



MULHERES E VIAGENS: UMA PERSPECTIVA SOBRE PERFIL E MOTIVAÇÃO

Resumo: Este estudo possui o objetivo de identificar os fatores motivacionais que influenciam mulheres a viajarem sozinhas ou acompanhadas de outras mulheres. Para tanto, a metodologia utilizada é de abordagem qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, os dados foram coletados através de entrevistas, direcionada a quatro mulheres viajantes e analisados interpretativamente. Com base nos dados coletados, identificou-se que os fatores motivacionais compreendidos através da análise dos resultados caracterizam-se em fatores externos, sendo às motivações físicas, culturais e interpessoais, os fatores determinantes internos e pessoais, prevalecem os circunstanciais e culturais. O perfil das viajantes foi definido como turistas mesocêntricas, no qual a faixa etária se relaciona com a independência financeira, o estado civil, e a maternidade, influenciam no modo de viajar.

Palavras chaves: Motivação; Perfil; Segmentação; Mulheres Viajantes.

INTRODUÇÃO

Historicamente, o papel desempenhado pelas mulheres perante a sociedade vem sofrendo alterações significativas. Tais modificações foram causadas principalmente por movimentos sociais, apontando, por exemplo, os movimentos feministas, que garantiram os direitos das mulheres e seu livre arbítrio (COSTA, 2002; NOGUEIRA, 2001).

Ao longo das décadas, por meio de suas lutas e aspirações, as mulheres buscaram conquistar a independência de suas vidas, afetando diretamente no papel imposto a elas cultural e socialmente, desvinculando-as do casamento, da maternidade, da dependência econômica. Isso, em partes, devido à influência do feminismo e do empoderamento feminino. Para Batliwala (1994), “empoderamento” é o processo de questionar ideologias e relações de poder, e de ganhar maior controle sobre os recursos apontados. A autora afirma que “o empoderamento é um processo dirigido para a transformação da natureza e direção das forças sistêmicas que marginalizam as mulheres e outros setores excluídos em determinados contextos” (BATLIWALA, 1994, p. 130). De modo que ainda é possível identificar fatores que necessitam de aperfeiçoamento, por ser uma constante luta, por tais direitos, até nos dias de hoje, diante de uma série de mudanças sociais e políticas que influenciam esse quesito.

Com a crescente notoriedade dos movimentos feministas e a aquisição de direitos, isso refletiu no trabalho, na rotina e nas viagens, impactando a atividade turística. Com isso, conseqüentemente, as mulheres buscam independência em



suas viagens, procurando viajarem sozinhas ou acompanhadas por amigas, ou seja, sem uma companhia masculina, de tal forma que torna-se cada vez mais recorrente, desprendendo-as de tudo que antes as restringiam (REIS, 2016).

O turismo e sua prática vêm se consolidando com o passar do tempo, ao se observar mudanças de hábitos, valores e comportamentos no mercado turístico. As mulheres marcam um novo perfil de viajantes, principalmente, porque elas estão usufruindo de sua independência, seja pessoal, familiar ou financeira. Observa-se que, apesar de no Brasil o fenômeno ser recente, dados do Ministério do Turismo (2017) apontam que 17,8% das mulheres brasileiras preferem viajar desacompanhadas. O tema do presente trabalho foi escolhido devido ao aumento de mulheres viajando sozinhas, deste modo dialogando sobre a temática, visto ser ainda pouco explorada, levantou-se o seguinte questionamento: Quais os fatores motivacionais influenciam mulheres a viajarem sozinhas? Para respondê-lo, elaborou-se como objetivo identificar os fatores motivacionais que influenciam as mulheres a viajarem sozinhas.

MULHERES E VIAGENS

Em diversos momentos da história foi possível verificar que as mulheres quebram tabus e buscam seus direitos, desmistificando preconceitos enraizados na sociedade, a qual configura-se machista, patriarcal e opressora (COSTA, 2008). A primeira onda do feminismo foi caracterizada pelo surgimento do movimento que tinha como objetivo lutar pela igualdade de direitos civis, políticos e educacionais entre os gêneros, ocorrendo a acusa da opressão ordenada pelo patriarcado perante as mulheres (NARVAZ; KOLLER, 2005).

O segundo movimento estava centrado em reivindicar as desigualdades de gênero e direitos políticos, buscando transformações sociais através da crítica ao patriarcado, nos anos de 1960 e 1970, no século XX (SANTOS; OLIVEIRA, 2010). E o terceiro movimento, foi definido por questões das quais reivindicavam contra aspectos sexuais, de raça e da violência contra a mulher (PAGE, 2006).

Com isso, consolidou-se uma nova realidade, em que o fato de ser mulher tange as escolhas individualmente, como as preferências de lazer, desconstruindo os estereótipos enraizados na cultura social, e caracterizando as mulheres da atual



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

conjuntura social (GURGEL, 2010). Segundo Ryan (1997), no caso das mulheres, três aspectos são referenciados como de maior valia para elas, sendo: evitar a correria do dia a dia; relaxar fisicamente; e relaxar emocionalmente.

Com a facilitação, e conseqüentemente aumento da mobilidade das pessoas, após a industrialização, da qual acarretou um *boom* nas viagens, não fazendo-se diferente com relação às mulheres que também sofreram tais influências, apesar do modo tardio e inibido. Com passar do tempo, aos poucos, conquistaram direitos para se deslocarem a trabalho, e assim descobriam o prazer em conhecer outros lugares, culturas diferentes, influenciando uma nova visão sobre as viagens (REIS, 2016).

Através do fenômeno social do *Grand Tour*, onde identificou-se que as pessoas estavam dispostas a usufruir de seu tempo livre e dinheiro em troca de lazer, tornando as viagens ainda mais satisfatórias. As mulheres mostram através da realização de suas viagens, independência e autonomia financeira, principalmente em suas viagens desacompanhadas. As viagens quando realizadas *solo*, propiciam níveis mais elevados de satisfação, com isso, é comum o visitante permanecer ainda mais tempo do que o planejado, tais grupos tornam-se atrativos para as regiões, demonstrando o potencial para gerar renda e aumentar a economia do local (MCNAMARA, 2010).

Para Wilson e Little (2005), existem quatro aspectos importantes que ainda restringem a decisão de escolha relacionada às viagens, que são de contexto sociocultural, atribuídas através de expectativas sociais, papéis e responsabilidade, percepções e atenções indesejadas provocadas pela imagem da mulher na sociedade, aspecto pessoal, provocadas pelas restrições que geram limitações pessoais por parte das mulheres e que estão relacionadas à auto percepção e as suas emoções, falta de conhecimento sobre o local e a língua falada também são aspectos restritivos do contexto da prática, questões do espaço, limitações sobre a escolha do destino e o movimento restrito dentro do ambiente turístico (WILSON; LITTLE, 2005).

O viés de viajar sozinho vem crescendo em sua notoriedade, tornando-se um segmento turístico conhecido como "*solo travel*", que se caracteriza em viagens de pessoas sozinhas, organizadas, de forma independente, bem como as viagens "*single*" que se desenvolvem em grupos organizados, com pessoas que não se conhecem (SILVA, 2017). Isso, no entanto, apresenta alguns aspectos negativos,



sobretudo para as mulheres, pelo fato de estarem desacompanhadas e propensas ao: perigo, medo, angústia, assédio, violência, abuso, entre outros (SOUZA, 2015; CARVALHO; BAPTISTA; COSTA, 2015; RODRIGUES, 2015; REIS, 2016; PISCITELLI, 2017).

TIPOLOGIAS E FATORES MOTIVACIONAIS

Motivação, segundo Beerli e Martín (2004), é a necessidade que leva ao ato individual de forma a alcançar a satisfação desejada, ou seja, percebe-se uma necessidade, partindo dessa forma a influência que o leva a ação. O estado mental caracteriza a motivação turística, da qual influencia uma pessoa ou um grupo a viajar, sendo interpretável muita das vezes por terceiros como uma explicação válida para tal decisão, formulando a teoria “*push-pull*” (empurra-atrai) que fornece uma abordagem simples e intuitiva para explicar o embasamento das motivações sobre o comportamento do turista (DANN, 1981). Os fatores “*push*” são aqueles que levam as pessoas a decidir viajar, ou seja, condicionantes que “empurram” o turista, são relacionados às necessidades e desejos do viajante, como para satisfazer necessidades. Já os fatores “*pull*”, presentes nos destinos turísticos e que “puxam” o consumidor, esses fatores estão relacionados às características específicas dos destinos, como influenciador da escolha do destino turístico.

Existem dois tipos de fatores que influenciam o consumidor turístico, sendo: fatores motivadores, que despertam no turista o desejo de viajar, ou seja, consumir determinado produto turístico; e os fatores determinantes, que estabelece até qual ponto é possível para o turista consumir o produto desejado (SWARBROOKE; HORNER, 2002). Diferentes fatores exercem influência sobre a motivação para atividade turística, segundo McIntosh, Goeldner e Ritchie (1995), apresentados no Quadro 01.

Quadro 01: Quatro categorias de motivação para o turismo.

Tipo de motivação	Fatores motivadores
Físicos	Relaxamento do corpo e da mente, saúde, esportes e prazer (atividades que reduzem a tensão).
Culturais	Desejo de ver e conhecer mais sobre outras culturas e sobre as pessoas que vivem imersas nas mesmas.
Interpessoais	Desejo de conhecer novas pessoas ou de visitar parentes e amigos como forma de escape dos relacionamentos de rotina.
Status e Prestígio	Desejo de reconhecimento e atenção de outros, como forma de



	estimular o ego, desenvolvimento de hobbies e atividades de educação.
--	---

Fonte: Mcintosh, Goeldner e Ritchie (1995).

Os fatores motivacionais merecem destaque no turismo, sendo a imagem que o consumidor constrói, acerca do possível destino de viagem, e a influência exercida pelo ambiente do qual ele faz parte. De acordo com Mathieson e Wall (1996), existem diferentes fatores para que a imagem possa ser formada, tais como o perfil do turista, as características da viagem, as pressões domésticas, a confiança nos intermediários e a coleta e busca de informações; já o outro fator motivacional envolve o ambiente no qual está inserido o indivíduo, bem como a influência exercida pelo ambiente habitual do turista, que está atrelado ao cotidiano do mesmo. Ross (2002) aponta uma dicotomia acerca da influência que o ambiente habitual, exemplificado o ambiente de trabalho pode exercer sobre o turista em potencial.

Já os fatores determinantes podem ser divididos de duas formas. A primeira divide-se entre que determinam se o indivíduo poderá ou não tirar férias e aqueles que determinam o tipo de viagem, e se o primeiro conjunto de determinantes lhe dará a oportunidade de sair de férias. Uma segunda classificação propõe que existem determinantes que são pessoais ao turista (Quadro 02) e outros que são externos a ele. A forma como o comportamento do turista é influenciada por seus determinantes pessoais ou externos variam conforme os turistas (SWARBROOKE; HORNER, 2002).

Quadro 02: Fatores que determinam no âmbito pessoal do turista.

Tipo de determinantes	Fatores determinantes internos/pessoais
Circunstâncias	Saúde; renda disponível para gastos; tempo para o lazer; compromissos profissionais; compromissos familiares; carro próprio.
Conhecimento	Das destinações; da disponibilidade dos diferentes produtos; diferenças de preços entre agências concorrentes
Atitude e percepções	Percepções de destinações e de organizações de turismo; opiniões políticas; preferências por determinados países e culturas; medo de certos modos de viagem; com quanta antecedência gostam de planejar e reservar uma viagem; ideias sobre o que constitui o valor do dinheiro; sua atitude perante os padrões de comportamento de um turista.
Experiências	De tipos de férias; de diferentes destinações; de produtos oferecidos por diferentes agências turísticas; de viajar com determinados indivíduos ou grupos; de buscar preços com desconto.
Cultural	Visitas a lugares de interesse; vivência de outras culturas.

Fonte: Swarbrooke e Horner (2002).

Segundo Plog (1987), os viajantes poderiam ser classificados em grupos psicográficos, de acordo com seu comportamento e motivação durante a viagem. Psicocêntrico são os que preferem viajar para lugares já conhecidos por ele e/ou que já foram visitados anteriormente por uma infinidade de pessoas. Os destinos tendem a ser constantes e previsíveis; allocêntrico são os que preferem buscar locais novos e diferentes, pois tendem a serem mais aventureiros, curiosos, energéticos e expansivos; e o mesocêntrico são os intermediários apresentam o maior número de pessoas que se encaixam em sua descrição, alinhando-se entre os dois perfis já mencionados, e determinam essa tendência. O Quadro 03 apresenta os perfis psicológicos de turistas.

Quadro 03: Perfis psicológicos de turistas.

Alocêtricos	Psicocêntricos
Curiosos, com desejo de aventura	Concentrados nos pequenos problemas pessoais
Atração pelo desconhecido	Inibidos, ansiosos, passivos
Preferem áreas não turísticas	Interesse pelo mundo exterior
Alto nível de atividade	Preferem destinos turísticos já conhecidos ou mais frequentados
Gostam de contatar pessoas de outras culturas	Preferem viagens organizadas
Gostam de liberdade e flexibilidade nos locais de destino	Destinos que não perturbem seus estilos de vida

Fonte: Adaptado do modelo de perfis psicológicos de turistas de Plog (1987).

Conforme a teoria exposta anteriormente, observou-se a importância de conhecer os fatores motivacionais, externos e internos, assim como identificar o perfil dos turistas em potencial, para segmentar o mercado turístico, com produtos e serviços de qualidade no destino, para que seja possível potencializar e prolongar a estadia do turista no local, estendendo sua permanência e proporcionando seu retorno ao destino turístico.

METODOLOGIA

O presente estudo possui caráter descritivo e exploratório, com abordagem qualitativa. A utilização dessa abordagem foi precedida com base na interpretação dos resultados, do qual possui o intuito do contato direto e prolongado do



pesquisador com o ambiente e a situação estudada, visando à compreensão do fenômeno (GODOY, 1995).

Os dados foram analisados de modo interpretativo à luz das teorias de motivação e comportamento, apresentadas ao longo do referencial teórico. Sinaliza-se um estudo inicial realizado mediante pesquisa bibliográfica introdutória sobre a temática na base de dados Google Acadêmico. Além disso, entrevistas foram realizadas entre os dias 27 e 30 de novembro de 2018, utilizando um roteiro semiestruturado com 18 questões abertas (Quadro 04), direcionadas a quatro mulheres que viajaram sozinhas, buscando conhecer o perfil das viajantes, identificar os fatores motivacionais que influenciaram suas escolhas e conhecer alguns aspectos de suas experiências (COLLIS; HUSSEY, 2005; GIL, 2012; ORLANDI, 1999).

A sequência analítica utilizada foi por ordem de respondência, na sequência das questões do roteiro (Quadro 04). As questões foram subdivididas em blocos, o bloco A de abordagens socioeconômicas, e os demais blocos em socioculturais.

Quadro 04: Questões do roteiro de entrevista semiestruturado.

Questões Bloco A	Bloco B	Bloco C
1. Qual sua idade ou faixa etária?	7. Quantas viagens você já fez sozinha?	13. Quais as vantagens em viajar sozinha?
2. Estado civil?	8. Ano em que realizou as viagens?	14. As viagens foram através de agências de turismo, ou foram realizadas de forma independente?
3. Qual sua profissão e área de atuação?	9. Foram viagens nacionais, internacionais ou ambas?	15. Quais as medidas de segurança você utiliza em suas viagens solo?
4. Em média qual sua faixa salarial?	10. Qual foi o principal motivo da viagem?	16. Quais os principais fatores relacionados à insegurança você vivenciou durante suas viagens?
5. Você tem filhos? Quantos?	11. Quais os destinos visitados?	17. Quais os fatores na sua percepção influenciariam para que você não realizasse mais viagens desacompanhadas?
4. 6. Já viajou sozinha?	12. Quais fatores motivaram a escolha dos destinos?	18. Você acredita que suas experiências influenciariam outras mulheres a viajarem sozinhas?

Fonte: Elaborado pelos autores, adaptado do modelo de Swarbrooke e Horner (2002).

Sinaliza-se que houve a preservação do anonimato das mulheres entrevistadas. Os dados foram analisados de forma interpretativa, buscando a compreensão sobre os fatores motivacionais que influenciam essas mulheres

viajantes, com base na importância do reconhecimento desse novo perfil de viajantes, no mercado turístico, bem como a relevância da temática na academia.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

As repostas das entrevistas de cada uma das entrevistadas são apresentadas nos quadros ao longo da seção, relatando alguns aspectos de suas experiências, a constatação do perfil das viajantes e os fatores motivacionais que nortearam suas escolhas. O Quadro 05 apresenta o perfil das viajantes. O bloco A foi subdividido em seis questões, que caracterizam o perfil socioeconômico das entrevistadas.

Quadro 05: Respostas Mulheres viajantes: Bloco A.

Questão 1	M1 -36 anos.	M2 -40 anos.	M3 -34 anos.	M4 - 23anos.
Questão 2	M1 - solteira.	M2 - solteira.	M3 -casada.	M4 -solteira.
Questão 3	M1 -Docente área de turismo.	M2 -Turismóloga docente.	M3 - Turismóloga, Técnica na área.	M4 -estudante de turismo.
Questão 4	M1 - não identificado.	M2 - até 05 salários.	M3 - até 02 salários.	M4 - até 01salário.
Questão 5	M1 -sim, um.	M2 - não.	M3 - sim, um.	M4 -não.
Questão 6	M1 - sim.	M2 -sim, frequente.	M3 - sim.	M4 - sim.

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

A primeira pergunta foi direcionada a faixa etária. Foi perceptível que o público respondente se encontra entre a faixa de 20 a 40 anos; a segunda questão direcionou-se ao estado civil, observando que majoritariamente são solteiras; a terceira foi relacionada à formação e área de atuação profissional, prevalecendo com unanimidade à área do turismo; a quarta questão foi relacionada à faixa salarial, sendo variada entre até 5 salários, caracterizando a maior renda, e até 1 salário a menor renda; a quinta questiona sobre maternidade, caracterizando empate, duas das entrevistadas possuem filhos e as outras duas não possuem. No Quadro 06 são contempladas as questões do Bloco B, que elencam questões socioculturais.

Quadro 06: Respostas Mulheres viajantes: Bloco B.

Questão 7	M1 –uma.	M2 - perdi a conta, inúmeras.	M3 - Várias.	M4 - Mais de 20.
Questão 8	M1 – 2017.	M2 -viagem sozinhas desde os quinze anos; nos últimos dez anos, todo o ano.	M3 - Viagem sozinha desde os 17 anos, todos os anos.	M4 - Desde os meus 16 anos viagem sozinha.
Questão 9	M1 -Nacional.	M2 –Ambas.	M3 - Ambas	M4 – Ambas.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

Questão 10	M1- Conhecer os principais atrativos turísticos.	M2- trabalho, passeio, turismo, visita a familiares.	M3- Intercâmbios, viagens, de cruzeiro á trabalho.	M4- Gosto de conhecer lugares novos, sair da minha zona de conforto e curtir a minha própria companhia em um lugar diferente do que estou acostumada.
Questão 11	M1- Curitiba-PR.	M2- Cidades do Rio Grande do Sul, Pelotas, Rio Grande, Santa Maria, Passo Fundo, Caçapava do Sul, Bagé, Canguçu, Cruz Alta, Carazinho. Já visitei todas as cidades do litoral Uruguiaio até Montevideú.	M3- Posadas na Argentina, Londres na Inglaterra, para Napoli na Itália, São Paulo e Rio de Janeiro.	M4- Chapada dos Veadeiros, Jalapão, Tocantins, Salvador, Porto Seguro, Itacaré, Bahia, Porto de Galinhas, Fernando de Noronha, Pernambuco, Punta Del Diablo, Cabo Polônio e outros.
Questão 12	M1- Atrativos turísticos, desenvolvimento da cidade, proximidade com o local em que eu me encontrava.	M2- conhecer e fazer turismo, ou por necessidades de trabalho.	M3- Motivação de conhecer novas culturas e aprender novos idiomas.	M4 - A beleza natural dos lugares e o clima quente.

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

No Bloco B, as questões foram formuladas a fim de perceber qual o perfil de viagens se adéqua as entrevistadas. A sétima questão é sobre a quantidade de viagens *solo* realizadas pelas entrevistadas, sendo observado, em sua maioria, que costumam viajar frequentemente sozinhas, variando de 1 a 20 viagens *solo*; a oitava aborda os anos em que foram realizadas tais viagens, por ser observada a frequência em viagens a maioria é quase anual, nos períodos citados de 2010 a 2018. A nona questão buscava saber se as viagens eram nacionais, internacionais ou as duas opções, a maioria das respostas afirmam que eram ambas as tipologias; a décima questionava qual o principal motivo das viagens citadas, obtendo como resultados viagens a lazer, trabalho e estudos, bem como a prática turística; a décima primeira buscava saber os destinos visitados, obtendo respostas variadas, entre diversos estados brasileiros, bem como destinos internacionais; e a décima segunda buscava conhecer os fatores que motivaram as escolhas dos destinos, composta por repostas múltiplas, mas que apontaram o desejo de conhecer lugares e culturas novas, seguido de trabalho e estudos, bem como proximidade, foram os fatores que influenciaram as escolhas dos destinos citados.



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

De acordo com a teoria abordada por McIntosh, Goeldner e Ritchie (1995) e exposta no Quadro 01, os tipos de motivação e fatores motivacionais compreendidos através da análise das respostas das viajantes caracterizam-nas como fatores externos às motivações físicas, culturais e interpessoais; já os fatores determinantes internos e pessoais (Quadro 02), segundo o modelo de Swarbrooke e Horner(2002), prevalecem os circunstanciais e culturais, caracterizando-as segundo o modelo de perfis psicológicos de Plog (1987) como turistas mesocêntricas, ou seja, é a tipologia intermediária entre os perfis psicocêntrico e alocêntrico, com características de ambos os perfis. A seguir, o Quadro 07 contempla o Bloco C das questões finais de número 13 a 18.

Quadro 07: Repostas Mulheres viajantes: Bloco C.

Questão 13	M1 -Auto descobrimento, autonomia nas escolhas.	M2 - Praticidade em não depender da agenda de outras pessoas; mas principalmente pela independência e curiosidade diante do destino.	M3 -autoconhecimento, desafios enfrentados sozinha no exterior que me fizeram amadurecer como pessoa. Viajando sozinha também percebi que não precisamos de muito para viver, conhecer pessoas, manter contato.	M4 - Você se conhece melhor, superam medos, inseguranças e aprende a resolver qualquer coisa sem precisar de ajuda.
Questão 14	M1 – independente.	M2 - das duas formas, porém mais viagens independentes.	M3 - Das duas formas, a primeira independente, o restante com agências e operadoras.	M4 – Independentes.
Questão 15	M1 - Utilizar táxi à noite.	M2 - Nenhuma. Diferente das usada em grupo. Não me sinto insegura.	M3 - Seguro saúde copias dos documentos, cartão Credito/debito internacional.	M4 - Estar sempre com o celular carregado, informar o local para amigos ou família, tomar cuidado ao sair à noite, usar mala pequena que não chame muita atenção.
Questão 16	M1 - Não vivenciei.	M2 - Observo que os estabelecimentos não estão preparados para receber mulheres viajando sozinha, seja em hotéis, restaurantes e postos de gasolina. A expressão dos atendentes, muitas vezes, reflete a admiração ou espanto de receber	M3 - Preferencialmente sair de dia, atentar-se aos meios de transportes e horários.	M4 - Sofrer preconceito em determinados lugares por ser mulher e estar sozinha à noite em um bar, por exemplo. Isso deixa qualquer mulher insegura.



		uma única pessoa viajando.		
Questão 17	M1- Assalto e qualquer tipo de ameaça a minha integridade física.	M2- Nenhum contínuo e continuarei viajando sozinha.	M3- Atualmente quando viajo, vou acompanhada pela família.	M4- Nunca sofri algum tipo de violência em minhas viagens, mas se caso acontecesse, seria o principal fator para não viajar sozinha.
Questão 18	M1- Se eu tivesse a oportunidade de compartilhá-las, seria possível.	M2- Acredito que sim.	M3- Com certeza. Até hoje muitas amigas me pedem dicas dos lugares que conheci. Também tenho amigas que todos os anos viajam sozinhas.	M4- Sim. Influencia. No decorrer das minhas viagens, conheci muitas mulheres com o mesmo propósito que o meu, mas que não tinham o incentivo necessário para cair na estrada e absorver experiências.

Fonte: Elaborado pelos autores (2018).

O último bloco revela o perfil dessas mulheres viajantes, bem como os fatores motivacionais que influenciam suas viagens. A questão décima terceira é relacionada às vantagens de viajar sozinhas, observando como repostas a independência e autonomia, o autoconhecimento, bem como conhecimento de mundo; a décima quarta questão é sobre de que forma foram realizadas as viagens, prevalecendo às viagens de forma independente; a décima quinta indaga quais as medidas de segurança são utilizadas em suas viagens *so/o*, como resultado múltiplo, como cuidados ao sair à noite, qual meio de transporte utilizar, seguros saúde/viagem, documentação, informar alguém sobre a viagem, estar com algum meio de comunicação; décima sexta é sobre os principais fatores relacionados à insegurança que vivenciaram, prevalecendo o fato de estar sozinha e os preconceitos que acometem; décima sétima questiona quais os fatores que influenciariam não viajarem mais sozinhas, prevalecendo à integridade física e como fator de desistência, a violência, porém nenhuma delas pretende parar com suas viagens. A última questão é se elas acreditam que suas experiências podem influenciar outras mulheres a viajarem sozinhas, unanimemente acreditam que suas experiências influenciariam e incentivam demais mulheres a realizarem viagens *so/o*.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

A importância da temática abordada nesse estudo se faz necessária para o crescimento da compreensão de um novo segmento de viagens, do qual o público alvo deve ser conhecido e compreendido, para que melhorias sejam desenvolvidas nesse mercado turístico, e que, este último, esteja preparado para atender mulheres que viajam sozinhas. Com enfoque para academia, sugere-se que invistam em mais pesquisas sobre a temática, ampliando o campo de estudos sobre mulheres e viagens, em outras abordagens e áreas de conhecimento, visto ser ainda pouco explorada e apresentar relevância no assunto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contextualizando o objetivo desse estudo, que caracterizava-se em identificar quais os fatores motivacionais que influenciam mulheres a viajarem sozinhas e levando em consideração os dados coletados, conclui-se que a faixa etária das viajantes se relaciona com a independência financeira, assim como o estado civil e a maternidade, que influenciam no modo de viajar. Observou-se que a maioria das viagens foram realizadas antes da maternidade, ou em um longo intervalo da mesma. Essas viagens foram realizadas em sua maioria de forma independente, sendo ainda mais comum para viagens nacionais, utilizando de agências e operadoras para viagens diferenciadas, como cruzeiros, intercâmbios e viagens internacionais.

Os resultados indicaram ainda questões relacionadas à insegurança, pelo fato de tratar-se do sexo feminino, abordando medidas preventivas, como informar sobre a realização da viagem, recomendações foram sugeridas, como estar com meio de comunicação, utilizar meios de transportes que passem mais segurança, assim como priorizar o dia para passeios, quanto aos passeios noturnos indicação de maiores precauções. Os fatores motivacionais que foram identificados neste estudo caracterizaram-se em motivações físicas, culturais e interpessoais, já os fatores



determinantes prevalecem os circunstanciais e culturais, caracterizando-as como turistas mesocêntricas.

Aponta-se como limitação desse estudo a temática pouco explorada, o estudo encontrar-se em fase inicial, e a relação das entrevistadas com a área do turismo, seja como atuação profissional ou área de estudo. Sugere-se que pesquisas futuras abordem essa temática, ampliando o campo de estudos sobre mulheres e viagens, em outras abordagens, direcionadas a qual o papel das políticas públicas no segmento de mulheres viajantes, ou abordagens voltadas a mulheres profissionais do turismo, um estudo sobre o mercado de trabalho para mulheres.

REFERÊNCIAS

ANSARAH, M. G. R; NETTO, A P. **A Segmentação dos Mercados como Objeto de Estudo do Turismo**. Disponível em:

<<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/25.pdf>>. Acesso em: 29/11/2018.

BARBOSA. G. S.; LAGE A. C. **Revista Lugares de Educação [RLE]**, Bananeiras-PB, v. 5, n. 11, p. 92-103, Ago.-Dez., 2015 ISSN 2237-1451.

BATLIWALA, S. **“Grassroots Movements as Transnational Actors: Implications for Global Civil Society.”** Voluntas:

International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations, Vol. 13, No. 4, 2002.

BEERLI, A.; MARTÍN, J. D. **Factors Influencing Destination Image.**

Annals of Tourism Research, 31(3), pp. 657-681, 2004b.

<<https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.01.010>>. Acesso em: 09/05/2019.

CARVALHO, G; BAPTISTA, M. M; COSTA, C. **Mulheres que Viajam Sozinhas: Um Estudo sobre Medo e Gênero.** Revista turismo e desenvolvimento. Disponível em:

<<http://revistas.ua.pt/index.php/rtd/article/view/7779/6222>>. Acesso em: 28/11/2018.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

COSTA, C. L. **O sujeito no feminismo: revisitando os debates.** Cadernos Pagu, 19, 59-90, 2002.

DANN, G. M. S., **Tourist Motivation: An Appraisal.** Annals of Tourism Research, VIII (2):187–219, 1981.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6a ed. 5a reimpr. São Paulo: Atlas, 2012.



GODOY A. S., **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais**. Rev. adm., empres. vol.35 no.3 São Paulo May/June 1995. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75901995000300004>.

Governo do Brasil. **Viajantes brasileiras**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2017/03/pesquisa-aponta-que-17-8-das-mulheres-brasileiras-preferem-viajar-sozinhas>>. Acesso em: 28/11/2018.

GURGEL, T. **Feminismo e Luta de classes**: História, Movimento e Desafios Teórico-Políticos do Feminismo na contemporaneidade. In: FAZENDO GÊNERO 9-DIASPORA, DIVERSIDADES, DESLOCAMENTOS, 9.2010, Florianópolis. Anais Universidade Federal de Santa Catarina, 2010. Disponível em: <<http://www.mulheresprogressistas.org/AudioVideo/FEMINISMO%20E%20LUTA%20DE%20CLASSE.pdf>>. Acesso em: 29/11/2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO DO BRASIL. **Mulheres que viajam sozinhas - turistando**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/podcast/item/1331-1-mulheres-que-viajam-sozinhas-turistando.html>> Acesso em: 05/12/2018.

MCINTOSH, R. W.; GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. B. **Tourism, Principles, Practices, Philosophies**. New York: Wiley, 1995. 544 p.

MCNAMARA D. S., **Strategiestoreadandlearn: overcominglearningbyconsumption**<<https://doi.org/10.1111/j.1365-2923.2009.03550.x>> Acesso em: 13/05/2019.

NARVAZ, M. G.; KOLLER, S. H. **Metodologias Feministas E Estudos De Gênero: Articulando Pesquisa, Clínica E Política**. Disponível em: ><http://www.scielo.br/pdf/pe/v11n3/v11n3a20.pdf>< Acesso em: 29/11/2018.

NOGUEIRA, C. **Feminismo e discurso do gênero na psicologia social. Psicologia e Sociedade**, 13(1), 107-128, 2001.

PISCITELLI, A. **“#queroviajarsozinhasemmedo”**: novos registros das articulações entre gênero, sexualidade e violência no Brasil. Cadernos Pagu. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010483332017000200309&script=sci_arttext&tIing=pt> Acesso em: 28/11/2018.

PLOG S. C., **The Power ofPsychographicsandtheConceptofVenturesomeness**, 2002, <https://doi.org/10.1177/004728750204000302>. Acesso em: 04/05/2019.

REIS, A. M. **Mulheres E Viagens:Insegurança E Medo?** Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/4403/1/Alana%20Martins%20Reis.pdf>> Acesso em: 01/12/2018.

RODRIGUES, L. de A. **Mulheres no exterior:um estudo sobre medo e gênero**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Bacharelado em Ciências Sociais, 2015.

ROSS, G. F. **Psicologia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2002. 174 p.



SANTOS, S. M. M.; OLIVEIRA, L. S. **Igualdade nas relações de gênero na sociedade do capital: limites, contradições e avanços**. Revista Katálysis, v. 13, p. 11-19, 2010.

SARDENBERG, C. M.B. **Conceituando “Empoderamento” na Perspectiva Feminista**. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6848/1/Conceituando%20Empoderamento%20na%20Perspectiva%20Feminista.pdf>>. Acesso em: 07/12/2018.

SILVA, L. J. **#itravelso**: Proposta de uma Aplicação Móvel para Mulheres que Viajam Sozinhas. Disponível em: <<https://ria.ua.pt/bitstream/10773/23052/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em: 28/11/2018.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo**, Aleph, 405 páginas, 2002.