



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

CAROLINA DE MELO CARVALHO DUARTE

TURISMO VOLUNTÁRIO E A PLATAFORMA DIGITAL *WORLDPACKERS*

OURO PRETO

2022

CAROLINA DE MELO CARVALHO DUARTE

TURISMO VOLUNTÁRIO E A PLATAFORMA DIGITAL *WORLDPACKERS*

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Ricardo Fonseca

OURO PRETO

2022



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO



FOLHA DE APROVAÇÃO

Carolina de Melo Carvalho Duarte
Turismo Voluntário e a plataforma digital Worldpackers

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo

Aprovada em 27 de outubro de 2022

Membros da banca

Dr. Ricardo Eustáquio Fonseca Filho - Orientador(a) (Universidade Federal do Delta do Parnaíba)
Dra. Suzana Fernandes de Paula - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Dr. Bruno Bedim - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Alissandra Nazareth de Carvalho, responsável pela disciplina de Monografia II, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 04/11/2022



Documento assinado eletronicamente por **Alissandra Nazareth de Carvalho, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/11/2022, às 19:32, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0422725** e o código CRC **FC40B6B7**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.015067/2022-50

SEI nº 0422725

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35402-163
Telefone: 3135591447 - www.ufop.br

Dedico este trabalho a todos os meus amigos, familiares e professores. Obrigada pela motivação e incentivo!

AGRADECIMENTOS

A Deus, pois ele foi essencial em todas as minhas conquistas.

À minha família, que mesmo de longe, me incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a minha ausência.

Aos meus amigos por todo apoio demonstrado neste período

Aos professores do DETUR, em especial ao Ricardo, pela orientação, apoio e confiança.

À UFOP pela oportunidade de fazer este curso e pelo ambiente criativo e amigável que proporciona.

E à República Rebenta, minha segunda família, que esteve presente em todos os momentos da minha graduação.

“Turismo é a conexão maior
entre a tranquilidade e sua ruptura,
é o menor caminho
entre sonhos e aventuras.”

Rinaldo Pedro

RESUMO

O consumo colaborativo vem tomando lugar na sociedade capitalista em que vivemos, pois ele proporciona mudanças em diversas áreas, inclusive no turismo. E frente à crescente busca por viagens mais experienciais, surgiu o turismo voluntário, uma forma de turismo que considera viagens para trabalho voluntário dos turistas. Nesta vertente, com o fenômeno disruptivo da internet, plataformas de turismo colaborativo vêm sendo desenvolvidas, como a *Worldpackers*, uma comunidade virtual de viagens brasileira para fazer voluntariado. Assim, o objetivo da pesquisa foi analisar a relação entre o turismo voluntário, os serviços que a plataforma *Worldpackers* oferta enquanto turismo voluntário no país. A metodologia considerou revisão bibliográfica e digital, levantamento documental, elaboração de instrumento de coleta de dados online e inquérito a 14 usuários da plataforma. Os resultados demonstraram que a plataforma *Worldpackers* é bastante utilizada para a prática do turismo voluntário e por motivação principal de enriquecimento cultural. Acredita-se que a pesquisa trouxe à luz a relevância das plataformas colaborativas e do volunturismo, de forma a possibilitar novas mobilidades com impacto social positivo e satisfação do visitante pelo auxílio ao outro.

Palavras-Chave: Segmentação turística; Tecnologia da Informação e Comunicação em Turismo; Atividade voluntária; Plataformas digitais; Perfil comportamental.

ABSTRACT

Collaborative consumption has been taking place in the capitalist society in which we live, as it provides changes in several areas, including tourism. And in the face of the growing search for more experiential travel, volunteer tourism has emerged, a form of tourism that considers travel for the voluntary work of tourists. In this aspect, with the disruptive phenomenon of the internet, collaborative tourism platforms has led to the development, such as Worldpackers, a virtual Brazilian travel community for volunteering. Therefore, the objective of the research was to analyze the relationship between voluntary tourism and the services that the Worldpackers platform offers as voluntary tourism in the country. The methodology considered a bibliographic and digital review, documental survey, elaboration of an online data collection instrument and a survey of 14 users of the platform. The results showed that the Worldpackers platform is widely used for the practice of voluntary tourism and for the main motivation of cultural enrichment. It is believed that the research brought to light the relevance of collaborative platforms and voluntourism, in order to enable new mobility with positive social impact and visitor satisfaction for helping others.

Keywords: Tourist segmentation; Information and Communication Technology in Tourism; Voluntary activity; Digital platforms; Behavioral profile.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Imagem do voluntariado no mundo	13
Figura 2 - Ciclo de vida do voluntariado.....	19
Figura 3 - Mapa dos países emissores e receptores de Turismo Voluntário.....	21
Figura 4 - Participantes da sexta edição do projeto Mão na Massa.....	24
Figura 5 - Excursão de estudantes em Ouro Preto-MG.....	24
Figura 6 - Raça/etnia dos usuários da plataforma digital.....	36
Figura 7 - Estado civil dos usuários da plataforma digital.....	37
Figura 8 - Distribuição dos usuários por plataformas digitais.....	38
Figura 9 - Escolaridade dos usuários por plataformas digitais.....	38
Figura 10 - Rendimento financeiro dos usuários por plataformas digitais.....	39
Figura 11 - Religião declarada pelos usuários por plataformas digitais.....	39
Figura 12 - Quantidade de viagens realizadas pelos usuários por plataformas digitais.....	40

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Quadro 1 - Papéis dos agentes econômicos economia tradicional x economia colaborativa.....	27
Quadro 2 - Plataformas colaborativas do turismo.....	27

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

apud - segundo

BITS - *Bureau International de Tourisme Social*

DETUR - Departamento de Turismo

DIT - Destinos Turísticos Inteligentes

EDTM - Escola de Direito, Turismo e Museologia

etc. - e outros

et al. - e todos

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

MTUR - Ministério do Turismo

PIB - Produto Interno Bruto

ONU - Organização das Nações Unidas

Op. cit. - *Opus citatum*, obra citada

RV - Realidade Virtual

SM - Salário Mínimo

UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

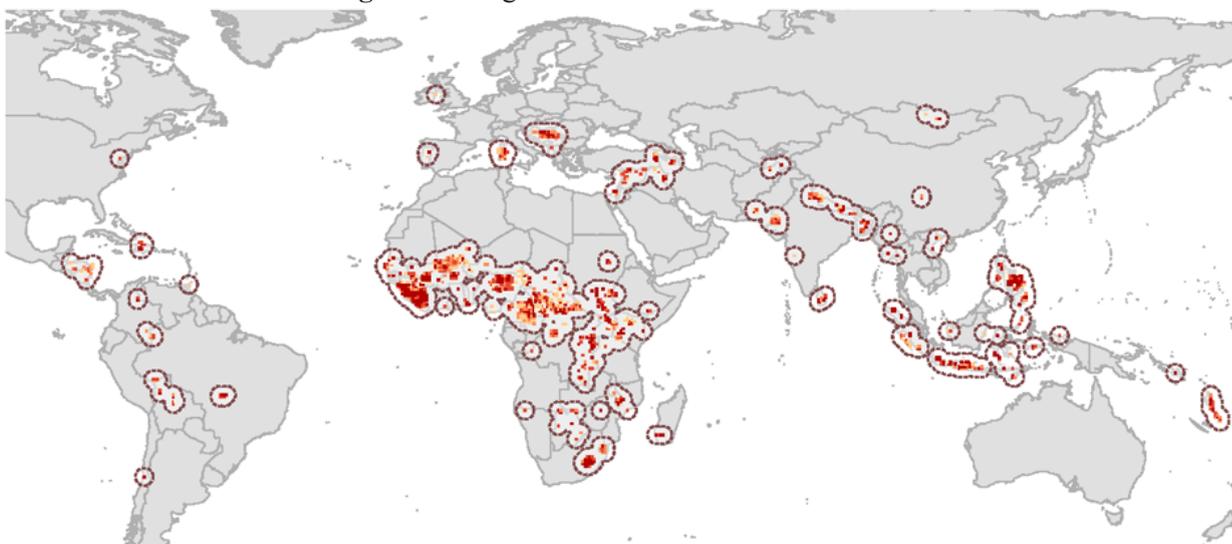
SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
Justificativa	16
Objetivos	17
<i>Objetivo Geral</i>	<i>17</i>
<i>Objetivos Específicos</i>	<i>17</i>
Metodologia	17
CAPÍTULO 1 - O TURISMO E SEUS SEGMENTOS	19
1.1 Segmentações do Turismo	19
<i>1.1.1 Turismo Voluntário</i>	<i>20</i>
1.2 Tecnologia e Turismo	25
<i>1.2.1 Plataformas colaborativas de serviços turísticos</i>	<i>27</i>
CAPÍTULO 2 - A WORLDPACKERS E AS TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS	31
2.1 História da Worldpackers	31
2.2 Estrutura e funcionamento da Worldpackers	33
2.3 A plataforma Worldpackers e a pandemia de Covid-19	34
CAPÍTULO 3 - O VOLUNTURISMO DA WORLDPACKERS	36
3.1 Percepções sobre o turismo colaborativo com a plataforma Worldpackers	36
3.2 Análise do perfil dos usuários da plataforma Worldpackers	37
3.3 Motivações de realizar o volunturismo	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
REFERÊNCIAS	44
APÊNDICES	47
Apêndice 1 - Roteiro de Entrevista a Usuários da Worldpackers (Google Forms)	47
ANEXOS	49
Anexo 1 - Projeto de Lei do Turismo Colaborativo no Brasil	49

INTRODUÇÃO

Este trabalho busca discutir questões sobre o turismo voluntário existente no Brasil, disponibilizado pela plataforma *Worldpackers*, a qual é responsável por grande parte do desenvolvimento deste tipo de turismo, não só dentro do território brasileiro, mas como também, no mundo todo (WORLDPACKERS, 2018), vide mapa de distribuição mundial (Figura 1).

Figura 1: Imagem do voluntariado no mundo.



Fonte: Dittus e Quattrone e Capra (2016, p. 4).

Segundo o Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC, 2019), o turismo movimenta mais de 10% do Produto Interno Bruto (PIB) na economia mundial, o que é de suma importância para o desenvolvimento de vários países, estados e cidades por, justamente, oferecer grande fonte de renda. A partir disso, nota-se que o turismo apresenta diversas áreas de atuação como: ambiental, sociocultural, histórico, patrimonial, gastronômico e voluntário, por exemplo (MTUR, 2010).

Com isso, foi abordado o tema turismo voluntário, o qual pode ser chamado de volunturismo (MENDES; SONAGLIO, 2013), que vem ganhando força recentemente (MAKANSE; ALMEIDA, 2014). Um dos motivos é que ele proporciona experiências diferentes para quem o pratica, como, por exemplo, através de oportunidades para conhecer uma nova localidade ou cultura e se aprofundar nela. Isto porque os voluntários estarão em constante contato com os moradores locais, além de proporcionar um intercâmbio linguístico (XAVIER, 2021).

Uma das definições mais usuais de turismo voluntário é proposta por Wearing (2001,

p. 1), que descreve os participantes como “indivíduos que, por diversas razões, atuam como voluntários de maneira organizada para passar as férias ajudando ou aliviando a pobreza material de alguns grupos da sociedade, a restauração de certos meio ambientes ou pesquisar sobre aspectos sociais ou ambientais”. Outras definições mencionam o desejo de dar algo em retorno, fazer a diferença ou a busca por algo novo (ELLIS, 2003; WEARING, 2004). Esta atividade já é bastante conhecida em vários países do mundo, no Brasil, entretanto, o turismo voluntário começa ainda a tomar forma e conquistar adeptos (FERREIRA, 2020).

O ato de voluntariar costuma ser associado à prestação de serviço sem remuneração, em um ambiente formal, iniciado por livre escolha e buscando auxiliar desconhecidos (CNAAN; HANDY; WADSWORTH, 1996), enquanto viajar a turismo remete à férias, descanso, lazer e negócios (LEIPER, 1979). Há anos as pessoas se deslocam do seu lugar de origem para ajudar quem necessita, e um exemplo é a organização criada em 1971 por médicos e jornalistas voluntários chamada Médicos Sem Fronteiras, que hoje somam mais de 31 mil profissionais de várias áreas de atuação. Eles se deslocam pelo mundo oferecendo serviços gratuitos para populações sem recursos que vivem em estado de calamidade como regiões de conflitos armados, epidemias, catástrofes naturais, refugiados e desnutrição (MARQUES, 2013).

Assim, pode se dizer que o volunturismo funciona como uma via de mão dupla, pois traz benefícios tanto para quem o pratica, quanto para aqueles que necessitam de atenção. Segundo Lage e Pastre-Rossi (2007), muitos viajantes optam por realizar esse tipo de turismo visando adquirir experiência profissional, exercitar habilidades que usualmente não são usadas, além da vontade de crescer emocionalmente e até mesmo pela busca por soluções para problemas pessoais. E este tipo de turismo também desperta certo interesse particular entre os meios de hospedagem, já que eles podem usufruir da mão de obra barata dos voluntários, oferecendo em troca hospedagem e alimentação.

Uma das plataformas que trabalha com o volunturismo é a *Worldpackers*, que “é uma organização colaborativa que tem por objetivo tornar as viagens mais acessíveis para quem deseja vivenciar experiências culturais” (WORLDPACKERS, 2018). A plataforma foi criada em 2014 por dois brasileiros, Riq Lima e Eric Faria, com o objetivo de fomentar este tipo de turismo na maioria dos países no mundo. Segundo o site *Worldpackers* (2022), hoje já é possível viajar para mais de 170 países fazendo trabalho voluntário em três modalidades diferentes: intercâmbio de trabalho em meios de hospedagem (geralmente hostels), impacto social e projetos ecológicos.

Justificativa

Com o aperfeiçoamento das tecnologias, possibilitou a criação de diferentes formas de interação humana, e ajudando aqueles que estão dispostos a vivenciar experiências quando viajam para localidades diferentes, foi criada a plataforma *Worldpackers*, que conecta pessoas que buscam um padrão de vida mais leve e que não se intimidam diante do que é considerado novo.

E levando em consideração que além do turismo voluntário ser uma novidade no âmbito do turismo brasileiro, ele é também uma maneira sustentável de conhecer novos lugares, já que atualmente o turista está buscando maneiras de compreender melhor questões sobre a sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica do lugar para o qual vai viajar.

Diante disso, a Economia Colaborativa, como defendem Churchill e Peter (2000), se caracteriza como uma nova maneira de pensar sobre negócios, troca, valor e comunidade, fazendo uso de recursos ociosos e criando mercados, desafiando, dessa forma, as maneiras tradicionais de fazer negócios, regras, regulamentos e legislações.

Assim, pela autora e orientador já terem realizado viagens de turismo voluntário e estar envolvida com esse fenômeno constantemente, há o interesse pessoal da autora no tema em si, que se apresenta como um forte motivador para o aprofundamento teórico nos conceitos relacionados à prática desse serviço.

Diante do exposto, formulou-se as seguintes hipóteses:

- O turismo voluntário possui certas diferenças quando comparado com o turismo tradicional, porém com o crescimento do mercado, surgimento de novos tipos de agentes e a quantidade de pessoas dispostas a pagar por esse tipo de serviço podem atrair a atenção de pesquisadores do setor para estudar este fenômeno, popularmente conhecido como volunturismo.
- As atividades praticadas pelos voluntários durante os programas de turismo voluntário podem ser facilmente enquadradas e classificadas, permitindo uma visão de aprendizagem transformadora quando pensadas em como farão bem para o próprio voluntário, nos quesitos trabalho em grupo, convivência com pessoas diferentes e até mesmo organização do espaço.
- A busca por práticas e costumes mais sustentáveis pela sociedade tem crescido, fazendo com que afete também a maneira de se conhecer novos lugares. Dessa forma, os turistas

têm procurado viajar priorizando o meio ambiente e a cultura, além da experiência em si.

Assim, o turismo voluntário chama a atenção por sua natureza turística diferenciada. Envolve situações que fogem do puro lazer e colocam o consumidor em contato com uma realidade incômoda. Sua ideia não está somente atrelada ao lazer, mas também à vivência em situações de miséria em que o turista, na posição de voluntário, aparece para “fazer a diferença” e “contribuir socialmente” de alguma forma (WEARING, 2001; ZAHRA; MCINTOSH, 2007).

Objetivos

Objetivo Geral

Analisar a relação entre o turismo voluntário, os serviços que a plataforma *Worldpackers* oferece e a analisar o perfil dos usuários brasileiros da plataforma.

Objetivos Específicos

- 1) Compreender o voluntariado no âmbito do turismo de experiência;
- 2) Conhecer a história da plataforma *Worldpackers*;
- 3) Explorar as motivações dos usuários da plataforma;
- 4) Analisar o perfil dos voluntários.

Metodologia

Este trabalho trata-se de uma pesquisa exploratória de caráter explicativo e possui abordagem qualitativa (GIL, 2017). Primeiro foi feito um levantamento com artigos cujos temas são associados ao turismo voluntário, turismo colaborativo e a plataforma *Worldpackers*.

Em seguida foi elaborado um instrumento de coleta de dados do tipo questionário qualitativo. As questões envolveram temáticas de Turismo, Voluntariado, Tecnologia e Socioeconômicas (APÊNDICE 1). A partir do roteiro, adaptou-se ao formato online, no *Google Forms* (2022). A partir de levantamento de grupos de usuários, disponibilizou-se o questionário nos grupos de *Facebook* sobre a plataforma *Worldpackers*. O período de coleta de dados foi de 13 de setembro até 10 de outubro de 2022, totalizando 28 dias.

Foram inquiridas 14 pessoas que realizaram atividade de turismo voluntário. Com base nos conceitos trabalhados, considera pessoas que realizaram viagens nacionais intermediadas pela plataforma *Worldpackers*, responsável por conectá-las a projetos sociais em diversas regiões brasileiras envolvendo organizações do terceiro setor.

Houveram dificuldades no acesso ao grupo amostral, pois mesmo que dentro da plataforma *Worldpackers* existem diversos perfis de pessoas que realizam este tipo de turismo voluntário. Inviabilizando, assim, a possibilidade de entrar em contato com os indivíduos de forma mais direta. Existem, também, grupos na rede social *Facebook* onde estão presentes mais de mil voluntários que estão espalhados pelo Brasil afora, porém, os administradores dos grupos demoraram cerca de um mês para aceitar a publicação do formulário nos mesmos.

Para a coleta de dados foi elaborado um instrumento de coleta de dados do tipo roteiro de entrevista semiestruturada (Apêndice 1). O mesmo continha 20 perguntas, sendo todas dissertativas, distribuídas entre as temáticas: socioeconômicas (8) e específicas de tecnologia, turismo e da plataforma em si (11) - a questão faltante era a respeito de sugestões. Por fim, se adequou-se o mesmo ao formulário online *Google Forms*, cujo link foi compartilhado com potenciais usuários da plataforma digital em grupos de *Whatsapp*, *Instagram* e *Facebook* de turismo locais e nacionais.

Portanto os dados analisados elencaram várias informações sobre o perfil dos volunturistas e suas motivações para a realização da prática do voluntariado através da plataforma *Worldpackers*.

CAPÍTULO 1 - O TURISMO E SEUS SEGMENTOS

1.1 Segmentações do Turismo

A segmentação do mercado turístico constitui-se na identificação de pessoas com afinidades e desejos semelhantes determinados a consumir o mesmo produto. As empresas turísticas fazem esse tipo de identificação para conhecer melhor seus clientes e oferecer melhor seus produtos e serviços (PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2010).

Segundo o Ministério do Turismo - MTUR (BRASIL, 2010a, p. 65), “[...] a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda.”

O MTUR definiu em 2006 os segmentos prioritários para desenvolvimento no Brasil. São eles: Turismo cultural, rural, de pesca, aventura, sol e praia, saúde, esportes, estudos e intercâmbio, náutico, ecoturismo, negócios e eventos. Como o turismo de social e voluntário é um segmento relevante e está relacionado a este trabalho, ele será estudado mais adiante.

A segmentação turística tem tamanha importância pois ela permite que sejam criadas imagens de destinos com características próprias, fazendo com que seja capaz de segmentar um público, em relação ao poder aquisitivo, faixa etária e interesses privados, já que nem todos os destinos vão servir para todos os turistas. Além de dar a possibilidade de criar roteiros de qualidade atendendo os interesses do público. Logo, a segmentação é necessária para captar os possíveis frequentadores dos locais, para conseguir atender as demandas deles.

Quanto mais experiências os consumidores obtêm, mais exigentes se tornam, desejando que suas vontades específicas sejam atendidas (PANOSSO NETTO; ANSARAH, 2009).

Segundo o MTUR (2010a), a partir da oferta, a segmentação define tipos de turismo cuja identidade pode ser conferida pela existência, em um território, de:

- atividades, práticas e tradições (agropecuária, pesca, esporte, manifestações culturais, manifestações de fé);
- aspectos e características (geográficas, históricas, arquitetônicas, urbanísticas e sociais); e
- determinados serviços e infra-estrutura (de saúde, de educação, de eventos, de hospedagem, de lazer).

1.1.1 Turismo Voluntário

O volunturismo, ou turismo voluntário, apresenta-se no contexto atual como um promissor mercado para os próximos anos, que compreende práticas sustentáveis e gera benefícios para os que delas participam: o turista, o ambiente e a comunidade (MENDES; SONAGLIO, 2013). Este tipo de turismo cresceu bastante em alguns países, como Estados Unidos e Austrália. Já no Brasil, ele não é muito popular, porém, com o passar dos anos, ele vem crescendo e pode-se perceber isto, com a quantidade de projetos voltados para o voluntarismo.

Alguns autores consideram um ciclo de vida do voluntariado (Figura 2), que pode ser correlacionado com o volunturismo:

Figura 2: ciclo de vida do voluntariado.



Fonte: Steinbach, Guett e Freytag (2012, p. 36).

Para um pesquisador australiano, referência mundial em Turismo Voluntário,

Os turistas voluntários são aqueles que se voluntariam em um modelo de férias organizado que envolve a assistência ou a minimização da pobreza material de alguns grupos sociais, a restauração de certos ambientes, ou a pesquisa dos aspectos da sociedade ou do meio ambiente (WEARING, 2001, p. 240).

O turismo voluntário pode ser entendido como uma forma alternativa de turismo caracterizada pela atenção ao meio ambiente e assistência social do local visitado. A partir da proposta conceitual do pesquisador, entende-se que há uma relação direta entre o visitante e a comunidade visitada. O trabalho é praticado voluntariamente e seu efeito gera resultado positivo de mudança para o meio social visitado e atendido (MESQUITA, 2018).

Segundo Nascimento (2012, p. 281), destaca-se que mesmo que o turismo voluntário tenha um forte apelo comercial já que ele caracteriza-se por aliar “o prazer da viagem ao prazer em ajudar uma causa”, é natural que as pesquisas concentram-se em destacar os possíveis benefícios da prática, sobretudo como maneira de legitimar e ampliar o mercado de viagens com a finalidade de trabalho voluntário aliado ao turismo.

A pessoa que realiza um trabalho voluntário doa seu tempo livre por vontade própria visando o benefício de terceiros. Essas pessoas são chamadas de voluntárias, não recebem remuneração e são movidas pela vontade de ajudar o próximo (MAKANSE; ALMEIDA, 2014).

Nesta premissa, o volunturista deve considerar o interesse pela ação social, além dos interesses de lazer e entretenimento para exercer tal turismo. Já que as pessoas que se deslocam do seu lugar de origem, para oferecer seu tempo e trabalho, em prol de comunidades que necessitem de suas habilidades. Sem receber qualquer remuneração financeira em troca.

As pessoas que realizam trabalho voluntário são movidas por diversas razões para praticar este ato, mas uma delas é a vontade de viajar e, visto que, quando comparado o turismo de lazer com o turismo voluntário, este segundo tem gastos menores. Já que os lugares que utilizam do trabalho voluntário para se manterem, geralmente oferecem em troca benefícios, como hospedagem e alimentação.

Os voluntários podem realizar essas atividades em diversos lugares, seja próximo à sua casa, seja em outro país ou continente. Mendes e Sonaglio (Op. cit., p. 202) afirmam que turismo voluntário é “o ato de viajar para um destino com o objetivo principal de desenvolver serviços voluntários no âmbito social e/ou ambiental, sejam estas viagens motivadas por altruísmo ou por interesses pessoais”.

Considerando a dispersão destes tipos de turistas no mundo, Souza, Barcelos e Lamas (2018) fizeram uma tentativa de representação espacial. Conforme se pode observar no mapa (Figura 3), a maioria dos países emissores são desenvolvidos (p.ex. parte da Europa e da América do Norte), enquanto que os receptores são os demais.

1.2.2 Turismo Social

O Código Mundial de Ética do Turismo (OMT, 1999) dispõe que o Turismo Social tem “por finalidade promover um turismo responsável, sustentável e acessível a todos, no exercício do direito que qualquer pessoa tem de utilizar seu tempo livre em lazer ou viagens e no respeito pelas escolhas sociais de todos os povos”.

Quando se falava em Turismo Social, entendia-se por um turismo praticado por pessoas de baixo poder aquisitivo, hoje em dia hoje essa realidade mudou e não é somente pessoas da classe trabalhadora em si que praticam esta modalidade de turismo, mas também, estudantes, jovens, pessoas da terceira idade e outras classes sociais, que têm como semelhança, ser de classe economicamente média.

O Turismo Social funciona, como meio de corrigir as insuficiências das questões sociais, e destinado por sua natureza a colaborar para uma melhor qualidade de vida, que por determinadas limitações, não podem viajar para lugares caros e nem desfrutar de férias tradicionais (ASSIS, 2005).

Segundo o MTUR (2006, p. 7), “Turismo Social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão.”

Atualmente, o Turismo Social vem sendo tratado pelo MTUR com um novo olhar, colocando como prioridade promover a igualdade de oportunidades sem discriminação, acessível a todos, de maneira solidária, em condições de respeito e sob os princípios da sustentabilidade e da ética. Então, as ideias e práticas definidas para o Turismo Social decorrem através de todos os segmentos ou tipos de turismo, como forma de fazer com que exista a inclusão da atividade turística.

Embora não se encontre na bibliografia existente sobre o assunto, uma afirmação categórica sobre o local onde iniciou-se o turismo social, relata-se a Alemanha como o primeiro país a desenvolvê-lo de forma consistente e consciente, com o objetivo de facilitar a realização de viagens por parte dos trabalhadores, alcançando, rapidamente, grande êxito nesta tarefa (ALMEIDA, 2001, p. 51).

Com efeito, após a Segunda Guerra Mundial, para um número crescente de indivíduos com necessidade de “ir de férias” assumiu uma certa dimensão, dando origem à criação de organizações - associações sem fins lucrativos, sindicatos, cooperativas, movimentos de juventude - que, ansiosos para oferecer opções de férias à população, em 1963 foi criado o *Bureau International de Tourisme Social* (BITS).

Entre os grandes temas que foram abordados no âmbito do BITS, destacaram-se o financiamento de férias, turismo juvenil (MANIFESTO DE TURISMO DA JUVENTUDE, 1967), turismo e cultura, turismo familiar, turismo e ambiente (LEI DE COPENHAGEM, 1982), o escalonamento das férias (PROPOSTAS DE AÇÃO PARA A COMUNIDADE EUROPEIA, 1983), turismo no meio rural, turismo como fator de desenvolvimento e integração e vários outros temas que marcaram os congressos bienais da BITS e deram origem a inúmeras publicações. A influência do BITS também foi sentida dentro da OMT.

Eis as diretrizes do BITS:

- 1- O Turismo Social é parte da vida social contemporânea. O acesso ao turismo deve ser considerado como direito inalienável do indivíduo;
- 2- O Turismo Social deve traduzir a vontade do desenvolvimento físico e espiritual, do homem a quem proporciona o período mais propício para sua realização individual e familiar;
- 3- O Turismo Social deve conceber-se como um meio privilegiado de manutenção humana e tomada de consciência da unidade profunda da humanidade.
- 4- Em 1993 foi criada a BITS - Américas, com sede no México, seguida de uma filiada na África. Hoje há várias modalidades que favorecem o turismo social, recebendo denominações ligadas a seu patrocinador: turismo associativo, quando organizações sem fins lucrativos, alimentados por associados, o promovem, a exemplo da França, Áustria e Brasil; turismo beneficente, quando organizações religiosas ou laicas patrocinam livremente o turismo de pessoas necessitadas, a exemplo da Alemanha e do Reino Unido; turismo estatal quando o governo é o patrocinador, a exemplo da Holanda, Espanha e Portugal.

No entanto, no Brasil com o intuito de preparar os destinos para as atividades turísticas, respeitando estas premissas do turismo social, o governo traçou estratégias de modo a diversificar o modelo de turismo praticado no país — fomentando a geração de emprego e renda por meio do turismo, com foco na inclusão social e no desenvolvimento sustentável.

No Brasil, existem algumas organizações que levam pessoas a outros países para participar de trabalhos sociais. A duração dos pacotes varia, em média, de duas semanas a um ano, e os empregos disponíveis são variados. Alguns exemplos são a *ActionAid* e o projeto “Mão na Massa” (Figura 4), que leva brasileiros para conhecer os projetos da ONG internacional dentro e fora do país. Outro exemplo são as excursões de turismo social para as cidades históricas de Minas Gerais, como Ouro Preto (Figura 5) e Mariana. Os grupos emergem na tradicional cultura mineira, além de interagirem com os nativos a fim de promover uma troca de conhecimentos e experiências únicas.

Figura 4: Participantes da sexta edição do projeto Mão na Massa.



Fonte: Site da *ActionAid*, 2015.

Figura 5: Excursão de estudantes em Ouro Preto-MG



Fonte: autora, 2022.

Portanto, o turismo social é a forma de turismo que promove a inclusão social, proporcionando qualidade de vida e o exercício da cidadania pela utilização de meios e bens do arranjo produtivo das atividades turísticas, com aproveitamento sustentável dos recursos naturais e culturais.

Ambos segmentos se multiplicaram em função da tecnologia, como a internet, plataformas colaborativas, aplicativos de celular, desenvolvidos por grupos de pessoas com interesses afins, como o *Worldpackers*. Neste sentido, no próximo tópico a relação entre tecnologia e turismo será aprofundada para melhor compreensão do estudo de caso.

1.2 Tecnologia e Turismo

De acordo com Di Serio e Maia (2004), a tecnologia da informação modificou sensivelmente o relacionamento entre organizações, fornecedores e clientes, assim como as modalidades internas de organizar e tratar o fluxo de informação. Essas mudanças foram percebidas pelas empresas turísticas desde a integração/interconexão possibilitadas pela internet e em decorrência de novos e sofisticados sistemas operacionais, com destaque para os sistemas de reservas de meios de hospedagem, passagens aéreas e carros.

No setor turístico a tecnologia da informação é uma realidade que vem se consolidando cada vez mais rapidamente, que acompanha as diversas transformações na cultura, ciência e no mercado turístico. Diante disto, surge o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), que podem ser entendidos como destinos que fazem uso de tecnologias para ampliar a experiência do turista e impulsionar o desenvolvimento sustentável das organizações, da comunidade e do próprio destino (JASROTIA; GANGOTIA, 2018).

Os DTI estão em constante adaptação e evolução, fazendo com que seja possível criar melhorias para o setor turístico, com isso, os turistas estão cada vez mais vivenciando experiências de forma mais impactante dentro dos destinos. Além disso, surgem muitas oportunidades para investimentos em muitas áreas de influência direta ou indireta como saúde, cultura, segurança, mobilidade e eficiência energética.

A realidade virtual (RV) é outra tecnologia que utiliza a técnica de criar ambientes de interação com elementos visuais, essa nova tecnologia permite que os turistas tenham uma experiência diferente do convencional, transformando a forma de viajar e mudando as necessidades dos consumidores. A RV traz novos elementos ao setor turístico, que para Almeida (2019, p. 14 apud ALONSO-ALMEIDA, 2018) está “mudando a forma de relacionamento entre compradores e vendedores, transformando a forma de viajar e mudando as necessidades dos consumidores, que não buscam mais apenas comprar, mas “viver experiências”. Já para Oliveira *et al.* (2012, p. 70) “[...] as aplicações móveis orientadas para o turismo podem se tornar um novo canal que permite informações turísticas, promoção e marketing”.

Tsaih e Hsu (2018) por sua vez, trazem que diversas plataformas têm grande potencial para contribuir com o turismo e com o turismo inteligente, algumas delas já fazem cooperam para que o turismo consiga evoluir cada dia mais. Há muitos provedores de serviços *on-line* que oferecem resignação ou recomendação de ingressos, como provedor de serviços de turismo *on-line*, de transportes *on-line*, pagamentos *on-line* e plataforma de rede social.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores, ou seja, nós (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões (interações ou laços sociais)

(WASSERMAN; FAUST, 1994; WELLMAN, 1997). As redes sociais estão ligadas aos meios das interações que vêm modificando diversas áreas da atividade humana, a saber: comércio, indústria, economia, artes, cultura e educação.

À medida que as tecnologias avançam, as empresas devem implantar novas estratégias, a fim de permanecerem no mercado. A transformação digital no turismo é capaz de oferecer benefícios que proporcionam um crescimento significativo nos negócios. E desta forma, em um mercado cada vez mais volátil e mutante, os profissionais do setor devem atualizar constantemente seus conhecimentos para enfrentar a transformação digital e traçar as melhores estratégias.

1.2.1 Plataformas colaborativas de serviços turísticos

Além das formas tradicionais de tecnologia, surgiu também a tecnologia disruptiva, que caminha junto às plataformas colaborativas. Este tipo de tecnologia é conhecida como uma inovação capaz de substituir um processo ou produto tradicional, ou até mesmo uma tecnologia já estabelecida, criando uma nova maneira de operar, seja para consumidores, organizações ou ambos.

Atualmente, dentro do mercado turístico existem várias tecnologias disruptivas que são inovações que vêm para substituir um processo, um produto ou uma tecnologia já estabelecida, criando uma nova maneira de operar, seja para consumidores, organizações ou ambos como, por exemplo, Airbnb que é a líder nesse tipo de negócio, permitindo que qualquer pessoa disponibilize suas propriedades a terceiros, inclusive recebendo visitantes em sua própria casa. Esse mercado não se limita à comercialização de espaços de baixo custo, mas alcança também propriedades de luxo em todo o mundo (SLYDE, 2021).

A capacidade das novas tecnologias da Internet em criar confiança e reputação entre desconhecidos está na origem da difusão do fenômeno dos novos negócios disruptivos da economia colaborativa. O termo economia colaborativa se refere a um comportamento de consumo que tem como foco partilhar bens e serviços em vez de adquiri-los.

Nos mercados colaborativos e de compartilhamento os agentes econômicos têm papel de conectores, os quais criam formas de interligar essas pessoas e garantir o fluxo de recursos dos que têm para os que precisam, as diferenças entre a economia tradicional e a economia colaborativa podem ser melhor observadas no Quadro 1.

Quadro 1: Papéis dos agentes econômicos economia tradicional x economia colaborativa

AGENTES ECONÔMICOS	
<p>Economia Tradicional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Há papéis claros: fornecedor/cliente, produtor/consumidor; - Agentes são porteiros: garantem que o recurso só será acessado quem paga. - Transações profissionais e padronizadas. 	<p>Economia Colaborativa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Papéis ambivalentes e mutáveis. - Agentes são conectores: garantem o fluxo dos recursos de onde estão para onde são necessários. - Transações customizadas e criação de relações pessoais.

Fonte: Economia Colaborativa (HADDAD, 2017).

Giménez (2014 apud FORNARI 2017) estabelece a viagem colaborativa ou o turismo “P2P” (*peer-to-peer*) como o emprego do conceito de consumo colaborativo na atividade turística. Consiste na forma tradicional de compartilhamento, troca, intercâmbio entre comunidades por meio de mecanismos tecnológicos. Ainda, baseada em Benckendorff, Moscardo e Pendergast (2010), ela descreve que a geração Millennials introduziu um novo modelo de viajar, onde gasta-se menos, realiza-se troca de conhecimento e impressão do local visitado, além do foco na experiência, conforme exemplo de algumas plataformas de serviço colaborativo do turismo (Quadro 2):

Quadro 2: Plataformas colaborativas do turismo

Plataforma	Objetivo
<i>WorldPackers</i>	Troca de habilidades por acomodações.
<i>Rent a Local Friend</i>	Possibilidade de contratar alguém local que está cadastrado na plataforma com os mesmos interesses e língua.
<i>CouchSurfing</i>	Faz a ponte entre turistas que querem hospedagem grátis durante uma viagem e pessoas que gostariam de receber esses visitantes.
<i>Airbnb</i>	Serviço que permite que pessoas do mundo inteiro ofereçam suas casas para usuários que buscam acomodações mais em conta (normalmente, se comparado com alguns hotéis) em qualquer lugar do mundo.
<i>BlaBlaCar</i>	Conecta condutores com lugares livres no carro a passageiros que vão para o mesmo destino. Eles viajam juntos e dividem os custos de gasolina e pedágio, por exemplo.

<i>SocialBoats</i>	Permite que o turista identifique embarcações disponíveis para aluguel. O objetivo é tornar a navegação mais viável e acessível.
--------------------	--

Fonte: TurisData (UNIRIO, 2022).

Analogamente, para os profissionais da área do Marketing, tanto o modelo colaborativo de consumo, quanto o sharing ou compartilhamento, são vistos como uma prática comercial inovadora, que pode direcionar a economia para um novo mundo, no que se refere a redistribuição de mercados e centrada no social (BOTSMAN; ROGERS, 2008)

Dessa forma, torna-se importante observar que, antes de qualquer ideia, o consumo colaborativo se dá a partir de uma relação, que envolve, de qualquer forma, alguma troca, seja ela, de acordo com Belk (2010), financeira ou não e que exige a interação de no mínimo duas pessoas, que irão produzir ou compartilhar bens, ideias, valores ou informações. No entanto, no que se refere à possibilidade de existência de troca financeira, Benkler (2006), trata tal opção como sendo capaz inclusive de destruir as motivações sociais e psicológicas que envolvem as iniciativas desse sistema, discordando claramente da troca monetária por meio do consumo colaborativo. O que nos leva às formas colaborativas de consumo (CAVALCANTE, 2018).

O desejo de se conectar de forma mais profunda à cultura de outras nações tem levado muitas pessoas a preferir o Turismo Colaborativo, em detrimento das tradicionais formas de viagem (Op. cit.). Como bem apontam Forno e Garibaldi (2015), que afirmam que as tendências de consumo colaborativo se diferem das viagens tradicionais, pois permitem um elevado nível de personalização da experiência. Como exemplo disso, podemos citar os usuários do *Worldpackers*, que, ao participar, têm a oportunidade de aprender mais sobre a cultura de determinado local, principalmente por experimentar como seria a vida de um residente, algo bastante remoto de alcançar no modelo tradicional de viagem. Como bem reforçam Souza e Lemos (2016), ao afirmar que além da experiência alternativa, esses aplicativos permitem que os viajantes se hospedem em partes das cidades que não são consideradas áreas turísticas.

O tema do turismo colaborativo é tão recente, que está em trâmite na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei nº. 2994/20 (Anexo 2), que propõe a alteração da Lei Geral do Turismo (BRASIL, 2008)¹, onde, no Art. 5º da referida Lei, propõe:

XXI – propiciar a prática do turismo colaborativo e de experiência nas diversas regiões do País, promovendo a atividade como veículo de fomento

¹ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm

ao intercâmbio de experiências entre os viajantes e os estabelecimentos de hospedagem e seus clientes, contribuindo para acesso mais democrático ao turismo no País.

Já no Art. 6º, “XI – a incorporação do turismo colaborativo como uma das práticas do turismo de experiência e um dos segmentos de turismo no País”. Esta temática tange ainda as discussões de mobilidades turísticas, que vai além da questão de deslocamento, como cita Allis (2020), dizendo que ela está condicionada a investimentos de redes hoteleiras internacionais e companhias aéreas, a movimentação de ingredientes e dejetos (do setor de cruzeiros, por exemplo), a movimentação da força de trabalho em diferentes escalas (intra-urbana e global), entre outros fatores que aproximam um destino do outro.

Assim, visto que a plataforma *Worldpackers* é um ótimo exemplo de economia colaborativa, o próximo capítulo será dedicado a ela, para melhor entender sua criação e seu funcionamento.

CAPÍTULO 2 - A *WORLDPACKERS* E AS TECNOLOGIAS DISRUPTIVAS

Segundo o site da plataforma digital *Worldpackers* ela “é uma plataforma colaborativa que te conecta com anfitriões do mundo inteiro onde você pode viajar trocando suas habilidades por hospedagem. Seja para economizar na sua viagem, ter uma imersão na cultural local ou desenvolver novas habilidades, você pode utilizar a *Worldpackers* nas suas férias, fazer um mochilão ou até tirar um ano sabático. São hostels, pousadas, ONGs, comunidades e projetos ecológicos que você pode ajudar e receber em troca hospedagem gratuita, alimentação e outros benefícios. São mais de um milhão de viajantes e anfitriões de 170 países² que fazem parte da comunidade” (*WORLDPACKERS*, 2018).

2.1 História da *Worldpackers*

Segundo os fundadores da plataforma ora em estudo, havia a ideia de democratizar experiências de viagem significativas através de uma mentalidade colaborativa. De início se apresentou como um novo modelo de prática econômica, por ir ao encontro de ideais dos tradicionais e onerosos princípios mercadológicos do lucro. De acordo com os sócios idealizadores da plataforma digital, viajar é um direito universal, do qual todos podem usufruir, e que perpassa gerações, se fazendo presente inclusive nas épocas anteriores às Revoluções, industrial e da agricultura (LIMA; FARIA, 2014).

“A forma mais real de aprendizado é pela experiência” foi isso que Eriq citou em uma das entrevistas que teve com o mochileiro do canal Vaz Aonde³, e através disso percebeu que os cursos de inglês do modelo vigente de ensino no mundo não o ajudavam muito a aprender a língua, o que o ajudava eram as experiências e trocas que tinham com outras pessoas dentro de hostel fora do país. Quando viajou para os Estados Unidos da América (EUA), onde morou quatro anos, abandonando emprego estável no Brasil, e abrindo um hostel em San Diego. Onde conheceu Riq, economista, que deixou seu trabalho de banqueiro e decidiu viajar pelo mundo, visitando mais de 50 países em apenas três anos, o outro fundador da *Worldpackers*, para ajudar as outras pessoas que tinham os mesmos ideais como objetivo e não sabiam como levar pra frente os seus sonhos.

² Que corresponde a 88% dos países reconhecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU). Disponível em:

<https://unicrio.org.br/conheca/paises-membros/#:~:text=A%20ONU%20possui%20hoje%20193,de%20sua%20admiss%C3%A3o%20na%20Organiza%C3%A7%C3%A3o.>

³ <https://vazaonde.com/>

Como resultado desse anseio em mudar vidas e pensamentos, surgiu a *Worldpackers*, que, devido aos milhares de compartilhamentos e reportagens, se tornou um movimento gigantesco, abrangendo mais de 1 milhão de usuários, em mais de 170 países, nos quais os adeptos acreditam que viajar é um direito universal e compartilham dos valores apregoados pela empresa. Sendo estes valores que vão desde o compartilhamento e colaboração, afirmando que todos são responsáveis pelo desenvolvimento do mundo, sendo interdependentes, até o de ser uma terra local, respeitando o mundo e tratando todos como iguais, além de passar também pelos valores relacionados a experiência de valor, afirmando que a vida é feita de momentos significativos e que todos podem oferecer algo especial em qualquer parte do mundo, com continuidade do aprendizado, ao afirmar que o conhecimento é o fator mais importante que se pode adquirir e oferecer em uma jornada (LIMA, 2014).

Nesse contexto, Riq Lima e Eric Faria (2014), apontam o consumo colaborativo como sendo uma prática milenar e afirmam que o simples fato de, ao nos hospedarmos na casa de um amigo, lavarmos a louça ou arrumamos a cama, já demonstra a raiz colaborativa de acordo com a qual o projeto foi pensado e desenvolvido. Observa-se que a economia colaborativa não é meramente fruto do desenvolvimento das tecnologias de informação, mas é oriunda, inclusive, do padrão de vida de sociedades que viviam em uma realidade completamente distinta da atual, o que nos leva à popularização das viagens, que é proposta pelos autores, ao falarem que, “o que fazemos é apenas democratizar as viagens de experiências através da tecnologia e globalização” (Op. cit.).

Além disso, os sócios acreditam que o ato de viajar se configura não apenas como sendo um jeito fácil e sucinto de despertar nas pessoas a consciência acerca daquilo que foge à sua realidade, mas também de iniciar nelas uma jornada que resulta no autoconhecimento, na qual se pode diferenciar o que é realmente gosto seu enquanto pessoal e o que foi implantado pela sociedade, resultado da realização de sonhos e da remoção dos medos existentes na cabeça dos seres humanos, principalmente com relação à vivência do novo, o que, ainda de acordo com os sócios do site, resultaria na construção de um mundo mais sustentável, igualitário e altruísta (LIMA; FARIA 2014 apud CAVALCANTE, 2018 p. 29).

Ficando evidente, portanto, que o compartilhamento, a mútua colaboração e a valorização das experiências que o contato humano, intercultural, podem proporcionar, são os verdadeiros impulsionadores do projeto, que têm levado, atualmente à mudança de pensamento de muitas pessoas, que, por sua vez, poderão mudar o mundo, pois de acordo com Riq Lima (2014), “viajar muda as pessoas e são essas pessoas que mudam o mundo”, o que tem sido um grande influenciador para o crescente número de empresas e países que

aderem à proposta da plataforma (CAVALCANTE, 2018).

Partindo do pressuposto que viajar faz bem, porém é algo que demanda tempo e dinheiro, a *Worldpackers* surgiu para ajudar viajantes permitindo que eles encontrem um local de hospedagem e que troquem a estadia por trabalho, tornando a viagem mais acessível.

2.2 Estrutura e funcionamento da *Worldpackers*

O sistema de funcionamento da plataforma está, como já discutido no presente trabalho, inserido no contexto do consumo colaborativo, no qual ambos os lados são beneficiados com as trocas que são realizadas, fenômeno que é definido por Richard Sennett (2012) como “espectro do ganhar-ganhar”, pois ambas as partes se beneficiam. Nesse contexto, no que se refere à forma de recrutamento que o sítio eletrônico disponibiliza, são oferecidas ferramentas que objetivam a diminuição no tempo gasto para a escolha da pessoa que mais se adequa às necessidades de uma determinada empresa, bem como para ajudar o empresário a encontrar o perfil certo, de acordo com as habilidades solicitadas por ele (CAVALCANTE, 2018).

Dessa forma, ao preencher a ficha disponibilizada pela *Worldpackers* e conseqüentemente delimitar o perfil pelo qual está procurando, o anfitrião passa a ter ao seu favor ferramentas como os chamados requisitos de aplicação que, de forma geral, é o local onde o empreendedor estabelece o tempo mínimo para estar em sua acomodação, bem como as datas disponíveis para recepção dos voluntários, além das idades e idiomas que ele julga como necessários, recebendo notificação apenas de usuários que se cadastram e se encaixam no perfil delineado (*WORLDPACKERS*, 2018).

Além disso, outras ferramentas são oferecidas e se mostram como aparatos muito válidos para eficiência no que se refere à comunicação entre anfitriões e usuários, como é o caso dos perfis e endossos, em que os viajantes preenchem seu perfil com todas as informações acerca de suas experiências de viagens, trabalho, habilidades e personalidade, sendo possível que tudo isso seja endossado por seus amigos. Outros recursos disponibilizados pela plataforma são: bate-papo, anexos e vídeos, onde o empresário pode conversar, aceitar ou recusar a solicitação de um viajante em apenas alguns cliques, além de poder requerer que este grave um vídeo ou anexe um arquivo, além dos aplicativos para dispositivos móveis Android⁴ e iOS⁵, por meios dos quais as solicitações são atendidas e

⁴ Sistema operacional da Linux usado por algumas marcas de smartphones, exceto Apple.

⁵ Sistema operacional usado por smartphones da Apple.

analisadas de forma muito mais rápida e ágil (Op. cit.).

Ademais, a construção de um perfil adequado para um host adequado também conta com as chamadas posições voluntárias, onde se apresenta de forma clara as posições de funcionários que estão abertas, bem como se cria o número de vagas que o empresário precisa, informando as habilidades, disponibilidades e requisitos diferentes, além das tags de perfil, por meio das quais os viajantes ficam sabendo se o lugar é ideal para festas, negócios ou natureza, e dos comentários do staff, onde ex-voluntários deixam suas revisões públicas de sua experiência em seu perfil, facilitando a busca pelos lugares mais desejados para colaborar (CAVALCANTE, 2018).

Assim, a plataforma não possui um padrão de usuários, já que ela disponibiliza uma grande quantidade de lugares para fazer voluntariado com várias opções de trabalhos, porém no ano de 2020 veio a pandemia, o que fez com que os viajantes fossem impedidos de usufruir da plataforma, mas a *Worldpackers* conseguiu se manter, como mostra no próximo tópico a seguir.

2.3 A plataforma *Worldpackers* e a pandemia de Covid-19

As pandemias têm sido descritas como processos transformadores ao longo do tempo, com efeitos nas populações, nos sistemas de produção e na adaptação social. No entanto, toda vez que isso acontece, por ser outra geração, acaba parecendo como algo inédito. Mas, na verdade, as readequações ocorrem, algumas mudanças no setor turístico já são evidentes, mas o processo é mais lento, dinâmico e começa com a chegada da pandemia, como mudanças nos hábitos de consumo, impulsionadas pelo novo marketing, padrões e inovações tecnológicas que mudaram o mercado de viagens, como sites de reservas, as pessoas podem organizar suas próprias viagens, usar aplicativos, comprar e vender produtos online etc.

No final do primeiro semestre de 2020, os impactos da pandemia de Covid-19 já podiam ser sentidos nos principais subsetores do turismo: transportes, hospedagem, agenciamento de viagens e serviço de alimentação e de lazer, com perdas próximas a 100%, atingindo, de forma mais drástica, principalmente as pequenas empresas, que não possuíam reservas financeiras para suportar a ausência dos turistas (CRUZ, 2020).

Neste contexto, com a constatação do setor do turismo totalmente influenciado pela crise da pandemia de Covid-19, esta pesquisa foi realizada a fim de identificar alguns dos impactos ocasionados por ela, na plataforma digital *Worldpackers*.

Assim como aconteceu com outros negócios, plataformas, empresas e empreendedores

que dependem do turismo e da troca entre pessoas de diferentes culturas, as consequências da pandemia impactaram a *Worldpackers* em cheio. Muitos anfitriões fecharam as portas por tempo indeterminado, centenas de voluntários tiveram que parar suas jornadas e viajantes que já estavam com tudo pronto para iniciar a viagem tiveram que cancelar ou prorrogar (FORMIGONI, 2020).

Durante a pandemia, a plataforma teve que se reinventar e depois de vários estudos, decidiram criar a *Worldpackers Academy*, que é uma área do site da *Worldpackers* destinada às aulas exclusivas feitas por viajantes profissionais do mundo todo. São mais de 60 criadores de conteúdo que compartilham experiências e dicas, tanto sobre nomadismo digital quanto para alguém que nunca fez voluntariado e não sabe por onde começar. Lá os viajantes conseguem encontrar dicas para viajar sozinhos, como fazer essa transição de carreira após um voluntariado, como monetizar a sua viagem e criar os melhores roteiros. Ela ajuda a compreender melhor esse universo para que os voluntários saibam o que seguir durante as viagens. Ou seja, conhecer os recursos e ferramentas que podem ajudar nessa jornada. As aulas estão divididas em três sessões: viajando com a *Worldpackers*, planejamento e economia na viagem e viver viajando como estilo de vida.

Além da *Worldpackers Academy*, a plataforma passou por algumas mudanças em relação a pandemia, eles adicionaram ao site recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e dicas da *Worldpackers* sobre viagens em tempos de pandemia com um roteiro completo de como se preparar caso o voluntário resolva viajar, além de textos inspiradores que falam sobre trabalho remoto, o que fazer em tempos de pandemia, sobre o aumento do dólar nestes últimos anos, como aprender idiomas e sobre guias de viagem.

Assim, partindo da ideia de que a plataforma passou por algumas mudanças na pandemia, ela também ganhou novos usuários e no capítulo seguinte, serão discutidos assuntos como o perfil destes e suas motivações.

CAPÍTULO 3 - O VOLUNTURISMO DA *WORLDPACKERS*

3.1 Percepções sobre o turismo colaborativo com a plataforma *Worldpackers*

Os chamados “volunturistas” podem realizar a atividade do trabalho voluntário tanto em localidades próximas de suas residências quanto em locais distantes, como outros países. Segundo o estudo de Barcia (2017, p. 3) “trabalho voluntário no exterior não é comercializado apenas por agências de intercâmbio, mas também por outras organizações” e partindo desta afirmação, a autora cita que as organizações e agências são importantes pois possuem capacidade de interferir positivamente na experiência do voluntário. Sendo assim, através da *Worldpackers*, os volunturistas são capazes de aplicar filtros para melhor escolher seu destino onde irá realizar o trabalho voluntário e se inserir em um meio onde existe a economia compartilhada.

A economia compartilhada, termo que muito se ouve falar nos últimos anos, consiste nas trocas que não são necessariamente financeiras e as vantagens são para os dois lados envolvidos. Por exemplo, oferecer carona e pedir uma ajuda de custo para a gasolina é economia compartilhada, assim o passageiro economiza com a passagem de ônibus e o motorista não arca com todos os custos do carro sozinho. Bicicletas na rua em que todos podem alugar também são um exemplo. Dentro desse novo mundo de economia compartilhada, o turismo colaborativo veio para mudar a ideia de que viajar é para poucos. Trocar algumas horas de trabalho na semana por acomodação diminui e muito o custo de uma viagem, além de trazer experiências e vivências únicas que um intercâmbio de trabalho têm (MIRANDA, 2022).

O turismo colaborativo é a ideia de viajar trocando habilidades por acomodação e outras vantagens. O conceito é simples: o voluntário ajuda algum hostel, projeto de impacto social ou projeto ecológico em diversas funções possíveis e, em troca, ganha a acomodação no lugar onde está voluntariando. Na *Worldpackers*, a relação colaborativa funciona da seguinte forma: o anfitrião, seja um hostel, ONG, projeto ecológico ou outros, precisa de alguém para ajudar em tarefas simples do projeto e o viajante precisa de um lugar para ficar por algum tempo sem gastar muito. E, assim, as duas partes estabelecem um acordo através da plataforma, que é diferente de contrato, já que o turismo colaborativo não tem conexão com relações de trabalho remunerado, não existe esse vínculo empregatício, as horas de trabalho não passam de 30 semanais e busca-se uma relação de amizade entre anfitrião e voluntário, e não a de chefe e empregado.

Desse modo, todas as formas de colaboração podem receber ajudantes, seja nas áreas

de alimentos e bebidas no que se refere à cozinha e bar, na recepção como ajudar os hóspedes, atividades de governança, dar orientações e até mesmo no divertimento e entretenimento dos mesmos. Seja na parte de tecnologia como comunicação e marketing, melhorias e manutenções em sites e sistemas operacionais e produção de vídeos e fotografias, para divulgação do que se tem de especial no local. Ou até mesmo os voluntários podem auxiliar nas reformas e decoração de ambientes, além do desenvolvimento de atividades relacionadas aos cuidados com a natureza e atividades relacionadas ao turismo, oferecendo o serviço de guia para os hóspedes (WORLDPACKERS, 2018).

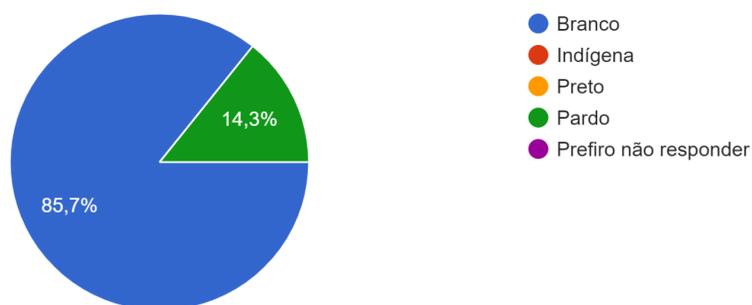
Sendo assim, os viajantes não precisam ter grandes experiências para aplicarem para as vagas no site, pois existem mais de mil possibilidades, fazendo com que viajar através da *Worldpackers* seja mais acessível.

3.2 Análise do perfil dos usuários da plataforma *Worldpackers*

A partir da pesquisa realizada pelo *Google Forms*, durante o mês de outubro até início de novembro de 2022, com 14 usuários da plataforma *Worldpackers*, demonstrou, resumidamente, que em sua maioria são: brasileiros (100%), brancos (85,7%) (Figura 6), mulheres (78,6%), da região Sudeste (71,4%), solteiros (100%) (Figura 7) e profissão autônoma (57,1%). Um destaque é que dois respondentes residem nos EUA e não houve repetição das profissões.

Figura 6: Raça/etnia dos usuários da plataforma digital.

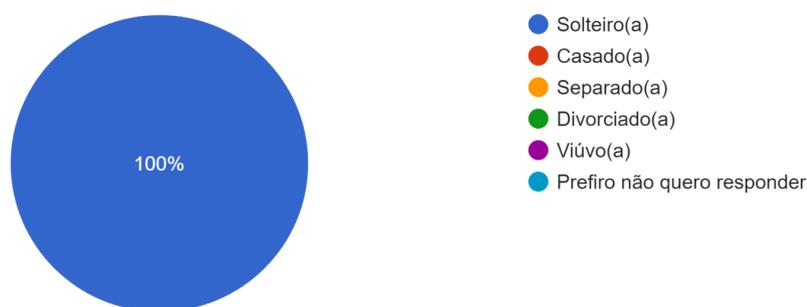
14 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Figura 7: Estado civil dos usuários da plataforma digital.

14 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Mais de 90% dos entrevistados conheceram a plataforma através das redes sociais e a maioria já viajou através de outras plataformas digitais (Figura 8). Em viagens, os respondentes utilizaram: Airbnb⁶ (85,7%), Bla bla car⁷ (78,6%), Couchsurfing⁸ (28,6%) e Booking⁹, Buser¹⁰ e ID Jovem¹¹ (7,1% cada). Infelizmente não houve citações a plataformas colaborativas recentes e premiadas como a Sisterwave¹² e Diáspora Black¹³; além de não declararem o uso da Eat With¹⁴.

Os resultados condizem com estudos de Vera e Gosling (2016) a respeito de que plataforma de alojamento ligada à troca de experiências entre o host e o hóspede demonstra que tal o uso das mesmas tende a ser um ato comunal que liga as pessoas umas às outras.

Figura 8: Distribuição dos usuários por plataformas digitais.

⁶*Airbnb* é um serviço online comunitário para as pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações e meios de hospedagem (WIKIPEDIA, 2021).

⁷*BlaBlaCar* é um aplicativo de caronas gratuito (TECHTUDO, 2020).

⁸*Couchsurfing* é uma plataforma onde pessoas abrem suas casas para hospedar viajantes sem receber nada em troca (CASALDEMOCHILÃO, 2021).

⁹*Booking.com* é um site internacional onde os cidadãos podem reservar acomodações para férias ou viagens (WIKIPEDIA, 2021).

¹⁰*Buser* é um aplicativo que oferece o serviço de compra de passagens de ônibus para viagens intermunicipais (TECHTUDO, 2020).

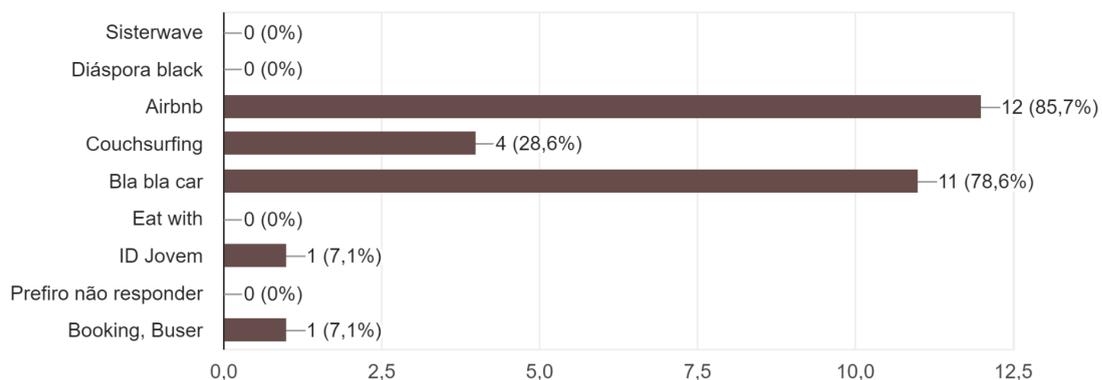
¹¹*ID Jovem* é um documento que possibilita acesso aos benefícios de meia-entrada em eventos artístico-culturais e esportivos e também a vagas gratuitas ou com desconto no sistema de transporte coletivo interestadual (GOV, 2022)

¹²*Sisterwave* é uma plataforma que conecta viajantes mulheres com anfitriãs (ONU NEWS, 2021)

¹³*Diáspora Black* é uma plataforma de hospedagens e cursos e realiza treinamentos para grandes empresas (INFOMONEY, 2022)

¹⁴Rede ancorada na internet destinada a conectar gente que curte cozinhar e receber as pessoas que gostam de comer bem (EPOCA, 2013).

14 respostas

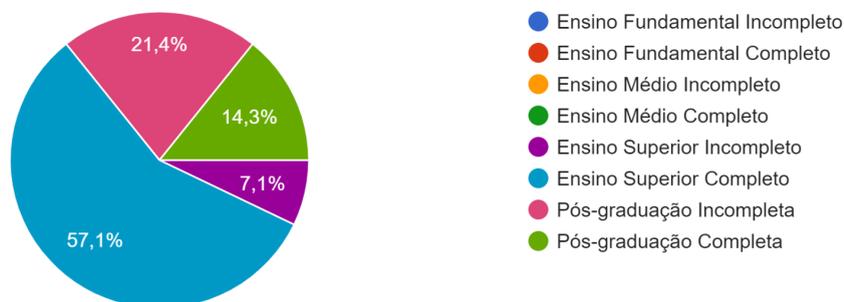


Fonte: dados da pesquisa (2022).

Sobre o grau de escolaridade dos entrevistados, todos possuem ensino médio completo, além de dois terem pós graduação completa, como mostra o gráfico a seguir (Figura 9):

Figura 9: Escolaridade dos usuários por plataformas digitais.

14 respostas



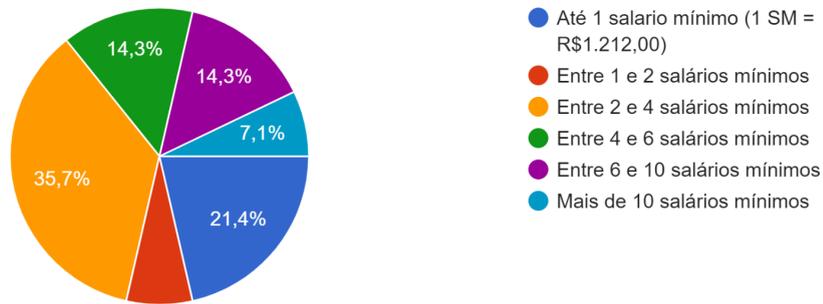
Fonte: dados da pesquisa (2022).

Similar ao trabalho da Xavier (2021), onde faz referência também ao turismo voluntário, percebe-se que boa parte dos volunturistas possuem um nível de escolaridade alto.

Junto à grande variedade de profissões, já era de se esperar que a renda média familiar seria variada também, como segue no gráfico a seguir (Figura 10). Onde se observa que a maioria dos respondentes pertencem à classe D, e isso tornou-se possível pois, através da plataforma as viagens tornaram-se mais acessíveis, já que os voluntários não possuem gastos com hospedagem e dependendo do lugar onde for voluntariar, recebem outros benefícios.

Figura 10: Rendimento financeiro dos usuários por plataformas digitais.

14 respostas

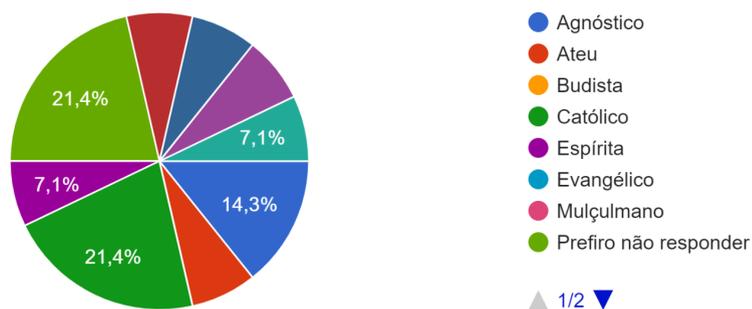


Fonte: dados da pesquisa (2022).

Sobre as tantas religiões existentes, os entrevistados responderam sobre suas respectivas crenças de forma que, a maioria é religião católica (21,4%), seguido de agnóstico (14,3%), espírita, ateu, judeu, umbandista e sem religião (7,1%) - não houve citação ao budismo e protestantismo (0%) -, conforme o gráfico (Figura 11). Nota-se que um alto número de entrevistados (cerca de um a cada cinco), optou por não responder à questão. Os dados corroboram estudos de Christoffoli (2007), que encontraram estudos pertinentes sobre religião e turismo.

Figura 11: Religião declarada pelos usuários por plataformas digitais.

14 respostas

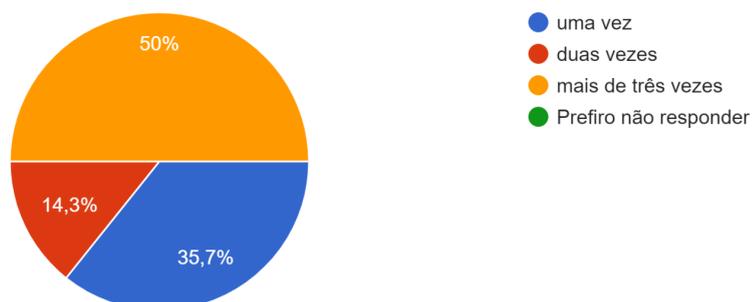


Fonte: dados da pesquisa (2022).

Todos os entrevistados, claramente já viajaram através da plataforma *Worldpackers*, mas alguns tiveram apenas uma experiência e outros mais, como segue (Figura 12):

Figura 12: Quantidade de viagens realizadas pelos usuários por plataformas digitais.

14 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Após responder essas questões, o voluntário que viajou por meio da plataforma deveria analisar suas motivações. No próximo item as motivações são apresentadas.

3.3 Motivações de realizar o volunturismo

Motivação é um impulso que faz com que as pessoas ajam para atingir seus objetivos, parte do atendimento a necessidades próprias de cada pessoa (MASLOW, 1973) e, diante de tantas motivações existentes para as pessoas viajarem através da *Worldpackers*, foi possível entender que se “enriquecer culturalmente” (100%) é a mais comum entre os entrevistados, já que quando o voluntário está viajando através desta plataforma, ele entra em uma imersão cultural gigantesca, pois involuntariamente tem contato com os nativos da região na qual está voluntariando, seja indo ao mercado, lavanderia, banco, ou no horário de folga passeando pela cidade. Diferente do trabalho feito por Kohler e Digiampietri (2021), o qual apontam que mesmo o turismo cultural está firmemente estabelecido no campo de turismo no Brasil, não tem a mesma força que o ecoturismo nem sequer o turismo rural.

Além desta, em segundo lugar, os respondentes citaram “enriquecimento de um novo idioma” (78,6%). Segundo o MTUR (2010, p. 15), “Turismo de Estudos e Intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividades e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional”. Desta forma, acredita-se que esta é uma boa modalidade de intercâmbio para aprender inglês, espanhol e outros idiomas, porque o viajante vai estar imerso ao novo idioma, na conversação com as pessoas do seu trabalho, ao ir ao supermercado, sinalização na rua, propagandas na TV, música e outros, dessa forma ficará mais familiarizado com o idioma e as expressões usadas no dia a dia.

Em terceiro lugar, a motivação mais indicada foi para o “enriquecimento profissional”

(71,4%). Ao mesmo tempo que o viajante faz trabalho voluntário, ele pode se matricular em algum curso profissionalizante em outro idioma, como por exemplo, na América do Norte existem várias universidades que oferecem cursos de verão com curta duração para estrangeiros. Ou se a questão profissional estiver voltada para o ramo de hotelaria, voluntariar em um hostel seria mais que um simples trabalho voluntário.

O turismo, quando realizado de forma sustentável e com a participação da comunidade, pode gerar benefícios tanto ambientais, quanto culturais, pela maior valorização das regiões e, ao tratar dos modelos de solidariedade, o turismo alinhado ao voluntariado pode levar a uma movimentação social em busca de uma colaboração comunitária para mudanças a longo prazo (MACEDO, 2011 apud LENCI; RABINOVICI) e seguindo desse pressuposto, em quarto lugar está a opção de “enriquecimento ambiental” (57,1%).

Ao adotar práticas sustentáveis, além de focar na preservação do meio ambiente, os voluntários também olham para o desenvolvimento social, econômico e cultural dos locais para onde irão viajar, por exemplo, quando as pessoas se hospedam em um hotel, estará (em teoria), contribuindo para o aumento de consumo de água daquele local ao tomar banho e ter as toalhas trocadas e lavadas todos os dias e escolher viajar através da *Worldpackers*. Assim, o viajante deixará certas comodidades de lado, que não implicará no bem estar da estadia ao mesmo tempo em que ajuda o meio ambiente, e, além disso, por ser uma viagem mais longa onde o voluntário irá passar mais tempo num único destino, ele vai contribuir com a economia da região, trabalhar na comunidade e reduzir seus impactos ambientais na viagem por se locomover menos. E por último, a motivação para "enriquecer os estudos" foi a menos votada, com 28,6% das respostas.

Segundo o MTUR (2010b, p. 15), “Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.”

Dentre todas as motivações citadas pelos participantes da pesquisa, vale a pena lembrar que existem outras como por exemplo o interesse gastronômico, porém estas são as principais vistas pela autora. De acordo com os dados recolhidos é possível notar que o turismo cultural está crescendo no Brasil e internacionalmente, visto que é a motivação presente dentro das viagens feitas por todos os entrevistados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho apresentou, por meio de breve explicação do que é a atividade turística e seus viés voltados para o voluntariado, além de analisar a funcionalidade da plataforma *Worldpackers*, que se apresenta como um dos grandes meios que levam o viajante à prática do turismo voluntário.

Entre os tantos segmentos do turismo, o social e o voluntário tiveram seus destaques neste trabalho, por se tratar não só de uma forma de fazer turismo, mas também de proporcionar experiências às pessoas que o fazem. Suas ideias não estão relacionadas somente ao puro lazer, eles colocam o consumidor em uma posição de voluntário, onde é capaz de sentir que está fazendo a diferença.

Diante do exposto e seguindo a ideia da economia colaborativa, surge a questão principal do trabalho: a *Worldpackers*, que além de ser uma plataforma digital voltada para volunturistas, ela proporciona o prazer pelas experiências de consumo.

Diante de tantas limitações para realizar esta pesquisa por não ser um tema muito difundido no meio acadêmico, a principal foi conseguir pessoas que já realizaram este tipo de turismo dispostas a responderem, além de achar um meio para divulgar a mesma.

Cabe destacar que o estudo diz respeito a um grupo de jovens com curso superior concluído ou em andamento, que acessam diversas oportunidades profissionais e por se tratar de uma atividade turística, não é de se espantar que os participantes já tenham uma certa experiência com viagens, sendo o turismo voluntário tomado como uma experiência diferente ante as já realizadas.

No que se refere a novas possibilidades de produção acadêmica, o presente trabalho se apresenta como uma sugestão para o desenvolvimento de pesquisas e projetos que abordem o tema do turismo voluntário e novas formas de tecnologias referentes à economia colaborativa. Além de poder fazer uma ponte com prestação de serviços voluntários abusivos para iniciativa privada.

O trabalho voluntário, seja ele no exterior ou não, é seguido da busca por autorrealização performada por indivíduos que estão dispostos a vivenciar experiências enriquecedoras, e através da pesquisa foi possível entender que um dos fatores principais para a escolha desse tipo de turismo é o enriquecimento cultural e o aprendizado de um novo idioma e foi possível identificar que a plataforma *Worldpackers* possibilita uma imersão cultural e da oportunidades a essas pessoas.

REFERÊNCIAS

- 12 EXEMPLOS de tecnologias disruptivas que você precisa conhecer. **Sydle**, 2021. Disponível em: <<https://www.sydle.com/br/blog/tecnologias-disruptivas-61b0fea15448461cf9a957f0/>>. Acesso em: 13 jun. 2022.
- ALLIS, T.; MORAES, C. M. dos S.; SHELLER, M. Revisitando as mobilidades turísticas: . **Revista Turismo em Análise**, v. 31, n. 2, p. 271-295, 2020.
- ALMEIDA, Marcelo Vilela de. **Turismo social: Por uma compreensão mais adequada deste fenômeno e sua implicação prática na realidade atual brasileira**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- ASSIS, Telma. **Turismo Social: Um estudo de caso do SESC da 913 Sul**. Monografia. (Bacharelado em Turismo) - Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2005.
- BARBOSA, A; CARVALHO, P. Turismo voluntário em Portugal: A solidariedade como fator de deslocação. **TURyDES**, v. 8, n. 19, p. 1-15, 2015.
- BARBOSA, J.; BARBOSA, M. Propostas de Valor das Plataformas de Consumo Colaborativo no Turismo: o caso EatWith e Worldpackers. **Revista Turismo e Sociedade**, v. 13, n. 3, p. 22-41, 2020.
- BÁRCIA, Liana Cid. **O papel da agência de intercâmbio no trabalho voluntário no exterior**. Monografia (Bacharelado em Turismo) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.
- BELK, R. Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 36, n. 5, p. 715-734, 2010.
- BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o (seu) nosso mundo**. São Paulo: Saraiva, 2011.
- CAMPANIÇO, Patrícia Alexandra Basílio. **Turismo de voluntariado: a perspectiva do Voluntariado no Turismo**. Dissertação (Mestrado em Empreendedorismo e Serviço Social) - Universidade da Beira Interior, Corvilhã, 2010.
- CAVALCANTE, Paula. **Plataforma Worldpackers: a economia colaborativa como dispositivo de imersão cultural e linguística**. 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/11151>>. Acesso em 27 set. 2022.
- CHURCHILL, G. A.; PETER, J. P. **Marketing: criando valor para o cliente**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000
- CRUZ, Rita Ariza da Cruz. **Impactos da Pandemia no setor de turismo**. São Paulo: Jornal da USP. 2020. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/artigos/impactos-da-pandemia-no-setor-de-turismo/>>. Acesso em: 10 out. 2022.
- DI SERIO, L. C.; MAIA, M.C. Virtualização do Produto Turístico: um estudo de caso.

Anais... CATI - Congresso Anual de Tecnologia de Informação, São Paulo, 2004.

FORMIGONI, Allan. **O que as pessoas estão buscando nas viagens pós pandemia?** 2020. Disponível em: <<https://www.worldpackers.com/pt-BR/articles/viagens-pos-pandemia>>. Acesso em: 03 out. 2022.

FORNARI, N.; BAUER, R. Impressões de estudantes de turismo brasileiros sobre o House Sitting e a Era da Viagem Colaborativa. **Journal of Turismo & Development**, v. 1, n. 27/28, p. 205-215, 2017.

GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6ª edição. São Paulo, Atlas, 2017.

HADDAD, Camila. **Economia colaborativa: novas formas de nos organizar em sociedade**. 2017. Disponível em: <<https://descola.org/economia-colaborativa>>. Acesso em: 10 jun. 2022.

JASROTIA, A.; GANGOTIA, A. Smart Cities to Smart Tourism Destinations: a review paper. **Journal of Tourism Intelligence and Smartness**, v. 1, n. 1, p. 47-56, 2018.

KOHLER, A. F.; DIGIAMPIETRI, L. A. Turismo cultural: análise bibliométrica e de redes sociais do campo de turismo no Brasil, 1990-2018. **Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 19, n. 4, p. 825-844, 2021.

LAGE, A.; PASTRE-ROSSI, P. Destino: ajudar alguém. Folha de S. Paulo, 2007. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/equilibrio/eq1608200707.htm>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

LENCI, F. S.; RABINOVICI, A. Contradições no turismo de voluntariado: a experiência na comunidade do Lago do Acajatuba, na Amazônia Brasileira. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 15, n. 4, p. 809-827, 2022.

MAPAS ACADÊMICOS. **Mapa Mundi**. 2016. Disponível em: <<http://mapasacademicos.com.br/site/2016/12/11/download-arquivos-shapefiles-e-kml-mapa-mundi/#more-175>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

MARQUES, Maria. **As motivações para o voluntariado. Estudo exploratório numa amostra de estudantes do ensino superior politécnico**. Mestrado em Comunicação Organizacional, Cidadania, Confiança e Responsabilidade Social no Instituto Politécnico de Coimbra. Coimbra, p. 117. 2016.

MENDES, T.; SONAGLIO, K. Volunturismo: uma abordagem conceitual. **Turismo: Visão e Ação**, v. 15, n. 2, sp, 2013.

MESQUITA, Filipe Gustavo Ferreira de. **Percepção de valor de estudantes de inglês sobre a oportunidade de intercâmbio e apoio ao turismo voluntário**. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão Empresarial) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

MTUR - Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e mercado: Experiências, tendências e inovações**. Brasília: MTUR, 2010a.

_____. **Turismo de Intercâmbio**. Brasília: MTUR, 2010b.

MULLER, C. V.; SCHEFFER, A. B. B. Turismo voluntário: Uma experiência em busca do sentido? Vida e trabalho em questão. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 20, n. 1, sp, 2019.

NASCIMENTO, R. Turismo e Voluntariado: um estudo sobre as publicações em revistas científicas nacionais e internacionais. **Revista Turismo em Análise**, v. 23, n. 2, sp, 2012.

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do mercado turístico: Estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Ed: Manole, 2009.

SOUZA, P. B. de; BARCELOS, A. M. N.; LAMAS, S. A. Turismo e voluntariado: a busca pela compreensão do volunturismo. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 11, n. 1, sp, 2018.

STEINBACH, D.; GUETT, M.; FREYTAG, G. **Volunteer-Profiles and Motivation Sports-Volunteering as a Process Sports Volunteering in Europe Human Resource Development Volunteering Culture Re-Assignment**. 2012. Disponível em: <http://eose.eu/wp-content/uploads/2014/03/T4V_EU_Final_Report_Steinbach_Guett_Freyta_g.pdf>. Acesso em: 21 out. 2022.

TSAIH, Rua-Huan; HSU, Chih Chun. Artificial Intelligence in Smart Tourism: a conceptual framework. **Anais... ICEB 2018 PROCEEDINGS**, 2018, Guilin, China.

TURISMO COLABORATIVO. **TurisData UNIRIO**, 2022. Disponível em: <<http://www.unirio.br/turisdatabases-de-dados>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

VAZ AONDE. **Entrevistei o fundador do Worldpackers fazendo trabalho voluntário**. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FOhKt2eLdqQ>>. Acesso em: 21 out. 2022.

VERA, L.; GOSLING, M. Economia Compartilhada no Turismo: uma discussão teórica sobre o consumo colaborativo e o compartilhamento. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 10, n. 1, sp, 2017.

WASSERMAN, S.; FAUST, K. **Social Network Analysis: methods and applications**. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.

WEARING, S. **Volunteer tourism: experiences that make a difference**. New York: Cabi Publishing, 2001.

WORLDPACKERS. Worldpackers, 2018. Página inicial. Disponível em: <<https://www.worldpackers.com/pt-BR>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

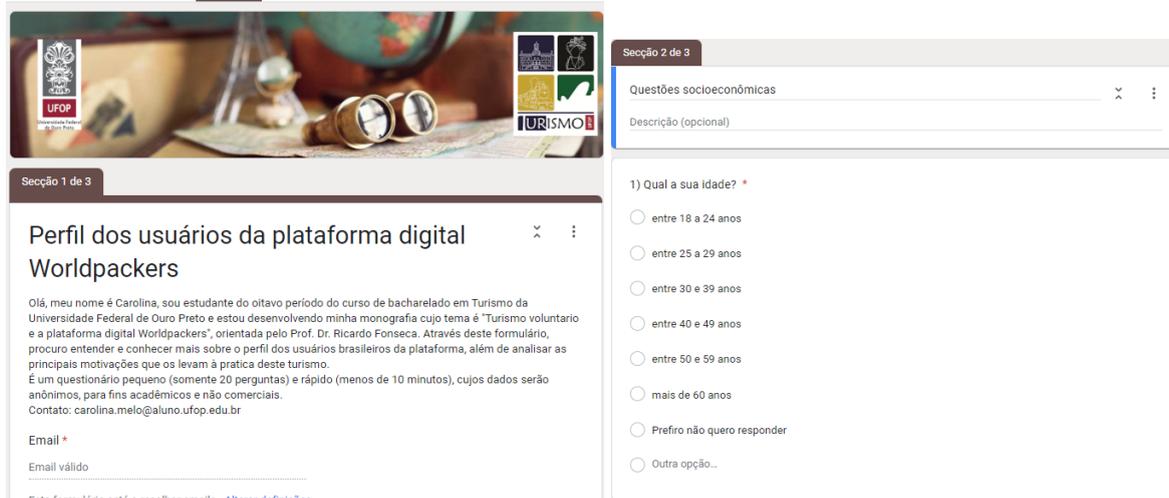
XAVIER, Carlaine de Paula Urbano. **Volunturismo: discussões teóricas e reflexões acerca das experiências dos voluntariados**. 2021. 72 f. Monografia (Graduação em Turismo) - Escola de Direito, Turismo e Museologia, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2021.

ZAHRA, A.; MCINTOSH, A. Volunteer Tourism: Evidence of Cathartic Tourist Experiences. *Tourism Recreation Research* VOL. 32(1), p. 115-119, 2007.

APÊNDICES

Apêndice 1 - Roteiro de Entrevista a Usuários da Worldpackers (Google Forms)¹⁵

Perguntas Respostas 14 Definições



Seção 1 de 3

Perfil dos usuários da plataforma digital Worldpackers

Olá, meu nome é Carolina, sou estudante do oitavo período do curso de bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto e estou desenvolvendo minha monografia cujo tema é "Turismo voluntário e a plataforma digital Worldpackers", orientada pelo Prof. Dr. Ricardo Fonseca. Através deste formulário, procuro entender e conhecer mais sobre o perfil dos usuários brasileiros da plataforma, além de analisar as principais motivações que os levam à prática deste turismo. É um questionário pequeno (somente 20 perguntas) e rápido (menos de 10 minutos), cujos dados serão anônimos, para fins acadêmicos e não comerciais. Contato: carolina.melo@aluno.ufop.edu.br

Email *

Email válido

Feste formulário está a recolher emails. [Alterar definições](#)

Seção 2 de 3

Questões socioeconômicas

Descrição (opcional)

1) Qual a sua idade? *

- entre 18 a 24 anos
- entre 25 a 29 anos
- entre 30 e 39 anos
- entre 40 e 49 anos
- entre 50 e 59 anos
- mais de 60 anos
- Prefiro não quero responder
- Outra opção...

2) Qual o seu gênero? *

- Feminino
- Masculino
- Não binário
- Prefiro não quero responder
- Outra opção...

3) Qual a cidade que você mora?

Texto de resposta curta

4) Qual o estado que você mora? *

- AC
- AL
- AM
- AP
- BA
- CE
- DF
- GO
- MA
- MG
- MS
- MT
- PB
- PA
- PE
- PI

5) Estado civil *

- Solteiro(a)
- Casado(a)
- PR
- RJ
- RS
- RN
- RR
- SC
- SE
- SP
- TO
- Prefiro não quero responder

6) Qual a sua profissão?

Texto de resposta curta

7) Qual seu grau de escolaridade? *

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Separado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)
- Prefiro não quero responder
- Outra opção...

¹⁵ Disponível em: <https://forms.gle/kSu9zBAJtm5j59Hn8>

Ensino Superior Incompleto

Ensino Superior Completo

Pós-graduação Incompleta

Pós-graduação Completa

8) Qual sua renda média familiar mensal? *

Até 1 salário mínimo (1 SM = R\$1.212,00)

Entre 1 e 2 salários mínimos

Entre 2 e 4 salários mínimos

Entre 4 e 6 salários mínimos

Entre 6 e 10 salários mínimos

Mais de 10 salários mínimos

9) Qual sua religião? *

Agnóstico

Ateu

Budista

Católico

Espírita

Evangélico

Muçulmano

Prefiro não responder

Outra opção...

10) Qual sua raça/etnia? *

Branco

Indígena

Preto

Pardo

Prefiro não responder

Outra opção...

Após a secção 2 Continuar para a secção seguinte

Secção 3 de 3

Questões do Worldpackers

Descrição (opcional)

16) A viagem contribuiu para meu enriquecimento: *

Cultural

Ambiental

Profissional

Estudos

Idiomas

Prefiro não responder

Outra opção...

11) Você já viajou pelo Worldpackers? *

Sim

Não

Prefiro não responder

17) O que você acha que poderia melhorar na Worldpackers?

Texto de resposta longa

19) Você já viajou pelas plataformas digitais a seguir? *

Sisterwave

Diáspora black

Airbnb

Couchsurfing

Bla bla car

Eat with

ID Jovem

Prefiro não responder

Outra opção...

18) Como ficou sabendo da plataforma digital Worldpackers?

Texto de resposta curta

20) Escreva aqui suas sugestões, críticas, dúvidas e comentários adicionais à pesquisa!

Texto de resposta longa

ANEXOS

Anexo 1 - Projeto de Lei do Turismo Colaborativo no Brasil¹⁶

<p style="text-align: center;">PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2019 (Do Sr. PAULO GANIME e outros)</p> <p style="text-align: center;">Altera a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, para dispor sobre o Turismo Colaborativo.</p> <p>O Congresso Nacional decreta:</p> <p>Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, de modo a reconhecer o turismo colaborativo como um segmento do setor de turismo.</p> <p>Art. 2º Os arts. 2º, 5º, 6º e 11 da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, passam a vigorar com a seguinte redação:</p> <p>“Art. 2º Para os fins desta Lei, considera-se turismo as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios, experiências ou outras.</p> <p>Parágrafo único. As viagens e estadas de que trata o caput deste artigo podem gerar movimentação econômica, trabalho, emprego, renda e receitas públicas, constituindo-se instrumento de desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade. (NR)”</p> <p>“Art. 5º _____</p> <p>XX – implementar a produção, a sistematização e o intercâmbio de dados estatísticos e informações relativas às atividades e aos empreendimentos turísticos instalados no País, integrando as universidades e os institutos de pesquisa públicos e privados na análise desses dados, na busca da melhoria da qualidade e credibilidade dos relatórios estatísticos sobre o setor turístico brasileiro; e</p> <p>XXI – propiciar a prática do turismo colaborativo e de experiência nas diversas regiões do País, promovendo a atividade como veículo de fomento ao intercâmbio de</p>	<p style="text-align: right;">2</p> <p>experiências entre os viajantes e os estabelecimentos de hospedagem e seus clientes, contribuindo para acesso mais democrático ao turismo no País.</p> <p>_____ (NR)”</p> <p>“Art. 6º _____</p> <p>X – a informação da sociedade e do cidadão sobre a importância econômica e social do turismo; e</p> <p>XI – a incorporação do turismo colaborativo como uma das práticas do turismo de experiência e um dos segmentos de turismo no País.</p> <p>_____ (NR)”</p> <p>“Art. 11. _____</p> <p>XIV – a formação de parcerias interdisciplinares com as entidades da administração pública federal, visando ao aproveitamento e ordenamento do patrimônio natural e cultural para fins turísticos; e</p> <p>XV – o incremento ao turismo colaborativo pela disponibilização de informações, critérios de atendimentos e formas de contratualização neste segmento.</p> <p>_____ (NR)”</p> <p>Art. 3º O Capítulo IV da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, passa a vigorar acrescida da Seção III-A com a seguinte redação:</p> <p>“Seção III-A Do Turismo Colaborativo</p> <p>Art. 20-A. Considera-se turismo colaborativo um modelo de turismo baseado na troca de conhecimentos e experiências profissionais com vistas a estimular a atividade turística local, a valorização da cultura local e o desenvolvimento pessoal, ampliando e democratizando o acesso ao turismo no País e, ao mesmo tempo, a competitividade no âmbito da atividade turística.</p> <p>Art. 20-B. As pessoas físicas detentoras de habilidades e conhecimentos demandados pelos prestadores de serviço de que trata o art. 21 poderão se beneficiar do turismo colaborativo com o intuito de compartilhar seus conhecimentos e habilidades e, ao mesmo tempo, obter descontos ou isenções no pagamento da hospedagem.</p>
<p style="text-align: right;">3</p> <p>Art. 20-C. No desenvolvimento da prática do turismo colaborativo deverão ser observadas as seguintes diretrizes:</p> <p>I – existência de um contrato de troca de experiências firmado entre as partes, contendo, no mínimo:</p> <p>a) o estabelecimento da contrapartida entre as partes;</p> <p>b) início e fim do período de realização da experiência.</p> <p>II – parcerias entre os contratantes e entidades ou associações beneficentes locais, sem fins lucrativos, observada a parcela de vinte por cento do tempo total dedicado à troca de experiências destinadas às mencionadas entidades ou associações, a título de contribuição ao desenvolvimento social local.”</p> <p>III – as relações advindas da prática do turismo colaborativo, em hipótese alguma, poderão estabelecer relações de vínculo empregatício.</p> <p>Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.</p> <p style="text-align: center;">JUSTIFICAÇÃO</p> <p>Nos últimos anos, tem crescido a existência de um novo modelo de negócios impulsionado por aplicativos que facilitam o compartilhamento de uso de produtos e serviços entre diversos usuários. Trata-se de uma nova forma de consumir e de um novo modelo econômico que ganha cada vez mais adeptos: a economia compartilhada.</p> <p>Aplicativos como: carona, nos quais o motorista recebe uma ajuda para pagar a gasolina e o passageiro economiza na passagem; aluguel de bicicletas, nos quais o usuário paga uma mensalidade e pode utilizar bicicletas em trajetos definidos, sem a necessidade de comprar uma bicicleta; ou aluguel de carros com pontos de retirada e de retorno espalhados pela cidade são apenas alguns dos exemplos de um movimento que cresce a cada dia. Hoje, já temos muitos jovens que indicam não ter desejo em possuir carros¹. No segmento do turismo, aplicativos como AirBnB, Wimdu e CoachSurfing facilitaram o acesso a meios de hospedagens antes inviáveis, impulsionando o crescimento do turismo em diversas regiões.</p>	<p style="text-align: right;">4</p> <p>No âmbito do turismo, a economia compartilhada tem incentivado o surgimento de um novo modelo de turismo – o turismo colaborativo – baseado na empatia, no desenvolvimento cultural do indivíduo e na evolução conjunta do anfitrião (detentor do meio de hospedagem) e de seu voluntário (hóspede que está em viagem).</p> <p>O turismo colaborativo consiste na troca: troca-se um conhecimento ou habilidade do voluntário pela acomodação no meio de hospedagem. Isso representa vantagens para ambos os lados: o viajante diminui seus custos de hospedagem viabilizando mais viagens e o empresário ganha um serviço de que estava precisando, aproveitando-se da capacidade ociosa de seus quartos.</p> <p>Nessa relação colaborativa não há vínculo empregatício e as horas trabalhadas não são excessivas, o que permite ao viajante aproveitar o destino turístico. Cria-se um vínculo de amizade e não de chefe e empregado.</p> <p>A relação colaborativa entre viajantes e empresários não se destina apenas a economizar dinheiro. Há vantagens para o empresário, mas também para o destino turístico, que poderá receber uma categoria de turista que, normalmente, não seria capaz de viajar. Para o viajante, há a chance de experimentar outras culturas, de praticar novos idiomas e de conhecer lugares e pessoas.</p> <p>Apesar das inúmeras vantagens, o turismo colaborativo tem sofrido ataques constantes. Muitos relatos têm chegado ao nosso conhecimento de estabelecimentos sendo multados por terem “práticas análogas à escravidão”. Dessa forma, o presente projeto de lei visa a regular essa atividade e permitir que o País desenvolva um segmento do turismo de forma segura, tanto para empresários, quanto para viajantes.</p> <p>Cremos que esta iniciativa representará um importante avanço na legislação atual. A nosso ver, o reconhecimento desse segmento atende a um dos objetivos da Política Nacional do Turismo, a saber, “democratizar e propiciar o acesso ao turismo no País a todos os segmentos populacionais, contribuindo para a elevação do bem-estar”, consoante o art. 5º, I, da Lei 11.771/08.</p>

¹⁶ Disponível em:

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=node01b146ozoo1gmm1mwdwpgm9xqjk6290247.node0?codteor=1899178&filename=PL+2994/2020