

TÍTULO: A PERCEPÇÃO DA HOSPITALIDADE NO TURISMO POR MULHERES QUE VIAJAM OU QUEREM VIAJAR SOZINHAS OU SEM A PRESENÇA MASCULINA.

Fausi Kalaoum¹
Jackline Dias do Nascimento²
Camila Cristina Rodrigues³

Resumo: A escassez de dados sobre mulheres que já viajaram ou pretendem viajar sozinhas, sem companhia masculina, em território nacional é evidente. Este trabalho tem como objetivo geral compreender as experiências de hospitalidade comercial e urbana vivenciadas por essas mulheres. A pesquisa também visa analisar, por meio de dados bibliográficos e estatísticos, as vivências de mulheres que viajam desacompanhadas, bem como compreender esse público-alvo, elaborar um perfil turístico e, por fim, identificar as percepções de violência e segregação dos espaços em razão do gênero. Para isso, foi realizado um levantamento bibliográfico com critérios de inclusão e exclusão, para um melhor entendimento sobre o tema. Posteriormente, desenvolveu-se um levantamento das experiências do público-alvo, optou-se por uma abordagem quantitativa de caráter descritivo, com a aplicação de questionários on-line por meio do Google Forms. Os resultados da pesquisa, demonstram a criação de um perfil detalhado, em que se pode extrair dados e debates pertinentes sobre a sociedade brasileira e o turismo como fenômeno social. Além disso, também se observa como a violência ou o medo estão presentes nas experiências de viagens dessas mulheres. Conclui-se que, embora o turismo brasileiro apresente uma boa recepção a esse tipo de turista, por ser um fenômeno social que carrega as consequências de processos históricos e sociais, ainda reforça atos de violências e papéis sociais que coíbem a autonomia feminina.

Palavras-chave: Mulher; Turismo; Hospitalidade; Segurança; Viagem.

INTRODUÇÃO

Apesar de pesquisas apontarem que o número de mulheres que viajam desacompanhadas de figura masculina ser maior do que figuras masculinas que viajam desacompanhados de figura feminina, não há, ainda, um documento institucional do Ministério do Turismo que oriente o bom recebimento (hospitalidade) desse grupo de viajantes (há, por sua vez e já em segunda edição, um guia para a população LGBTQIAPN+). A falta desse documento evidencia uma oportunidade para essa pesquisa, ao mesmo tempo em que a justifica.

Outro apontamento pertinente é que, durante a primeira etapa desse projeto de pesquisa – que se trata de uma Iniciação Científica de aluna de graduação em turismo que há pouca pesquisa bibliográfica sobre mulheres no turismo, foi percebida

¹ Professor Assistente Doutor, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana. Estuda planejamento e gestão pública do turismo e possui interesse em estudos da epistemologia, metodologia e gênero. E-mail: fausi.kalaoum@unesp.br

² Aluna da graduação em Turismo, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana. E-mail: jackline.nascimento@unesp.br

³ Aluna da graduação em Turismo, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana. E-mail: camila.c.rodrigues@unesp.br

a pouca quantidade de trabalhos acadêmicos que falassem sobre a experiência das mulheres como turistas, ainda mais como turistas desacompanhadas de figura masculina. Ambos os fatos apresentados trazem à tona uma invisibilidade ou pouca profundidade tanto institucional quanto científica sobre o assunto.

Apesar do cenário negativo, há também medidas que podem ser consideradas avanços no incentivo e atendimento a esse público. Em novembro de 2024, o Ministro do Turismo assina um acordo com a Organizações das Nações Unidas (ONU) Mulheres tanto para as mulheres turistas, como para as que estão ativamente trabalhando no setor, em prol da equidade de gênero e empoderamento das mulheres nos mais variados serviços do turismo. Outro exemplo de ação do Ministério do Turismo (MTur) com o público-alvo da nossa pesquisa foi a realização de uma campanha com a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH), a campanha que oferece 15% de desconto em hospedagens para mulheres que viajam sozinhas, com validade até março de 2026.

Essa percepção de acolhimento por parte do Ministério do Turismo tem motivo, pois, quando é falado da posição da mulher em sociedade, bem como da sua liberdade e seu lazer, é perceptível que o “*lugar*” que alcançaram está longe de ser o ideal. Essa não é uma percepção infundada, mas está visível nas notícias e dados sobre a violência contra o gênero. Essas preocupações na questão da mobilidade física e social que a mulher enfrenta não são recentes: dados fornecidos pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) apontam que, pelo menos na última década (2012-2022), 48.289 mulheres foram assassinadas no Brasil. Só em 2022, o número é de 3.806 vítimas. Estima-se que esse número pode ser maior, já que muitas mortes não foram determinadas.

No imperativo de fazer algo em paralelo a isso, surge a tentativa e busca por punição dos agressores, com a Lei do Feminicídio (Lei 13.104, de 2015), que completou 10 anos de criação no dia 7 de março de 2025, além dos mecanismos e ações públicas que ocorrem por parte da Política Nacional em procurar alinhar as áreas da saúde, segurança pública, assistência social e justiça, pois, quando articulados, promovem um melhor resguardo e atendimento segundo aos direitos previstos em leis e na Política Nacional de Enfrentamento à Violência contra as Mulheres, criada em 2011 (Brasil, 2011).

Todas essas ações são importantes, já que o turismo como fenômeno social, abarca as consequências de todas essas áreas sociais anteriores, desse modo carregando as questões e problemáticas que acontecem com as mulheres em

sociedade. Com isso, objetivo geral dessa pesquisa é nortear as experiências de hospitalidade comercial e urbana das mulheres que viajam sozinhas ou em companhia somente de outras mulheres, nos espaços privados e públicos. Além disso, os objetivos específicos são: analisar por meios dos dados bibliográficos e estatísticos as experiências de mulheres fazendo turismo sem a presença masculina, compreender esse público alvo e formar um perfil turístico do mesmo e por fim identificar as percepções de violência e segregação dos espaços por causa do gênero.

No que diz respeito da metodologia, esse trabalho apresenta abordagem majoritariamente quantitativa, por meio de aplicação de questionários que foram distribuídos on-line por meio da ferramenta *Google Forms*. Enquanto critérios de exclusão estão: mulheres menores de idade e mulheres que nunca viajaram desacompanhadas de figura masculina no Brasil (já que essa pesquisa estabelece enquanto recorte geográfico as viagens domésticas). Ao todo, foram coletadas 149 respostas válidas e o método de análise ocorreu por meio da estatística descritiva. Assim, pode-se afirmar que a tipologia dessa pesquisa é descritiva.

Ao que segue nas seções, será discutida a literatura sobre mulheres que viajam desacompanhadas de figura masculina, bem como o conceito de hospitalidade comercial e pública/urbana, as principais norteadoras para o objetivo maior desse projeto (que está na sua segunda etapa) que é a produção de uma Cartilha de Hospitalidade e que será encaminhada ao MTur. Enfatiza-se, no entanto, que esse objetivo maior **não é o objetivo desse artigo** (grifo nosso), como já mencionado acima. Além da discussão teórica, há também a seção de método que descreve com minúcia o desenho metodológico desse trabalho. A seguir, os principais resultados encontrados e a aplicação prática dessa pesquisa.

REFERENCIAL TEÓRICO

A Constituição Federal, como mencionado no Artigo 5º, garante a liberdade de locomoção no território nacional, permitindo a entrada, permanência e saída com bens. “É livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens”. Outro direito, dentro de uma perspectiva jusnaturalista e previsto no referido artigo, é o do direito à vida e à dignidade (essa, logo no primeiro artigo da carta magna). Apesar de reconhecidos direitos. objetivos no ordenamento jurídico brasileiro, o que se manifesta na realidade social é bem distinto: no que se refere à questão da mobilidade física e social da mulher, dados fornecidos pelo FBSP (Fórum Brasileiro de Segurança

Pública) apontam que, pelo menos na última década (2012-2022), 48.289 mulheres foram assassinadas no Brasil. Só em 2022, o número é de 3.806 vítimas. Ainda se estima que número pode ser maior, já que muitas mortes não foram determinadas. No ano seguinte, segundo dados da Amnesty International - Brasil indicaram que:

“Dados do Anuário da Segurança Pública do Brasil apontam para um aumento da violência contra a mulher. Um relatório publicado em julho afirma que, em 2023, o Brasil registrou 1.467 feminicídios, um aumento de 0,8% em relação ao ano anterior, sendo 63% contra mulheres negras e 64% em domicílio. Houve 258.941 relatos de agressões físicas, um aumento de 9,8%. Houve 894.511 casos de violência psicológica, ameaças e perseguição, todos com aumento. Foram concedidas 540.255 medidas protetivas de urgência, 26,7% a mais que no ano anterior. A violência sexual também aumentou, com 83.988 estupros, um aumento de 6,5%, dos quais 88% foram contra mulheres e meninas, 52% contra pessoas negras e 76% contra crianças menores de 13 anos. Apesar desses números, o Mapa Nacional da Violência de Gênero constatou que 61% dos incidentes não são denunciados.”

É somente por meio da segunda onda feminista no século XX, que houve reivindicações por mais igualdade social e direitos reprodutivos, resultando na detenção de maiores direitos sobre seus próprios corpos e liberdades individuais e coletivas. O espaço público se manifesta como “lugar” de ação e palavra, denominado como “espaço público político” (Arendt 1993).

Com os pensamentos alinhados da política dos espaços públicos, entendido também com espaço social de lutas, onde permeiam diversos movimentos (comerciais, sindicais, sociais etc.) e seus atos são por meio de partidos, políticos

Compartilhando dessa visão da função política do espaço público, defende que o mesmo pode ser entendido como “espaço social de lutas”, as quais englobam diversos movimentos (sociais, populares, sindicais, etc) e suas ações permanecem politicamente por meio de partidos, políticas públicas, sociais, econômicas, o próprio Estado de Direito.

Já para Abrahão (2008, p. 155), os espaços públicos são como lugares em que os direitos dos cidadãos estão garantidos, bem como o uso da cidade, a acessibilidade à memória, segurança, informação, conforto, circulação, além do acesso visual à arquitetura e à estrutura urbana. Consequentemente é percebido que o espaço público é um ambiente ao qual é pertence-te a todos cidadãos, os acolhendo e harmonizando independente dos seus interesses, classes econômicas, religião, raça, sexo ou mesmo gênero.

O conceito de espaço público tem relação direta com a hospitalidade pública/urbana e com o turismo. Por uma perspectiva filosófica, é um imperativo ético: acolher o outro, o estrangeiro, reconhecendo sua dignidade. Em vista, um

socioantropológico é um rito de passagem, onde receber bem é integrar o outro à comunidade, reforçar vínculos sociais e valores culturais.

Reforçando essa percepção, Marcelino (2018) afirma que a palavra hospitalidade se origina nos radicais latinos *hostis* e *hospes*, que com o passar do tempo sofreram alterações em seu significado, mas ao que tudo indica seu sentido é de um papel de *senhor* ou *aquela que tem a autoridade* sobre um grupo familiar, ou estado ou em outro espaço que possa representar essa autoridade. Atualmente, a substituímos por ‘anfitrião’, termo qual é utilizado para expressar *um sujeito que recebe*, propiciando uma compreensão mais fácil, nos estudos contemporâneos de hospitalidade.

Sobre *hostis*, é o qual mais se aproxima de hostilidade. Não se tem dados concretos de quando seu sentido mudou para ‘inimigo’. Essa duplicidade de sentidos [hóspede/inimigo] acontece ao se deparar com um estrangeiro, porque ao mesmo tempo que se pode ter um estrangeiro amigável, pode-se existir também o inimigo (Marcelino, 2018).

De modo geral, a hospitalidade pode ser considerada uma virtude que se aguarda receber quando se encontra com o estranho, alguém que ainda não é, mas deve ser reconhecido como o outro (ressalta-se que todo estranho é estrangeiro). Logo após esse encontro, o cerne dele se encontra em entender sobre seu resultado, essa busca por algum vínculo social gerou aproximação ou não?! (Camargo, 2015, p. 85).

Neste sentido a hospitalidade é “considerada um fenômeno social que se manifesta em espaços domésticos, comerciais, públicos e virtuais. É o ato humano de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat (Camargo, 2003)”. Ao sair da sua casa, todo anfitrião transforma-se em hóspede nos espaços que transita.

Atualmente, depois de todas as mudanças sociais na contemporaneidade, as ciências sociais tendem obrigatoriamente a se reinventar, seja na globalização ou na crescente visão individualista e utilitária do ser humano (Calhoun, 2014). Como explicado acima, é perceptível que a Hospitalidade se opõe em seguir o mesmo caminho, “interessa-lhe a proximidade e o encontro, e este é talvez o seu principal significado face às lógicas da globalização e do individualismo (Camargo, 2015, p. 44)”.

Camargo (2015) menciona as leis da hospitalidade que regulam as relações sociais. Essas relações interpessoais exigem um ritual de hospitalidade que

o autor entender como “chegar ao bom termo”. Ao pedir uma informação, qualquer indivíduo estará diante do seu anfitrião e procurará manter um comportamento que passe confiança, sendo inferido a começar com formalidade, exemplo do “por favor”. Como é pressuposto que essa regulação aconteça também em todos os espaços, já que hospitalidade é um fato social.

GÊNERO EM MEIO A HOSPITALIDADE.

Em 2008, a socióloga Mimi Sheller já alertava para a demanda urgente por estudos de gênero no planejamento, projeto e prática de mobilidades relacionadas ao Turismo, considerando que elas não são livres e irrestritas. Estudar mobilidades é estudar também imobilidades e toda uma série de regras, convenções e instituições de regulação e controle, bem como distinção e desigualdades de gênero como “uma das convenções e instituições pelas quais a mobilidade é “diferenciada” (Sheller, 2008, p. 257).

Continuando, a autora menciona que o direito de mobilidade inclui o fato de que as mulheres não devem ser submetidas a assédio sexual, assim então, a mobilidade reflete sobre a injustiça de classe, gênero e outras injustiças. É necessário o debate sobre a imobilidade desigual e sua interconectividade. Esses debates tendem ir além da mobilidade dentro das áreas urbanas, abrangendo a mobilidade transfronteiriça de refugiados e migrantes, mobilidade de turistas, viajantes, estudantes, trabalhadores, entre outras.

Como supracitado, os espaços públicos nas cidades tendem a estabelecer relações pelas ruas, essas normalmente se encaixam na hospitalidade urbana. Mediante a isso, as mulheres viajantes – desacompanhadas de figura masculina ou com outras mulheres – tendem também em fazer parte de análise de hospitalidade urbana e dados estatísticos de violência voltados a mulher turista.

Em meio a compreender o lugar ao qual o gênero permeia espaços públicos e a hospitalidade. Surge a necessidade de conceituar o gênero, o qual trata-se um elemento que integra as relações sociais baseadas nas diferenças notáveis entre os sexos, uma forma primária de dar significado às relações de poder. Esse que ganha ainda mais notoriedade a partir da segunda onda feminista no início da década de 1960, se deu a estrutura teórica e metodológica com o intuito de fortalecer as lutas de empoderamento da mulher, caminho contra opressão das sociedades patriarcais. (Scott, 1995; Meira, 2014; P. T. Silva; Oliveira, N. A.; Gabriel, K. C.; Almeida, H. J. A, 2022).

Ao analisarmos a relação das mulheres com turismo, chegamos ao termo “turismo feminino” pesquisas relacionadas revistas femininas da moda do século XX, constam seções padrões de moda e comportamento (aceitáveis ou não) para mulheres viajantes.

Importante ressaltar que antes do movimento social feminista, algumas mulheres já se recusaram os papéis de gênero previstos na época e assumiram os riscos de longas viagens.

Segundo Antonioli (2015) refere se ao “turismo feminino” como viagens turísticas realizadas por mulheres, apresenta-se o cenário visto, ainda, como nicho de consumo. Segundo a autora, a tratativa de mulheres viajantes está centrada nesses artigos, é principalmente voltada ao “turismo romântico”, (ou turismo romance) e “turismo sexual feminino”, quando os estudos referentes a mulheres oriundas de países desenvolvidos em viagens turísticas a países pobres onde, eventualmente, estabelecem relacionamentos afetivo-sexuais com homens locais. Menciona ainda, que em estudos atuais, mulheres em busca meios de hospedagem com exclusividades femininas.

O ambiente hostil para os interessados em questões de gênero no turismo, surgiu da perspectiva mais crítica, confrontando as atuais representações políticas, modificações culturais, hegemonia e globalização. Acompanhando o pensamento os movimentos de direito social e feministas (Pritchard et. al 2007)

Segundo Fazito (2012 p. 5), essa guinada crítica nos estudos do turismo ocorreu na virada do milênio, com a guinada cultural, com o objetivo de produzir conhecimento que não fosse focado apenas em economia e negócios.

As pesquisas que investigam a mulher como turista, como pessoa que se desloca no mundo e que tem sua mobilidade constituída a partir de valores patriarcais que as norteiam, onde deve ir, com quem, com que roupa etc. É fato que, homens e mulheres experienciam o turismo de maneira diferente e que papéis de gênero, ainda que sejam adaptados de acordo com o contexto histórico e cultural, também são reproduzidos no turismo (Berdychovsky et al. 2013).

O brasileiro tem um talento natural para com a hospitalidade doméstica, que se estende de certa forma para o domínio da hospitalidade comercial. Para alguns autores esse talento vem como herança da colonização portuguesa, responsável pela definição do caráter na medida em que permanece ativa a influência dos padrões de convívio humano formados no meio rural e patriarcal. Ou seja, essa “cordialidade” do

brasileiro traz consigo uma série de problemas históricos e socioculturais (Prado, 1987; Holanda, 1995).

Atualmente, ainda que vários atravessamentos ocorram para que mulheres tenham liberdade de viajar, é fato que há um crescente movimento de mulheres viajando sozinhas (Carvalho, Baptista & Costa, 2015) ou mesmo em companhia de outras mulheres, é necessário maiores estudos sobre o tema. Uma pesquisa realizada recentemente pelo Ministério do Turismo revela que 17,8% das mulheres brasileiras preferem viajar sozinhas e a principal motivação dessa preferência seria o desejo de viver novas aventuras, independentemente de ter ou não companhia. Das mulheres entrevistadas, 62,4% pretendiam viajar pelo Brasil.

Para Tribe (2007), as qualidades fundamentais da teoria crítica são sua preocupação com a análise de relações de poder e ter como principal objetivo um interesse em emancipação. Essa abordagem crítica de turismo, trazida por Tribe busca entender de quem são os interesses mais aceitos, o que expõe o exercício do poder e a influência da ideologia num contexto de pesquisa, com o objetivo de desenvolver ideias de utopia e de uma vida melhor em turismo.

METODOLOGIA

Toda pesquisa tem como um dos seus principais objetivos o de elucidar problemas ou situações que exijam considerações e procedimentos novos ou adaptados às novas realidades ou transformações sociais. Conforme afirma Veal (2011), a pesquisa científica fornece avanços para a sociedade humana ao introduzir novos elementos de reflexão e debate. Para essa etapa desse projeto de pesquisa, optou-se por uma abordagem quantitativa, por meio de aplicação de questionários on-line através do *Google Forms*.

A elaboração de um questionário, por sua vez, requer alguns cuidados metodológicos, entre eles, a própria revisão da literatura que será utilizada como base teórica na construção das perguntas. Para essa investigação, a principal teoria utilizada foi a da hospitalidade, focando nos espaços urbanos/públicos e comerciais. Ao todo, foram elaboradas 60 perguntas que foram distribuídas nas seguintes seções: filtragem do público-alvo; perfil socioeconômico; planejamento de viagem; hospitalidade e segurança em lugares públicos ou privados; e dicas/experiências de outras mulheres e sua relevância; possibilidade de contato para uma entrevista. Apesar da extensão da ferramenta, especificamente nesse trabalho só serão

abordadas as seções que dizem respeito do perfil socioeconômico, do planejamento da viagem e da hospitalidade e segurança nos lugares. A última seção, a que pede a avaliação das mulheres sobre dicas (utilizando escala likert como instrumento de mensuração), será trabalhada em escrita posterior. Já o contato para a entrevista é informação estruturante para a próxima etapa desse projeto maior, quando serão coletados dados qualitativos.

Além da estruturação do questionário, outro cuidado metodológico tomado foi o de incluir um *raport* informando quem estava produzindo a pesquisa, bem como o seu objetivo principal. Também foi posto um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), já que pesquisas das Ciências Sociais Aplicadas comumente não são exigidas em Comitês de Ética.

Para podermos entender e dividir conhecimentos na sociedade, é preciso seguir as observações nas redes sociais, pois ali também ocorrem interações por meio da tecnologia (Kozinets, 2014, p. 9). Assim, no que se refere à distribuição, foram utilizadas estratégias de propagação específicas em redes sociais como grupos de viagem no WhatsApp, Reddit, Facebook e Telegram. O foco principal no início da propagação era escolher grupos que pudessem ter como interesse geral “viagem”, sempre especificando o questionário nesses grupos com um texto inicial (raport) e hashtags específicas: #mulheres; #mulheresqueviajamsozinhas; #mulheresviajantas; #viagemsozinha.

A coleta de dados ocorreu entre 18/04/2025 e 28/04/2025, obtendo 149 resposta válidas, e que são apresentas por meio da estatística descritiva. Esse número, por ora, apresenta grau de confiabilidade em 95% e 8% de margem de erro. Apesar da margem de erro alta, enfatiza-se que a pesquisa ainda está em andamento e busca a redução para 6%, objetivando, no total, coletar dados de 276 mulheres.

Finalmente, cabe mencionar mais dois cuidados metodológicos tomados pela equipe de pesquisadores: em primeiro lugar, as perguntas que se enquadraram enquanto critério de exclusão encerraram o questionário automaticamente, sendo elas: idade menor que 18 anos e mulheres que nunca viajaram desacompanhadas de figura masculina no Brasil. O encerramento do questionário é uma medida importante, pois, evita o erro das análises de dados, já que as respostas consideradas inválidas não entram no conjunto de respostas válidas; outra medida diz respeito da marcação de todas as perguntas como obrigatórias. Essa precaução evita que perguntas consideradas mais sensíveis (como a renda individual e familiar) fossem deixadas em branco.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

1. Resultados por meio do questionário: o perfil.

Afunilado o público-alvo dessa pesquisa (eliminando, portanto, aquelas que não se enquadram nos critérios supracitados), buscou-se por identificar, na primeira seção, o perfil socioeconômico das respondentes. No que diz respeito a faixa etária, obteve-se os seguintes resultados em números totais (sendo o total de respondentes, n=149).

Título: Qual é a sua idade?

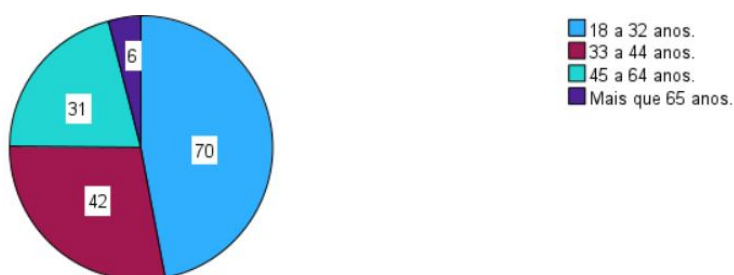


Gráfico 1. Fonte: elaboração dos autores, baseada em dados primários coletados.

Logo após, se identifica os locais de origem, determinando em maiores quantidades a região (Sudeste do Brasil, 50,3%), bem como a sexualidade (Heterossexual, 73,8); sua identificação de gênero (Cisgênero, 98,7); e sua autoidentificação de cor de pele (Branca, 65,1%); seu nível educacional (pós-graduação completa, 55,7%); solteira, 69,1%; trabalha no regime CLT (35,6%); não se caracterizando como PCD (96%); sem filhos (74,5%); com uma renda mensal individual e familiar de 1 a 4 salários mínimos (54,4%; 40,3%).

Título: Qual a cor da sua pele?



Gráfico 2. Fonte: elaboração dos autores, baseada em dados primários coletados.

Através desse perfil, é possível levantar alguns debates, pois temos uma amostragem relevante que problematiza a sociedade brasileira. Como, por exemplo, é identificado que há uma invisibilidade ou mesmo dificuldade de viajar por mulheres de outras cores, fazendo com que seja necessário o levantamento de debates raciais de suma importância para o turismo. Já que os nossos resultados divergentes dos dados do censo de 2022, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 92,1 milhões de pessoas se declaram pardas, o equivalente de 45,3% da população do país. Desde 1991, esse contingente não superava a população branca, que chegou a 88,2 milhões (ou 43,5% do país). Outras 20,6 milhões se declaram pretas (10,2%) enquanto 1,7 milhões (0,8%) se declaram indígenas e 850,1 mil (0,4%) se declaram amarelas. É possível entender a marginalização atribuída a pessoas negras, principalmente mulheres, por diversos fatores, no âmbito do turismo, muitas vezes vistas na posição de mediadora de serviço, mas não como turista. Com isso, também se faz necessário o levantamento de dados pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), que em 2024, das vítimas de feminicídio, 63,6% eram mulheres negras, 71,1% com idade entre 18 e 44 anos. Na questão de crimes de ódio, o racismo teve aumento para 11.610 casos, um aumento de 77,9%. A injúria racial se encontra com 13.897 casos. O Brasil tem um longo histórico colonial escravocrata, as sequelas desse regime estão enraizadas em um racismo estrutural e exemplificadas com os dados acima.

“[...] o racismo cotidiano pode ser definido como um processo no qual: a) as noções racistas socializadas se incorporam a significados que voltam as práticas imediatamente definíveis e manejáveis; b) as práticas com implicações racistas se voltam em si mesmas familiares e repetitivas; c) as relações raciais e étnicas subjacentes se materializam e se reforçam através destas práticas rotineiras ou familiares nas situações da vida cotidiana”
Essed, 2010, p. 148.

Ao mesmo tempo que essa construção se perpetua, os efeitos no turismo também são visíveis. O valor simbólico que é colocado nos elementos que compõem a experiência de quem realiza a viagem acontece também o que é chamado de intersubjetividades, inferindo assim no acesso aos espaços, quem entra ou não, debates levantados por Ferreira e Casagrande (2018). Nessa visão, esses elementos são fontes de estigmas, os quais que realimentam atos de segregação instaurados na sociedade.

Os próximos resultados que partem desse questionário estabelecem que as mulheres são viajantes que buscam diferentes tipos de segmentos. Desse modo, mostram uma imersão e interesse por outros segmentos do turismo bem

estabelecidos. A maior proporção de respostas, em porcentagens, seria 8,1% viajando principalmente por motivos culturais, sol e praia, negócios e eventos. Quando o assunto parte para situações de violência, medo ou insegurança em locais permeados pelo senso do “bom receber” que vem da hospitalidade, esse que determinamos aqui os locais de hospedagem comercial, os dados mostram que a maioria das respondentes sinaliza experiências positivas:

Título: Nas suas experiências de hospedagem, já se sentiu bem recebida, acolhida ou mesmo protegida, enquanto mulher viajando sem a presença masculina?

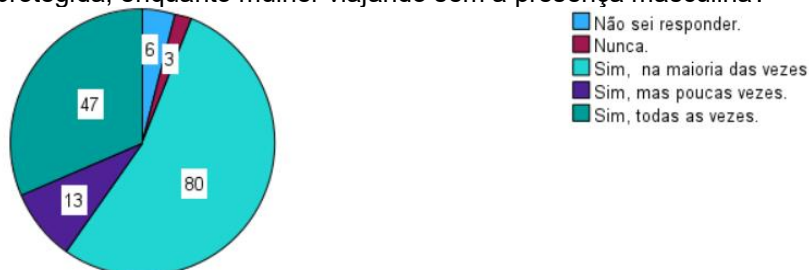


Gráfico 3. Fonte: elaboração dos autores, baseada em dados primários coletados.

Especificamente, quando colocamos luz aos dados da sensação de hospitalidade nos locais que são atrativos turísticos (culturais e naturais), os resultados também são positivos:

Título: Nas suas experiências em atrativos turísticos (culturais e naturais), você se sentiu bem recebida, acolhida ou protegida?

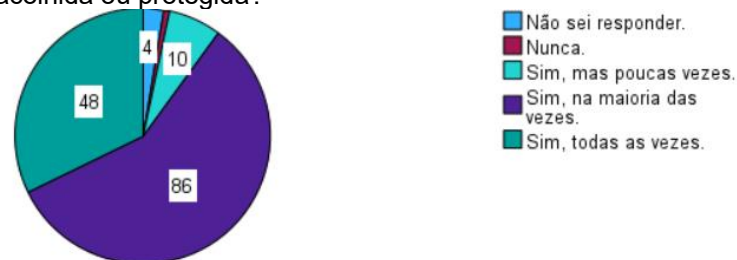


Gráfico 4. Fonte: elaboração dos autores, baseada em dados primários coletados.

O ponto alto em números negativos acontece na parte de hospitalidade, segurança e proteção em espaços públicos (ruas, praças, parques etc.), quando somente 63 das mulheres responderam que *não* se sentiram inseguras ou sofreram atos de qualquer tipo de violência, enquanto 86 mulheres relatam que já passaram por algum tipo de situação de insegurança ou violência, nesses espaços.

Também é feito um recorte pelo período do dia, enquanto de manhã a maioria das mulheres responde sobre a recepção, acolhimento e proteção de maneira positiva.

Título: Nas suas viagens turísticas sem a presença masculina, ao visitar os espaços públicos (ruas, praças, parques etc.) da cidade no período da manhã, você se sentiu bem recebida, acolhida ou protegida?



Gráfico 5. Fonte: elaboração dos autores, baseada em dados primários coletados.

No período noturno, o contraste já aumenta. Onde antes tinhas 2 pessoas, nesse período sobe para 17 pessoas.

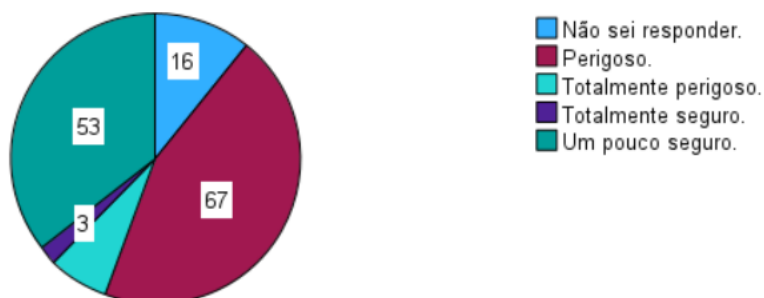
Título: Nas suas viagens turísticas sem a presença masculina, ao visitar os espaços públicos (ruas, praças, parques etc.) da cidade no período da noite, você se sentiu bem recebida, acolhida ou protegida?



Gráfico 6. Fonte: elaboração dos autores, baseada em dados primários coletados.

Por fim, quando a seção de hospitalidade termina com uma pergunta que define bem a compreensão de que, por mais que não tenha havido muitas experiências negativas nas viagens realizadas, a maioria das mulheres ainda assim não considera o Brasil como um lugar seguro para viajar sem a presença masculina.

Título: Nas suas experiências de turismo desacompanhada de figura masculina, considera que o Brasil seja um país?



Gráficos 7. Fonte: elaboração dos autores, baseada em dados primários coletados.

Isso reforça o quão importantes são as políticas públicas para proteção de gênero, além do fomento por parte do Ministério do Turismo em alinhar os espaços

privados e públicos para o bom receber dessas mulheres, que movimentam a economia e o turismo da mesma forma que outros públicos.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

As implicações teóricas do nosso trabalho se estendem no sentido de auxiliar, servindo como um aprofundamento em dados, discussões e entendimentos que foram possíveis depois da alta quantidade de respostas por meio do questionário, esse que continua aberto e abrange variados temas, os quais nem todos puderam ser citados nesse trabalho pelo seu grande número de dados. Salientamos também que os próximos passos da pesquisa se orientam para entrevistar as mulheres que responderam ao questionário. Mediante isso, as questões práticas surgem em produzir uma cartilha ou mesmo manual para mulheres que desejam viajar em território nacional sem a presença masculina.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em meio às pesquisas bibliográficas encontradas sobre mulheres que viajam, porque viajam e questões que pautam suas decisões de viajar, mostra-se que o deslocamento turístico de mulheres é de multiplicidade de necessidade quando comparado ao dos homens. Além de questões financeiras: antes, durante e depois da viagem, como a questão da família, companhia (ou não), insegurança do local desconhecido, principalmente se viajar sozinha. Haja momentos em que mulheres que viajam sem presença masculina tenham necessidade de artifícios para se sentir seguras – como fingir que estão com alguém, ou mesmo à espera de alguém, carregar sprays de pimenta, chaveiros etc.

Finalizando, as considerações partem da constatação de que assumimos uma visão da percepção de que o Brasil, por mais que tenha um público turístico feminino grande, que move a economia nacional e cada vez mais aumenta, o mesmo ainda é marginalizado, apenas por ter um gênero socialmente sufocado por armadilhas de comportamentos ultrapassados, bem como ter o estigma de ainda ser forçado a papéis predeterminados socialmente, bem como passar por violências sexuais e morais constantes sobre esse gênero, e mesmo que não passe por eles, a insegurança e informações e dados ainda permeiam e coíbem suas vontades. A mulher luta diariamente para sair de um papel que não lhe cabe mais.

REFERENCIAS

ABRAHÃO, Sérgio Luís. Espaço público: do urbano ao político. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.

ANTONIOLI, Fernanda Leão A. Viagens no feminino: gênero, turismo e transnacionalidade. 2015. 131 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP.

ARENDT, Hannah. A condição humana. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.

BORJA, Jordi; MUXI, Zaida. El espacio público: ciudad y ciudadanía. Barcelona: Electa, 2003.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Os interstícios da hospitalidade. Revista Hospitalidade, São Paulo, v. 12, n. especial, p. 42-69, maio 2015.

CAMARGO, Luiz O. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A.; BUENO, M. (orgs.). Hospitalidade: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CARVALHO, G.; BAPTISTA, M.; COSTA, C. Mulheres que viajam sozinhas: reflexões sobre gênero e experiências turísticas. Turismo e Desenvolvimento, v. 23, p. 59-67, 2015.

CHAUÍ, Marilena. O espaço público e a democracia. Comunicação apresentada no Seminário Internacional “O Espaço Público e a Exclusão Social”, São Paulo, 1998.

ESSED, P. Hacia una conceptualización del racismo como proceso. In:

FERRAZ, Valéria de Souza. Hospitalidade urbana em grandes cidades. Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR, Penedo, v. 3, n. 2, p. 84-99, 2013.

FAZITO, M. Turismo crítico. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 9., 30 ago. – 1 set. 2012, São Paulo. Anais. São Paulo: ANPTUR, 2012. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/9/69.pdf>.

GIL, A. C. Como elabora projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HOFFMANN, O.; QUINTERO, O. (orgs.). Estudiar el racismo: textos y herramientas. Cuaderno de trabajo AFRODESC/EURESCL, n. 8, 2010.

IBGE - Agência de Notícias. Censo 2022: pela primeira vez desde 1991, a maior parte da população do Brasil se declara parda. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de->

noticias/noticias/38719-censo-2022-pela-primeira-vez-desde-1991-a-maior-parte-da-populacao-do-brasil-se-declara-parda.

KHAN, S. Gendered leisure: are women more constrained in travel for leisure? *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, v. 6, n. 1, p. 105-121, 2011. Disponível em: http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_6_No1_art06.pdf.

FOLLADOR, K. J. A mulher na visão do patriarcado brasileiro: Uma herança ocidental. 2009. *Revista Fato & Versões*, 1(2), 3–16.

KROSKA, A. (2007). Gender ideology and gender role ideology. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell encyclopedia of sociology* (pp. 1867-1868). Blackwell Publishing.

KOZINETS, R. V. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Penso.

LANNA, Marcos. Nota sobre Marcel Mauss e o ensaio sobre a dádiva. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 14, p. 173-194, jun. 2000.

LOEWENZ, Konrad. *Os oito pecados mortais do homem civilizado*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

MINISTÉRIO DO TURISMO. (2023). *Mulheres que viajam sozinhas*. Recuperado de *Mulheres que viajam sozinhas* — Ministério do Turismo.

MINISTÉRIO DO TURISMO. (2024). *Ministérios do Turismo e das Mulheres assinam acordo para combater a misoginia no turismo*. Recuperado de *Ministérios do Turismo e das Mulheres assinam acordo para combater a misoginia no Turismo*.

PEREIRA DA SILVA, A. V.; MILAZOTTO RICCI, C.; DA SILVA, J. E. P. da S. Crimes contra mulher por razões da condição de sexo feminino: quais corpos são protegidos? *Ideação*, v. 26, n. 1, p. 149–167, 2024. DOI: <https://doi.org/10.48075/ri.v26i1.31313>.

PRONOVOST, G. A construção da noção de «turista» nas ciências sociais. *Revista Hospitalidade*, v. 15, n. 2, p. 159–169, 2019. DOI: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2018v15n2.009>.

SILVA, P.T; OLIVEIRA, N. A.; GABRIEL, K. C.; ALMEIDA, H. J. (2022). A produção científica sobre mulheres viajantes: Uma análise dos periódicos brasileiros de turismo. *Revista Hospitalidade*, 19, 56–81. <https://doi.org/10.29147/revhosp.v19.970>

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. *Educação & Realidade*, v. 20, n. 2, p. 71-99, 1995.

SCHLÜTER, Regina. Feminity at the beach – issues on fashion, gender and tourism in Argentina. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 4, n. 3, p. 71-84, 2010.

SHELLER, Mimi. *Mobile justice: the politics of movement in an age of extremes*. London: Verso, 2018.

SHELLER, Mimi. Gendered Mobilities: Epilogue. In: UTENG, Tanu Parya;

CRESSWELL, Tim (ed.). *Gendered mobilities*. Aldershot: Ashgate, 2008.

TRIBE, J. (2007). Critical Tourism: rules and resistance. In I. Ateljevic, A. Prichard, & N. Morgan (Eds.), *The critical turn in tourism studies: innovative research methods* (pp. 29–39). Amsterdam: Elsevier.

MARCELINO, G. K. Hospitalidade: uma questão de igualdade e de gênero. *Revista Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, v. 10, n. 2, p. 285-300, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i2p285>.

PISCITELLI, Adriana. “Gringas ricas”: viagens sexuais de mulheres europeias no Nordeste do Brasil. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 53, p. 79-117, 2011.

PISCITELLI, Adriana. #queroviajarsozinhasemmedo. *Cadernos Pagu*, n. 50, e175008, 2017. Dossiê Conservadorismo, Direitos, Moralidades e Violência.