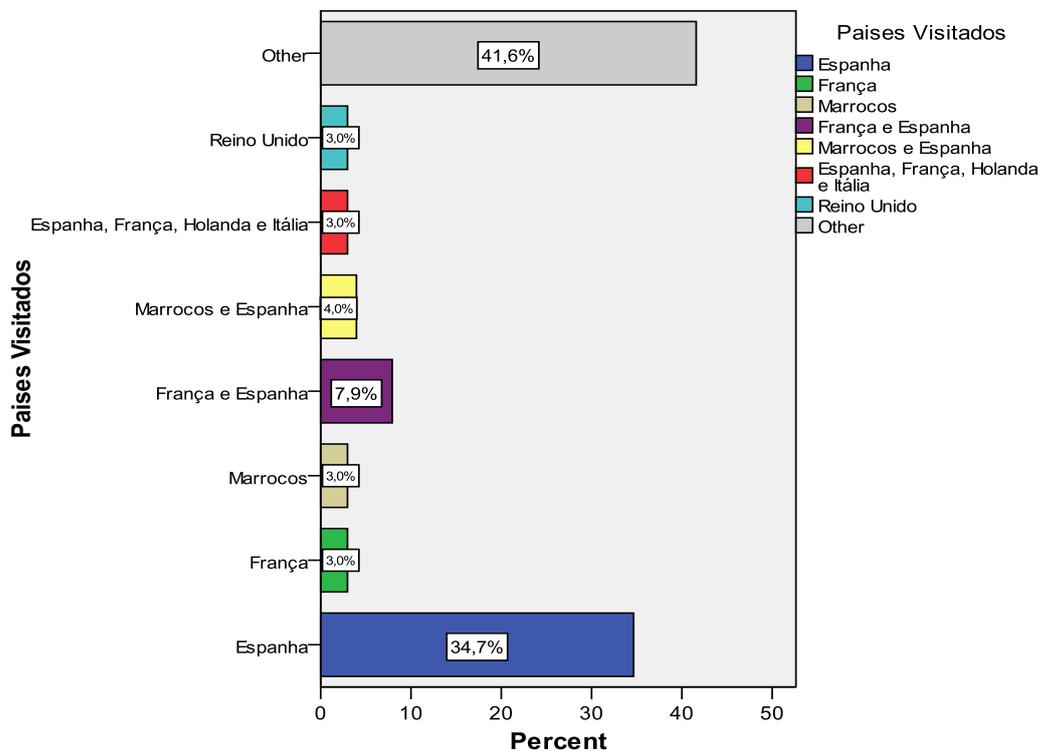
**Gráfico 15 Com quem viaja**



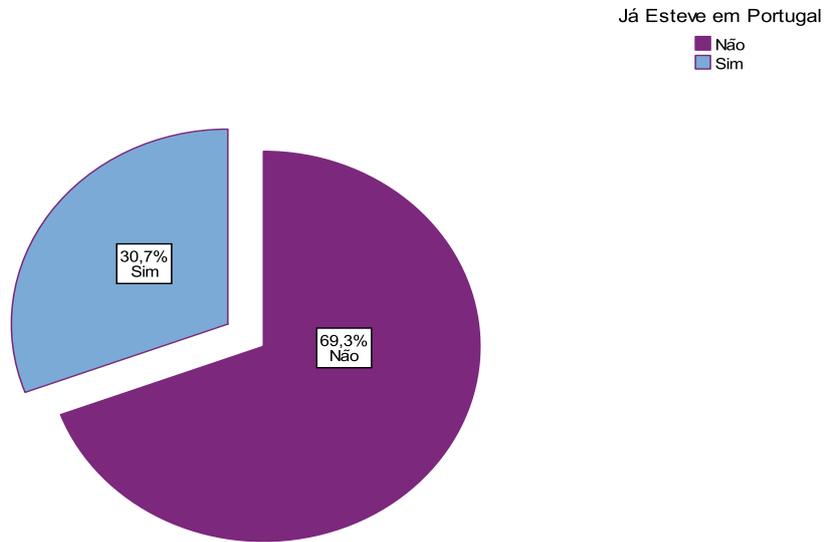
**Gráfico 16 Visita outros Países**



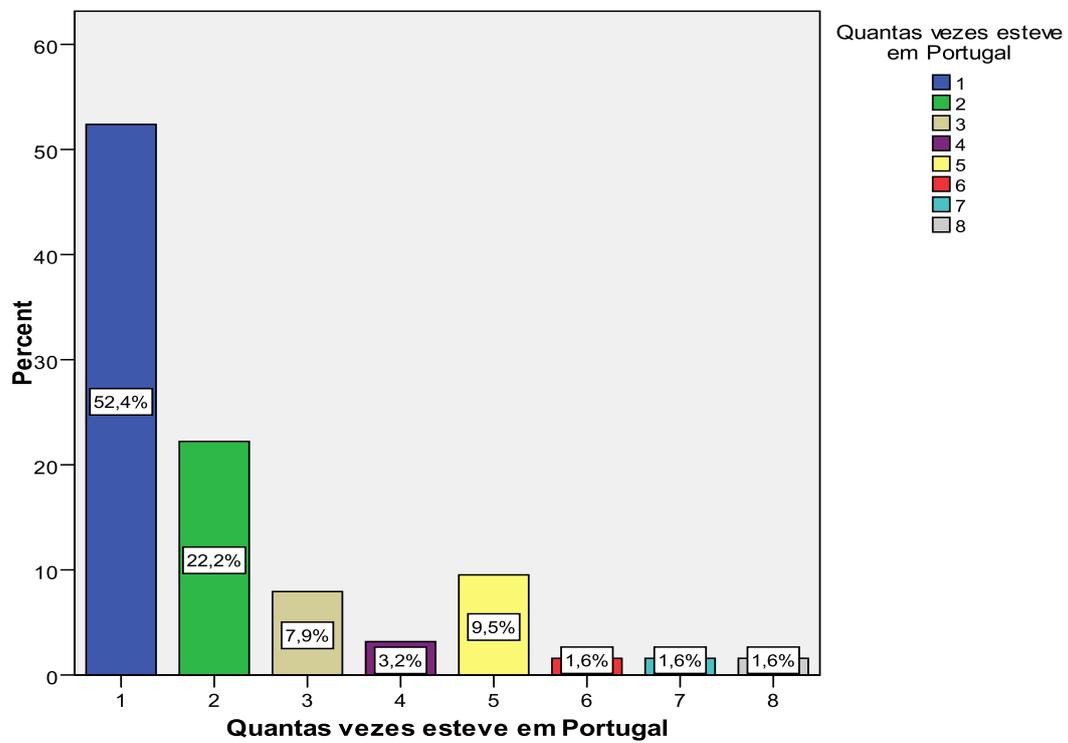
**Gráfico 17 Países visitados**



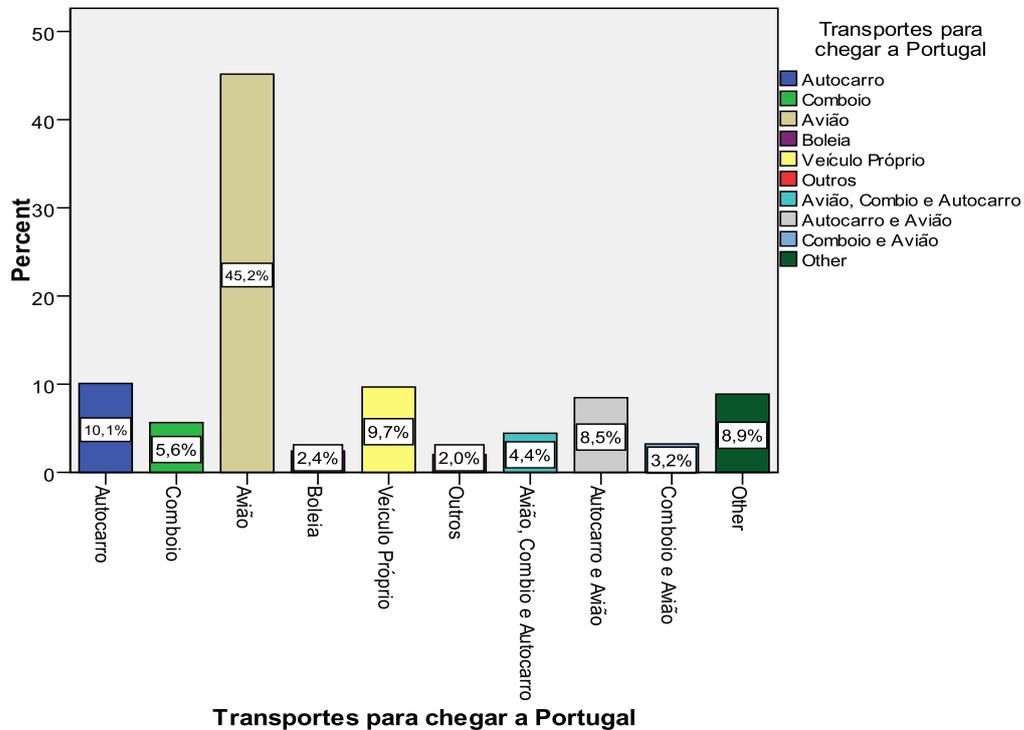
**Gráfico 18 Já esteve em Portugal**



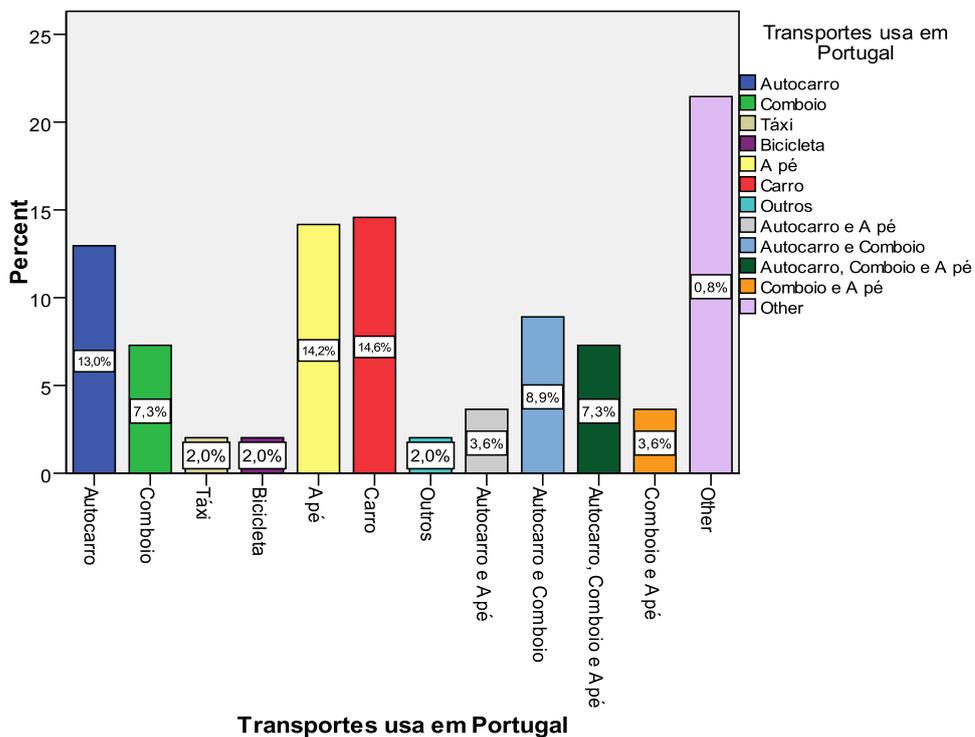
**Gráfico 19 Quantas vezes esteve em Portugal**



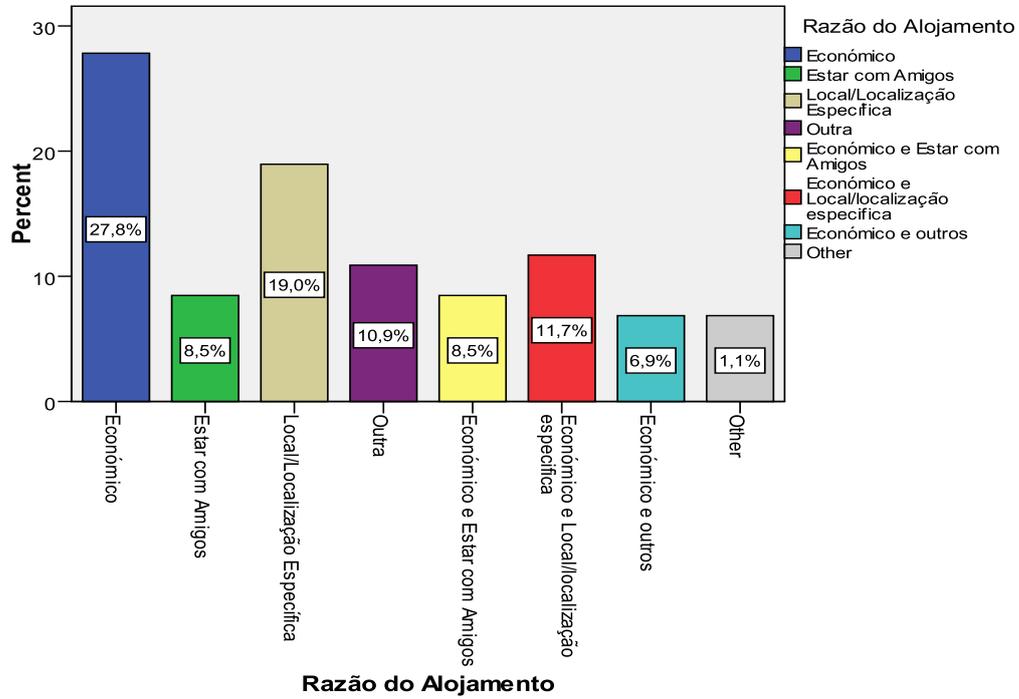
**Gráfico 20 Transportes para chegar a Portugal**



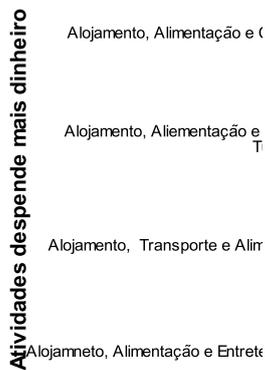
**Gráfico 21 Transportes que usa em Portugal**



**Gráfico 22 Razão do Alojamento**

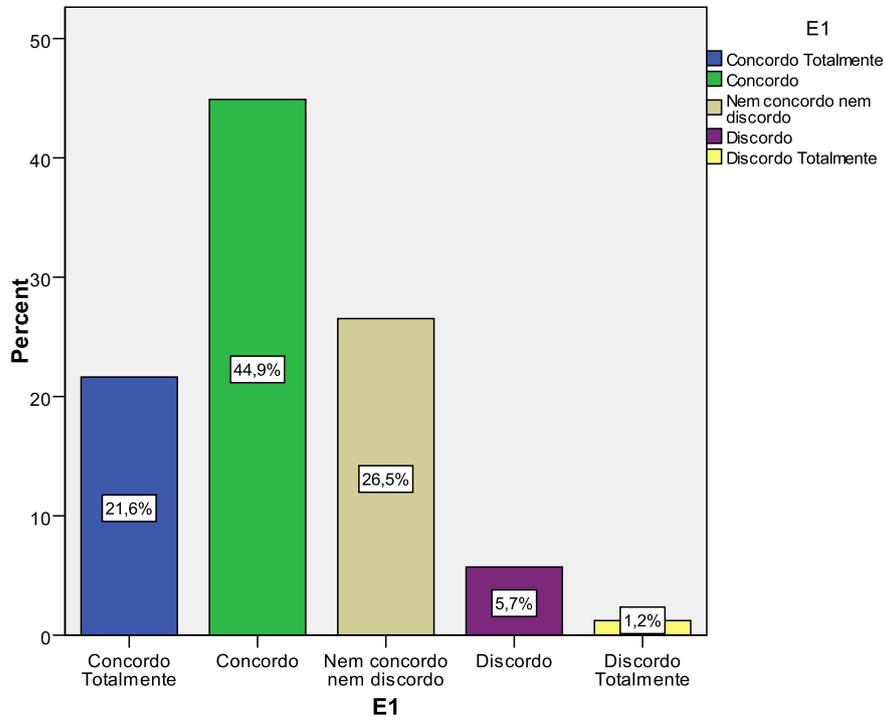


**Gráfico 23 Atividades que despende mais dinheiro**

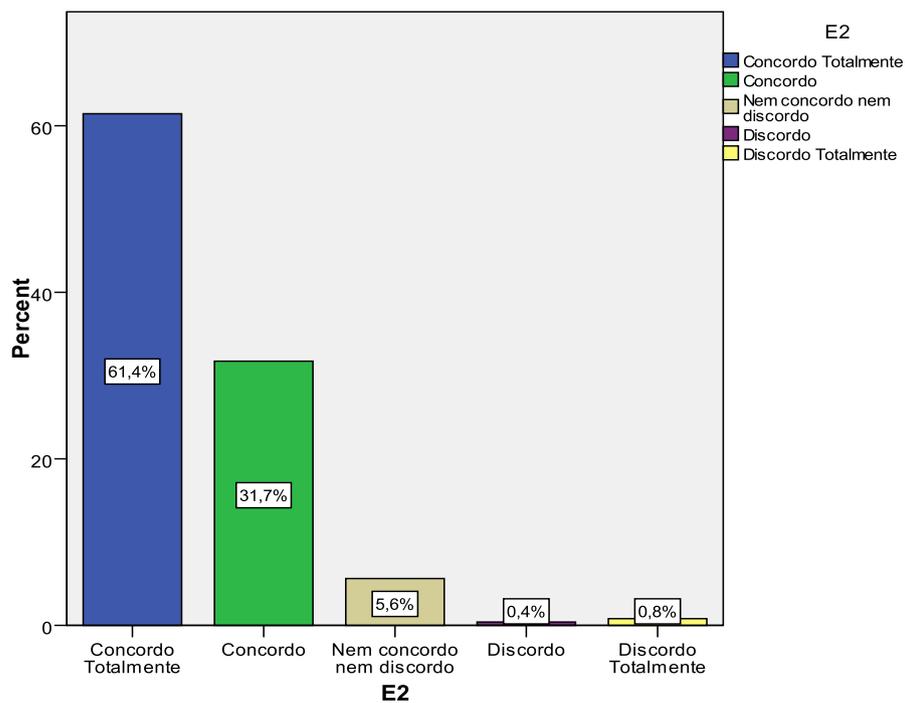


Ak

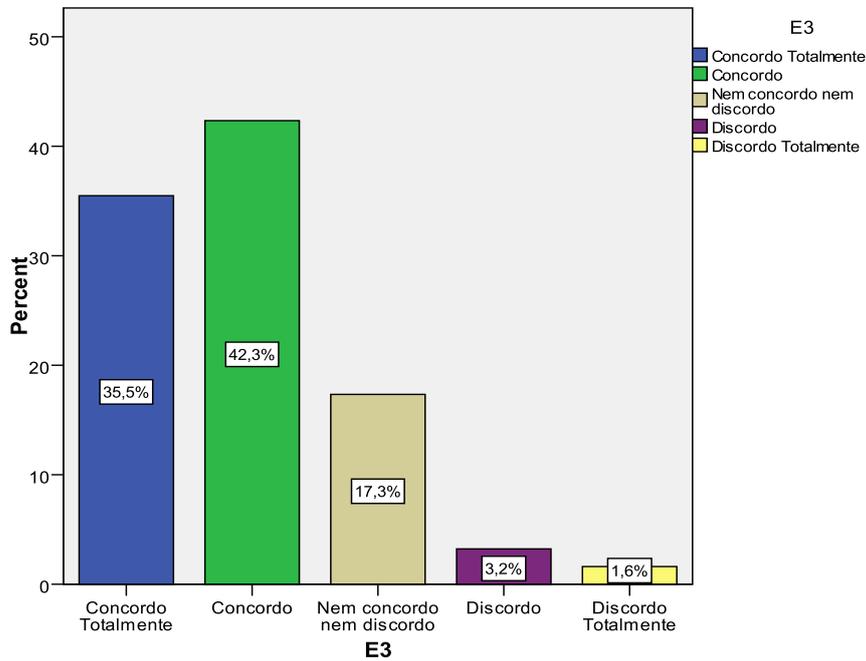
**Gráfico 24 E1-Backpackers são turistas responsáveis e conscientes que se preocupam com o ambiente e com a cultura local.**



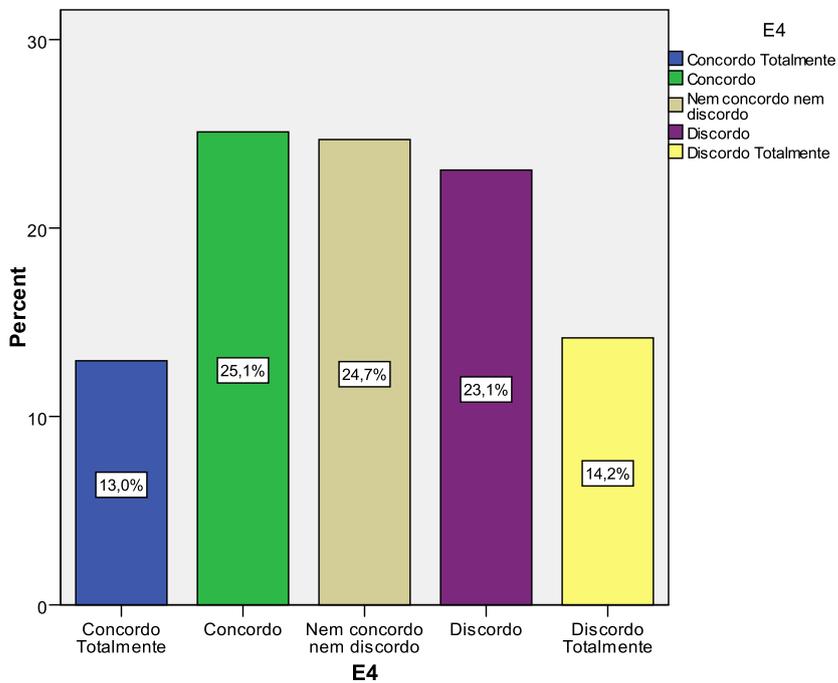
**Gráfico 25 E2-Aprender e compreender o modo de vida dos locais é importante para mim.**



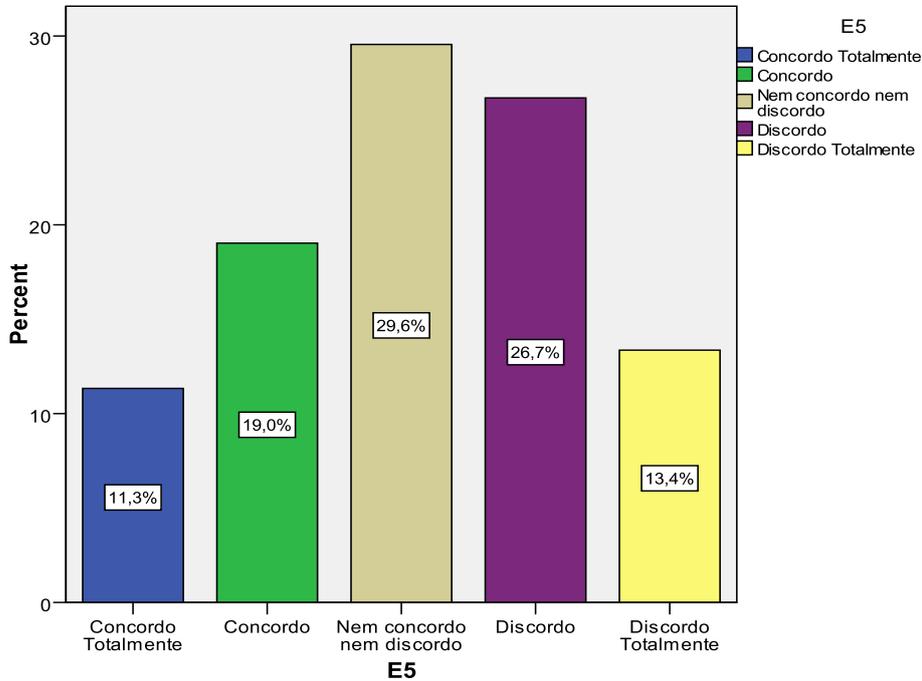
**Gráfico 26 E3- Eu tenho sido amigo do ambiente durante as minhas viagens.**



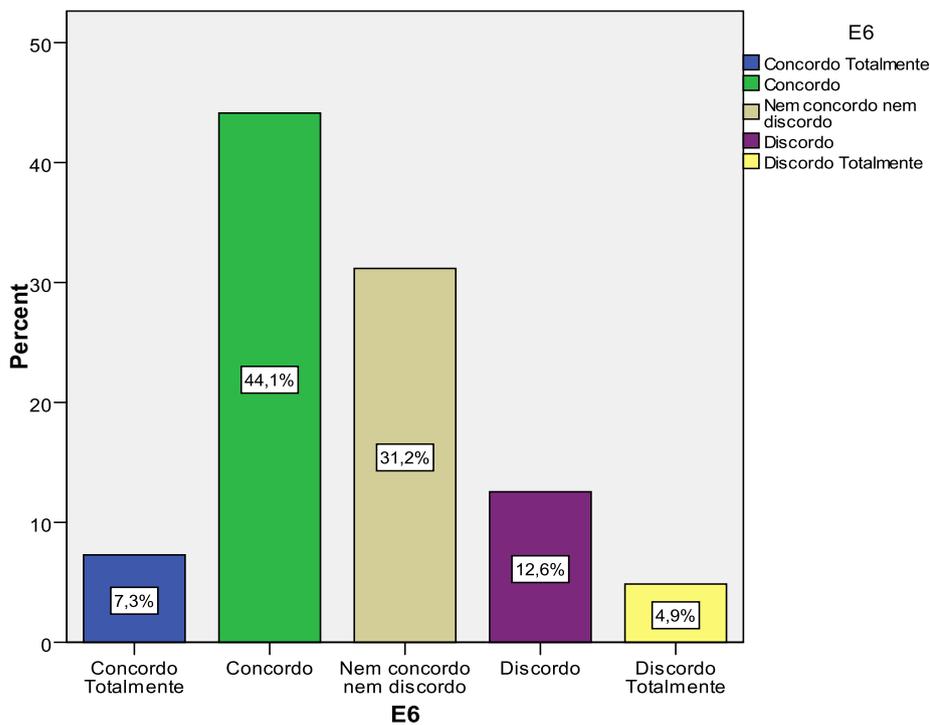
**Gráfico 27 E4-O turismo enquanto indústria provoca efeitos negativos no mundo.**



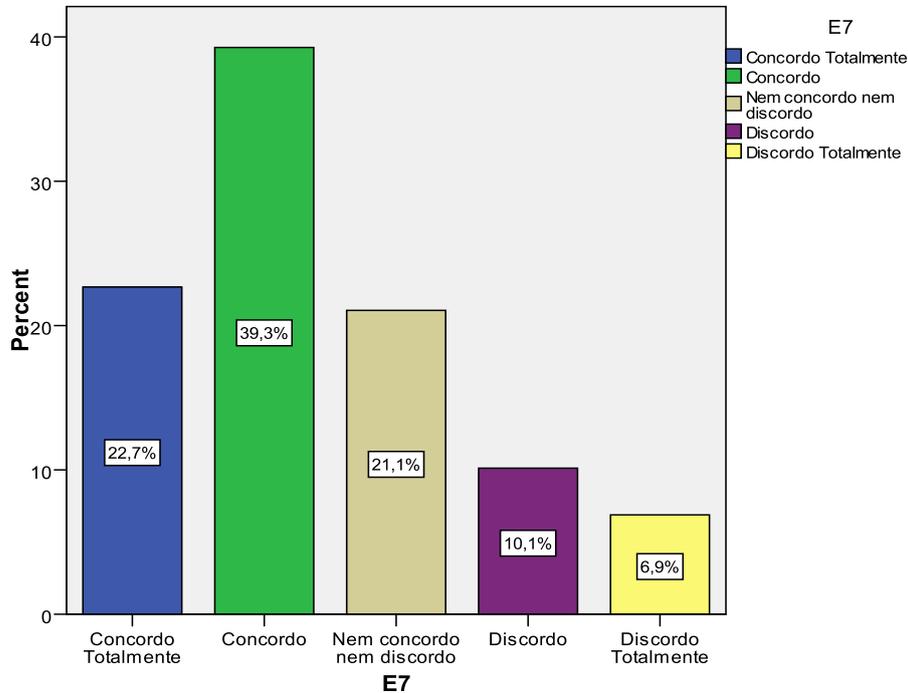
**Gráfico 28 E5- Quando viajo, procuro áreas turísticas populares com muito entretenimento.**



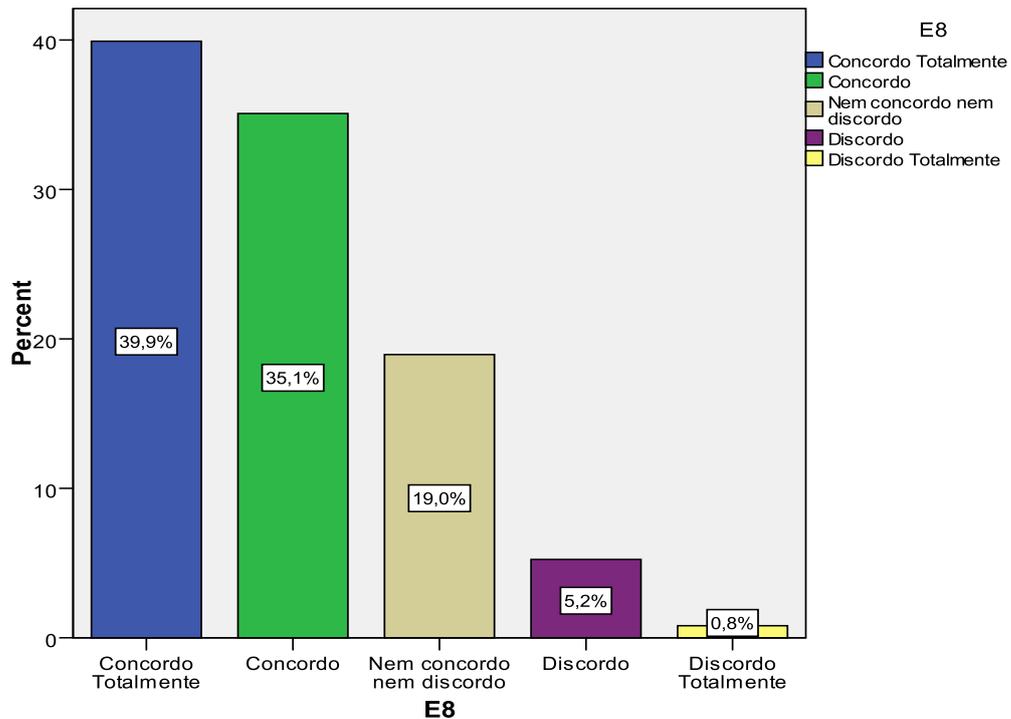
**Gráfico 29 E6-Quando viajo, procuro áreas turísticas, mas pouco populares.**



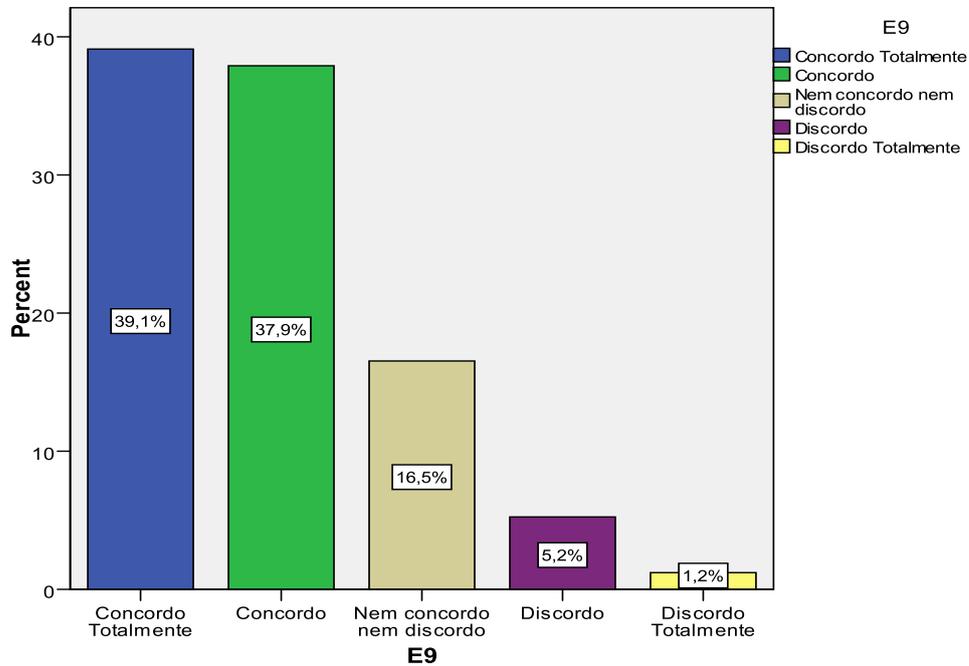
**Gráfico 30 E7-Quando viajo procuro áreas pouco conhecidas “áreas não turísticas”.**



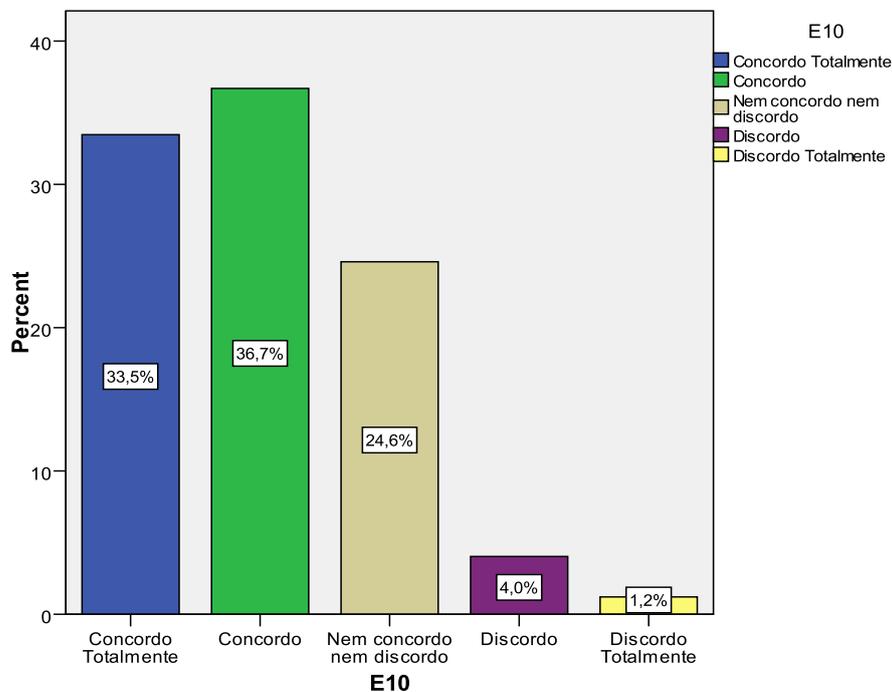
**Gráfico 31 E8-Sempre que possível consumo produtos locais.**



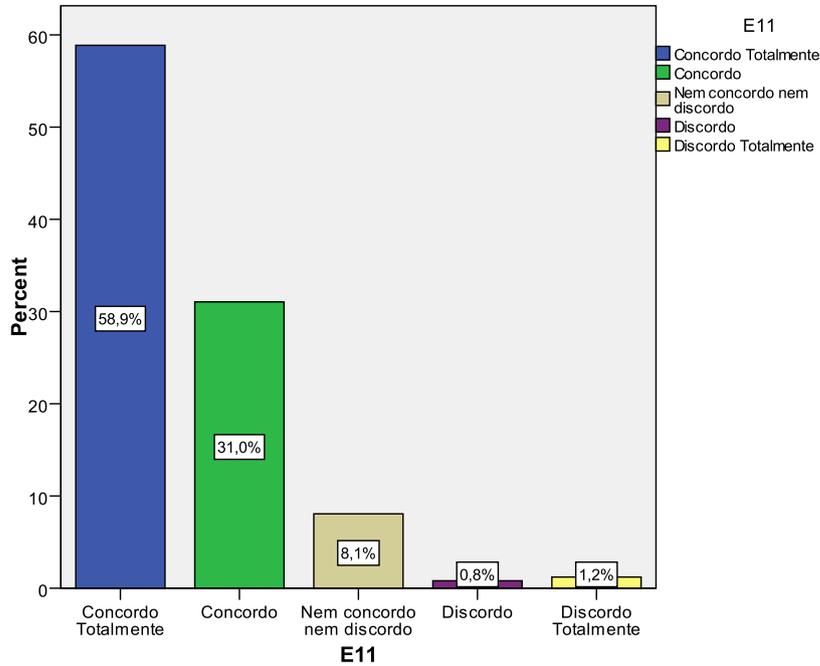
**Gráfico 32 E9-Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver.**



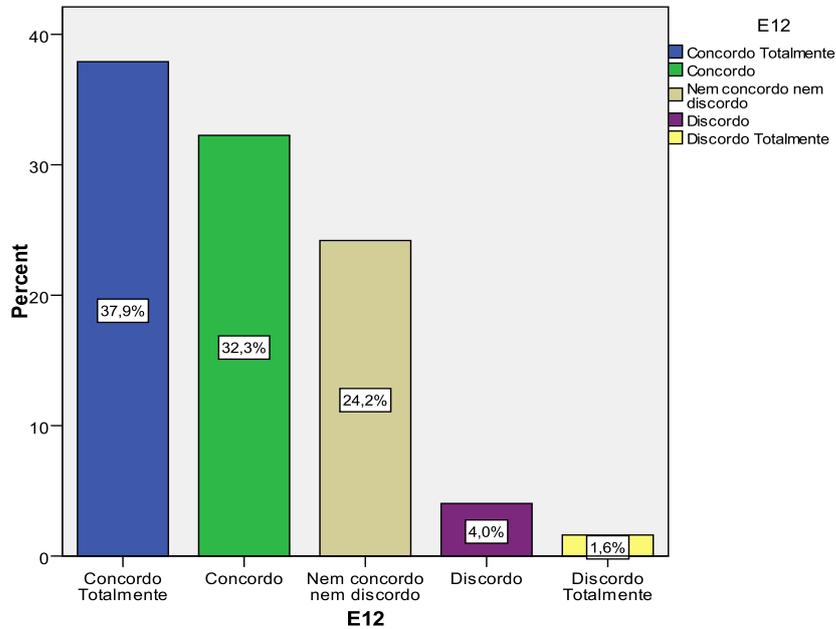
**Gráfico 33 E10-Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para fazer novos amigos.**



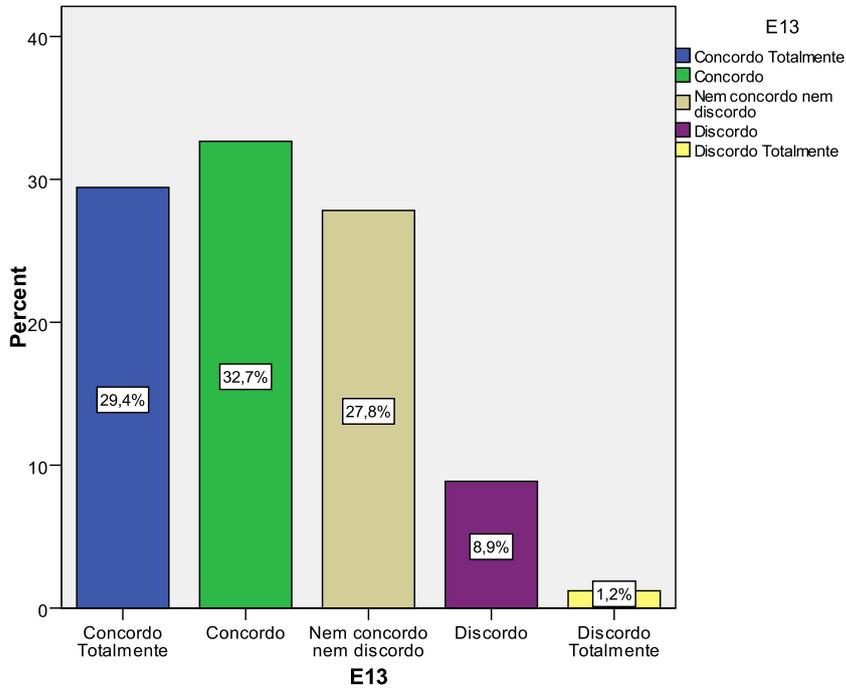
**Gráfico 34 E11-Durante as minhas viagens procuro entrar em contacto com os locais para perguntar sobre direções e locais a visitar.**



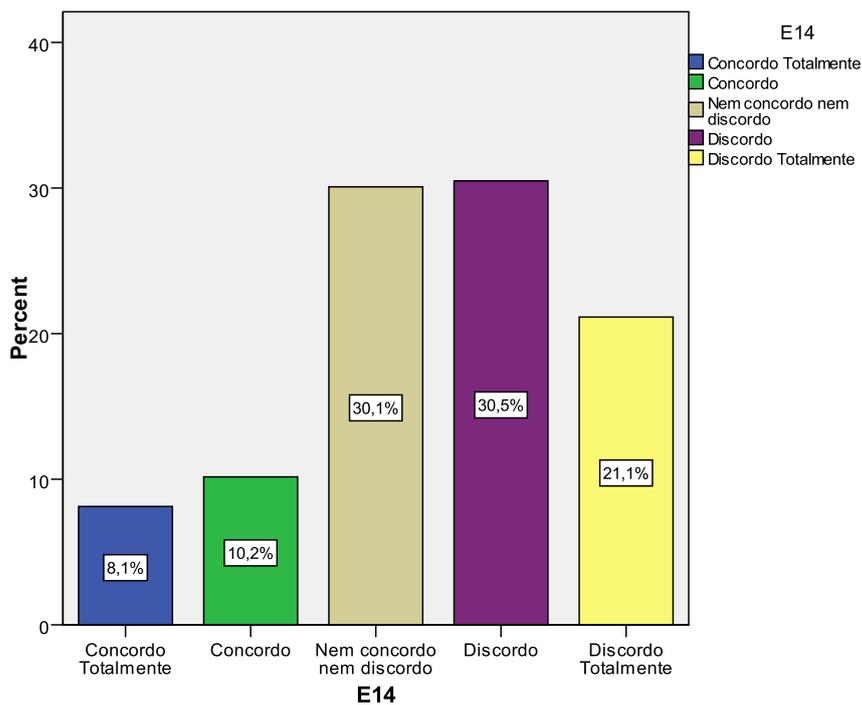
**Gráfico 35 E12-Durante as minhas viagens prefiro usar nas minhas deslocações os transportes públicos locais.**



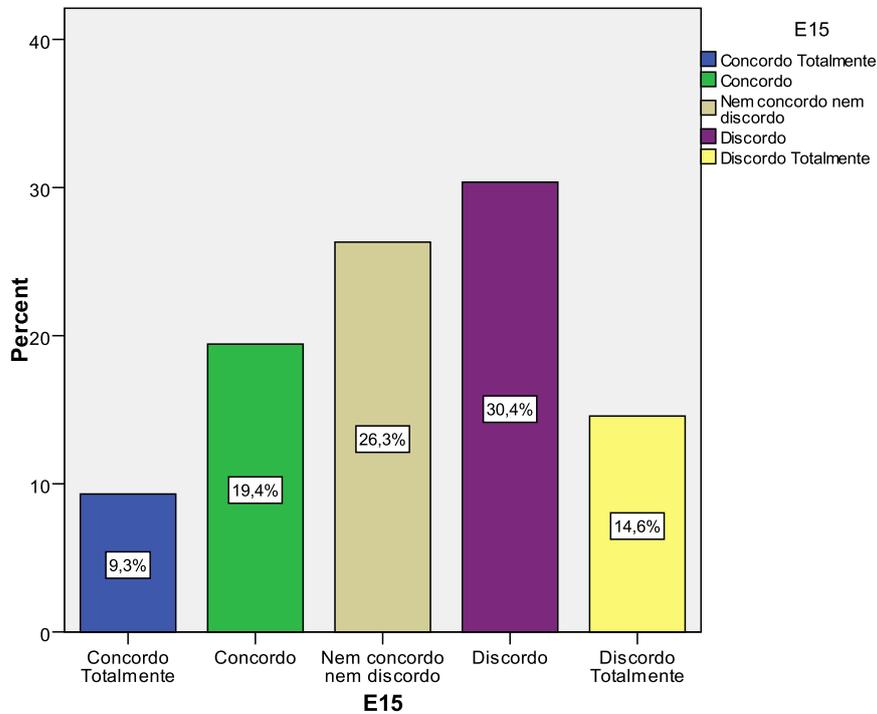
**Gráfico 36 E13-Conhecer e trocar experiências com outros backpackers é muito importante para mim.**



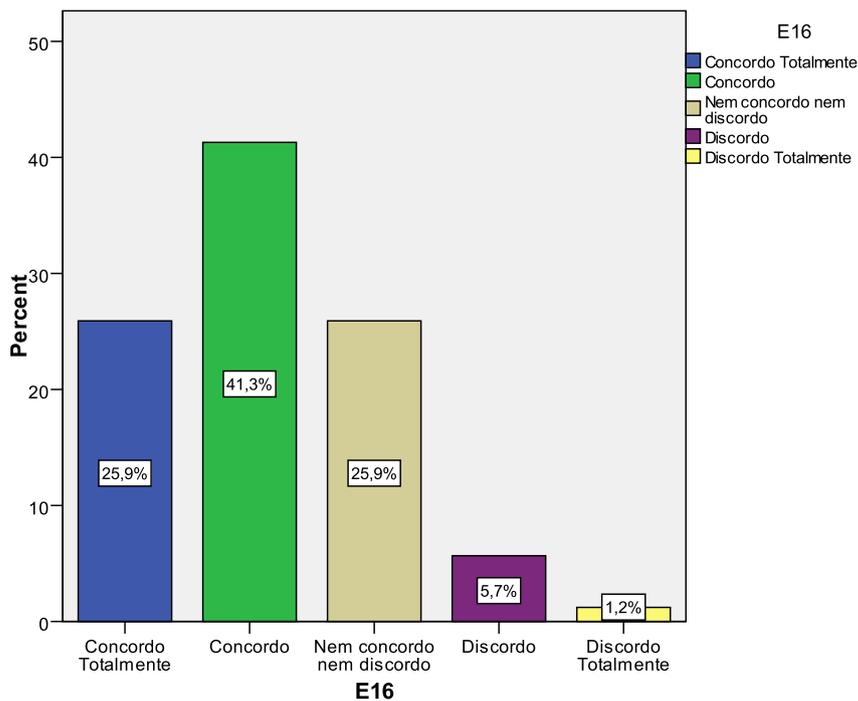
**Gráfico 37 E14-Quando viajo, evito o contacto com outros tipos de turistas.**



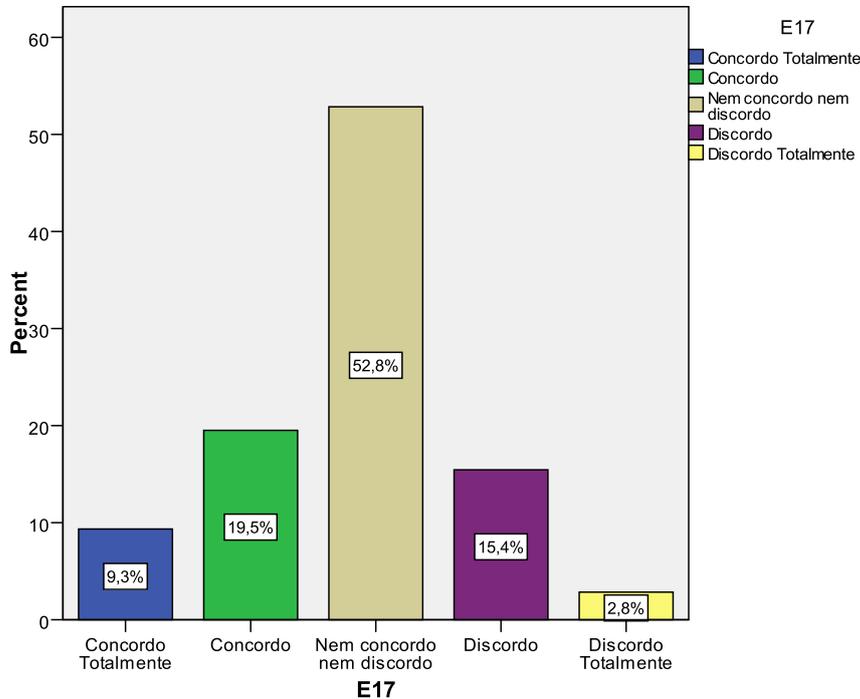
**Gráfico 38 E15- Diversão noturna é o que mais procuro durante a minha viagem.**



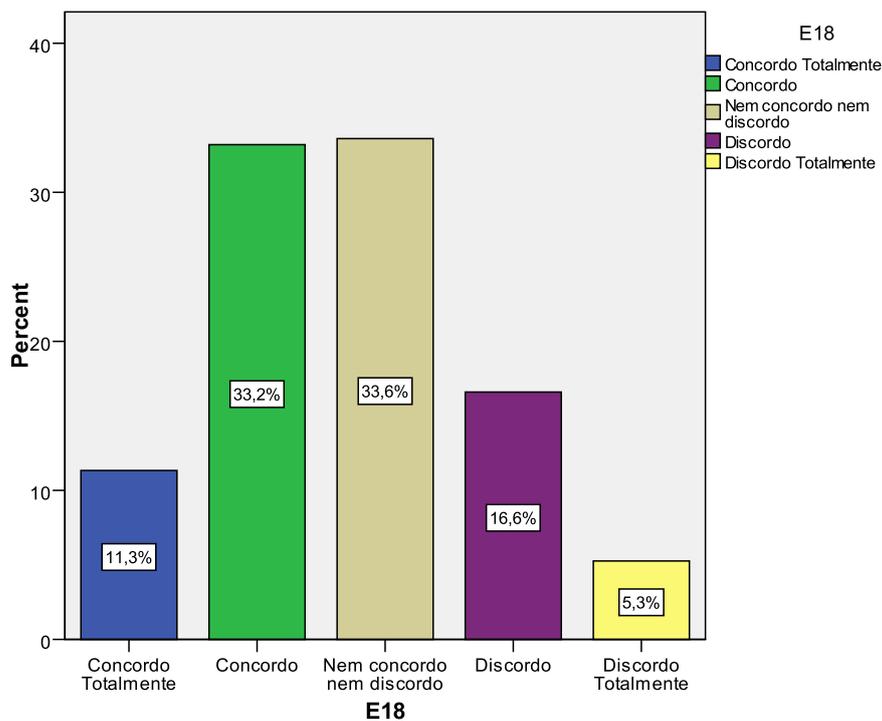
**Gráfico 39 E16- Conhecer o património e arquitetura local é para mim imprescindível quando viajo.**



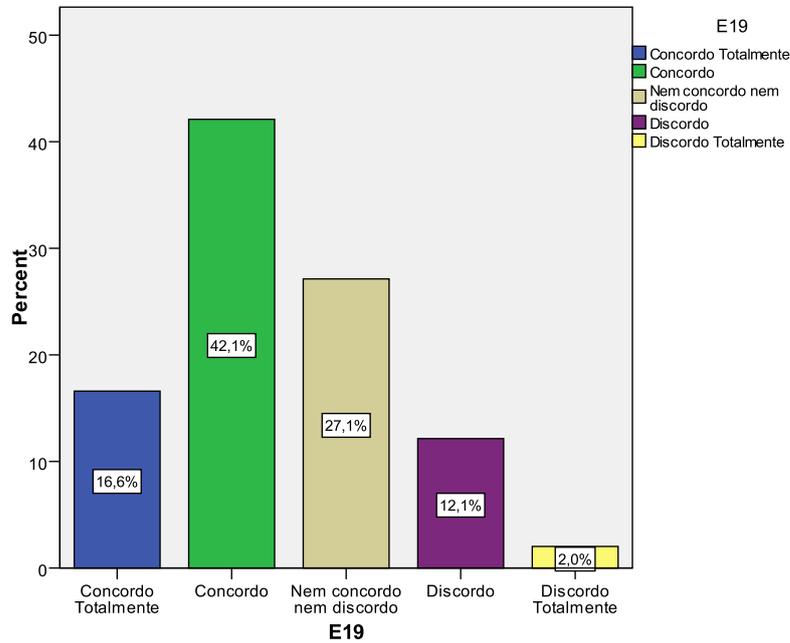
**Gráfico 40 E17- Durante a minha viagem prefiro visitar locais rurais em vez de meios urbanos.**



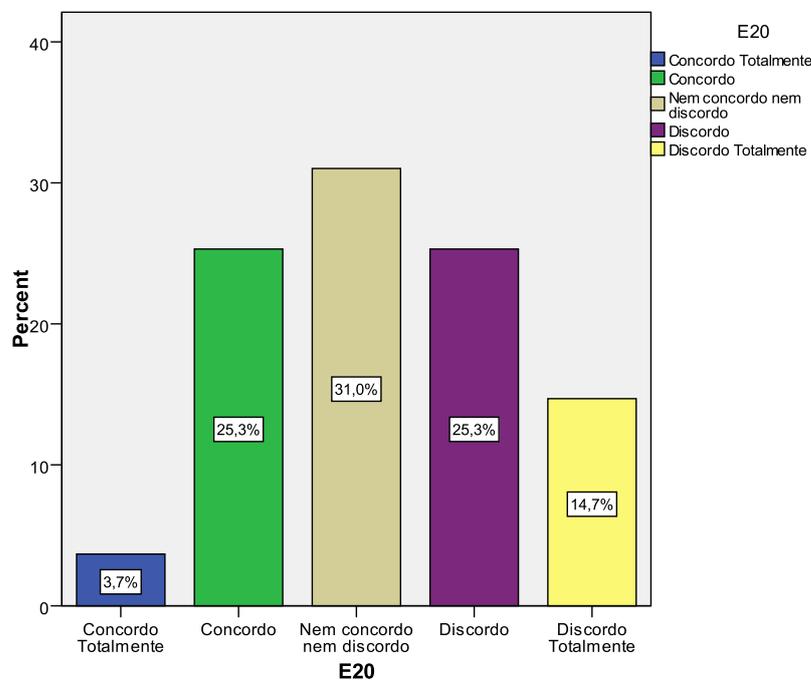
**Gráfico 41 E18- Natureza e desporto são os atrativos que mais procuro durante a minha viagem.**



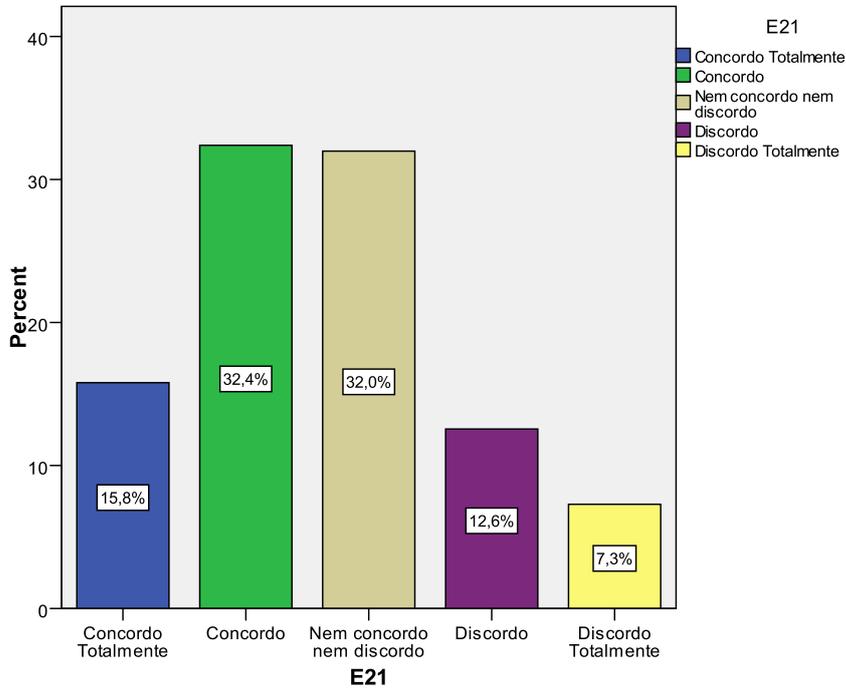
**Gráfico 42 E19- Nas cidades procuro conhecer locais turísticos como monumentos e museus.**



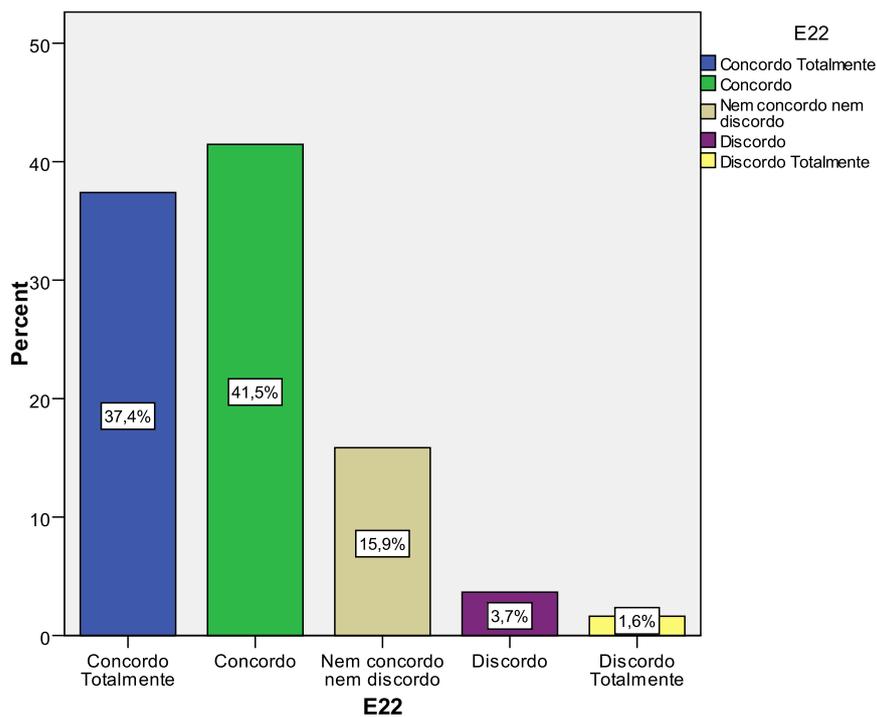
**Gráfico 43 E20- Defino a minha visita conforme os guias turísticos de cada região.**



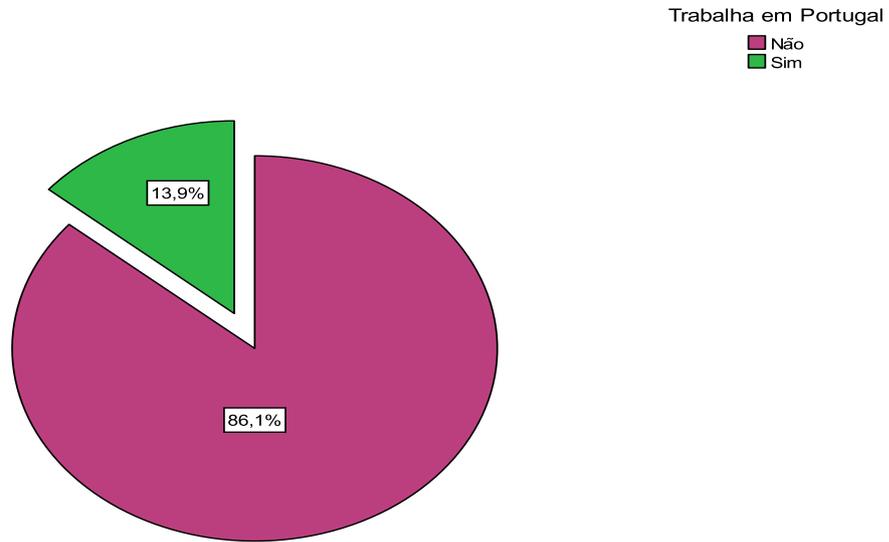
**Gráfico 44 E21- Gastronomia é um dos atrativos turísticos mais importantes durante a minha viagem.**



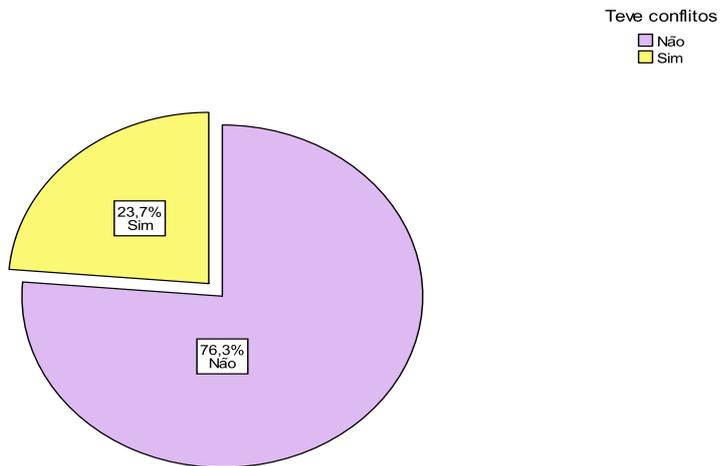
**Gráfico 45 E22-Socializar e trocar experiências é a essência da minha viagem.**



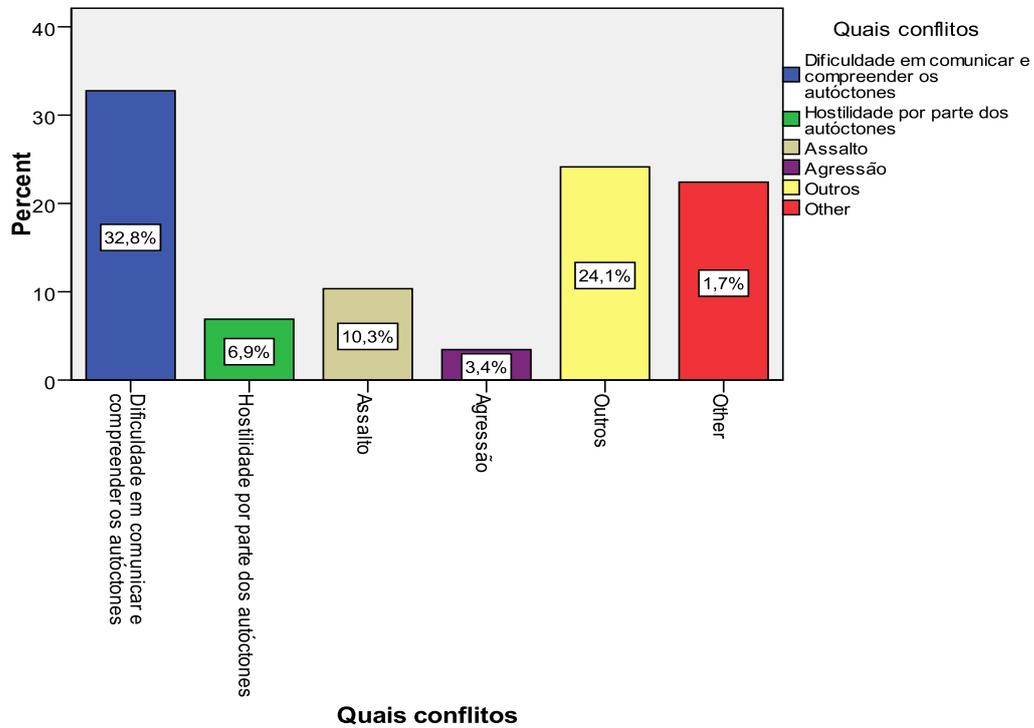
**Gráfico 46 Trabalha em Portugal**



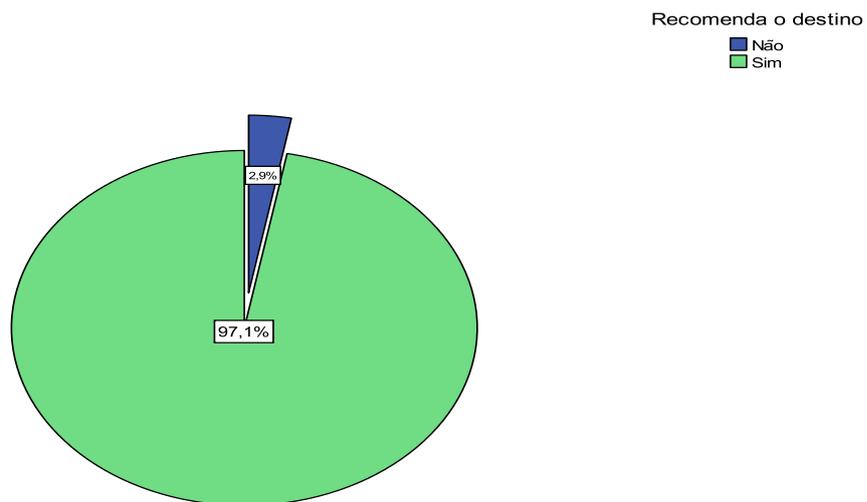
**Gráfico 47 Teve conflitos**



**Gráfico 48 Quais conflitos**



**Gráfico 49 Recomenda o destino**



### 3 - QUESTIONÁRIO

Este questionário faz parte de um estudo no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Turismo pelo Instituto Politécnico de Leiria, cujo tema é o Turismo Backpacker em Portugal. As suas opiniões acerca deste tema são muito importantes para a nossa investigação. Não há respostas “certas” ou “erradas”, relativamente a qualquer dos itens, pretendendo-se apenas a sua opinião pessoal e sincera. Agradecemos o seu contributo!

#### 1. Dados Pessoais

**Sexo:**  Masculino  Feminino      **Idade:** \_\_\_\_\_ anos

**Estado civil:**  Solteiro  Casado  Divorciado  Viúvo

**Nacionalidade:** \_\_\_\_\_

**País de residência atual:** \_\_\_\_\_

**Habilitações:**  Ensino Básico  Ensino Secundário  Ensino Superior

**Profissão** \_\_\_\_\_

**Rendimentos mensais (estimativa):**

Menos de 1000 €  De 1000 a 2000 €  De 2000 a 4000 €  Mais de 4000 €

#### 2. Com quem viaja?

Sozinho

Conjugue

Família

Amigos

Outros. Especifique: \_\_\_\_\_

**3. Qual é/será a duração total da sua viagem? (desde de que partiu até ao dia em que prevê regressar a casa)**

- Menos de 1 semana
- 1 a 4 semanas
- 1 a 3 meses
- 3 a 6 meses
- 6 a 12 meses
- Mais de 1 ano

**3.1. Quanto tempo ficará em Portugal?** \_\_\_\_\_ dias \_\_\_\_\_ semanas.

**3.2. Durante esta viagem visitou ou pretende visitar outros países além de Portugal?**

- Sim. Se sim, quais? \_\_\_\_\_
- Não.

**3.3. Já esteve antes em Portugal?**

- Sim. Se sim, quantas vezes? \_\_\_\_\_
- Não.

**4. Quais os continentes que já visitou?**

\_\_\_\_\_

**5. Quais as suas principais razões e motivações para viajar?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**6. Quais as suas principais razões e motivações para visitar Portugal?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**7. Quais as fontes de informação que usou para planear a sua viagem?  
(Escolha apenas as duas mais pertinentes).**

- Agente de viagens
- Internet
- Publicidade/Promoção do destino
- Guias turísticos
- Informação boca a boca (amigos e familiares)
- Outros: \_\_\_\_\_

**8. Qual ou quais os meios de transporte que usou para chegar a Portugal?**

- Autocarro
- Comboio
- Avião
- Boleia (vários veículos)
- Camião
- Mota
- Bicicleta
- Veículo próprio

**9. Qual é o principal meio de transporte que usa durante a sua estada em Portugal?**

- Autocarro
- Comboio
- Táxi
- Bicicleta
- A pé
- Boleia (vários veículos)
- Mota
- Camião
- Veículo próprio
- Outro: \_\_\_\_\_

**10. Quais são as principais tipologias de alojamento que costuma usar quando viaja? (Escolha apenas as duas mais pertinentes).**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Backpacker hostel       | <input type="checkbox"/> Casa de amigos               |
| <input type="checkbox"/> Parques de campismo     | <input type="checkbox"/> Casa de membros couchsurfing |
| <input type="checkbox"/> Apartamentos turísticos | <input type="checkbox"/> Outros: _____                |
| <input type="checkbox"/> Hotel                   |   |
| <input type="checkbox"/> Pensão                  |   |

**10.1. Qual é a principal razão que o leva a optar por este tipo de alojamento?**

- Económica
- Estar com amigos
- Local/Localização específica
- Outra: \_\_\_\_\_

**11. Quanto gastou ou pensa gastar em produtos/serviços durante a sua estada em Portugal?**

- Menos de 15 euros
- 15 a 45 euros
- 46 a 90 euros
- 91 a 140 euros
- 141 a 200 euros
- 201 a 300 euros
- 301 a 400 euros
- Mais de 500 euros

**12. Das atividades seguintes indique três em que vai gastar a maioria do seu orçamento. (Escala: Maior gasto =1; Gasto intermédio =2; Menor gasto =3.)**

- Alojamento
- Transporte
- Alimentação
- Entretenimento
- Atracões turísticas
- Compras
- Outras: \_\_\_\_\_

**13. Por favor, indique o seu grau de acordo ou desacordo em relação às seguintes afirmações: (Concordo totalmente = 1; Concordo =2; Nem concordo nem discordo = 3; Discordo = 4; Discordo totalmente = 5)**

Backpackers são turistas responsáveis e conscientes que se preocupam com o ambiente e com a cultura local.	
Aprender e compreender o modo de vida dos locais é importante para mim.	
Eu tenho sido amigo do ambiente durante as minhas viagens.	
O turismo enquanto indústria provoca efeitos negativos no mundo.	
Quando viajo procuro áreas turísticas populares com muito entretenimento.	
Quando viajo procuro áreas turísticas, mas pouco populares.	
Quando viajo procuro áreas pouco conhecidas “áreas não turísticas”.	
Sempre que possível consumo produtos locais.	
Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para aprender sobre a sua cultura e maneira de viver.	
Durante as minhas viagens procuro estar em contacto com os locais para fazer novos amigos.	
Durante as minhas viagens procuro entrar em contacto com os locais para perguntar sobre direções e locais a visitar.	
Durante as minhas viagens prefiro usar nas minhas deslocações os transportes públicos locais.	
Conhecer e trocar experiências com outros backpackers é muito importante para mim.	

Quando viajo evito o contacto com outros tipos de turistas.	
Diversão noturna é o que mais procuro durante a minha viagem.	
Conhecer o património e arquitetura local é para mim imprescindível quando viajo.	
Durante a minha viagem prefiro visitar locais rurais em vez de meios urbanos.	
Natureza e desporto são os atrativos que mais procuro durante a minha viagem	
Nas cidades procuro conhecer locais turísticos como monumentos e museus.	
Defino a minha visita conforme os guias turísticos de cada região.	
Gastronomia é um dos atrativos turísticos mais importantes durante a minha viagem.	
Socializar e trocar experiências é a essência da minha viagem.	

**14. Trabalhou ou pretende trabalhar durante a sua estada em Portugal?**

Sim. Se sim, porquê? \_\_\_\_\_

Não.

**15. Durante a sua estada em Portugal deparou-se com algum problema ou conflito?**

Sim (Se sim, avance para a pergunta 15.1)

Não (Se não, avance diretamente para a pergunta 16)

**15.1. Dos seguintes problemas/conflitos com quais se deparou?**

Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones

Hostilidade por parte dos autóctones

Discriminação da sua tipologia de turismo face a outras tipologias

Assalto

Agressão

Extrema escassez financeira

Problemas de saúde

Outros. Quais? \_\_\_\_\_

**16. Como se autodefine enquanto no que se refere ao seu comportamento de férias ou viagens?**

---

---

**17. O que significa para si o termo “backpacker”?**

---

---

**18. Para si qual foi a experiência mais relevante da sua viagem?**

---

---

**19. Recomendaria o destino Portugal como um destino ideal para backpackers?**

Sim. Se sim, especifique: \_\_\_\_\_

Não. Se não, especifique: \_\_\_\_\_

**Obrigada pela sua colaboração!**



## 4 – FREQUÊNCIAS (OUTPUT SPSS)

### Statistics

Sexo

N	Valid	250
	Missing	0
Mode		0

### Sexo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	145	58,0	58,0	58,0
	Feminino	105	42,0	42,0	100,0
	Total	250	100,0	100,0	

### Statistics

Escalão Etário

N	Valid	230
	Missing	20
Mode		2

### Escalão Etário

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<=17 anos	3	1,2	1,3	1,3
	18 a 25 anos	130	52,0	56,5	57,8
	26 a 30 anos	60	24,0	26,1	83,9
	31 a 40 anos	26	10,4	11,3	95,2
	41 a 49 anos	4	1,6	1,7	97,0
	>= 50 anos	7	2,8	3,0	100,0
	Total	230	92,0	100,0	
Missing	System	20	8,0		
Total		250	100,0		

### Statistics

Estado Civil

N	Valid	249
	Missing	1
Mode		1

### Estado Civil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Solteiro	236	94,4	94,8	94,8
	Casado	9	3,6	3,6	98,4
	Divorciado	4	1,6	1,6	100,0
	Total	249	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		250	100,0		

### Statistics

Nacionalidade

N	Valid	250
	Missing	0
Mode		2

### Nacionalidade

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Holandês	7	2,8	2,8	2,8
	Alemão	42	16,8	16,8	19,6
	Brasileiro	10	4,0	4,0	23,6
	Espanhol	16	6,4	6,4	30,0
	Português	33	13,2	13,2	43,2
	Norte Americano	15	6,0	6,0	49,2
	Australiano	15	6,0	6,0	55,2
	Nova Zelândia	4	1,6	1,6	56,8

Argentino	3	1,2	1,2	58,0
Irlandês	8	3,2	3,2	61,2
Francês	8	3,2	3,2	64,4
Italiano	14	5,6	5,6	70,0
Austríaco	6	2,4	2,4	72,4
Estónia	1	,4	,4	72,8
Russo	2	,8	,8	73,6
Finlandês	8	3,2	3,2	76,8
Canadiano	8	3,2	3,2	80,0
Suíço	5	2,0	2,0	82,0
Indiano	2	,8	,8	82,8
Colombiano	1	,4	,4	83,2
Britânico	4	1,6	1,6	84,8
Israelita	2	,8	,8	85,6
Belga	11	4,4	4,4	90,0
Coreano	2	,8	,8	90,8
Grego	1	,4	,4	91,2
Mexicano	1	,4	,4	91,6
Romeno	1	,4	,4	92,0
Húngaro	1	,4	,4	92,4
Venezuelana	1	,4	,4	92,8
Esloveno	5	2,0	2,0	94,8
Japonesa	1	,4	,4	95,2
Inglês	4	1,6	1,6	96,8
Turco	2	,8	,8	97,6
Sueco	1	,4	,4	98,0
Polaco	2	,8	,8	98,8
Lituano	1	,4	,4	99,2
Norueguês	1	,4	,4	99,6
Checo	1	,4	,4	100,0
Total	250	100,0	100,0	

**Statistics**

País de Residência

N	Valid	245
	Missing	5
Mode		5

**País de Residência**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Holanda	3	1,2	1,2	1,2
	Alemanha	43	17,2	17,6	18,8
	Brasil	7	2,8	2,9	21,6
	Espanha	16	6,4	6,5	28,2
	Portugal	55	22,0	22,4	50,6
	USA	16	6,4	6,5	57,1
	Austrália	13	5,2	5,3	62,4
	Nova Zelândia	4	1,6	1,6	64,1
	Argentina	2	,8	,8	64,9
	Irlanda	6	2,4	2,4	67,3
	França	10	4,0	4,1	71,4
	Itália	8	3,2	3,3	74,7
	Áustria	5	2,0	2,0	76,7
	Reino Unido	9	3,6	3,7	80,4
	Finlândia	7	2,8	2,9	83,3
	Canadá	7	2,8	2,9	86,1
	Suíça	6	2,4	2,4	88,6
	Bélgica	11	4,4	4,5	93,1
	México	1	,4	,4	93,5
	India	1	,4	,4	93,9
Roménia	1	,4	,4	94,3	
Israel	2	,8	,8	95,1	

	Hungria	1	,4	,4	95,5
	Venezuela	1	,4	,4	95,9
	Eslováquia	3	1,2	1,2	97,1
	Japão	1	,4	,4	97,6
	Coreia	1	,4	,4	98,0
	Suécia	1	,4	,4	98,4
	Turquia	1	,4	,4	98,8
	Polónia	1	,4	,4	99,2
	Lituânia	1	,4	,4	99,6
	Republica Checa	1	,4	,4	100,0
	Total	245	98,0	100,0	
Missing	System	5	2,0		
Total		250	100,0		

### Statistics

#### Educação

N	Valid	244
	Missing	6
Mode		3

#### Educação

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Básico	2	,8	,8	,8
	Secundário	33	13,2	13,5	14,3
	Superior	209	83,6	85,7	100,0
	Total	244	97,6	100,0	
Missing	System	6	2,4		
Total		250	100,0		

### Statistics

Profissão

N	Valid	227
	Missing	23
Mode		2

### Profissão

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Administrativo	4	1,6	1,8	1,8
	Estudante	91	36,4	40,1	41,9
	Técnico Superior Turismo	2	,8	,9	42,7
	Médico	2	,8	,9	43,6
	Engenheiro	10	4,0	4,4	48,0
	Informático	5	2,0	2,2	50,2
	Rececionista	4	1,6	1,8	52,0
	Contabilista	4	1,6	1,8	53,7
	Marketeer	5	2,0	2,2	55,9
	Arquiteto	8	3,2	3,5	59,5
	Psiquiatra	1	,4	,4	59,9
	Psicólogo	3	1,2	1,3	61,2
	Tradutor	2	,8	,9	62,1
	Professor	14	5,6	6,2	68,3
	Empresário	6	2,4	2,6	70,9
	Jornalista	4	1,6	1,8	72,7
	Produtor	1	,4	,4	73,1
	Policia	1	,4	,4	73,6
	Consultor	1	,4	,4	74,0
	Voluntário	2	,8	,9	74,9
	Artista de Rua	1	,4	,4	75,3
	Staff do Aeroporto	1	,4	,4	75,8
	Escritor	1	,4	,4	76,2

Advogado	1	,4	,4	76,7
Designer	4	1,6	1,8	78,4
Funcionário Público Ministério da Cultura	1	,4	,4	78,9
Criativo	1	,4	,4	79,3
Musico	2	,8	,9	80,2
Fotografo	1	,4	,4	80,6
Lojista	2	,8	,9	81,5
Eletricista	1	,4	,4	81,9
Artista	3	1,2	1,3	83,3
Enfermeiro	2	,8	,9	84,1
Terapeuta de Beleza	1	,4	,4	84,6
Reformado	1	,4	,4	85,0
Desempregado	5	2,0	2,2	87,2
Comediante	1	,4	,4	87,7
Apicultor	1	,4	,4	88,1
Paisagista	1	,4	,4	88,5
Carteiro	1	,4	,4	89,0
Educador de Infância	1	,4	,4	89,4
Agricultor	2	,8	,9	90,3
Cozinheiro	1	,4	,4	90,7
Supervisor	1	,4	,4	91,2
Guarda Florestal	1	,4	,4	91,6
Copywriter	1	,4	,4	92,1
Empregado de mesa	2	,8	,9	93,0
Gestor de Projetos	2	,8	,9	93,8
Coordenador de Exames	1	,4	,4	94,3
Transportador	1	,4	,4	94,7
Cientista	1	,4	,4	95,2
Gestor	2	,8	,9	96,0
Instrutor de Snowboarding	2	,8	,9	96,9

	Carpinteiro	2	,8	,9	97,8
	Construtor	1	,4	,4	98,2
	Estagiário	1	,4	,4	98,7
	Maquilhadora	1	,4	,4	99,1
	Comercial	1	,4	,4	99,6
	Economista	1	,4	,4	100,0
	Total	227	90,8	100,0	
Missing	System	23	9,2		
Total		250	100,0		

### Statistics

Rendimentos Mensais

N	Valid	233
	Missing	17
Mode		1

### Rendimentos Mensais

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= 1000€	126	50,4	54,1	54,1
	1000€ - 2000€	58	23,2	24,9	79,0
	2000€ - 4000€	33	13,2	14,2	93,1
	>= 4000€	16	6,4	6,9	100,0
	Total	233	93,2	100,0	
Missing	System	17	6,8		
Total		250	100,0		

### Statistics

Duração Total da Viagem

N	Valid	248
	Missing	2
Mode		2,0

#### Duração Total da Viagem

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= 1 semana	54	21,6	21,8	21,8
	1 a 4 semanas	128	51,2	51,6	73,4
	1 a 3 meses	22	8,8	8,9	82,3
	3 a 6 meses	16	6,4	6,5	88,7
	6 a 12 meses	21	8,4	8,5	97,2
	>= 1 ano	7	2,8	2,8	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

#### Statistics

Tempo que fica em Portugal em dias

N	Valid	209
	Missing	41
Mean		25,26
Mode		7

#### Tempo que fica em Portugal em dias

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	1,2	1,4	1,4
	2	6	2,4	2,9	4,3
	3	3	1,2	1,4	5,7
	4	23	9,2	11,0	16,7
	5	15	6,0	7,2	23,9



**IPL**

escola superior de turismo  
e tecnologia do mar  
Instituto Politécnico de Leiria

6	15	6,0	7,2	31,1
7	26	10,4	12,4	43,5
8	17	6,8	8,1	51,7
9	9	3,6	4,3	56,0
10	19	7,6	9,1	65,1
11	3	1,2	1,4	66,5
12	2	,8	1,0	67,5
14	23	9,2	11,0	78,5
15	4	1,6	1,9	80,4
16	2	,8	1,0	81,3
18	2	,8	1,0	82,3
20	4	1,6	1,9	84,2
21	5	2,0	2,4	86,6
22	1	,4	,5	87,1
27	1	,4	,5	87,6
28	4	1,6	1,9	89,5
30	2	,8	1,0	90,4
43	1	,4	,5	90,9
49	2	,8	1,0	91,9
60	1	,4	,5	92,3
63	1	,4	,5	92,8
84	3	1,2	1,4	94,3
91	1	,4	,5	94,7
140	1	,4	,5	95,2
150	1	,4	,5	95,7
182	1	,4	,5	96,2
196	1	,4	,5	96,7
200	1	,4	,5	97,1
280	1	,4	,5	97,6
300	1	,4	,5	98,1
350	1	,4	,5	98,6

	364	3	1,2	1,4	100,0
Total		209	83,6	100,0	
Missing	System	41	16,4		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Visita outros Países

N	Valid	246
	Missing	4
Mode		0

**Visita outros Países**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	131	52,4	53,3	53,3
	Sim	115	46,0	46,7	100,0
	Total	246	98,4	100,0	
Missing	System	4	1,6		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Países Visitados

N	Valid	101
	Missing	149
Mode		4

**Países Visitados**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Espanha	35	14,0	34,7	34,7
	Irlanda	1	,4	1,0	35,6
	França	3	1,2	3,0	38,6
	Bélgica	1	,4	1,0	39,6
	Marrocos	3	1,2	3,0	42,6

Polónia	1	,4	1,0	43,6
França e Espanha	8	3,2	7,9	51,5
Espanha e Reino Unido	1	,4	1,0	52,5
Suíça, Áustria e Alemanha	1	,4	1,0	53,5
Espanha, França, Bélgica, Holanda e Alemanha	2	,8	2,0	55,4
40	1	,4	1,0	56,4
Nova Zelândia, Austrália, Tailândia, Singapura, Camboja, Malásia, Espanha, França, Itália, Alemanha e Polónia	1	,4	1,0	57,4
França, Bélgica e Itália	1	,4	1,0	58,4
Singapura, Malásia, Reino Unido, Islândia, Dinamarca, Grécia, Canadá, USA	1	,4	1,0	59,4
Marrocos e Espanha	4	1,6	4,0	63,4
Espanha, França, Holanda e Itália	3	1,2	3,0	66,3
Bélgica e França	1	,4	1,0	67,3
Reino Unido	3	1,2	3,0	70,3
Alemanha, Holanda, Republica Checa, Dinamarca e Espanha	1	,4	1,0	71,3
Hungria, Espanha, Polónia, Republica Checa	1	,4	1,0	72,3
Espanha, França, Holanda, Alemanha e Noruega	1	,4	1,0	73,3
Itália, Espanha, Reino Unido e França	1	,4	1,0	74,3
Espanha, França, Holanda, Bélgica e Alemanha	1	,4	1,0	75,2
Alemanha e Reino Unido	1	,4	1,0	76,2
Islândia, Reino Unido, Marrocos e Suíça	1	,4	1,0	77,2
França, Itália, Irlanda, Marrocos e Espanha	1	,4	1,0	78,2

Itália, Reino Unido, Noruega	1	,4	1,0	79,2
Holanda e França	1	,4	1,0	80,2
França e Itália	1	,4	1,0	81,2
Toda a Europa Ocidental, Indonésia, Austrália e Nova Zelândia	1	,4	1,0	82,2
À volta do Mundo mais de 30 países	1	,4	1,0	83,2
Espanha, França e Alemanha	2	,8	2,0	85,1
Escandinávia, Alemanha, Itália, Republica Checa, França e Espanha	2	,8	2,0	87,1
Toda a Europa	1	,4	1,0	88,1
França, Bélgica, Holanda, Espanha, Hungria e Alemanha	1	,4	1,0	89,1
Bélgica, França, Espanha e Holanda	1	,4	1,0	90,1
São Tomé e Príncipe, Moçambique, Tanzânia, África do Sul	1	,4	1,0	91,1
Bélgica, Alemanha, Polónia, Mónaco, Hungria, Áustria, Espanha e Republica Checa	1	,4	1,0	92,1
Alemanha, Reino Unido, Espanha, Polónia e Marrocos	1	,4	1,0	93,1
Reino Unido, Itália, Grécia e Espanha	2	,8	2,0	95,0
Espanha, França, Holanda, Indonésia, Malásia e Austrália	1	,4	1,0	96,0
Grécia, Alemanha, Suíça, Suécia, Reino Unido e Irlanda	1	,4	1,0	97,0
Espanha, França e Reino Unido	1	,4	1,0	98,0
Itália, França e Espanha	1	,4	1,0	99,0
Itália, Espanha, França, Grécia e Alemanha	1	,4	1,0	100,0

Total		101	40,4	100,0
Missing	System	149	59,6	
Total		250	100,0	

**Statistics**

Já Esteve em Portugal

N	Valid	215
	Missing	35
Mode		0

**Já Esteve em Portugal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	149	59,6	69,3	69,3
	Sim	66	26,4	30,7	100,0
	Total	215	86,0	100,0	
Missing	System	35	14,0		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Quantas vezes esteve em Portugal

N	Valid	63
	Missing	187
Mean		2,14
Mode		1

**Quantas vezes esteve em Portugal**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	1	33	13,2	52,4	52,4
	2	14	5,6	22,2	74,6
	3	5	2,0	7,9	82,5
	4	2	,8	3,2	85,7
	5	6	2,4	9,5	95,2
	6	1	,4	1,6	96,8
	7	1	,4	1,6	98,4
	8	1	,4	1,6	100,0
	Total	63	25,2	100,0	
Missing	System	187	74,8		
Total		250	100,0		

### Statistics

Continentes que já visitou

N	Valid	227
	Missing	23
Mode		10

### Continentes que já visitou

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Europa	38	15,2	16,7	16,7
	América	2	,8	,9	17,6
	América, Ásia, Europa	24	9,6	10,6	28,2
	África, América, Europa	24	9,6	10,6	38,8
	Ásia, Europa e África	5	2,0	2,2	41,0
	Ásia, América, Europa e África	11	4,4	4,8	45,8
	América e Europa	48	19,2	21,1	67,0
	Europa e África	17	6,8	7,5	74,4
	Ásia e América	2	,8	,9	75,3
	Oceânia, Europa e América	5	2,0	2,2	77,5
	América, Ásia, Europa, Oceânia	9	3,6	4,0	81,5
	Europa, Ásia e Oceânia	9	3,6	4,0	85,5

17	2	,8	,9	86,3
Europa e Oceânia	4	1,6	1,8	88,1
América, Europa, África, Oceânea	4	1,6	1,8	89,9
Todos os continentes	11	4,4	4,8	94,7
Europa e Ásia	11	4,4	4,8	99,6
Ásia, Oceânia, Europa e África	1	,4	,4	100,0
Total	227	90,8	100,0	
Missing System	23	9,2		
Total	250	100,0		

### Statistics

Fontes de informação para a viagem

N	Valid	247
	Missing	3
Mode		2

### Fontes de informação para a viagem

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Agente de viagens	1	,4	,4	,4
	Internet	68	27,2	27,5	27,9
	Publicidade/Promoção do destino	2	,8	,8	28,7
	Guias Turísticos	4	1,6	1,6	30,4
	Informação boca a boca (amigos e familiares)	22	8,8	8,9	39,3
	Outros	6	2,4	2,4	41,7
	Internet e Guias turísticos	47	18,8	19,0	60,7
	Informação boca á boca e outros	3	1,2	1,2	61,9
	Internet e informação boca à boca	50	20,0	20,2	82,2
	Agente de Viagens e Guias turísticos	2	,8	,8	83,0
	Agente de viagens, Internet e Guias turísticos	1	,4	,4	83,4

	Internet, Guias turísticos e Informação boca à boca	26	10,4	10,5	93,9
	Guias turísticos e Informação boca à boca	4	1,6	1,6	95,5
	Internet e Publicidade/promoção do destino	1	,4	,4	96,0
	Internet, Publicidade/promoção do destino e Informação boca à boca	1	,4	,4	96,4
	Internet, Informação boca à boca e Outros	2	,8	,8	97,2
	Agente de Viagens e Internet	3	1,2	1,2	98,4
	Informação boca à boca e Outros	1	,4	,4	98,8
	Internet e outros	3	1,2	1,2	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

### Statistics

Transportes para chegar a Portugal

N	Valid	248
	Missing	2
Mode		3

### Transportes para chegar a Portugal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Autocarro	25	10,0	10,1	10,1
	Comboio	14	5,6	5,6	15,7
	Avião	112	44,8	45,2	60,9
	Boleia	6	2,4	2,4	63,3
	Bicicleta	1	,4	,4	63,7
	Veículo Próprio	24	9,6	9,7	73,4
	Outros	5	2,0	2,0	75,4
	Avião, Boleia e Carro	1	,4	,4	75,8

	Avião, Comboio e Autocarro	11	4,4	4,4	80,2
	Autocarro e Carro	2	,8	,8	81,0
	Autocarro, Comboio e Bicicleta	2	,8	,8	81,9
	Autocarro, Avião e Boleia	3	1,2	1,2	83,1
	Autocarro e Avião	21	8,4	8,5	91,5
	Autocarro, Avião, Boleia, Bicicleta, Carro e Outros	1	,4	,4	91,9
	Autocarro e Bicicleta	1	,4	,4	92,3
	Comboio e Avião	8	3,2	3,2	95,6
	Autocarro, Comboio, Boleia e Carro	1	,4	,4	96,0
	Autocarro, Comboio, Avião, Carro	2	,8	,8	96,8
	Autocarro, Comboio e Boleia	1	,4	,4	97,2
	Autocarro, Comboio e Outros	1	,4	,4	97,6
	Avião e Carro	3	1,2	1,2	98,8
	Autocarro e Boleia	1	,4	,4	99,2
	Autocarro e Comboio	1	,4	,4	99,6
	Boleia e Bicicleta	1	,4	,4	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

### Statistics

Transportes usa em Portugal

N	Valid	247
	Missing	3

**Statistics**

Transportes usa em Portugal

N	Valid	247
	Missing	3
Mode		9

**Transportes usa em Portugal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Autocarro	32	12,8	13,0	13,0
	Comboio	18	7,2	7,3	20,2
	Táxi	5	2,0	2,0	22,3
	Bicicleta	5	2,0	2,0	24,3
	A pé	35	14,0	14,2	38,5
	Boleia	2	,8	,8	39,3
	Carro	36	14,4	14,6	53,8
	Outros	5	2,0	2,0	55,9
	Boleia e Carro	1	,4	,4	56,3
	Autocarro e A pé	9	3,6	3,6	59,9
	Autocarro e Outros	2	,8	,8	60,7
	Autocarro, A pé, Carro, Outros	2	,8	,8	61,5
	A pé e Outros	4	1,6	1,6	63,2
	Autocarro e Comboio	22	8,8	8,9	72,1
	Autocarro e Carro	3	1,2	1,2	73,3
	Autocarro, Comboio e A pé	18	7,2	7,3	80,6
	Comboio e Carro	2	,8	,8	81,4
	Comboio e A pé	9	3,6	3,6	85,0
	A pé e Bicicleta	2	,8	,8	85,8
	Autocarro, A pé e Bicicleta	3	1,2	1,2	87,0
	A pé e Táxi	2	,8	,8	87,9
	Autocarro e Bicicleta	1	,4	,4	88,3

Autocarro, A pé e Carro	4	1,6	1,6	89,9
Comboio, Táxi e A pé	1	,4	,4	90,3
Comboio, Táxi, Mota e Carro	1	,4	,4	90,7
Autocarro e Boleia	2	,8	,8	91,5
A pé e Carro	2	,8	,8	92,3
Autocarro, Comboio, Táxi, A pé e Outros	1	,4	,4	92,7
Táxi e Outros	1	,4	,4	93,1
Comboio e Táxi	2	,8	,8	93,9
Autocarro, Comboio, Táxi, A pé, Mota e Carro	1	,4	,4	94,3
Autocarro, Táxi e A pé	2	,8	,8	95,1
Autocarro, A pé e Outros	1	,4	,4	95,5
Autocarro, Comboio e Carro	1	,4	,4	96,0
Autocarro, Comboio, Táxi e A pé	1	,4	,4	96,4
Autocarro, A pé e Boleia	2	,8	,8	97,2
Autocarro e Táxi	1	,4	,4	97,6
Autocarro, Comboio e Outros	4	1,6	1,6	99,2
Autocarro, Comboio e Táxi	2	,8	,8	100,0
Total	247	98,8	100,0	
Missing System	3	1,2		
Total	250	100,0		

### Statistics

Alojamento

N	Valid	249
	Missing	1
Mode		1

**Alojamento**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hostel	70	28,0	28,1	28,1
	Parque Campismo	6	2,4	2,4	30,5
	Apartamentos Turísticos	3	1,2	1,2	31,7
	Hotel	10	4,0	4,0	35,7
	Pensão	2	,8	,8	36,5
	Casa de Amigos	4	1,6	1,6	38,2
	Outros	3	1,2	1,2	39,4
	Hostel e apartamentos Turísticos	8	3,2	3,2	42,6
	Hostel e Casa de Amigos	19	7,6	7,6	50,2
	Hostel e Hotel	34	13,6	13,7	63,9
	Hostel e Pensão	7	2,8	2,8	66,7
	Hostel e Outros	4	1,6	1,6	68,3
	Hostel e Parque de Campismo	19	7,6	7,6	75,9
	Hostel, Hotel e Casa de Amigos	6	2,4	2,4	78,3
	Hostel, Casa de amigos e Couchsurfing	5	2,0	2,0	80,3
	Hostel, Parque de Campismo, Apartamentos Turísticos, e Casa de Amigos	3	1,2	1,2	81,5
	Hostel, Parque de Campismo e Casa de Amigos	5	2,0	2,0	83,5
	Hotel e Casa de amigos	1	,4	,4	83,9
	Hostel e Couchsurfing	7	2,8	2,8	86,7
	Hostel, Parque de Campismo, Apartamentos Turísticos, Hotel, Casa de Amigos e Couchsurfing	1	,4	,4	87,1
	Hostel, Parques de Campismo, Pensão	3	1,2	1,2	88,4
	Hostel, Parque de Campismo e Couchsurfing	2	,8	,8	89,2

Hostel, Parque de Campismo, Casa de Amigos e Couchsurfing	2	,8	,8	90,0
Parques de Campismo, Casa de Amigos e Couchsurfing	1	,4	,4	90,4
Hostel, Apartamentos Turísticos e Hotel	2	,8	,8	91,2
Hostel, Apartamentos Turísticos e Casa de Amigos	2	,8	,8	92,0
Hotel e Outros	1	,4	,4	92,4
Parques de Campismo e Outros	2	,8	,8	93,2
Parques de Campismo e Casa de Amigos	3	1,2	1,2	94,4
Hostel, Parques de Campismo e Outros	2	,8	,8	95,2
Parque de Campismo, Apartamentos turísticos, Hotel e Casa de Amigos	1	,4	,4	95,6
Hostel, Parque de Campismo, Apartamentos Turísticos e Hotel	2	,8	,8	96,4
Apartamentos Turísticos e Hotel	1	,4	,4	96,8
Hotel e Pensão	1	,4	,4	97,2
Casa de Amigos e Couchsurfing	3	1,2	1,2	98,4
Parques de Campismo e Hotel	2	,8	,8	99,2
Parques de Campismo, Pensão e Casa de Amigos	2	,8	,8	100,0
Total	249	99,6	100,0	
Missing System	1	,4		
Total	250	100,0		

### Statistics

Razão do Alojamento

N	Valid	248
	Missing	2
Mode		1

**Razão do Alojamento**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Económico	69	27,6	27,8	27,8
	Estar com Amigos	21	8,4	8,5	36,3
	Local/Localização Específica	47	18,8	19,0	55,2
	Outra	27	10,8	10,9	66,1
	Económico e Estar com Amigos	21	8,4	8,5	74,6
	Económico e Local/localização específica	29	11,6	11,7	86,3
	Económico e outros	17	6,8	6,9	93,1
	Económico, Estar com amigos e Outros	3	1,2	1,2	94,4
	Local/localização específica e Outros	2	,8	,8	95,2
	Económico, Estar com Amigos, Local/Localização específica	4	1,6	1,6	96,8
	Estar com amigos e Local/localização específica	6	2,4	2,4	99,2
	Estar com amigos e Outros	1	,4	,4	99,6
	Económico, Local/localização específica e Outros	1	,4	,4	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Gastos

N	Valid	242
	Missing	8
Mode		8

**Gastos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= 15€	2	,8	,8	,8
	15€ - 45€	15	6,0	6,2	7,0
	46€ - 90€	19	7,6	7,9	14,9
	91€ - 140€	31	12,4	12,8	27,7
	141€ - 200€	34	13,6	14,0	41,7
	201€ - 300€	41	16,4	16,9	58,7
	301€ - 400€	39	15,6	16,1	74,8
	>= 500€	61	24,4	25,2	100,0
	Total	242	96,8	100,0	
Missing	System	8	3,2		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Actividades dispense mais dinheiro

N	Valid	248
	Missing	2
Mode		9

**Actividades dispense mais dinheiro**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alojamento	8	3,2	3,2	3,2
	Transporte	4	1,6	1,6	4,8
	Alimentação	5	2,0	2,0	6,9
	Entretenimento	7	2,8	2,8	9,7
	Atrações turísticas	1	,4	,4	10,1
	Compras	1	,4	,4	10,5
	Outros	1	,4	,4	10,9
	Alojamento, Alimentação e Entretenimento	29	11,6	11,7	22,6

Alojamento, Transporte e Alimentação	94	37,6	37,9	60,5
Transporte, Atrações Turísticas e Compras	2	,8	,8	61,3
Alojamento, Atrações Turísticas e Compras	2	,8	,8	62,1
Alojamento, Alimentação e Atrações Turísticas	13	5,2	5,2	67,3
Alojamento, Transporte e Entretenimento	7	2,8	2,8	70,2
Alojamento e Alimentação	1	,4	,4	70,6
Compras, Transporte e Alimentação	3	1,2	1,2	71,8
Alojamento, Transporte e Compras	7	2,8	2,8	74,6
Alimentação, Entretenimento e Atrações Turísticas	3	1,2	1,2	75,8
Transporte, Entretenimento, Atrações Turísticas	1	,4	,4	76,2
Alojamento, Entretenimento e Outros	2	,8	,8	77,0
Alojamento e Entretenimento	2	,8	,8	77,8
Alojamento, Entretenimento e Compras	2	,8	,8	78,6
Alimentação, Atrações Turísticas e Compras	3	1,2	1,2	79,8
Alojamento, Compras e Outros	4	1,6	1,6	81,5
Alimentação e Compras	2	,8	,8	82,3
Alojamento, Transporte e Outros	1	,4	,4	82,7
Transporte e Alimentação	3	1,2	1,2	83,9
Alojamento, Transporte e Atrações turísticas	5	2,0	2,0	85,9
Alojamento, Entretenimento, Atrações Turísticas	1	,4	,4	86,3

	Alimentação e Atrações Turísticas	1	,4	,4	86,7
	Alimentação e Entretenimento	2	,8	,8	87,5
	Alojamento, Alimentação e Compras	8	3,2	3,2	90,7
	Alojamento e Transporte	2	,8	,8	91,5
	Alimentação, Entretenimento e Compras	6	2,4	2,4	94,0
	Alimentação, Entretenimento e Outros	2	,8	,8	94,8
	Transporte, Alimentação e Atrações Turísticas	4	1,6	1,6	96,4
	Alojamento, Alimentação e Outros	2	,8	,8	97,2
	Entretenimento e Atrações Turísticas	1	,4	,4	97,6
	Alojamento, Transporte e Outras	1	,4	,4	98,0
	Transporte, Alimentação e Entretenimento	5	2,0	2,0	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

		E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13
N	Valid	245	249	248	247	247	247	247	248	248	248	248	248	248
	Missing	5	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
Mode		2	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1	2

E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22
246	247	247	246	247	247	245	247	246
4	3	3	4	3	3	5	3	4
4	4	2	3	3	2	3	2	2

**E1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	53	21,2	21,6	21,6
	Concordo	110	44,0	44,9	66,5
	Nem concordo nem discordo	65	26,0	26,5	93,1
	Discordo	14	5,6	5,7	98,8
	Discordo Totalmente	3	1,2	1,2	100,0
	Total	245	98,0	100,0	
Missing	System	5	2,0		
Total		250	100,0		

**E2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	153	61,2	61,4	61,4
	Concordo	79	31,6	31,7	93,2
	Nem concordo nem discordo	14	5,6	5,6	98,8
	Discordo	1	,4	,4	99,2
	Discordo Totalmente	2	,8	,8	100,0
	Total	249	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		250	100,0		

**E3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	88	35,2	35,5	35,5
	Concordo	105	42,0	42,3	77,8
	Nem concordo nem discordo	43	17,2	17,3	95,2
	Discordo	8	3,2	3,2	98,4
	Discordo Totalmente	4	1,6	1,6	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

**E4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	32	12,8	13,0	13,0
	Concordo	62	24,8	25,1	38,1
	Nem concordo nem discordo	61	24,4	24,7	62,8
	Discordo	57	22,8	23,1	85,8
	Discordo Totalmente	35	14,0	14,2	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	28	11,2	11,3	11,3
	Concordo	47	18,8	19,0	30,4
	Nem concordo nem discordo	73	29,2	29,6	59,9
	Discordo	66	26,4	26,7	86,6
	Discordo Totalmente	33	13,2	13,4	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	18	7,2	7,3	7,3
	Concordo	109	43,6	44,1	51,4
	Nem concordo nem discordo	77	30,8	31,2	82,6
	Discordo	31	12,4	12,6	95,1
	Discordo Totalmente	12	4,8	4,9	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	56	22,4	22,7	22,7
	Concordo	97	38,8	39,3	61,9
	Nem concordo nem discordo	52	20,8	21,1	83,0
	Discordo	25	10,0	10,1	93,1
	Discordo Totalmente	17	6,8	6,9	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	99	39,6	39,9	39,9
	Concordo	87	34,8	35,1	75,0
	Nem concordo nem discordo	47	18,8	19,0	94,0
	Discordo	13	5,2	5,2	99,2
	Discordo Totalmente	2	,8	,8	100,0
	Total	248	99,2	100,0	

Missing	System	2	,8	
Total		250	100,0	

**E9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	97	38,8	39,1	39,1
	Concordo	94	37,6	37,9	77,0
	Nem concordo nem discordo	41	16,4	16,5	93,5
	Discordo	13	5,2	5,2	98,8
	Discordo Totalmente	3	1,2	1,2	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

**E10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	83	33,2	33,5	33,5
	Concordo	91	36,4	36,7	70,2
	Nem concordo nem discordo	61	24,4	24,6	94,8
	Discordo	10	4,0	4,0	98,8
	Discordo Totalmente	3	1,2	1,2	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

**E11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	146	58,4	58,9	58,9
	Concordo	77	30,8	31,0	89,9
	Nem concordo nem discordo	20	8,0	8,1	98,0
	Discordo	2	,8	,8	98,8
	Discordo Totalmente	3	1,2	1,2	100,0

Total		248	99,2	100,0
Missing	System	2	,8	
Total		250	100,0	

**E12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	94	37,6	37,9	37,9
	Concordo	80	32,0	32,3	70,2
	Nem concordo nem discordo	60	24,0	24,2	94,4
	Discordo	10	4,0	4,0	98,4
	Discordo Totalmente	4	1,6	1,6	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

**E13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	73	29,2	29,4	29,4
	Concordo	81	32,4	32,7	62,1
	Nem concordo nem discordo	69	27,6	27,8	89,9
	Discordo	22	8,8	8,9	98,8
	Discordo Totalmente	3	1,2	1,2	100,0
	Total	248	99,2	100,0	
Missing	System	2	,8		
Total		250	100,0		

**E14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	20	8,0	8,1	8,1
	Concordo	25	10,0	10,2	18,3
	Nem concordo nem discordo	74	29,6	30,1	48,4
	Discordo	75	30,0	30,5	78,9

	Discordo Totalmente	52	20,8	21,1	100,0
	Total	246	98,4	100,0	
Missing	System	4	1,6		
Total		250	100,0		

**E15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	23	9,2	9,3	9,3
	Concordo	48	19,2	19,4	28,7
	Nem concordo nem discordo	65	26,0	26,3	55,1
	Discordo	75	30,0	30,4	85,4
	Discordo Totalmente	36	14,4	14,6	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	64	25,6	25,9	25,9
	Concordo	102	40,8	41,3	67,2
	Nem concordo nem discordo	64	25,6	25,9	93,1
	Discordo	14	5,6	5,7	98,8
	Discordo Totalmente	3	1,2	1,2	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	23	9,2	9,3	9,3
	Concordo	48	19,2	19,5	28,9
	Nem concordo nem discordo	130	52,0	52,8	81,7

	Discordo	38	15,2	15,4	97,2
	Discordo Totalmente	7	2,8	2,8	100,0
	Total	246	98,4	100,0	
Missing	System	4	1,6		
Total		250	100,0		

**E18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	28	11,2	11,3	11,3
	Concordo	82	32,8	33,2	44,5
	Nem concordo nem discordo	83	33,2	33,6	78,1
	Discordo	41	16,4	16,6	94,7
	Discordo Totalmente	13	5,2	5,3	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	41	16,4	16,6	16,6
	Concordo	104	41,6	42,1	58,7
	Nem concordo nem discordo	67	26,8	27,1	85,8
	Discordo	30	12,0	12,1	98,0
	Discordo Totalmente	5	2,0	2,0	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	9	3,6	3,7	3,7
	Concordo	62	24,8	25,3	29,0

	Nem concordo nem discordo	76	30,4	31,0	60,0
	Discordo	62	24,8	25,3	85,3
	Discordo Totalmente	36	14,4	14,7	100,0
	Total	245	98,0	100,0	
Missing	System	5	2,0		
Total		250	100,0		

**E21**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	39	15,6	15,8	15,8
	Concordo	80	32,0	32,4	48,2
	Nem concordo nem discordo	79	31,6	32,0	80,2
	Discordo	31	12,4	12,6	92,7
	Discordo Totalmente	18	7,2	7,3	100,0
	Total	247	98,8	100,0	
Missing	System	3	1,2		
Total		250	100,0		

**E22**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Concordo Totalmente	92	36,8	37,4	37,4
	Concordo	102	40,8	41,5	78,9
	Nem concordo nem discordo	39	15,6	15,9	94,7
	Discordo	9	3,6	3,7	98,4
	Discordo Totalmente	4	1,6	1,6	100,0
	Total	246	98,4	100,0	
Missing	System	4	1,6		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Trabalha em Portugal

N	Valid	238
---	-------	-----

Missing	12
Mode	0

**Trabalha em Portugal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	205	82,0	86,1	86,1
	Sim	33	13,2	13,9	100,0
	Total	238	95,2	100,0	
Missing	System	12	4,8		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Teve conflitos

N	Valid	245
	Missing	5
Mode		0

**Teve conflitos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	187	74,8	76,3	76,3
	Sim	58	23,2	23,7	100,0
	Total	245	98,0	100,0	
Missing	System	5	2,0		
Total		250	100,0		

**Statistics**

Quais conflitos

N	Valid	58
	Missing	192
Mode		1

**Quais conflitos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones	19	7,6	32,8	32,8
	Hostilidade por parte dos autóctones	4	1,6	6,9	39,7
	Discriminação na sua tipologia de turismo face a outras tipologias	1	,4	1,7	41,4
	Assalto	6	2,4	10,3	51,7
	Agressão	2	,8	3,4	55,2
	Extrema escassez financeira	1	,4	1,7	56,9
	Problemas de saúde	1	,4	1,7	58,6
	Outros	14	5,6	24,1	82,8
	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones e Outros	1	,4	1,7	84,5
	Hostilidade por parte dos autóctones e Assalto	1	,4	1,7	86,2
	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones e Agresão	1	,4	1,7	87,9
	Discriminação na sua tipologia de turismo face a outras tipologias e Outros	1	,4	1,7	89,7
	Assalto e Extrema escassez financeira	1	,4	1,7	91,4
	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones e Assalto	1	,4	1,7	93,1
	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones, Discriminação na sua tipologia de turismo face a outras tipologias, Assalto e Extrema escassez financeira	1	,4	1,7	94,8

	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones ,Hostilidade por parte dos autóctones e Discriminação na sua tipologia de turismo face a outras tipologias	1	,4	1,7	96,6
	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctone, Extrema escassez financeira e Problemas de saúde	1	,4	1,7	98,3
	Dificuldade em comunicar e compreender os autóctones, Hostilidade por parte dos autóctones e Agressão	1	,4	1,7	100,0
	Total	58	23,2	100,0	
Missing	System	192	76,8		
Total		250	100,0		

### Statistics

Recomenda o destino

N	Valid	238
	Missing	12
Mode		1

### Recomenda o destino

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Não	7	2,8	2,9	2,9
	Sim	231	92,4	97,1	100,0
	Total	238	95,2	100,0	
Missing	System	12	4,8		
Total		250	100,0		

### Statistics

Com quem viaja

N	Valid	250
	Missing	0
Mode		4

Com quem viaja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sozinho	75	30,0	30,0	30,0
Cônjuge	27	10,8	10,8	40,8
Família	15	6,0	6,0	46,8
Amigos	127	50,8	50,8	97,6
Outros	6	2,4	2,4	100,0
Total	250	100,0	100,0	