

**Mulheres viajantes:
pensando a formação de redes online de mulheres para viagens**

DOI: 10.2436/20.8070.01.204

Beatriz Rosa do Nascimento Silva

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

E-mail: beatrizrosadonascimento@gmail.com

Camila Maria dos Santos Moraes

Doutora em História, Política e Bens Culturais pelo Centro de Pesquisa e

Documentação de História Contemporânea do Brasil da

Fundação Getúlio Vargas – Rio de Janeiro, Brasil

Professora da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

E-mail: camila.moraes@unirio.br

Resumo

Nos estudos de gênero, são frequentes os trabalhos sobre violência doméstica, controle da reprodução, desigualdade salarial, entre outros. No entanto, os estudos sobre a mulher turista no seu momento de lazer ainda são poucos. Quando relacionamos os estudos de gênero ao turismo, acabamos abordando as questões de objetificação da mulher, podendo chegar à sexualização do corpo feminino nos estudos sobre turismo sexual ou à sua constante associação ao trabalho doméstico no turismo rural. É nesse contexto que surge a necessidade de estudos e análises sobre o uso, direito e acesso ao tempo livre pelas mulheres e como ele é associado às viagens. Nesse sentido, este artigo se debruça sobre os grupos de viagens criados no Facebook exclusivos para as mulheres para troca de informações e formação de redes. Para isso, utilizamos como referencial teórico o paradigma das novas mobilidades de Sheller e Urry (2006, 2016), mais especificamente os estudos que se referem a gênero e a justiça de mobilidades (Sheller, 2008, 2018). Com isso, concluiu-se que tais grupos abrem espaço para novas formas de contato e encontros, além de se apresentarem como uma rede de confiança que possibilita os movimentos de mulheres como turistas, na medida em que os grupos auxiliam no entendimento e reconhecimento pelas mulheres viajantes e das fricções impostas aos seus movimentos como turistas.

Palavras-chave: Netnografia; Turismo; Gênero; Mobilidades; Fricções

1 INTRODUÇÃO

Cada vez mais, as mulheres ocupam diferentes espaços na sociedade. Saindo da vida mais dedicada à casa e conquistando a rua, as universidades e o mercado de trabalho. Neste trabalho, abordamos uma nova fronteira conquistada pelas mulheres – o turismo –, mas não como mão de obra ou como uma figura genericamente hospitaleira, mas como a turista, a viajante.

Nos estudos do turismo, algumas teorias já se debruçaram sobre o ato de viajar em diferentes culturas e sociedades (ver URRY, 2001). No entanto, ainda são raros os estudos sobre a mulher viajante, ou seja, sobre a inflexão de gênero para pensar o ato de viajar.

Figura 1: Matéria publicada no Portal Blog da Max Milhas em 06/03/2020



Fonte: Portal Max Milhas Disponível em: <https://www.maxmilhas.com.br/blog/dicas-de-viagem/mulheres-viajantes>

A matéria publicada no portal do Blog da Max Milhas, um portal especializado em viagens e turismo, apresenta brevemente algumas mulheres viajantes através da história. O texto é escrito de modo a inspirar outras mulheres, reconhecendo-as como um mercado consumidor em expansão. Para isso, a matéria recupera algumas mulheres viajantes ao longo da história, como Gertrude Bell, Annie Londonderry e Amelia Earhart, e chega até os dias de hoje, sugerindo perfis no Instagram, além de livros e filmes, para inspirar outras mulheres a viajar hoje.

É sobre esse fenômeno que este artigo se debruça – o fenômeno das mulheres viajantes –, mais especificamente sobre os grupos fechados de mulheres viajantes no Facebook, criados para inspirar, trocar informações e criar uma rede de confiança para mulheres viajantes. É a partir desta análise que buscamos compreender esse fenômeno, suas origens, estrutura, organização e os debates realizados em tais grupos.

Para tanto, foi realizado um estudo exploratório e descritivo do tipo netnografia de grupos de viagens de mulheres e para mulheres na rede social Facebook, com informações sobre as necessidades e especificidades de viajantes mulheres. Para tal,

foram selecionados dez grupos de viagens exclusivos para mulheres, os quais reúnem mais de 2 milhões de mulheres. Por fim, buscamos demonstrar neste trabalho a importância da compreensão do feminismo e dos estudos de gênero à luz dos movimentos e mobilidades e considerando o acesso das mulheres ao turismo e ao lazer.

2 CONSIDERAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

A vida social digital tornou-se uma base fundamental para o fomento do turismo. São blogs, páginas, grupos e perfis sobre viagens que fazem com que cada vez mais pessoas busquem viajar. Isso não é diferente em relação às mulheres, que demonstram se utilizar assiduamente das redes sociais e mídias digitais para buscar informação e incentivo para suas viagens.

As redes sociais viabilizam a conexão entre mulheres. Essas redes de contato fazem com que as experiências de mulheres, que já realizaram suas viagens, sirvam de inspiração para novas integrantes que buscam motivação para viajar. Para Urry (2012):

O movimento faz conexões e as conexões criam desigualdades. Essas conexões formam padrões ou redes, que muitos comentaristas consideram a característica crítica da vida contemporânea. Muitas viagens, portanto, envolvem fazer novas conexões e estender a rede ou sustentar as redes existentes. Construir e reconstruir redes é central para as relações contemporâneas de poder (URRY, 2012, p.24, trecho traduzido pelas autoras).

Urry chama de capital de rede “os benefícios que vão além sua posse de capital econômico ou cultural”. O chamado *networking* se configura, segundo os autores, como uma forma de trabalho que demanda recurso e uma vida móvel que envolve planejamento, realização e interpretação de encontros de todo o tipo. Para Urry “movimento tem tudo a ver com ‘encontro’” (URRY, 2012, p. 24). No entanto, o próprio sociólogo apontava para as diferentes capacidades e fricções na formação de redes segundo gênero, etnia/raça, idade, deficiência/habilidade e classe social (URRY, 2007, 2012).

Em 2008, a socióloga Mimi Sheller já apontava para demanda urgente por estudos de gênero no planejamento, projeto e prática de mobilidades, 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). Sheller afirma ainda que:

(...) a solução para os problemas contemporâneos de mobilidade não será encontrada sem atenção sustentada às mobilidades diferenciais de mulheres e homens (...) tanto no nível local de residências, bairros e cidades, como nos níveis nacional e transnacional de viagens, migração e globalização” (SHELLER, 2008, p. 257).

Deste modo, olhar para as mulheres viajantes, ou seja, para as (i) mobilidades turísticas de mulheres é uma forma de analisar a sociedade, conforme apontado por Urry (2001) nos estudos sobre o turismo e mais tarde nos estudos sobre as mobilidades (URRY, 2007). Analisar a sociedade a partir dos movimentos e suas interrupções, e no

caso do trabalho em tela, analisar o planejamento do movimento, ou seja, o planejamento da viagem pelas mulheres em redes sociais, revela a relevância da formação de redes para possibilitar ou viabilizar o movimento diante das desigualdades sociais de gênero. Nas redes sociais, as mulheres trocam experiências e estratégias relacionadas aos deslocamentos necessários para as viagens dessas mulheres.

Para esta netnografia, nos orientamos por Geertz (1978). O autor trata a etnografia como uma “descrição densa” de um grupo social, que, no caso em tela, é o grupo mulheres viajantes organizadas como grupo nas redes sociais com o intuito de descrever práticas sociais desses grupos de mulheres. Nesse sentido, ao acionarmos a etnografia aqui como método, buscamos estabelecer relações com os grupos, interagir nas redes sociais e manter um diário. Realizada entre 2017 e 2020, a pesquisa acompanhou mais de dez grupos de mulheres viajantes no Facebook, entre grupos internacionais e nacionais, ou seja, grupos que reuniam mulheres de toda parte do globo e grupos apenas de mulheres brasileiras.

No nosso cotidiano de pesquisa nos revezamos entre os dois tipos de pesquisadoras, a silenciosa e a mais participativa, inspiradas pela sugestão de Kozinets sobre as pesquisas que podem ser “intensamente participativas”, “não-obstrusivas” e “meramente observacionais” (KOZINETS, 2007, p. 15). É importante destacar que ao entrarmos em cada grupo, nos identificávamos para as administradoras e algumas vezes para o grupo como um todo. E o trabalho aqui apresentado não irá fazer nenhuma exposição capaz de identificar as mulheres e suas postagens individualmente, apenas apresentar os padrões encontrados durante a pesquisa.

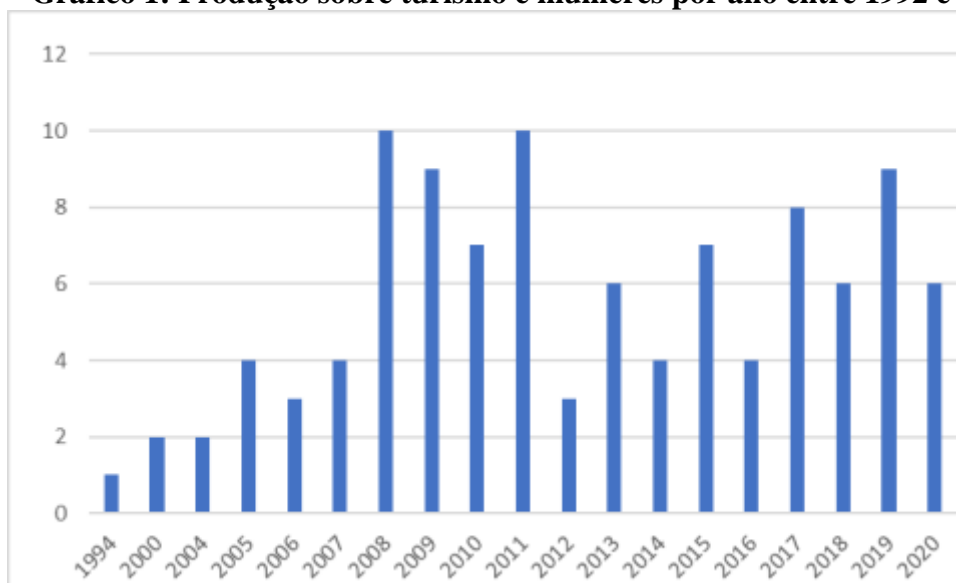
Ressaltamos ainda que as pesquisadoras não vêm de uma tradição dos estudos de gênero. As análises aqui empreendidas foram orientadas pelo prisma das mobilidades e justiça de mobilidades, conforme proposta teórica de Sheller (2008, 2018) e pelos estudos do turismo sobre mulheres.

3 O QUE SE ESTUDA QUANDO SE ESTUDA MULHERES NO TURISMO?

Para darmos conta da complexidade dos estudos sobre gênero, mais especificamente, sobre as mulheres no turismo, realizamos um exaustivo levantamento bibliográfico sobre o tema que está disponível como base de dados no site do Programa de Educação Tutorial – TurisData no link <https://www.unirio.br/turisdata/base-de-dados-mulheres-e-turismo>. Para este artigo, consideramos um total de 98 itens. Destes, 58 artigos e 40 dissertações e teses, publicados entre os anos de 1994 e 2020, com distribuição e classificação conforme gráfico 1 e tabela 1.

O gráfico 1 demonstra a distribuição da produção entre 1994 e 2020 dos itens encontrados. A primeira produção acadêmica sobre o tema é uma dissertação defendida em 1994 no Programa de Antropologia de Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) sobre turismo sexual (LEHMANN-CARPZOV, 1994). Ela inaugura o campo de estudos sobre o tema no Brasil, que permanece o mais pesquisado quando se trata de gênero e turismo. Enquanto a tabela 1 nos informa sobre a classificação dos 98 itens encontrados. Destes, 53 versam sobre turismo sexual ou objetificação das mulheres em propagandas oficiais de turismo.

Gráfico 1: Produção sobre turismo e mulheres por ano entre 1992 e 2020



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2021.

Tabela 1: Classificação da produção sobre mulheres e turismo

Classificação	Frequência
Turismo sexual ou objetificação da mulher	54
Turismo rural ou sustentável	20
Mulheres viajantes	13
Mercado de trabalho	11

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2021.

É importante notar como os estudos do turismo, podem nos oferecer sobre o lugar socialmente e academicamente construído para as mulheres como objeto/sujeito de pesquisa.

Os primeiros e a maior parte dos estudos do turismo sobre mulheres foram dedicados à mulher objeto, o lugar da mulher nas propagandas de turismo e o turismo sexual (BLANCHETTE E SILVA, 2005, 2009, 2010; PISCITELLI, 2004)

No Brasil, historicamente e na produção acadêmica sobre turismo, a mulher é tratada como objeto. Não por acaso, a maior parte da produção científica se dedica a estudar a mulher nas propagandas como parte do produto turístico do Brasil. A imagem de um destino, tem papel fundamental na escola por este dentinho (URRY, 2001). Assim, o modo como as mulheres eram tratadas pelas propagandas exercia e ainda exerce influência nas escolhas do turista que se move para o Brasil.

Estudos indicam que a relação do turismo no Brasil com as mulheres se desenvolve negativamente nas propagandas dos anos 1970 e 1980 veiculadas pela EMBRATUR, então Instituto Brasileiro de Turismo, hoje Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo. Bem como insere o país nas rotas de turismo sexual, provocada também pela sua posição política e econômica como um país “subdesenvolvido”. Com altos índices de corrupção, instabilidade econômica e desigualdades sociais, produzem alternativas de trabalho, sendo algumas delas protagonizadas pelas mulheres (GOMES, 2012).

Nesse sentido, o turismo associado à prostituição propaga a vinda de turistas, em maior parte estrangeiros, em busca das fantasias criadas em relação às mulheres brasileiras. Em seus estudos, Blanchette e Silva (2005, 2010, 2014) comentam a busca de homens brancos estrangeiros pela diversidade da mulher brasileira. A esta diversidade, soma-se o interesse mais específico por mulheres que correspondam ao estereótipo da mulher brasileira preta ou parda, por vezes chamada de “mulata”, e que seria mais disponível ou interessada em manter relações sexuais do que mulheres brancas europeias, por exemplo.

Entre 1994 e 2007, ainda foram poucas as produções sobre gênero no turismo, e elas versaram sobre turismo sexual, turismo rural/sustentável e viagens das mulheres. Esta última em perspectiva histórica até 2015, quando da publicação do primeiro texto sobre as mulheres viajantes na contemporaneidade (ANTONIOLI, 2015).

No turismo rural ou sustentável, encontramos estudos que apresentam mudanças na vida social da mulher rural, a importância das mulheres na preservação do patrimônio ambiental, seus saberes e fazeres e sua hospitalidade nas relações entre visitantes e visitados (NOGUEIRA; 2004; PERALTA e ALENCAR, 2008; LUNARDI e SOUZA, 2009; THOMÉ, 2018)

Os trabalhos indicam que, por conta das grandes taxas de desemprego e redução da renda familiar, a mulher rural, que antes se mantinha realizando trabalhos dentro de casa, vê a necessidade de incrementar sua renda. Ao entrarem em contato com os trabalhos dentro das fazendas, parques e comunidades tradicionais, percebe-se, então, mudanças econômicas relatadas pelas mulheres, além de mudanças sociais. O turismo rural / sustentável alterou, assim, as estruturas de trabalho da mulher do campo. A mulher se mostra uma das principais protagonistas do meio com o seu trabalho, sendo fonte de conhecimento cultural e relações sociais que antes lhes eram privadas (LUNARDI, SOUZA E PERURENA, 2015).

O turismo rural trouxe ainda processos de mudança individual e profissional para essas mulheres. Ao serem inseridas no mercado de trabalho rural, começaram a ser reconhecidas e reafirmam sua identidade de agricultora. Duarte e Pereira (2018) apresentam em seu artigo mudanças na autoestima e empoderamento das mulheres que começam a trabalhar no meio rural. São mulheres que antes se escondiam atrás de seus trabalhos e se mantinham apenas como mães ou reprodutoras e não diretamente como produtoras nas áreas rurais. No entanto, ao perceberem a importância da sua mão de obra no campo a partir do turismo, passaram a se impor com autonomia, conseguindo, nesse espaço, transmitir seus conhecimentos e práticas sobre a área rural.

No tocante aos estudos sobre inserção da mulher no mercado de trabalho fora de casa, ou seja, fora desse turismo rural, sustentável ou comunitário, mas com foco na mulher atuante em hotéis, agências e outros postos de trabalho no turismo, os estudos são ainda mais escassos. Não é à toa que o Dia Mundial do Turismo de 2007 teve como tema “Turismo Abre Portas para Mulheres”, em apoio ao 3º Objetivo de Desenvolvimento do Milênio da ONU: promover a igualdade de gênero e o empoderamento das mulheres. A partir de 2008, vemos então um aumento substancial nos estudos sobre mulheres e turismo, que pode ter sido influenciado pela chamada da OMT e ainda em 2007, encontramos o primeiro estudo sobre mulheres e trabalho, em diálogo com o debate proposto pela ONU (WYSE E LEITÃO, 2007).

A partir de então vemos alguns trabalhos sobre mulher e trabalho que observam empreendedorismo (TEIXEIRA e BONFIM, 2018), atuação na rede hoteleira (Costa et al., 2011) e ainda o impacto do trabalho no setor de turismo nas taxas reprodutivas, indicando uma mudança no lugar social das mulheres na sociedade e seus impactos

(FRANÇA, 2008). E, aparecem também os estudos que interpretarão o turismo rural / sustentável na lógica do trabalho (LUNARDI e ALMEIDA, 2008; THOMÉ, 2008).

Já os estudos sobre as mulheres viajantes na atualidade, e não mais em perspectiva histórica (DUARTE, 2000; LIFCHITZ, 2015; OLIVEIRA e CASTRO, 2016), como vimos, ainda são raros só aparecem em 2015. Estes abordam temas como relatos de viagens e violência (PISCITELLI, 2017; FRANCO, 2017), temas que serão explorados na próxima seção.

4 MULHERES VIAJANTES E AS REDES SOCIAIS

Esta seção tem como propósito oferecer uma visão aprofundada sobre os grupos de viagens de mulheres no Facebook. Tal debate é de extrema relevância quando se tem, por anos, a depreciação e a tentativa de eliminar os coletivos de mulheres, conforme apontado por Federici (2019) em um de seus estudos. A autora nos narra a história e o desenvolvimento do significado da palavra *gossip* (traduzido atualmente do inglês para o português como “fofoca”). Historicamente, o sentido da palavra vem das relações parentais não consanguíneas, como padrinhos e madrinhas, e evoluem para uma denominação de companhias presentes na hora do parto. Com o decorrer do tempo, torna-se um termo para definir a amizade entre mulheres, sendo, porém, prontamente depreciado com o intuito de desvalorizar e fazer das conversas entre mulheres algo fútil. No entanto, como demonstraremos, não há nada de fútil nas redes, postagens e grupos formados nas redes sociais por mulheres. Há sim, algo que merece uma análise profunda para a interpretação de um fenômeno social complexo.

Neste sentido, foram encontrados no Facebook mais de 100 grupos públicos e privados, além de páginas ou perfis relacionados a viagens de mulheres no Facebook. Foram analisados: o período de criação dos grupos, sua organização, os debates realizados e o entendimento da importância da rede de contatos de mulheres.

Esses grupos reúnem mulheres estadunidenses, latinas e europeias, em maior quantidade, ou seja, têm um perfil majoritariamente de mulheres brancas, urbanas e ocidentais, que formam grupos e redes para desenvolver conversas, narrativas e troca de informações relacionadas a viagens de mulheres. A pesquisa descreve, em específico, os grupos restritos apenas para mulheres. A vasta quantidade de grupos desse gênero, e os altos números de participantes, se apresentam como um fenômeno relevante a ser observado para compreender as relações das mulheres turistas e a importância das viagens para essas mulheres.

Há também perfis e páginas que são “seguidos”, como se diz na linguagem das redes, ou seja, as mulheres viajantes acompanham as postagens, curtem, interagem ou comentam. As páginas se apresentam como um espaço aberto a todas e todos, independentemente de gênero, com informações postadas sobre viagens de mulheres. Elas podem ser de agências de viagens e são destinadas à venda de produtos e pacotes de turismo. As agências de viagens ainda são comuns no turismo, porém as agências mapeadas nesta pesquisa demonstram seu diferencial ao ter a mulher como a principal cliente, valorizando suas necessidades e desejos de viagens ao desenvolver roteiros exclusivos, seja para viagens independentes, com a família e entre amigas. As agências também se utilizam do Facebook para uma divulgação geral e normalmente possuem sites para maiores informações sobre os produtos oferecidos.

Por fim, com menor representatividade, há Facebook os grupos públicos ou abertos. Sua estrutura está mais relacionada com a das páginas, porém mostrando voz mais ativa dos participantes, por conta da liberdade de qualquer membro de fazer

publicações. Os grupos públicos se diferenciam dos grupos fechados por não definirem regras de acesso e estarem disponíveis para qualquer pessoa que deseje participar.

Tabela 2: Relação dos principais grupos de viagens de mulheres no Facebook (com mais de 100 mil participantes cada)

Título do grupo	Ano de criação do grupo	Participantes julho 2020	Participantes julho 2021
Girls LOVE Travel	2015	1.094.440	1.170.036
The Solo Female Traveler Network	2016	415.218	459.387
Female Travel Group Women Group Travel GoWonder	2015	162.038	165.243
Women Who Travel	2017	151.112	150.740
El club de las mujeres que viajan solas por el mundo	2016	138.715	146.471
VIAJAR SOZINHA – Dicas	2017	138.282	135.815
Mulheres que AMAM viajar sozinhas!	2016	131.347	131.142
Mujeres Viajeras	2016	125.174	124.177
Mulheres Que Viajam Sozinhas	2017	87.911	117.704
Mulheres que viajam e Mochileiras	2016	83.490	164.273
Total		2.527.727	2.494.340

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2021.

Com mais de 2 milhões de mulheres participantes nos grupos fechados e mais de 100 mil participantes em cada grupo, percebemos uma grande busca de mulheres que desejam participar desses espaços. É importante destacar que uma mesma mulher pode estar em todos esses grupos, como é o caso das próprias autoras, além de haver uma série de regras fundamentais para o bom convívio e para que se mantenha o foco no fundamento de criação dos grupos.

Os grupos são compostos por participantes, moderadora(s) e administradora(s). As administradoras geralmente são mulheres que tiveram a iniciativa de criação do

grupo, determinam a entrada de novas participantes e controlam as publicações postadas. Já as moderadoras têm a função de ajudantes, sempre verificando as postagens e passando informações que sejam relevantes às administradoras. Qualquer problema de postagens fora do contexto do grupo e desentendimentos podem ser verificados pelas moderadoras e administradoras, podendo chegar até a exclusão de postagens e participantes que estejam ferindo as regras do grupo.

As regras, então, garantem o bom convívio e respeito entre as participantes, estando geralmente apresentadas na descrição dos grupos ou fixadas como postagem importante. Normalmente as regras básicas são: respeito às publicações e aos comentários, discernimento sobre as postagens, sempre verificando se estão dentro dos contextos de viagens, respeito à privacidade das participantes, o não uso de spams e propagandas e a não tolerância a qualquer tipo de preconceito, havendo também, muitas vezes, a proibição de vendas de pacotes ou outros serviços relacionados a viagens.

Os grupos não têm por princípio ser um espaço destinado a promoção de empresas ou agências relacionadas a turismo. Entretanto, há autopromoção, exposição de blogs e perfis do Instagram que são autorizados pelas administradoras, já que a função de criadores de conteúdo digital vem crescendo cada vez mais. Outra regra interessante, também encontrada em alguns grupos, foi o não incentivo à divulgação do turismo de exploração animal, temática pertinente quando falamos da relação do turista com o local visitado e a preocupação com a fauna, flora e cultura local.

Sobre as discussões encontradas, podemos ver diversos tipos de debates e analisar as relações das mulheres com o turismo. As publicações serão, então, divididas em categorias de postagens para uma explicação mais detalhada.

A categoria de publicação mais recorrente e precursora dos grupos são as famosas **“dicas de viagens”**. Os grupos têm como sua principal iniciativa as recomendações, mais diretamente, recomendações pessoais sobre lugares de viagens que as participantes já visitaram e por isso, a partir de sugestões, ajudam outras mulheres que desejam conhecer o lugar. Tais dicas se dividem em dois tipos de publicação: as publicações de mulheres que pedem dicas de viagens, seja de hospedagem, restaurantes, pontos turísticos, esperando que outras participantes que já viajaram ou moram em tal lugar se disponham a dar informações sobre o local desejado, e as publicações chamadas de **“relatos de viagem”**, que são as mais encontradas nos grupos, porém não se definem como questionamentos sobre o local exibido diretamente. Ambas têm o mesmo propósito de motivar e incentivar mais mulheres a viajar.

As relações começam a ser construídas, e entre comentários surgem ainda mais trocas de mensagens entre mulheres. Questionamentos, dúvidas e frases motivacionais são o recheio de comentários sobre as postagens que sempre vem com fotos ilustrativas. Importante comentar sobre a função das imagens para o turismo e para os grupos de viagens: elas são o primeiro contato sobre o local que se deseja visitar. Hoje não há como imaginar o turismo sem toda a propaganda e fotos do local de viagem, e dentro dos grupos de mulheres não é diferente. Para além das fotos das paisagens, tais mulheres fazem, muitas vezes, questão de postar sua imagem física no local de viagem, fazendo com que outras mulheres se sintam reconhecidas, acreditando que também são capazes de realizar tais viagens. A postagem de imagens também se relaciona com o conforto do grupo por ser fechado apenas para mulheres. Com o controle sobre as postagens muitas vezes exige-se mais do que apenas fotos, afinal, não é uma página pessoal de postagens individuais, mas, sim, um local de postagens de informação e conteúdo de interesse das participantes. Por isso, há vezes que algumas postagens são reprovadas quando há apenas a imagem para postar.

É possível ainda notar que as integrantes buscam por mais do que dicas de viagens, buscam por dicas mais específicas sobre as questões femininas. São comuns perguntas relacionadas ao dia a dia da mulher viajante/turista, bem como as diferenças no modo de viajar da mulher e suas necessidades e curiosidades. Nesses grupos, para além das fotos, as mulheres se sentem mais confortáveis para expor seus sentimentos e livres para se expressar sem serem julgadas por padrões sociais, o que demonstra diferenças no ato de viajar quando praticado por mulheres. Um relato interessante encontrado em um dos grupos de grande influência de viagens de mulheres no Facebook é o de uma participante que gostaria de deixar sua carreira para poder viajar e buscava palavras motivacionais para mostrar que ela não havia sido a única a querer seguir a vida de uma forma diferente.

O grupo se reafirma como um local de relações, demonstrando, por muitas vezes, amizades que superam o contato online. Um caso encontrado foi o de uma das participantes que, por estar morando fora do país, contatou mulheres que estariam viajando para Portugal, seu local de residência, e pediu para que alguém que estivesse viajando para o país lhe trouxesse produtos brasileiros. Com isso, uma outra participante retornou seu contato e terminou por levar os produtos. A confiança de participar de um grupo com outras mulheres fez com que ambas se sentissem confortáveis para que uma realizasse um favor para uma outra mulher que até então não conhecia.

O desejo comum de viajar dessas mulheres faz com que diversos debates surjam. São diferentes questões que, dentro do meio social dessas mulheres, muitas vezes não podem ser discutidas. A posição social da mulher viajante se transforma em uma das pautas debatidas de maneira mais fluida dentro dos grupos. Os casos de estereótipos estéticos e sociais, diversas vezes provenientes de fora das redes de viagens de mulheres, é uma questão que deve ser trazida, pois desenvolve padrões que também devem ser combatidos. Os estereótipos de mulheres viajantes mais comuns são: jovens, brancas, magras, solteiras e sem filhos. Esse padrão se associa à liberdade, muitas vezes excluindo mulheres que não o seguem. Os grupos, então, também se apresentam como um espaço de contestação dos padrões estéticos e sociais de mulheres viajantes. Há exemplo em um dos grupos que demonstra o questionamento a essa imagem predominante da mulher viajante. Uma das participantes que viaja com sua filha mostra que a vida pode oferecer companhias inusitadas e demonstra as repressões de mulheres que são mães e que decidem viajar com seus filhos. Essas mulheres são, por vezes, taxadas de irresponsáveis, como se as mulheres que se tornam mães perdessem o direito de viajar, devendo viver em função das famílias.

As questões de estereótipos prosseguem nos quesitos relacionados ao turismo e ao corpo. A exigência de um padrão de beleza afeta todas, e dentro do turismo não é diferente. Relatos relacionados com gordofobia, racialidade e a idade das viajantes é uma temática que também é discutida nos grupos. O grupo, por ser um espaço de confiança e de interesses comuns, faz com que se criem também nichos ou subgrupos de maior afinidade, e a partir disso também podem surgir novos grupos. É interessante pensar que o debate racial fez com que surgissem grupos específicos de mulheres negras que viajam, pois se demonstrou que os grupos de mulheres que viajam, independente de raça, já não contemplavam as necessidades, interesses ou informações que as mulheres negras desejavam, por exemplo. No caso da gordofobia no turismo, não se identifica na criação de grupos, mas em como serviços e atividades turísticas não estão preparadas para corpos gordos, muito menos corpos gordos femininos. Há transportes de viagens sem espaços adequados, roupas de práticas turísticas sem tamanho para diversos tipos

de corpos. Apesar de afetar homens e mulheres, historicamente a pressão recai sobre o corpo feminino, afetando como isso também o turismo quando realizado por mulheres.

Outro caso que consideramos relevante durante a pesquisa nos grupos foi o de uma postagem manifestando um debate para além da estrutura de gênero polarizada homem/mulher. Um pedido de participação de uma pessoa fez com que mais uma vez os grupos de viagens comprovassem seu espaço como um local de apoio entre mulheres. A entrada de uma mulher transgênero que foi incentivada por colegas a participar do grupo foi autorizada pela administração. Ela fez questão de descrever sua situação e deixar a cargo a decisão das participantes se ela poderia seguir no grupo ou não. O posicionamento das integrantes foi extremamente favorável, levando-se em conta as regras de bom convívio e que não seriam tolerados nenhum tipo de preconceito. A manifestação da então nova participante apenas ratifica o suporte que são esses grupos para todas as mulheres que desejam participar, demonstrando, assim, a existência e direito de as mulheres viajarem, inclusive de mulheres trans.

Um dos tipos de publicação mais importante e com certa frequência se refere a questões de “*segurança/insegurança*”. Ainda que pouco discutido dentro dos grupos de viagens, se apresenta como relevante para as mulheres, ainda mais para aquelas que viajam sozinhas. A temática da segurança da mulher em viagens é exposta a partir de relatos de participantes ou por notícias de jornais publicadas por elas, como forma de apoio e precaução para sempre se manterem informadas. É um tipo de postagem relacionada a “*dicas/relatos*” de viagem, porém classificada como uma temática individual por seu fundamento estar relacionado à violência contra a mulher. A temática da segurança da mulher durante as viagens são meios de proteção feminina contra abusos e furtos nas hospedagens e em locais externos, por exemplo, durante a viagem.

Entre as notícias nos grupos, há casos de desaparecimento de mulheres em viagens, maus tratos e até estupros. O caso mais famoso e que mobilizou diversos países em passeatas e debates sobre a liberdade da mulher foi pesquisado por Adriana Piscitelli e publicado em 2017. O trabalho trata do episódio que provocou a criação do movimento online #queroviajarsozinhasemmedo, a partir do caso das duas mulheres argentinas que viajavam ao Equador e que foram drogadas, estupradas e mortas por dois homens locais, em Montañita. Piscitelli traz no artigo, como exemplo, a violência sexual a turistas e o debate sobre violência nas viagens independentes de mulheres.

Sobre o caso, aparentemente as representatividades políticas de ambos os países (Argentina e Equador) não retiraram a maior responsabilidade dos agressores, entretanto colocaram em pauta a vulnerabilidade das duas mulheres. Piscitelli faz uma crítica sobre a colocação de uma psiquiatra Argentina à época, que destacou a circunstância de estarem viajando sozinhas (sem uma presença masculina) como algo que as posicionaria como “vítimas propiciatórias”, que assumiam alto risco. Não demorou muito para que diversos meios feministas em redes online se opusessem a tais afirmativas e questionassem a liberdade e o direito à segurança da mulher de viajar sozinha. Na cidade natal das duas turistas argentinas, Mendoza, houve passeatas trazendo novamente a luz a consigna feminista internacional *Ni Una Menos*. O Brasil também aderiu ao movimento trazendo seus debates, manifestações e movimento de mulheres, em maior parte jovens estudantes. O meio online com as *hashtags* foram caminhos para informar e disseminar a indignação pelos assassinatos e uma forma de proporcionar conselhos práticos de segurança para a diminuição da vulnerabilidade de mulheres viajantes.

Segundo Sheller (2018), a justiça para a mobilidade inclui os direitos das mulheres de não serem submetidas a assédio sexual, e pensar justiça de mobilidade é

refletir sobre injustiça de classe, raça, gênero e outras injustiças em escalas emaranhadas. É debater (i)mobilidades desiguais e sua interconectividade. Justiça de mobilidade não se trata apenas de transporte dentro das cidades, mas também dos direitos de “mobilidade transfronteiriça de refugiados e migrantes”; trata-se de “mobilidade de turistas, viajantes, trabalhadores, estudantes, entre outras”; e ainda dos “sistemas urbanos estendidos e espaços de infraestrutura que configuram macromobilidades (...) E tudo isso se situa em relação às novas tecnologias de mobilidade digital, circulações de capital financeiro (...)” (SHELLER, 2018, p. 15).

Pensar “o policiamento sexual normativo dos movimentos corporais diários de mulheres” é também pensar sobre justiça de mobilidade. Sheller afirma que “a liberdade de mobilidade pode ser considerada um direito humano universal, mas, na prática, há exclusões de classe, raça, sexualidade, gênero e capacidade do espaço público, da cidadania nacional, do acesso aos recursos e dos meios de mobilidade em todas as escalas” (SHELLER, 2018, p. 23).

Percebe-se, então, que dentro dos grupos de mulheres o debate sobre segurança/insegurança da mulher viajante é fundamental como uma forma de não desmotivar novas mulheres a viajar e que mesmo diante de relatos de violência, compreendam que uma mulher viajar sozinha é movimento, é militância, é luta por liberdade, pelo direito de ir e vir.

Como elaborado por Saffioti (2004), a estrutura patriarcal socializa as mulheres dentro de comportamentos dóceis e apaziguadores, moldadas a se comportar dentro de padrões elaborados por homens para manter a desigualdade de gênero. Tais padrões, quando rompidos, são interpretados como afronta, agressividade e até mesmo coragem, comportamento que seriam atribuídos aos homens.

O debate sobre segurança/insegurança desencadeia, então, a última categoria de postagens nos grupos, as publicações do tipo “*busca por companhia de viagem*”. A busca por novos horizontes, a conexão em viagens, os novos conhecimentos e novas culturas, se mostra como um processo único e individual para cada participante. Mesmo com tantos grupos de incentivo a viagens e ainda mais grupos de mulheres que viajam sozinhas, as mulheres ainda tendem a buscar uma companhia, não apenas pela insegurança, mas também por uma relação de dependência emocional. Assim, há grupos que nem sequer permitem postagens e comentários sobre viagens em conjunto e estimulam viagens independentes, fazendo aos poucos com que essas mulheres perceberem os diferentes estilos de viagens e apreciem cada vez mais a própria companhia.

Todas as temáticas relacionadas aos grupos de viagens de mulheres, seus questionamentos, debates e trocas de informação, ideias e dicas são passos que geram confiança, estimulam a liberdade e despertam o desejo pelo ato de viajar. O ato de viajar sozinha, o ato de estar sozinha, de apreciar a si mesma e aproveitar sua própria companhia se relaciona com o se descobrir, aceitar suas diferenças e, ao final de tudo, se valorizar.

5 MULHERES VIAJANTES, MULHERES EM MOVIMENTO: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

As viagens, e ainda mais as independentes, ou seja, as viagens realizadas por mulheres sozinhas e não a trabalho ou em família, possibilitam o conhecimento sobre o mundo e sobre diferentes formas de viver, mas principalmente sobre si mesmas. É a partir das situações e experiências encontradas durante as viagens que as mulheres

entendem cada vez mais seus desejos, sua liberdade e sua independência, questões essas que sempre lhes foram reprimidas. Com isso as viagens as tornam mais fortes, seguras e diversas, sendo um processo de empoderamento inspirado em mulheres que romperam (e continuam rompendo) barreiras e fricções nas mobilidades turísticas.

Nesse sentido, este trabalho buscou contribuir para o registro e descrição do que consideramos ser o fenômeno das mulheres viajantes, mais especificamente da sua organização em grupos restritos ou privados nas redes sociais. Buscamos com esta pesquisa analisar e evidenciar a importância dos grupos de viagens de mulheres como mais uma etapa das mulheres na luta por direitos.

Estes grupos restritos, revelaram-se fundamentais na formação das redes de confiança, tornando-os um espaço de conforto e liberdade de exposição sobre o momento de lazer. São espaços de troca de informações factuais e de conteúdos relacionados a viagens, meios de hospedagem, pontos turísticos, reportagens sobre mulheres e viagens, além de divulgação de sites, blogs e, mais recentemente, perfis do Instagram que utilizam o Facebook para divulgação.

Vimos o quanto a formação de redes no Facebook possibilita as viagens por mulheres, na medida em que contribuem para o estímulo e planejamento da viagem e até suporte quando necessário durante a viagem. E, por vezes, a conexão entre mulheres chega a superar o contato apenas virtual.

Encontramos também um empreendimento voltado para mulheres no Brasil. O “*Girls Go*”, que teve seu início em grupo de Facebook, hoje também oferece encontros presenciais de mulheres e organiza o Encontro Brasileiro de Mulheres Viajantes, que já conta com duas edições. Sua idealizadora, Gilsimara Caresia, jornalista, turismóloga e visitante de mais de 100 países, apresenta o evento com o objetivo de incentivar mulheres a viajar e a quebrar barreiras, além de abordar dicas de viagens, planejamento, experiências e até mesmo informações para quem deseja iniciar carreira na área do turismo.

Entendemos, então, os grupos de mulheres de viagens no Facebook como uma resistência ou organização necessária para a superação de fricções nas mobilidades turísticas, na medida em que, a partir da barreira social para as viagens das mulheres, impulsiona algumas mulheres a realizar as viagens e lança luz sobre novas questões relacionadas com o lugar da mulher e os espaços que ela ocupa na sociedade.

Os grupos de viagens instrumentalizam as mulheres para as viagens, na medida em que formam redes que possibilitam o planejamento e o ato de viajar, bem como envolvem um constante processo de troca e manutenção da rede em tela. As mulheres constantemente retornam aos grupos após ou durante as viagens oferecendo dicas e expondo experiências, quase como se fechassem um ciclo nesse sistema de troca de informações, com alimentação de novas informações e retorno, com feedbacks positivos e negativos.

No entanto, mais estudos ainda são necessários sobre essa temática. É mister pensar a mulher no turismo considerando as mobilidades em uma sociedade global. Conforme Sheller sugere, é importante uma análise interseccional das mobilidades, combinando debates sobre (i) mobilidades, gênero e raça. O que observamos ao longo dos quatro anos de acompanhamento dos grupos de mulheres viajantes foi um padrão de mulher branca, urbana e ocidental, o que ainda merece ser explorado.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos as Mulheres Viajantes que se organizam para estarem e irem onde elas quiserem e ao Financiamento do Programa de Educação Tutorial do Ministério da Educação (PET/MEC).

REFERÊNCIAS

ALLES, Natália Ledur. Turismo e prostituição na Copa do Mundo: Enquadramentos midiáticos sobre turismo sexual. **Revista Passagem de Programa de Pós-Graduação em Comunicação-UFC**, vol. 6, n. 1, p. 138-155. 2015.

ANTONIOLI, Fernanda Leão A. **Viagens no feminino: gênero, turismo e transnacionalidade**. 131 p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. 2015.

BELLENZANI Renata; Blessa, Cely; Paiva, Vera. Scripts em cena: HIV e mercado sexual no contexto turístico. **Psicologia em Estudo**, vol. 13, n. 4, pp.653-662. 2008.

BELISÁRIO, Katia; Geraldês, Elen Cristina; Moura, Dione. Para “Inglês” Ver: Apontamento Sobre Representações da Mulher Brasileira em Casos Repercutidos na Imprensa Internacional. **Revista Sociais e Humanas - UFSM**, vol. 26, n. 3, p. 467-477. 2013.

BESSA RIBEIRO, Fernando; Sacramento, Octávio. Imagens, erotismo e culturas “on the road”: Perspectivas sobre o Brasil como destino turístico. **Revista do CICS.NOVA.UMinho – Configurações**. 5/6. p. 241-255. 2009.

BLANCHETTE, Thaddeus Gregory; Silva, Ana Paula. “Nossa Senhora da Help”: sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana. **Cadernos Pagu**, n 25, p.249-280. 2005.

BLANCHETTE, Thaddeus Gregory; Silva, Ana Paula. “A Mistura Clássica”: miscigenação e o apelo do Rio de Janeiro como destino para o turismo sexual. **Bagoas**, n. 5, p. 221-244. 2010.

BLANCHETTE, Thaddeus Gregory; SILVA, Ana Paula da. Putas, playas e Hell’s Angels: turismo sexual, classe, raça e mestiçagem Copacabana. In: FARIAS, Patrícia Silveira de; PINHEIRO, Márcia Leitão. **Novos estudos em relações étnico-raciais Sociedades e políticas públicas**. Brasil, 2014.

DI CIOMMO, Regina Célia. Turismo, gênero e pesquisa participativa na reserva extrativista marinha do Corumbau. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 7, n. 2, p.1-22. 2007.

DUARTE, Donária Coelho; PEREIRA, Ana Darc Jesus. O papel da mulher no turismo rural: um estudo no circuito Rajadinha de Planaltina - Distrito Federal. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, vol. 12, n. 3, p. 81-102. 2018.

DUARTE, C. L. O olhar de uma viajante brasileira: Nísia Floresta. **Veredas: Revista da Associação Internacional de Lusitanistas**, n. 3, p. 141-148, 1 dez. 2000.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. São Paulo: Elefante, 2004.

FERREIRA, Liciane Rossetto. **A Comunicação e o Turismo Sexual: As Garotas do Brasil – Um Olhar Hermenêutico**. Tese (Doutorado em Práticas Sociopolíticas e Comunicação nas Organizações) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2007.

FRANÇA, Dalva Lúcia de Souza. **Turismo e dinâmica demográfica: reflexos da atividade turística no comportamento reprodutivo da mulher no município de Salinópolis, PA**. 195 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Belém. Programa de Pós-Graduação em Geografia. 2008.

FRANCO, Stella Maris Scatena. Viagem e gênero: tendências e contrapontos nos relatos de viagem de autoria feminina. **Cadernos Pagu**, n. 50. 2017.

GABRIELLI, Cassiana. Intersecções Entre o Mercado Turístico e o Mercado do Sexo em Salvador, Bahia, Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, vol. 5, n. 2, p. 136-156. 2011.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GOMES, Mariana Salister. A (des)(re) construção do Brasil como um paraíso de mulatas. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**, vol. 4, n. 2, p. 48-70. 2010.

LEHMANN-CARPZOV, Ana Rosa. **Turismo e Identidade: Construção de Identidades Sociais no Contexto do Turismo Sexual entre Alemães e Brasileiras na Cidade do Recife**. Dissertação de Mestrado em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco, Recife - PE, 1994.

LIFCHITZ MOREIRA LEITE, Miriam. Mulheres viajantes no século XIX. **Cadernos Pagu**, Campinas, SP, n. 15, p. 129–143, 2015.

LUNARDI, Raquel; Souza, Marcelino de. Atrizes do Turismo Rural: o trabalho da mulher na atividade turística na região dos Campos de Cima da Serra (RS). **Agricultura. Experiências em Agroecologia**. vol. 6, n. 3, p. 15-17. 2009.

LUNARDI, Raquel; SOUZA, Marcelino; PERURENA, Fátima. O Trabalho de Homens e Mulheres no Turismo Rural em São José dos Ausentes: o "leve" e o "pesado". **Revista Turismo - Visão e Ação**, 17(1), p. 179-209. 2015

MOTTA, Flávia de Mattos. Raça, gênero, classe e estupro: exclusões e violências nas relações entre nativos e turistas em Florianópolis. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, vol.16, n.1, p.29-44. 2006.

NOGUEIRA, Verena Sevá. **A venda nova das imigrantes: relações de gênero e práticas sociais do agroturismo**. 253p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, SP. 2004.

OLIVEIRA, Natália Maria de; CASTRO, José Flávio Moraes. Análise da paisagem das mulheres viajantes no Brasil durante o século XIX. **Cadernos de Geografia - PUC-Minas**, vol. 26, n. 1, p. 155-168. 2016.

PERALTA, Nelissa; ALENCAR, Edna Ferreira. (2008). Ecoturismo e Mudança Social na Amazônia Rural: Efeito Sobre o Papel da Mulher e as Relações de Gênero. **Campos - Revista de Antropologia**. Vol. 9, n. 1, p. 109-1209. 2008

PISCITELLI, Adriana. Viagens e sexo on-line: a internet na geografia do turismo sexual. **Cadernos Pagu**, n 25, p.281-326. 2005.

PISCITELLI, Adriana. Sexo tropical em um país europeu: Migração de brasileiras para a Itália no marco do "turismo sexual" internacional. **Estudos Feministas**. Vol. 15, n. 3, p.717-744. 2007.

PISCITELLI, Adriana. “Gringas ricas”: Viagens sexuais de mulheres europeias no Nordeste do Brasil. **Revista de Antropologia – São Paulo - USP**, vol. 53, n. 1, p. 79-115. 2010

PISCITELLI, Adriana. “#queroviajarsozinhasemmedo”: novos registros das articulações entre gênero, sexualidade e violência no Brasil. **Cadernos Pagu**. N. 50. 2017.

SAFFIOTI, Heleith. **Gênero Patriarcado e Violência**. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2004.

SIQUEIRA, Euler David de; Siqueira, Denise da Costa Oliveira. Corpos autorizados: comunicação, poder e turismo. **Revista Hospitalidade**, ano V, n. 1, p. 97-116. 2008.

SHELLER, Mimi. **Mobile Justice: The Politics of Movement in an Age of Extremes**. London: Verso, 2018.

SHELLER, Mimi. Gendered Mobilities: Epilogue. UTENG, Tanu Parya; Cresswell, Tim (ed.). **Gendered mobilities**. Aldershot: Ashgate, 2008.

SHELLER, Mimi; URRY, John. The new mobilities paradigm. **Environment and Planning A**. v.8, n. 2, p. 207-226. 2006.

SHELLER, Mimi; URRY, John. Mobilizing the new mobilities paradigm. **Applied Mobilities**. V.1 n. 1, p. 10-25. 2016.

TEIXEIRA, Rivanda Meira; BONFIM, Lea Cristina Silva. Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos, trabalho e

família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, vol.10, n.1, p.44-64. 2016.

THOMÉ, Polliana. **A mulher e o Pantanal: uma relação de trabalho e de identidade**. 2008. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal do Mato Grosso do Sul, Aquidauana, 2008.

URRY, John. **O Olhar do Turista**. Editora Studio Nobel/SESC: São Paulo. 2001.

URRY, John. **Mobilities**. Cambridge: Polity. 2007.

URRY, John. Social networks, mobile lives and social inequalities. **Journal of Transport Geography** Volume 21, March 2012, p. 24-30. 2012.

WYSE, Nely; LEITÃO, Márcia. Turismo Solidário e a Valorização da Mulher. **Boletim Técnico Do Senac**, vol. 33, n. 3, p.48-57. 2007.

**Women travelers:
a reflection on women's online networking for travel**

Abstract

On Gender Studies, research on domestic violence, reproduction control rights, wage inequality, among others, are frequent. However, studies on women as tourists, that is, in their leisure time, are still scarce. When we relate gender studies to tourism, we end up addressing the objectification of women, which may lead to other issues, such as the sexualization of the female body in studies on sex tourism or the constant association of women with the domestic work in rural tourism. This context demonstrates there is a need for studies and analysis on the use of, and right and access to, free time by women and how this relates to traveling. In this sense, this article discusses women-exclusive travel groups on Facebook and their exchange of information and creation of networks. To do so, our theoretical framework was based on the new mobilities paradigm by Sheller and Urry (2006, 2016), more specifically the studies that characterize gender mobilities and mobile justice (Sheller, 2008, 2018). Finally, we concluded that such groups open space for new forms of contact and encounters, in addition to serving as a network of trust that enables the movement of women as tourists, as the groups help women travelers understand and recognize frictions imposed on their movements as tourists.

Keywords: *Netnography; Tourism; Gender; Mobilities; Frictions*

Artigo submetido em 05/08/2021. Artigo aceito em 30/09/2021.