

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E BIOLÓGICAS  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES

CAROLINE OLIVEIRA DE SOUZA

**MULHERES VIAJANTES  
A SORORIDADE NO TURISMO IMPULSIONADA PELAS REDES SOCIAIS**

Sorocaba  
2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E BIOLÓGICAS  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA, TURISMO E HUMANIDADES

CAROLINE OLIVEIRA DE SOUZA

**MULHERES VIAJANTES**  
**A SORORIDADE NO TURISMO IMPULSIONADA PELAS REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Humanas e Biológicas da Universidade Federal de São Carlos, campus Sorocaba, para obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanda Aparecida da Silva.

Sorocaba  
2021

## AGRADECIMENTO

Agradeço, primeiramente, a Deus por me permitir viver diferentes realidades, conhecer novas pessoas e ser guia do meu próprio caminho.

Aos meus pais e irmãs que sempre se dedicaram em me dar o melhor em educação e aprendizado, ofereceram-me consolo e muito amor, sempre foram meus maiores tutores e modelos em honestidade, dedicação, trabalho em conjunto, merecimento e perseverança.

Ao meu companheiro Rodrigo Canela, por estar ao meu lado nestes quatro anos de graduação, apoiando e motivando meu crescimento pessoal.

Aos meus queridos amigos e parceiros do curso de Turismo por me acompanharem desde o primeiro semestre do curso. Nunca os esquecerei.

A minha orientadora, Dr<sup>a</sup> Vanda Aparecida da Silva, por acompanhar, com todo suporte, direcionamento, reflexões e confiança, meu processo de elaboração deste trabalho, sempre com muita seriedade nas intervenções e sinceridade nos elogios e nas críticas.

Às docentes Dr<sup>a</sup> Cassiana Gabrielli, Dr<sup>a</sup> Teresa Mary Pires de Castro Melo e Dr. Cesar Ferragi pela gentileza em comporem a banca na apresentação deste trabalho de conclusão de curso.

A todo corpo docente do Curso pelas aulas teóricas, trabalhos em campo e demais contribuições para minha formação como Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de São Carlos – Campus Sorocaba, desde 2016.

Aos estudiosos e demais pesquisadores que, indiretamente, por meio de artigos, livros, vídeos e quaisquer outras produções, colaboraram para a minha formação, influenciaram meu pensamento científico, humano e espiritual e fizeram parte do referencial teórico dos meus trabalhos e apresentações.

À prezada secretária, Gilselene Oliveira de Ávila Morais, por toda orientação burocrática concedida, disponibilidade e pró-atividade em nos auxiliar nas atividades do curso, pelo ombro amigo, pela confiança e carisma.

## RESUMO

A pesquisa parte do pressuposto que a tecnologia de informação e comunicação (TIC) proporcionou uma rede relacional de união entre as mulheres viajantes, inspirando-as e motivando-as ao deslocamento. Portanto, o objetivo será investigar perante plataformas da TIC os efeitos propiciados pelas usuárias viajantes, principalmente relacionadas a motivação que as levam a viajar, suas experiências decorrentes das viagens, bem como o compartilhamento delas via mídias de rede digital. Como objetivos específicos buscamos a) Entrevistar mulheres viajantes para entender que efeitos proporcionam estas experiências compartilhadas em plataformas das mídias digitais; b) Descrever e relacionar os conteúdos encontrados; c) Identificar o perfil das mulheres, bem como suas principais motivações de viagem. Os procedimentos advindos para execução deram-se através da pesquisa qualitativa utilizando a etnografia virtual. A amostra pesquisada foi composta por sessenta e seis usuárias de perfil viajante, três delas com entrevista semiestruturadas realizada virtualmente, e também, análise de quatro agrupadores de sociabilidade em redes digitais. Nesse estudo, identificou-se a ausência de plataformas ou informações oficiais produzidas pelo Ministério do Turismo. Faltam apropriações por parte de órgãos públicos, de modo geral, para articular melhores informações sobre o tema. Ao verificar as respostas e as entrevistas semiestruturada, analisou-se quão maior é a complexidade de cada experiência pessoal pois conseguiu mostrar uma pequena parcela da situação vivenciada por cada uma delas.

**Palavras-chave:** Mulher. Viagem. Rede Social.

## ABSTRACT

The research is based on the assumption that information and communication technology (ICT) provided a relational network of unity among women travelers, inspiring and motivating them to move. Therefore, the objective of this research will be to investigate before the ICT platforms the effects provided by traveling users, mainly related to the motivation that lead them to travel, their experiences resulting from travel, as well as their sharing via digital network media. As specific objectives we seek to a) Interview women travelers to understand what effects these shared experiences provide on digital media platforms; b) Describe and list the contents found; c) Identify the profile of women, as well as their main motivations for travel. The procedures resulting from the execution took place through qualitative and quantitative research using virtual ethnography. The researched sample was composed of sixty-six users with a traveling profile, three of them with semi-structured interviews conducted virtually, and also, analysis of four groups of sociability in digital networks. In this study, the absence of platforms or official information produced by the Ministry of Tourism was identified. There is a lack of appropriations by public bodies, in general, to articulate better information on the topic. When verifying the answers and the semi-structured interviews, it was analyzed how much greater the complexity of each personal experience because it managed to show a small part of the situation experienced by each one of them.

**Key-words:** Woman. Trip. Social Network.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Método de pesquisa hipotético-indutivo e hipotético-dedutivo	22
Figura 2 - Figurativo do método hipotético-indutivo e hipotético-dedutivo	22
Figura 3 - Considerações das mulheres em ser uma viajante e porque	26
Figura 4 - Descritivo de uma experiência de viagem, relatando pontos positivos e negativos	32
Figura 5 - Depoimento no Grupo do Facebook Mochileiros, da Entrevistada 1	37
Figura 6 - Depoimento no Facebook da Entrevistada 1, parte 2	37
Figura 7 - Depoimento no Instagram da Entrevistada 2	44
Figura 8 - Depoimento no Instagram da Entrevistada 2, parte 2	45
Figura 9 - Depoimento no Instagram da Entrevistada 2, parte 3	46
Figura 10 - Depoimento no Instagram da Entrevistada 3	49
Figura 11 - Perfil oficial da <i>M pelo Mundo</i> , no Instagram	51
Figura 12 - Podcast oficial da <i>M pelo Mundo</i> , no Spotify	51
Figura 13 - Página oficial da <i>M pelo Mundo</i> , no Facebook	52
Figura 14 - Página oficial da <i>M pelo Mundo</i> , no Twitter	52
Figura 15 – Canal oficial da <i>M pelo Mundo</i> , no Youtube	53
Figura 16 - Perfil oficial da <i>Mulheres Negras pelo mundo</i> , no Instagram	54
Figura 17 – Publicação no Instagram da <i>Mulheres Negras Pelo Mundo</i>	54
Figura 18 - Publicação no Instagram da <i>Mulheres Negras Pelo Mundo, parte 2</i>	55
Figura 19 - Perfil oficial da <i>Somos Mundo Nosso</i> , no Instagram	57
Figura 20 - Publicação no Instagram da <i>Somos Mundo Nosso</i>	57
Figura 21 - Publicação no Instagram da <i>Somos Mundo Nosso, parte 2</i>	58
Figura 22 – Perfil oficial da <i>Sisterwave</i> , no Instagram	59
Figura 23 - Publicação no Instagram da <i>Sisterwave</i>	59
Figura 24 - Página oficial da <i>Sisterwave</i> , no Facebook	60
Figura 25 - Podcast com participação do caso <i>Sisterwave</i> , no Spotify	60

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Mulheres que realizaram uma viagem sozinha	25
Gráfico 2 - Preferência que as mulheres têm para realizar uma viagem	26
Gráfico 3 - Meios que inspiraram a realização de uma viagem	28
Gráfico 4 - Classificação das Motivações de Viagem	29
Gráfico 5 - Gráfico 5 – Faixa Etária das participantes	29
Gráfico 6 – Ocupação	30
Gráfico 7 - Escolaridade	31
Gráfico 8 – Autodeclaração Racial	32

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>1 REVISÃO TEÓRICA</b>	<b>13</b>
1.1 ANTES DA ERA DIGITAL: MULHERES VIAJANTES E SEUS RELATOS DE VIAGEM	13
1.2 TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS	16
1.3 CONCEITO DE SORORIDADE	19
<b>2 METODOLOGIA</b>	<b>20</b>
2.1 PROCEDIMENTOS	21
2.2 PESQUISA DE CAMPO: UNIVERSO E AMOSTRA	23
2.3 COLETA DE DADOS	23
<b>3 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b>	<b>24</b>
3.1 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS	24
<b>3.1.1 Pergunta 1: Você já realizou uma viagem sozinha?</b>	<b>24</b>
<b>3.1.2 Pergunta 2: Qual sua preferência para realizar uma viagem?</b>	<b>25</b>
<b>3.1.3 Pergunta 3: Você se considera uma viajante? Porque?</b>	<b>26</b>
<b>3.1.4 Pergunta 4: O que te inspirou?</b>	<b>27</b>
<b>3.1.5 Pergunta 5: Classifique suas motivações de viagem</b>	<b>28</b>
<b>3.1.6 Pergunta 6: Idade</b>	<b>29</b>
<b>3.1.7 Pergunta 7: Ocupação</b>	<b>30</b>
<b>3.1.8 Pergunta 8: Grau de escolaridade</b>	<b>30</b>
<b>3.1.9 Pergunta 9: Autodeclaração racial</b>	<b>31</b>
<b>3.1.10 Pergunta 10: Descreva sua experiência de viagem</b>	<b>32</b>
3.2 DAS ENTREVISTAS SEMI ESTRUTURADAS	33
<b>3.2.1 Entrevistada 1</b>	<b>33</b>
<b>3.2.2 Entrevistada 2</b>	<b>39</b>
<b>3.2.3 Entrevistada 3</b>	<b>47</b>
3.3 AGRUPADORES DESTA SOCIABILIDADE EM REDE	50
<b>3.3.1 M Pelo Mundo</b>	<b>50</b>
<b>3.3.2 Mulheres Negras Pelo Mundo</b>	<b>53</b>
<b>3.3.3 Somos.MundoNosso</b>	<b>56</b>
<b>3.3.4 Sisterwave Brasil</b>	<b>58</b>
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>61</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>64</b>
<b>APÊNDICE A</b>	<b>70</b>
<b>APÊNDICE B</b>	<b>73</b>

## INTRODUÇÃO

O tema que permeia a pesquisa é Mulheres Viajantes: a sororidade no turismo impulsionadas pelas redes sociais. Para o desenvolvimento, primeiro contextualiza-se a trajetória das mulheres viajantes segundo literaturas de viagens publicadas e faz a conceituação do termo sororidade e TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação). A seguir, aborda-se a metodologia utilizada para elaboração da pesquisa científica. No seguinte momento, discorre-se sobre a análise dos resultados proporcionando uma reflexão, segundo pontos de vista sociológicos. Na última seção são feitas as considerações finais sobre a realização desta temática e a importância para a produção científica no assunto.

Recentemente, uma pesquisa já realizada pelo TripAdvisor<sup>1</sup> sobre Mulheres Viajantes no ano de 2015, revelou-se nos dados obtidos por 9.852 mulheres, sendo elas da Austrália, Estados Unidos, Reino Unido, França, Itália, Alemanha, Espanha, Rússia, Ásia e o Brasil. Este assunto se tornou relevante e emergente a pouco tempo dentro das pesquisas e no universo do Turismo.

As mulheres que viajam sozinhas não são uma prerrogativa da vida contemporânea. Outras mulheres se inscreveram na história por suas iniciativas de desbravar espaços, como, por exemplo, Alexandra David-Néel (1868–1969), escritora espiritualista, orientalista e exploradora francesa, passou quatorze<sup>2</sup> anos percorrendo a Ásia e publicou uma vasta obra na qual constam relatos de viagens, reflexões sobre o pensamento oriental e romances ambientados na sociedade tibetana. Em seus deslocamentos passou longas temporadas na Índia, no Tibete, na China e no Sikkim, mas visitou também o Japão, a Coreia, a Birmânia, a Malásia e o que era então a Indochina. Contribuiu para a divulgação do Oriente na Europa, por meio de textos ricos e densos, frutos de um interesse que ultrapassava a curiosidade superficial pelo Outro. A imersão de Alexandra nas sociedades asiáticas, onde viveu, foi profunda e marcante em sua própria vida, levando-a a abandonar sua formação tradicional cristã convertendo-se ao budismo<sup>3</sup>.

Na aviação, as pesquisas evidenciam que apesar da capacidade e da determinação, as “Amélias”, as “Anésias”, as “Lucys”, as “Therezas”, as “Carlas” e tantas outras pioneiras tiveram que ir à luta para que ocupassem o “reservado” espaço da cabine de comando, pois,

---

<sup>1</sup> <https://tripadvisor.mediaroom.com/2015-03-05-UMA-A-CADA-QUATRO-BRASILEIRAS-VIAJA-SOZINHA>, acesso em 29/05/2019.

<sup>2</sup> [https://pt.wikipedia.org/wiki/Alexandra\\_David-N%C3%A9el](https://pt.wikipedia.org/wiki/Alexandra_David-N%C3%A9el), acesso em 15/08/2020.

<sup>3</sup> PALLAZO, Carmen Lícia. Alexandra David-Néel: uma orientalista percorrendo a Ásia. Padê: Estudos em filosofia, raça, gênero e direitos humanos (encerrada), v. 1, n. 1, 2007.

pilotar uma aeronave independe da questão sexual. Thereza di Marzo e Anésia Pinheiro Machado foram as duas primeiras mulheres a tirar o brevê de piloto, em, respectivamente, 8 e 9 de abril de 1922<sup>4</sup> (PEREIRA, 1987, p.406). Em 1943, Anésia participou do curso da Federal Aviation Agency, nos Estados Unidos, no qual recebeu a licença como piloto comercial e de instrutora de voo, função que desenvolveu na Panair do Brasil e no CPOR da Força Aérea Brasileira. Amelia Mary Earhart<sup>5</sup>, nascida em 24 de julho de 1897, no estado do Kansas, Estados Unidos da América, tornou-se a mais popular aviadora, em decorrência do seu forte temperamento e seu espírito de aventura. De acordo com Débora Mestrinari (2010), a primeira experiência concreta de Amelia na aviação foi em uma feira aérea que visitou no Canadá. Em 1922, após seis meses de treinamento, Amelia comprou o próprio avião, um Kinner Airter S-1-A, apelidando-o de “Canário”. Nesse mesmo ano, bateu o recorde mundial feminino, alcançando a altitude de 14.000 pés. Além dos recordes quebrados, Amelia também foi membro da “American Aeronautical Society”, e escrevia para o jornal de Boston, promovendo a aviação e organizando um projeto para pilotos femininos. Em 1932 ela cruzou o Atlântico em um vôo solo, tendo se tornado a primeira mulher a fazê-lo. Em primeiro de junho de 1937, Amelia decolou de Miami para tentar o audacioso desafio de dar a volta ao mundo, juntamente com o piloto Fred Noonan, porém, no dia seguinte, o avião desapareceu, não se sabendo ao certo motivo. Entre 1930 e 1935, Amelia bateu sete recordes de velocidade e distância para mulheres em várias aeronaves: Kinner Airster, Lockheed Vega e Pitcairn Autogiro (MESTRINARI, 2010, p. 05).

O presente trabalho, além de enfatizar pontuais relevâncias sociais e históricas abrangentes, dentro do empoderamento das mulheres, nos dias atuais, por meio das viagens realizadas, visa buscar as formas de compartilhamento delas na internet, mediante publicações do perfil pessoal das usuárias.

A autora Cristina Fraga (2001) enfatiza que a Internet, embora recente, é capaz de unir mulheres das partes mais distantes do planeta. Quanto aos seus conteúdos, explicita ainda que neles encontram-se, informações a respeito de tudo o que acontece com as mulheres; as diferenças e distinções dos seus rostos e das suas posturas políticas: de pobres e ricas; de hetero e bissexuais; de brancas e negras; de jovens e maduras; de ecofeministas e conservadoras ou marxistas. Acrescentado a isso, nestas páginas, também, são possíveis encontrar novas maneiras de criar o mundo, revelar preocupações, reinventar a vida e tornar-se protagonista (Garcia e Sousa, 2015).

---

<sup>4</sup> PEREIRA, Aldo. Breve história da aviação comercial brasileira. Rio de Janeiro: Europa, 1987. p. 406.

<sup>5</sup> MESTRINARI, Débora de R. Amelia Earhart. Revista Eletrônica AeroDesign Magazine, v. 2, n. 2, 2010.

Atualmente, há uma necessidade de entendimento nos novos formatos dos consumidores do turismo, uma vez que há precariedade na produção acadêmica relacionado ao gênero feminino e viagens. A pesquisa parte do pressuposto que a tecnologia de informação e comunicação criou uma rede relacional de união entre as mulheres viajantes, inspirando-as e motivando-as ao deslocamento. A análise da pesquisa pode estabelecer uma relação entre a realidade vivenciada pelas viajantes integrada ao novo conceito de sociabilidade existente dentro da internet, que aparece, dentro do ambiente, tecnologias da informação (TIC) como um espaço de interação social a ser explorado. Desta forma, serão evidenciadas novas maneiras, tendências, abordagens e conceitos de futuros segmentos para o mercado turístico contemporâneo.

Nesse contexto, o objetivo desta pesquisa é investigar, perante plataformas da TIC, os efeitos propiciados pelas usuárias viajantes, principalmente relacionadas à motivação que as levam a viajar, suas experiências decorrentes das viagens, bem como o compartilhamento delas via mídias de rede digital.

Assim sendo, tem como objetivos específicos: a) Entrevistar mulheres viajantes para entender que efeitos proporcionam estas experiências compartilhadas em plataformas das mídias digitais; b) Descrever e relacionar os conteúdos encontrados; c) Identificar o perfil das mulheres, bem como suas principais motivações de viagem.

## 1 REVISÃO TEÓRICA

### 1.1 ANTES DA ERA DIGITAL: MULHERES VIAJANTES E SEUS RELATOS DE VIAGEM

Sobre os relatos de viagem, segundo Franco (2017), é importante averiguar como a questão da especificidade feminina foi entendida em destacadas pesquisas nas Ciências Humanas que também lidaram com essas fontes. Muitas delas tiveram seus escritos publicados, contando suas experiências pessoais de viagens em formas de diários, correspondência a seus familiares, ou simples narrativas breves.

Ao examinar textos de viajantes britânicas no auge do imperialismo, Sara Mills (1991) conclui que seus enunciados diferem dos articulados pelos homens. As mulheres não aderiram à voz imperialista da mesma maneira que os homens. Adotaram uma escrita mais experimental e menos imperativa e descreveram indivíduos, e não estamentos e raças. Sem negar a dominação imperial, apreciaram de forma menos autoritária o “outro” marginalizado. Esses atributos decorrem da condição especial da produção desses textos, confeccionados por mulheres presas entre as demandas do discurso feminino – que as colocavam como passivas e preocupadas com os relacionamentos – e os imperativos do discurso do colonizador – que demarcavam uma ação intrépida.

Bénédict Monicat (1996), em seu estudo sobre viajantes europeias no século XIX, concorda com a ideia da especificidade. Enfatiza que esses são textos definidos, desde sua origem, como femininos e que engendram a ideologia da diferença sexual. Segundo a autora, adotam uma retórica distinta: se os homens eram assertivos, as mulheres, ao atingirem a esfera pública, precisavam se justificar, conservando uma aparência de inferioridade ligada ao feminino – operação que mobilizavam para alcançarem um reconhecimento do próprio valor, ao mesmo tempo em que “reconheciam” o valor do mais forte. Converte com Mills ao afirmar que as viajantes reproduziam o discurso colonial, central e dominante, e simultaneamente o contestavam, pois, estando às margens desse centro, se aproximavam da “outra” margem.

[...] percorreram o mundo todo em busca da liberdade e dos sonhos! Foram feministas? Não em palavras, certamente, mas talvez suas ações, seus projetos e suas obras pudessem classificá-las assim. São muito variáveis os objetivos de cada viajante segundo suas origens e sua época, mas se destaca um objetivo comum a todas: a busca do conhecimento, a busca de sensações, a busca do novo, em suma, a busca do outro, e mesmo que esse outro fosse visto com os mesmos olhos da partida, dificilmente as viajantes, ao voltarem ao local de origem, olharão o seu país e os seus conterrâneos da mesma maneira. (MUZART, 2008, p. 1062).

De acordo com a argentina Mónica Szurmuk, é na narração sobre o âmbito doméstico e no processamento da viagem pelo viés da personalidade – o que fazia com que as mulheres observassem e se sentissem observadas – que se concentra a especificidade dos relatos femininos (Szurmuk, 2000).

Para a autora Adriana Méndez-Ródenas (2014), as viagens propiciaram às mulheres a possibilidade de forjarem outros papéis, tais como os de observadoras sociais, etnógrafas amadoras e escritoras da história natural. Além disso, pondera que concretamente essas viagens podem ser entendidas como um canal de autotransformação das mulheres. O ecletismo dos relatos teria contribuído para que as viajantes os utilizassem para abordarem os mais variados temas, transformando-os, ao fim, num veículo de autoafirmação.

A principal semelhança entre os escritos das mulheres viajantes é a grande capacidade de observação, que ultrapassa as diferentes circunstâncias singulares e as diferentes situações pessoais e políticas que enfrentaram, através do século XIX.

Cabe lembrar que muitas delas viviam em ambientes de grande valorização do conhecimento científico e artístico, com contatos pessoais importantíssimos. No caso de Marianne North, que não nos deixou um livro de viagem, porque depositou no Jardim Botânico de Kew, em Londres, toda a sua galeria de flores tropicais, que pintou em Minas Gerais e no Rio de Janeiro. (MOREIRA LEITE, 2000). Outro exemplo, Gertrude Margaret Lowthian Bell (1862-1926), escritora britânica, viajante, política, administradora e arqueóloga que explorou, mapeou e se tornou altamente influente na política do Império Britânico devido a suas viagens a Grande Síria, Mesopotâmia, Ásia Menor e Arábia, e que teve sua história representada no filme *Rainha do Deserto*, em 2015 por Werner Herzog<sup>6</sup>.

Em alguns casos, nota-se que as autoras acabam sendo personagens mais interessantes que seus livros. Como no relato de Ida Pfeiffer, uma adulta de meia idade que, após a morte da mãe, realizou seu sonho de criança - conhecer o mundo. “Corria todos os riscos sem temor, animada por uma energia rara e uma vontade de ferro. Considerava que embora fosse mulher e idosa, não tinha preconceitos e superstições”. (MOEIRA LEITE, 2000, p. 138). Entre suas experiências de viagens

“enfrentou bandidos e conspirações, febres, insetos, exaustão, temperaturas e umidade extremadas desde a primeira viagem à Terra Santa, partindo do Rio Danúbio para Constantinopla e depois, afastando-se dos roteiros turísticos, como nas selvas de Celibes ou nas montanhas do Peru”. (MOREIRA LEITE, 2000, p. 139).

---

<sup>6</sup> Ver: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Gertrude\\_Bell](https://pt.wikipedia.org/wiki/Gertrude_Bell), acesso em 08/04/2020.

Diferente de sua contemporânea, a baronesa Émile de Langsdorff, pois “trata-se de uma autora extremamente culta e sensível às relações interpessoais, que veio cumprir uma delicada missão de acompanhar o marido, ministro plenipotenciário da França, para casar o príncipe de Joinville à princesa Francisca, irmã de D.Pedro”. (MOREIRA LEITE, 2000, p. 139), demonstrou uma curiosidade e uma atenção ao seu dia a dia de tamanha acuidade, que veio a merecer uma publicação póstuma, cento e onze anos depois de escrito, dos Amigos dos Museus da Marinha. Em relatos de seu diário, pusera minuciosas narrativas sobre os últimos tempos da navegação à vela constituem apenas um dos pontos altos do livro dessa mulher, inteiramente consciente de seu papel de mulher de um embaixador, escondida sob o nome do marido. “As viagens no Ville de Marseille e na fragata real, além da mal conhecida e precária vida cotidiana em veleiros, apresenta o comportamento e as preocupações de uma camada social vista de seu interior e descrita com muita agudeza”. (MOREIRA LEITE, 2000, p. 140).

Houvera também uma jovem solteira de 22 anos, veio iniciar sua vida profissional no Brasil e depois publicou trinta e sete cartas escritas de 1881 a 1883, sob o desprezioso título de Alegrias e Tristezas de uma Educadora Alemã. (MOREIRA LEITE, 2000). Ela penetrou além do mundo das aparências, problematizou questões aparentemente corriqueiras, fazendo um inventário descritivo de situações e de falas que lhe serviram de acesso à compreensão da realidade estranha com que estava convivendo. É possível que a forma epistolar de um romance, contivesse também uma das formas de ocultamento das autoras do século XIX, por transgredirem os padrões de modéstia, discrição e recato da mulher respeitável. O conhecimento, através de outras fontes, do contexto político e social em que foram escritas essas cartas, permite melhor compreensão das conotações e denotações claras, às vezes, apenas à interlocutora. (MOREIRA LEITE, 2000).

Todavia, para a sociedade, a ideia de mulheres viajarem sós ou acompanhadas era praticamente impensável. No histórico social feminino, muitas mulheres foram condicionadas a se comportarem conforme os posicionamentos dos homens e, até hoje, a liberdade da mulher gera reações negativas. O preconceito apontado para o gênero feminino é gerado pelo sistema patriarcal no mundo todo, além da estereotipagem por ser de determinada raça, cultura, religião ou padrão social.

Segundo Perrot (1991) durante todo o século XVIII foi se operando uma distinção forte entre o que pertencia à esfera do público e o que pertencia à esfera do privado na vida das pessoas. Com as revoluções esta distinção transformou-se em uma definição de papéis sociais, uma diferenciação de papéis sexuais que colocou em oposição homens (públicos)

e mulheres (domésticas/privadas). A valorização da família, agora nuclear, foi importantíssima para este processo, a burguesia encontrou nesta organização privada uma forma de vencer os títulos e a hierarquia dos nobres, elegendo a mulher como rainha deste ambiente, privado e doméstico. Hunt (1991) afirma que ao final do século XVIII a mulher é representada como o inverso do homem e passa a ser identificada por sua sexualidade: “O útero define a mulher e determina seu comportamento emocional e moral. Na época, pensava-se que o sistema reprodutor feminino era particularmente sensível, e que essa sensibilidade era ainda maior devido à debilidade intelectual” (HUNT, 1991, p. 50). O discurso dos médicos se uniria ao dos políticos e no início do século XIX as mulheres estariam totalmente relegadas à esfera privada, ao doméstico, tornando-se símbolo da fragilidade que precisava ser protegida e guardada. Outra aliada fortíssima para a consolidação destes ideais foi a religião que, segundo Hall (1991), através de vários movimentos em prol da família cristã, elegeu a mulher como célula base do doméstico. Aí estarão as pessoas abrigadas do mundo “lá de fora”, do mundo público, que passou a ser visto como um mundo rude, perigoso, fonte de preocupações, um mundo para os homens e não para mulheres e crianças.

A chamada primeira onda do feminismo aconteceu a partir das últimas décadas do século XIX, quando as mulheres, primeiro na Inglaterra, organizaram-se para lutar por seus direitos, sendo que o primeiro deles que se popularizou foi o direito ao voto. As sufragetes, como ficaram conhecidas, promoveram grandes manifestações em Londres, foram presas várias vezes, fizeram greves de fome.

Após um vasto contexto histórico feminista, a contemporaneidade mostra uma realidade, em que ser mulher, afeta escolhas individuais, com tais preferências de lazer, desconstruindo os estereótipos enraizados na sociedade. Ocasiona-se uma desconstrução de valores, uma reorientação comportamentais e mudanças motivacionais.

## 1.2 TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: PLATAFORMAS DE REDE SOCIAL E O TURISMO

A Internet foi uma tecnologia que nasceu como uma rede de computadores interligados para troca de informações entre máquinas. Numa fase posterior, suas novas aplicações permitiram que se transformasse em uma rede de indivíduos pela qual as pessoas passaram a se comunicar e trocar informações, além de se beneficiarem com diversos serviços.

O rápido desenvolvimento da Internet, de seus serviços e de suas aplicações ampliou a dimensão das relações e das práticas sociais, permitindo o estabelecimento de vínculos entre pessoas e entre organizações, que passaram a se conectar, virtualmente, por meio da rede. A Internet potencializou a comunicação humana a níveis jamais imaginados.

O Ciberespaço é um ambiente complexo, e a cultura política cresce nesse caldo efervescente, gerando novos processos e produtos. A nova potência da emissão, da conexão e da reconfiguração, os três princípios maiores da Cibercultura estão fazendo com que possamos pensar de maneira mais colaborativa, plural e aberta. Sempre que podemos emitir livremente e nos conectar a outros, cria-se uma potência política, social e cultural: a potência da reconfiguração e da transformação. A cultura contemporânea, do digital e das redes telemáticas, está criando formas múltiplas e multimodais e planetárias de recombinações. (LEMOS; LEVY, 2010, p. 27).

A realidade da sua influência nos aspectos mais proeminentes da vida humana fez com que a Internet e as redes sociais tornassem um importante tema nos debates sociológicos, filosóficos e políticos contemporâneos. Atualmente, qualquer pessoa que utilize regularmente e se aproprie da tecnologia em suas práticas sociais, dificilmente, fica à margem do fenômeno das redes sociais nela inseridas. As práticas sociais que emergem da apropriação desse uso originaram-se na popularização dos e-mails, das salas de bate-papo, e das aplicações de compartilhamento de ideias, como fóruns e blogs, para se desenvolverem em aplicações disponibilizadas em sites de relacionamentos, como o Orkut<sup>7</sup>, Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Flickr etc. As redes sociais constituem um espaço, no qual a interação entre as pessoas permite a construção coletiva, a mútua colaboração, a transformação e o compartilhamento de ideias em torno de interesses mútuos dos atores sociais que as compõem. A Internet potencializa o poder dessas redes, devido à velocidade e à capilaridade com as quais a divulgação e a absorção de ideias acontecem. No Brasil, a Internet tem modificado profundamente os hábitos culturais de seus cidadãos, e as redes sociais de relacionamentos nela apoiadas têm ganhado cada vez mais adeptos. (IBGE, PNAD CONTÍNUA TIC 2017).<sup>8</sup>

Para Lévy (2004), poucas inovações tecnológicas provocaram tantas mudanças em tão pouco tempo na sociedade como as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), especialmente a Internet; naturalmente, surgiram novas maneiras de se conviver no mundo moderno, renovadas pela revolução constante nas mídias e nas suas possibilidades. Castells

---

<sup>7</sup> Criado em: Jan, 2004. Desativado em: Set, 2014. <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/06/rede-social-orkut-sera-encerrada-em-30-de-setembro.html>, acesso em 10/08/2020.

<sup>8</sup> Cf. AGÊNCIA IBGE Notícias, in: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>, acesso em 08/04/2020.

(2006) afirma que as TICs têm levado a sociedade contemporânea a se organizarem por meio de complexas redes de relacionamentos socialmente estruturadas, e economicamente motivadas pela disseminação de informações e pelo compartilhamento de conhecimentos.

Uma rede social consiste em um ou mais conjuntos de atores sociais e em todas as relações instituídas entre eles. Um ator, por sua vez, pode ser uma pessoa, ou um conjunto discreto de pessoas agregadas em uma unidade social coletiva, como subgrupos, organizações e outras coletividades. Para Capra (2005, p. 94), redes sociais são redes de comunicação que envolvem a linguagem simbólica, os limites culturais e as relações de poder e podem ser uma medida de política social que reconhece e incentiva atores sociais no seu contexto de atuação. São capazes de expressar e fazer propagar ideias de natureza política, cultural, econômica, social e importantes instrumentos de criação de novos valores, pensamentos e atitudes.

Para o turismo, a Internet possui um grande potencial servindo como um canal de distribuição direto para todos os tipos de serviços de viagem, e como base para apresentações ricas em recursos de multimídia sobre os destinos de viagem. Ao mesmo tempo, os clientes exigem níveis mais altos de serviço, melhor qualidade da informação e tende a ter férias mais curtas e a viajar mais espontaneamente (TSCHANZ, KLEIN, 1996 *apud* MIRANDA, 2004, p. 4).

Importante salientar que todo tipo de grupo, comunidade, sociedade é fruto de uma árdua e constante negociação entre preferências individuais. Exatamente por essa razão, o fato de se estar cada vez mais interconectados uns aos outros, implica confrontar-se, de algum modo, com as próprias preferências e com as de outras pessoas. E não se pode esquecer que tal negociação não é nem evidente nem tampouco fácil. Além disso, as preferências “individuais” são na verdade fruto de uma autêntica construção coletiva, num jogo constante de sugestões e induções que constitui a própria dinâmica da sociedade.

As práticas de produção e consumo de conteúdo dos usuários acabam oportunizando um amplo recorte de análise. Vale lembrar que a internet é tanto quanto relacionada à Cultura de Mídias<sup>9</sup> e a Cultura de Consumo<sup>10 11</sup>.

Na corrente dessa mudança de perspectiva do conceito de “comunidade” para “redes sociais”, vários autores das ciências sociais passaram a investigar, desde os anos de 1990, o conceito empírico de capital social (Burt, 2005; Lin, 2005; Narayan, 1999; Portes, 1998; Grootaert, 1997; Fukuyama, 1996; Putnam, 1993; Coleman, 1990). Essa noção poderia ser

---

<sup>9</sup> KELLNER, Douglas. A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Edusc, 2001.

<sup>10</sup> TASCHNER, Gisela B. Lazer, cultura e consumo. Revista de Administração de Empresas, v. 40, n. 4, p. 38-47, 2000.

<sup>11</sup> TASCHNER, Gisela. Raízes da cultura de consumo. Revista Usp, n. 32, p. 26-43, 1996.

entendida como: a capacidade de interação dos indivíduos, seu potencial para interagir com os que estão à sua volta, com seus parentes, amigos, colegas de trabalho, mas também com os que estão distantes e que podem ser acessados remotamente. Capital social significaria aqui a capacidade de os indivíduos produzirem suas próprias redes, suas comunidades pessoais. O que nos interessa, no caso de uma análise do capital social, são as variáveis microsociológicas, como a sociabilidade, a cooperação, a reciprocidade, a pró-atividade, a confiança, o respeito, a simpatia. Não obstante, o conceito de sororidade dá o tom da pesquisa, pois diz também de uma variável microsociológica contemporânea e pouco pensada neste universo das viagens de mulheres.

### 1.3 CONCEITO DE SORORIDADE

Etimologicamente, a palavra sororidade está no latim *sóror*, que significa “irmãs”. De acordo com Dominique Fougeyrollas-Schwebel em *Dicionário Crítico do feminismo*, o termo sororidade (ou, então, *sisterhood*, em Inglês) teria surgido em meio aos Movimentos Feministas da década de 1970:

O movimento feminista participa dos movimentos antiautoritários e privilegia as formas mais espontâneas de manifestação, recusando toda organização hierárquica. Pertencer ao movimento representa a realização de uma nova ideologia, a pesquisa de sentidos e de valores comuns. A essa nova ideologia denominou-se "sororidade": *Sisterhood is a Powerful* (a sororidade é poderosa). (Fougeyrollas-Schwebel, 2009, p. 146).

O termo ganhou popularidade no feminismo porque sem a ideia de “irmandade” entre as mulheres não seria possível alcançar proporções significativas para impor mudanças em uma sociedade patriarcal e machista.<sup>12</sup>

A palavra, mesmo estranha, vem se tornando cada vez mais falada na sociedade. Ana Liési Thurler, integrante do grupo de pesquisa Vozes Femininas, da Universidade de Brasília (UNB), em uma reportagem de 2016 sobre Sororidade, do site O Globo, salienta que a expressão tem se disseminado com a expansão recente dos feminismos, inclusive entre as jovens mulheres, e com a consciência de que a sororidade é um caminho importante para enfraquecer a misoginia ainda dominante em nossa cultura que, inclusive, incita a rivalidade entre as mulheres.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> <https://we.riseup.net/radfem/definindo-sororidade-marcela-lagarde>, acesso em 15/08/2020.

<sup>13</sup> Ver: <https://oglobo.globo.com/mundo/sororidade-substantivo-feminino-18959230>, acesso em 15/08/2019.

A sororidade propõe um pacto de aliança, de fortalecimento, de cumplicidade e deseja transformar as relações de injustiça e dominação presentes na sociedade.

A sororidade é a aliança feminista entre as mulheres. Sororidade (do latim soror, sororis, irmã, e –idade, relativo a, qualidade de; em francês, sororité, em italiano, sororità, em espanhol, sororidad e soridad, em inglês, sisterhood); enuncia os princípios éticos-políticos de paridade, ausência de hierarquia patriarcal, e relação paritária entre mulheres. Termos relativos: sororal, sorória, em sororidade. (LAGARDE y DE LOS RÍOS, p 543).<sup>14</sup>

Segundo Mónica Pérez (2004), “a palavra sororidade deriva-se da irmandade entre mulheres, o perceber-se como iguais que podem aliar-se, compartilhar e, sobretudo, transformar sua realidade devido ao fato de que todas, de diversas maneiras, temos experimentado a opressão”.<sup>15</sup> A participação de mulheres em grupos e redes de apoio colabora para que sejam agentes de libertação, ouvindo, apoiando e encorajando umas às outras para tomada de decisões e ações em favor da vida. Na vivência do coletivo, ocorre uma dinâmica de poder com, do poder relacional, do poder que defende a vida na qual é necessária a criação e manutenção de redes de apoio que une, encoraja e empodera as mulheres. Este poder não é destrutivo, não gera competição ou rupturas.

Assim sendo, para podermos conhecer um pouco das presenças e das falas de mulheres viajantes, a partir das redes sociais, encorajando-se, motivando-se, partilhando experiências, orientando possíveis caminhos, foi necessária uma metodologia exploratória e flexível para chegar nessa escrita.

## 2 METODOLOGIA

Desde o estabelecimento da internet como meio de comunicação e da constituição de grupos sociais possibilitados pelas facilidades da comunicação em rede, alguns pesquisadores perceberam que as técnicas de pesquisa etnográficas também poderiam ser utilizadas para o estudo das culturas e das comunidades agregadas via internet, fossem elas derivadas de grupos sociais já constituídos no offline e que, nesse momento, migram e/ou transitam entre esses espaços ou mesmo formações sociais compostas apenas por relações online (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, p. 170). Assim,

A etnografia encarna a percepção mais convincente para a indagação e a compreensão de interações e inter-relações sociais geradas na Internet, como resposta à intermediação tecnológica, à pluralidade de paradigmas

<sup>14</sup> LAGARDE Y DE LOS RÍOS, Marcela. El feminismo en mi vida: hitos, claves y utopías. 2012. (Tradução nossa).

<sup>15</sup> PÉREZ, Mónica. Sororidad: nueva práctica entre mujeres. México, DF [www.creatividadfeminista.org/articulos/pactos2.htm](http://www.creatividadfeminista.org/articulos/pactos2.htm), 2004. (Tradução nossa).

metodológicos, assim como a diversidade e a complexidade das matrizes etnográficas que se apresentam nas “vivências da rede”, que é, em síntese, seu objeto de estudo. Não obstante, sua análise dependerá da finalidade e da natureza que lhe for atribuída (GEBERA, 2008, p. 02)<sup>16</sup>.

A etnografia virtual (VERGARA, 2002) incorpora as técnicas de etnografia ao estudo de comunidades e culturas emergentes a partir da comunicação mediada por computadores (KOZINETS, 2002). Entretanto, também é importante salientarmos que a etnografia como “método” está sempre se reinventando e sendo aprimorada à luz do tema, dos novos dados que vão sendo encontrados e confrontados a partir do conhecimento de material teórico já produzido e os dados advindos de um determinado contexto (PEIRANO, 2014). Os procedimentos advindos para elaboração do trabalho em mãos deram-se através da pesquisa quali-quantitativa on-line utilizando a etnografia virtual.

## 2.1 PROCEDIMENTOS

A etnografia virtual foi utilizada com as seguintes etapas: a princípio, fora escolhido o tema e a delimitação do mesmo, tendo como inspiração a vivência pessoal da autora no “1º Encontro Brasileiro de Mulheres Viajantes”, evento realizado em São Paulo nos dias 27 e 28 de Abril de 2019. Mediante considerações e abordagens apresentadas no evento, foi possível detectar a questão em destaque na pesquisa e avaliá-la, segundo princípios teóricos fundamentados para uma abordagem no campo do Turismo.

Elaborou-se a pesquisa exploratória a partir do levantamento bibliográfico, pelo portal CAPES, referente ao objeto de estudo, pertinentes em artigos científicos, publicações em periódicos, livros, matérias de jornais virtuais, dissertações de mestrado, teses de doutorado e outras fontes, primárias e secundárias.

Utilizou-se a etnografia virtual desde a seleção de perfil e conteúdo, abordagem comunicacional, observação e elaboração da análise interpretativa dos dados empíricos, bem como embasamento teórico de caráter antropológico e social, juntamente com terminologias conceituais do fenômeno Turismo.

Definiram-se os critérios para a escolha da comunidade virtual alvo da pesquisa através dos métodos hipotético-indutivo e hipotético-dedutivo (ver Figura 1 e Figura 2).

---

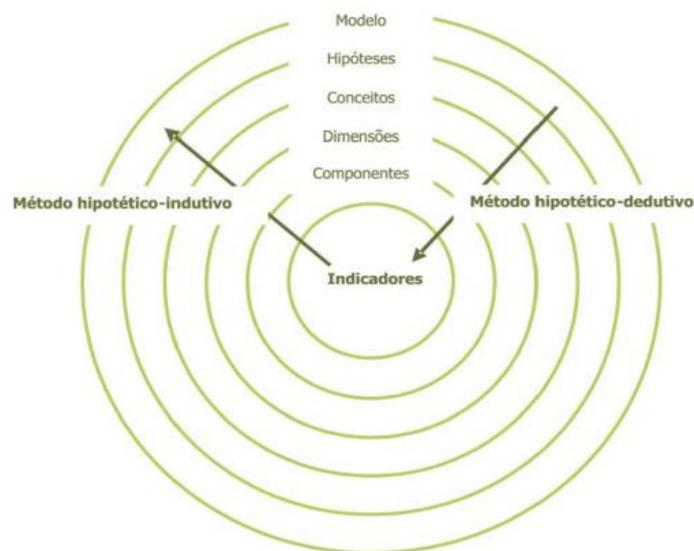
<sup>16</sup> “La etnografía encarna la percepción más convincente para la indagación y la comprensión de las interacciones e interrelaciones sociales generadas en Internet, como respuesta a la intermediación tecnológica, a la pluralidad de paradigmas metodológicos, así como a la diversidad y complejidad de los matices etnográficos que se presentan en ‘las vivencias de la red’, que es en síntesis, su objeto de estudio. No obstante, su análisis dependerá de la finalidad y de la naturaleza que se le asigne.”

**Figura 1 – Método de pesquisa hipotético-indutivo e hipotético-dedutivo**

Métodos hipotético-indutivo e hipotético-dedutivo	
Método hipotético-indutivo	Método hipotético-dedutivo
<p>A construção parte da observação. O indicador é de natureza empírica. A partir dele, constroem-se novos conceitos, novas hipóteses e o modelo que será submetido à prova dos fatos.</p>	<p>A construção parte de um postulado ou conceito como modelo de interpretação do objeto estudado. Esse modelo gera, através de um trabalho lógico, as hipóteses, os conceitos e os indicadores para os quais será necessário buscar correspondentes no real.</p>

Fonte: QUIVY & CAMPENHOUDT, 1995.

Por sua vez, a Figura 2 demonstra a usabilidade para detectar o indicador:

**Figura 2 – Figurativo do método hipotético-indutivo e hipotético-dedutivo**

Fonte: QUIVY & CAMPENHOUDT, 1995.

Selecionada a comunidade virtual a ser pesquisada, classificaram-se as margens em categorias; selecionaram-se os membros da comunidade virtual para assim realizar as entrevistas on-line.

Na sequência, procedi às seguintes etapas de escrita e análise do que foi sendo levantado: “registro das observações da pesquisadora num diário de campo; análise dos dados coletados; resgate do problema que suscitou a investigação; elaboração de uma primeira versão correspondente a um relatório de pesquisa; retorno ao campo” (virtual e contatos com mulheres viajantes, especialmente as que aceitaram estreitar uma conversa com a pesquisadora) “para a validação dos resultados ou para obter comentários adicionais de membros da comunidade virtual; confrontar os resultados obtidos com a(s) teoria(s) que deu(ram) suporte à investigação; formulação da conclusão; elaboração da versão final do texto desse trabalho” (MERCADO, 2012).

## 2.2 PESQUISA DE CAMPO: UNIVERSO E AMOSTRA

O objeto de pesquisa são as usuárias das plataformas de redes sociais com o perfil de mulheres viajantes. Segundo IBGE (2018)<sup>17</sup> aproximadamente 75% da população brasileira tem acesso à internet e mais de 72 milhões de brasileiros estão presentes no Instagram (STATISTA, 2019). Por mais que o número de usuários represente apenas 34,4% da população total, o Brasil aparece em terceiro lugar no ranking dos países que têm mais usuários no Instagram (STATISTA, 2019).

Durante a pesquisa, verificou-se a impossibilidade de coletar tamanha demanda totalitária deste universo. Segundo Contandriopoulos,

[...] toda questão de pesquisa define um universo de objeto aos quais os resultados do estudo deverão ser aplicáveis. A população alvo é composta de elementos distintos possuindo um certo número de características comuns. Quando a população alvo é grande demais para ser usada integralmente, é necessário escolher uma amostra. (1994, p.57).

Neste sentido, foi necessário fazer um recorte na totalidade de usuários/as de internet, assim como, na percentagem de mulheres usuárias. As 66 amostras foram obtidas via disseminação do *link* do questionário online por meio de seleção de perfil no Instagram, e grupos no Facebook.

## 2.3 COLETA DE DADOS

O trabalho de campo consistiu em aplicação de questionário on-line e entrevistas semiestruturada.

No questionário online, foi apresentado, como informação inicial, a proposta de pesquisa aos membros participantes, e avisado que a captura dos dados seria utilizada em pesquisa acadêmica científica, e somente mulheres poderiam respondê-lo. A liberação e divulgação do link do questionário online iniciaram no dia 28 de junho de 2019.

Havia dez questões, sendo três delas abertas para preenchimento livre, duas com abertura parcial, e cinco questões com alternativas. O período de visualização e respostas resultou no total de 65 dias aplicados, encerrada a captura dos dados em 31 de agosto de 2019.

---

<sup>17</sup> <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>, acesso em 10/08/2020.

Conforme explica Gerhardt e Silveira (2009, p. 31), a abordagem qualitativa “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc”. Deslauriers (1991 apud GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 32) ainda diz que “o objetivo da amostra é de produzir informações aprofundadas e ilustrativas: seja ela pequena ou grande, o que importa é que ela seja capaz de produzir novas informações”.

### **3 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A seguir, evidenciaremos os resultados obtidos pelas experiências difundidas por mulheres viajantes que desencadearam outra possibilidade de olhar para as próprias escolhas.

#### **3.1 ANÁLISE DOS QUESTIONÁRIOS**

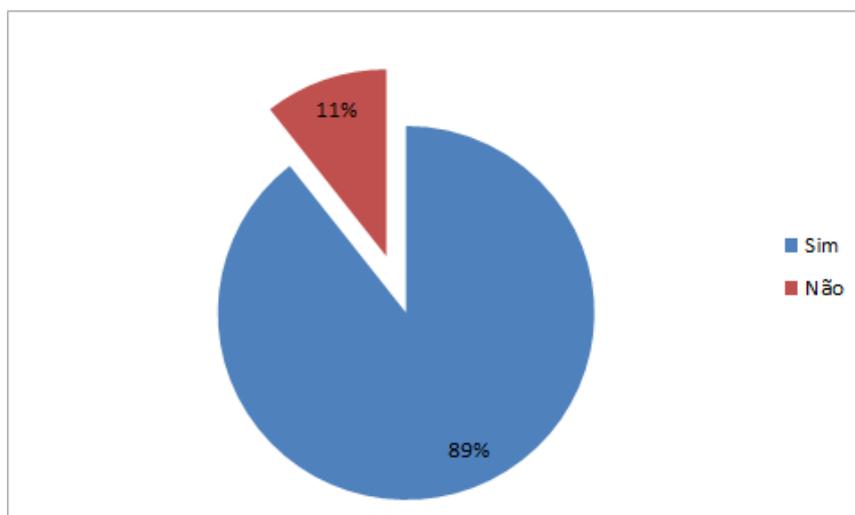
Os resultados consistiram-se na propagação do questionário online pela plataforma JotForm<sup>18</sup>. Desses, 66 foram respondidos, sendo essa a totalidade de dados consultados para a elaboração das análises. As perguntas formuladas para a captura desses dados encontram-se no Apêndice A.

##### **3.1.1 Pergunta 1: Você já realizou uma viagem sozinha?**

A questão introdutória do questionário foi designada para descobrir se a participante já havia realizado uma viagem sozinha, representada no Gráfico 1. Obtivemos 59 respostas afirmativas e 7 respostas negativas.

---

<sup>18</sup> <https://form.jotformz.com/91667469969685>, acesso em 31/08/2019.

**Gráfico 1 – Mulheres que realizaram uma viagem sozinha**Fonte<sup>19</sup>

### 3.1.2 Pergunta 2: Qual sua preferência para realizar uma viagem?

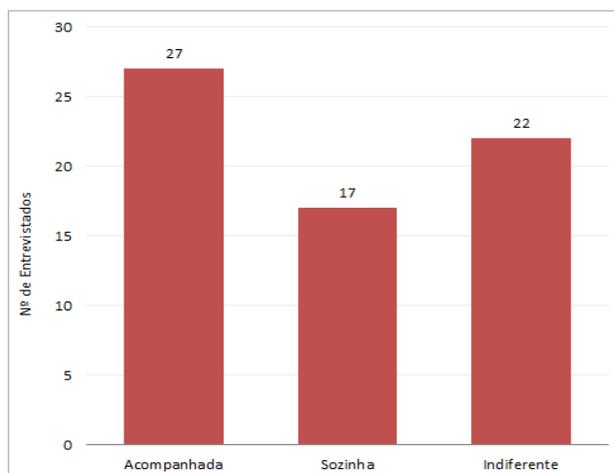
A segunda questão, representada no Gráfico 2, foi relativa à preferência pessoal da mulher viajante ao realizar uma viagem. 41% das respostas revelaram que elas preferem viajar acompanhadas, 26%, sozinhas, e 33% expuseram que são indiferentes.

Em sua obra, Onfray (2009) relata a percepção sobre viajar sozinho, em que obriga o viajante a viver em permanência consigo próprio. Porém, quando se viaja a dois terá um parceiro para realizar e dividir toda essa experiência. A eleição desse parceiro é a escolha mais importante, pois fará total diferença à conexão que os dois terão durante a viagem. Por diversos momentos durante a viagem, essa companhia permite uma profunda descoberta de si e do outro, manifestando o esplendor de cada um.

---

<sup>19</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

**Gráfico 2 – Preferência que as mulheres têm para realizar uma viagem**

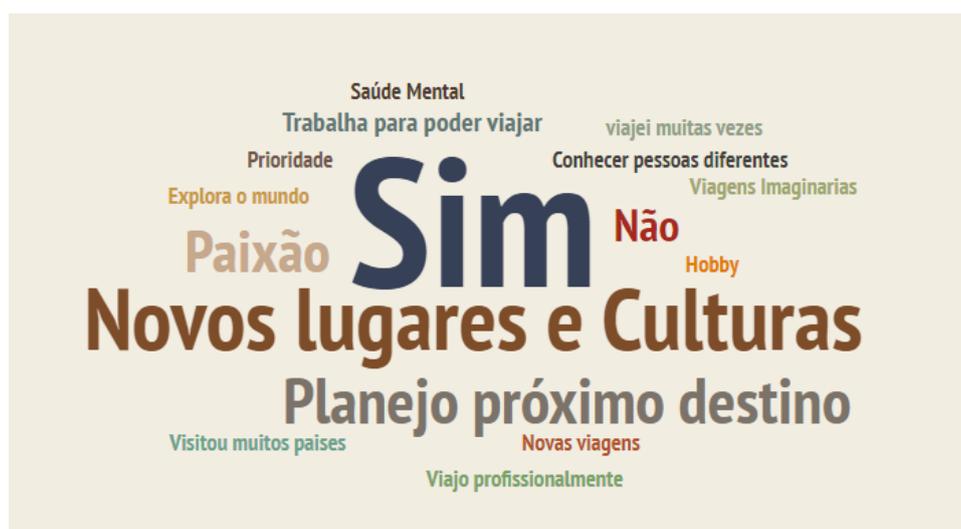


Fonte<sup>20</sup>

### 3.1.3 Pergunta 3: Você se considera uma viajante? Porque?

A terceira questão, ilustrada na Figura 1, teve o intuito de descobrir se as participantes se consideram viajantes e o porquê da escolha para ambas opções. Optou-se por analisar esta resposta qualitativa, a partir de uma nuvem de palavras-chave, para apresentar as mais citadas devido à variedade de respostas. Para isto, utilizou-se o site *infogram*<sup>21</sup>.

**Figura 3 – Considerações das mulheres em ser uma viajante e porque**



Fonte<sup>22</sup>

<sup>20</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

<sup>21</sup> <https://infogram.com>, acesso em 31/08/2019.

<sup>22</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

A palavra que mais aparece nas respostas foi a expressão Sim (46 vezes), seguida por Novos lugares e Culturas (19 vezes), Planejar o Próximo Destino (13 vezes) e Paixão (12 vezes). Devido à grande quantidade de palavras-chave, não foi possível colocar todas dentro da nuvem. Entretanto, e segundo Joaquim (2012, p. 2)

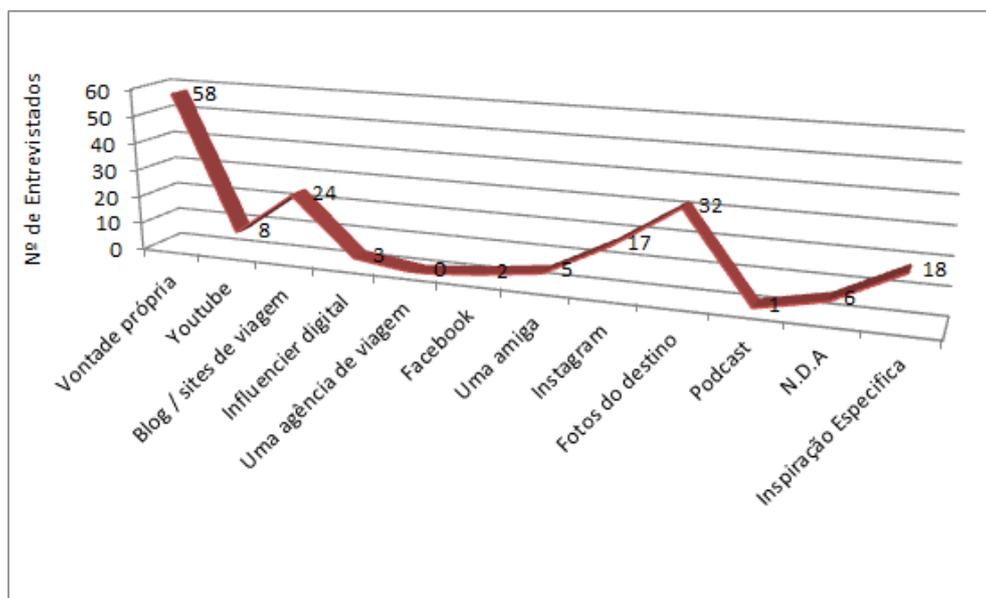
Desde os estudos pioneiros da sociologia do turismo, Boorstin (1964) e MacCannell (1973;1976) que a problemática da autenticidade materializada na separação entre o universo do turista e do viajante, constitui um dos elementos fundadores desta disciplina até à actualidade, tendo a experiência turística (Cohen,1979; 1995; 2004) protagonizado um conjunto de debates com sucessivas reformulações, onde a experiência turística (Uriely,2005), na senda dos legados de Boorstin e sobretudo MacCannell, se centra actualmente na autenticidade existencial (Wang,2000) e na desdiferenciação das esferas do trabalho e do lazer, da proximidade e da distância (Rojek,2010; Larsen,Urry, e Axhausen,2007), das mobilidades e das migrações (Urry,2002; Appadurai, 2004).

Portanto, a resposta “SIM” afirmação das mulheres se verem como viajantes pode ser pensada enquanto uma forma de reivindicar a si a ideia de busca de uma “autenticidade existencial” ao mesmo tempo que sinaliza para a capacidade de mover-se, seja promovendo oportunidades seja buscando oportunidades para tal mobilidade distinta.

#### **3.1.4 Pergunta 4: O que te inspirou?**

A quarta questão, refere-se ao canal ou meio de inspiração que levou as entrevistadas a realizar uma viagem, o que nos mostra o Gráfico 3. Essa foi uma questão de múltipla escolha aberta, ou seja, podendo seleccionar mais de uma opção. É possível observar que 58 mulheres, equivalente a 88% do total de participantes, responderam Vontade Própria como fonte de inspiração. Seguido por Fotos do Destino (48%), Blog / Sites de Viagem (36%). Na opção Inspiração Específica (27%), havia espaço designado para a entrevistada colocar a inspiração específica que lhe motivou e, dentre elas, obtiveram-se as seguintes respostas: “Minha amiga”, “perfil do Instagram”, “grupo do Facebook”, “Minha mãe”.

Gráfico 3 – Meios que inspiraram a realização de uma viagem

Fonte<sup>23</sup>

### 3.1.5 Pergunta 5: Classifique suas motivações de viagem

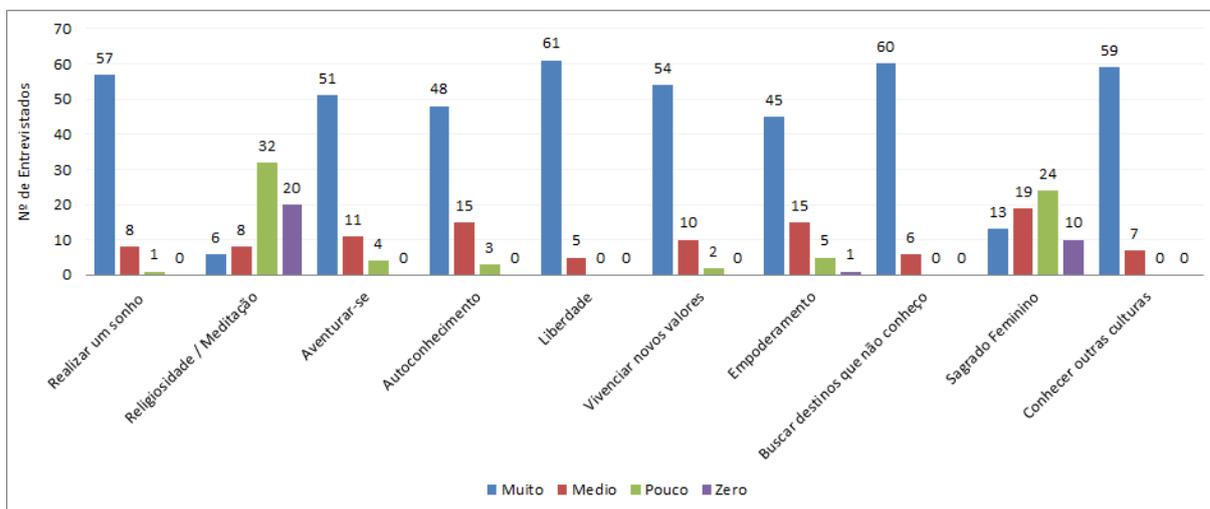
A quinta questão, representada no gráfico 4, refere-se à principal motivação que levou as mulheres a viajar. Dentre cada menção listada, a entrevistada poderia classificar com qual relevância aquilo era significativo para ela. Em Realizar um sonho obteve Muito (86%), Médio (12%), Pouco (2%) e nenhuma na opção Zero. Menção Religiosidade / Meditação apresentou Muito (9%), Médio (12%), Pouco (48%) e Zero (30%). Aventurar-se obteve Muito (77%), Médio (17%), Pouco (6%) e nenhuma na opção Zero. Buscar destinos que não conheço, Muito (91%), Médio (9%), nenhuma resposta para Pouco e Zero. Conhecer outras Culturas, Muito (89%) Médio (11%), nenhuma resposta para Pouco e Zero. Sagrado Feminino, Muito (20%) Médio (29%) Pouco (36%) Zero (15%). Empoderamento, Muito (68%) Médio (23%) Pouco (8%) Zero (1%). Vivenciar novos valores, Muito (82%), Médio (15%), Pouco (3%) e nenhuma resposta para Zero. Autoconhecimento, Muito (73%), Médio (23%), Pouco (4%) e Zero. E Liberdade, Muito (92%), Médio (8%) e nenhuma resposta em Pouco ou Zero.

Sendo assim, podemos destacar que a ideia de viagem e turismo aparecem atreladas e marcadas pela aventura como motor para mover-se, realizar um sonho. Como nas palavras de FIGUEIREDO; RUSCHMANN (2004, p. 169):

<sup>23</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

(...) A aventura é onírica, mas real. [...] Assim como a aventura, a viagem necessita de outro elemento compositor: a curiosidade. As características dos viajantes são muitas, mas ninguém é viajante se não for curioso. Essa curiosidade provoca a sensação de aventura e a adrenalina necessária para ir cada vez mais em frente.

**Gráfico 4 – Classificação das Motivações de Viagem**

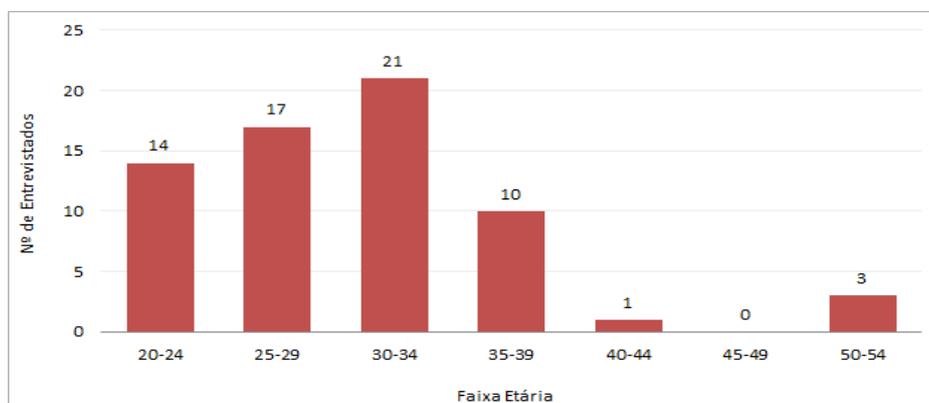


Fonte<sup>24</sup>

### 3.1.6 Pergunta 6: Idade

Quanto à faixa etária das mulheres participantes, observam-se os resultados representados no gráfico 5. O maior percentual foi no grupo etário de 30 a 34 anos (31,8%). Já a proporção dos mais jovens, entre 20 a 29 anos, totalizou 47%. A minoria que acessou o questionário foi a do grupo etário equivalente a 40-44 anos (6,1%).

**Gráfico 5 – Faixa Etária das participantes**



Fonte<sup>25</sup>

<sup>24</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

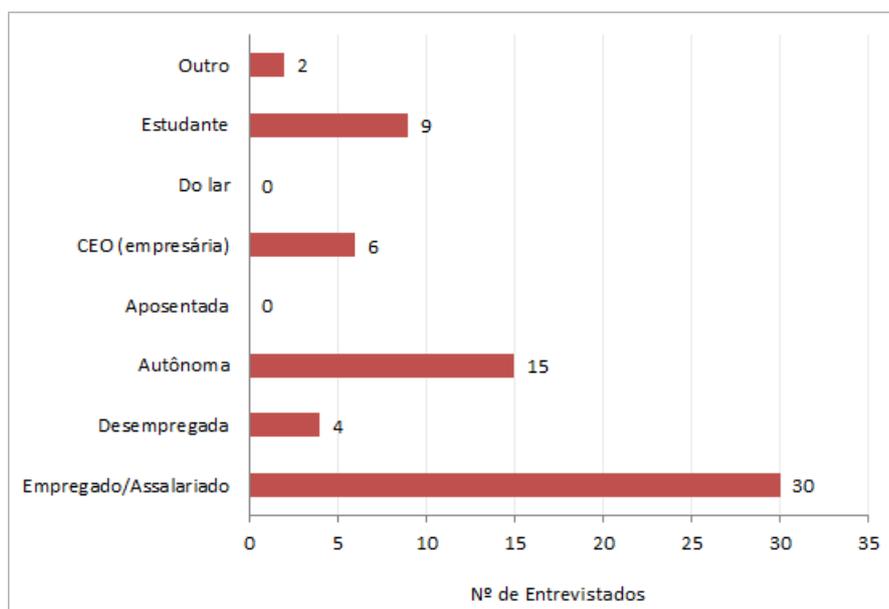
<sup>25</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

É inegável que existe um peso nesses dados, principalmente para a população entre 20 e 29 anos, que é a faixa etária com maior frequência de acessos à internet (IBGE, 2018). As mídias sociais são presentes na vida de uma grande parcela dos jovens, e mais que isso: de certa forma eles criam novas interações.

### 3.1.7 Pergunta 7: Ocupação

De acordo com a quinta pergunta, representada no Gráfico 6, mencionando o tipo de ocupação que a viajante exerce, Empregado/Assalariado obteve 45%, Autônoma, 23%, Estudante, 14%, CEO (empresária), 9%, Desempregada, 6%, Outro, 3%, e nenhuma resposta para Do lar e Aposentada.

**Gráfico 6 – Ocupação**



Fonte<sup>26</sup>

### 3.1.8 Pergunta 8: Grau de escolaridade

Em relação ao grau de escolaridade das mulheres participantes, observaram-se os resultados representados no Gráfico 7.

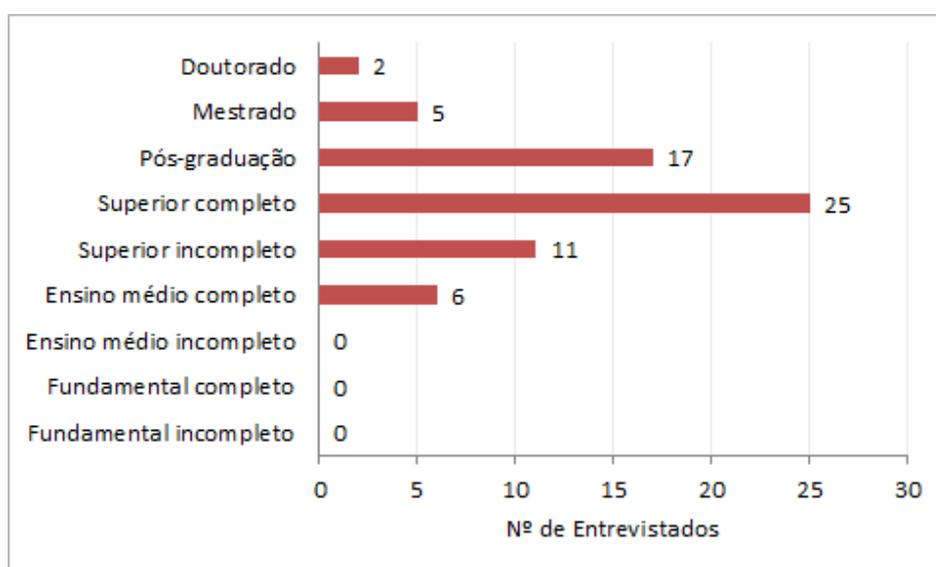
O nível de instrução influencia na utilização da internet, ou seja, quanto maior a formação escolar, mais elevada é a utilização das redes. Os resultados mostraram não haver nenhuma das pessoas questionadas com formação inferior ao Ensino Médio completo.

<sup>26</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

Também se constatou que 63,6% pertenciam ao ensino médio completo e superior completo e incompleto, que esse indicador subiu para 50,6% entre as que tinham Pós- Graduação, que o contingente com o superior incompleto se elevou para 97,7% e atingiu 96,4% o grupo com superior completo.

A justificativa para ter um número maior de usuários com superior completo está no fato deste grupo deter uma alta parcela de estudantes e ter uma estrutura etária mais jovem do que o das pessoas com nível pós-graduado.

**Gráfico 7 – Escolaridade**



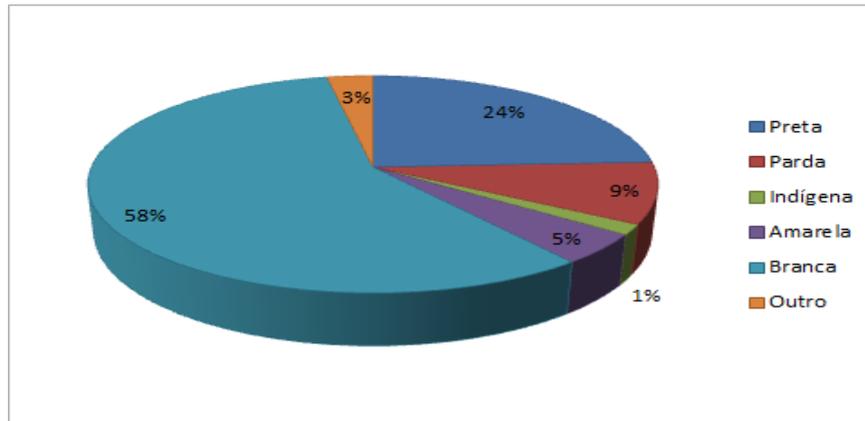
Fonte<sup>27</sup>

### 3.1.9 Pergunta 9: Autodeclaração racial

A nona questão, representada no Gráfico 8, foi relacionada a autodeclaração racial de cada viajante. Constatou-se que 38 (trinta e oito) participantes se declararam Brancas, 16 (dezesesseis) Pretas, 6 (seis) Pardas, 3 (três) Amarelas, 2 (dois) Outros, e 1 (um) Indígena.

**Gráfico 8 – Autodeclaração Racial**

<sup>27</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

Fonte<sup>28</sup>

### 3.1.10 Pergunta 10: Descreva sua experiência de viagem

A décima questão, ilustrada na Figura 4, foi relacionada à descrição pessoal das mulheres participantes do questionário online, onde foi pedido um relato da experiência de viagem esclarecendo pontos positivos e negativos.

**Figura 4 – Descritivo de uma experiência de viagem, relatando pontos positivos e negativos**

Fonte<sup>29</sup>

Nota-se que a ideia de “sentir liberdade” é a que mais se destaca na nuvem de palavras. Ideia essa que vai se articulando com todo o percurso para a experiência da

<sup>28</sup> SOUZA, Caroline. 2019

<sup>29</sup> SOUZA, Caroline. 2019.

viagem, seja ela sozinha ou partilhada com outrem. Foi o que algumas entrevistas semi-estruturadas nos sinalizaram ao nos demonstrar que as escolhas implicaram para as mulheres também a experiência da saída de zonas de conforto, além dos imponderáveis mesmo quando se pensa que se programou tudo. Conforme as palavras de Octávio Ianni,

A viagem aparece como um recurso comparativo excepcional nas ciências sociais, já que permite estabelecer um contraponto entre diversas situações e estruturas, apontando tendências e criando conexões, graças à elaboração de generalizações seguras, que não substituem, no entanto, o estudo de casos específicos. A partir da análise comparativa pode-se traçar um mapa em larga escala das configurações sociais e das modalidades de organização da realidade histórico-social, além de suas implicações geoistóricas (Cf. IANNI: 2000, p. 15-17).

### 3.2 DAS ENTREVISTAS SEMI-ESTRUTURADAS

Foram escolhidas, pela autora do trabalho, três participantes para realização da entrevista semiestruturada, por questão de afinidade, assim pôde se relacionar e aprofundar nas respostas de maneira confortável, podendo ser coletados mais dados do depoimento para análise metodológica.

#### 3.2.1 Entrevistada 1

A seguir teremos a descrição da entrevista realizada com viajante, que fez de seu relato de viagem uma publicação no Grupo Mochileiros da plataforma de rede social Facebook. (Ver Figura 4 e Figura 5).

Qual foi o maior motivo de ter escolhido o destino Cusco – Peru? A primeira coisa que ela pensou foi em querer ir para um destino que fale espanhol, Espanha ou América Latina. Entre as duas opções, para ela a Espanha era muito cara, e a América Latina estava bem mais barata. Mediante isso, ela ficou em dúvida entre os países da América Latina. Fez uma pesquisa via Google para descobrir quais dos países que falavam melhor, um espanhol de fácil compreensão. Ficou em dúvida entre Colômbia e México. Chegou em consenso que Colômbia tinha características linguísticas muito pesadas para aprendizagem, e descartou o México pelos muitos relatos encontrados em questão da periculosidade. Ela já havia conhecido Peru – Lima, anteriormente. Decidiu por ser a mais segura decisão naquele momento.

Teve alguma influência para você escolher o destino de Cusco; seja influências do YouTube, do Instagram, do Facebook ou foi indicação mesmo de agência de viagem ou amigos? Ela relatou que não falou com nenhuma agência foi tudo pesquisa. Pesquisou

primeiro por conta da Língua. Grupo de Mochileiros no Facebook. O que fez ela ter certeza foram as fotos. Machu Picchu, montanhas coloridas. Tudo era perto para se conhecer.

Você acha que a cultura local influenciou em sua decisão? Ela queria conhecer coisas, e não somente estudar. Os atrativos turísticos foram um ponto chave para a tomada de decisão.

Contato com os residentes do local? Contou que ela teve, foi com os professores e com os guias de turismo.

Descreva a montagem do seu roteiro de viagem. Ela fechou contrato diretamente com a escola lá em Cusco, onde já continha as aulas e alguns passeios adicionados ao pacote do curso. Comprou passagens aéreas por conta. O hotel foi em parceria com a escola, então ficou hospedada na habitação compartilhada em que a escola oferecia.

Experiência pessoal e vivência. Tinha uma expectativa antes da viagem. Ela foi atendida ou deixou a desejar. Na própria viagem ela teve um problema, por isso não atingiu suas expectativas e ficou pouco abaixo. Por conta da altitude ela passou mal por causa disso. Ela pegou gripe e dor de garganta infinita, e isso atrapalhou muito a experiência vivida. Em relação ao curso, atendeu as expectativas linguísticas.

Pontos negativos e experiências ruins que aconteceram na viagem e o que sentiu durante o ocorrido. Ela sentiu falta de casa por causa de ficar doente, ela foi no médico, tomou todos os remédios que o médico (enfermagem) da escola de línguas medicou mas não passou. Mesmo quase 1 mês lá, ao voltar ainda havia resquícios da gripe. Ela não sabe se a imunidade dela baixou lá. Experiência péssima por causa do quarto dela, sentiu falta do conforto da casa dela.

O que te chamou mais atenção nos passeios da viagem? Havia muitos turistas neste destino? Havia mais turistas do que nativo. Era muito turista que andava pela cidade. Os passeios o que mais impressionou ela foi a Historicidade do lugar, como pode existir aquele lugar a mil anos atrás. É de impressionar qualquer um.

Sentiu viva a cultura local quando estava lá? É presente nos nativos sim, eles acreditam muito. Para eles é muito forte a crença religiosa, a espiritualidade, eles acreditam muito em Pacha Mama que é a Mãe Terra. Todas as pessoas que ela conversou falavam disso e tinham orgulho de toda essa construção.

Conversou com a população local? De nativo, fez amizade com os professores. Os colegas de classe do curso eram holandeses, ingleses, estadunidenses. Eram estudantes da Europa ou do Brasil. Muitos visitantes europeus.

Você realiza suas viagens somente nas férias ou tem flexibilidade para viajar quando quiser? Ela viajou nas férias e somente tem disponibilidade para viajar no período de férias do trabalho e feriados prolongados.

Foi sua primeira viagem planejada? Ela planejou anteriormente 2 viagens para o Rio de Janeiro, e foi acompanhada de familiares com condução própria.

Como foi planejar sua própria viagem? Foi muito difícil planejar sozinha a viagem para Cusco. Ela tinha receio de tudo. Ela escolheu a escola, e ela procurava em todo lugar possível comentários sobre a experiência de outras pessoas que já tinham vivenciado o curso. Foi muito desgastante. Teve que procurar como realizar o pagamento internacional pois pagar por banco nacional é caríssimo.

Quanto tempo durou o tempo do planejamento da sua viagem? Ela começou a ter ideia que queria viajar sozinha em agosto de 2018. Decidiu a escola e o destino em dezembro de 2018. Ela se planejou financeiramente, pois tinha dinheiro guardado para realizar a viagem. Ela planejou tudo em 5 meses. Em abril de 2019 ela já estava com a passagem fechada, hospedagem, tudo.

Perguntei-lhe: Você almeja planejar e realizar outras viagens sozinha? Sim. Ela mesmo planeja através de pesquisas na internet.

Você já fechou algum pacote de viagem com uma agência de viagem? Sim, anteriormente já havia viajado para Fortaleza.

Você acredita que o resultado de planejar sozinha ou contratar uma agência de viagem é o mesmo? Sim. Comparou que com a agência de viagem o preço final é mais caro, mas também é mais confortável. O hotel era melhor, com *transfer* que busca e leva ao aeroporto. Tem certas comodidades a mais, mas o padrão de experiência é o mesmo, pois se ela quisesse e tivesse condições financeiras a mais, conseguiria sozinha montar um pacote de viagem ela mesma com os mesmos serviços.

Com esta viagem você conseguiu encontrar o que você almejava? Sim, pois a principal motivação dela foi o aprendizado da língua.

Qual foi o maior desafio na viagem? Desafio de esforço físico muito grande e foi difícil.

Houve um perfil ou fonte de informação que mais te influenciou na internet para realização do seu roteiro. Nos mochileiros grupo do Facebook. Através dos relatos de lá achava uma informação, procurava um norte e ia buscar em outras fontes também.

Quando lhe perguntei, qual foi sua experiência de viajar sozinha? E particularmente você prefere viajar sozinha acompanhada ou é indiferente? Ela respondeu que “prefere

viajar acompanhada”. “Quando são pessoas novas, não aguentam mais conhecer pessoas diferentes”. Ela “se sentiu um pouco forçada a interagir” e, às vezes, “ela não estava a fim de interagir”. Mencionou que também teve saudades de casa, e que “quando está acompanhada com alguém conhecido, essa sensação de saudade parece que não dá tanto”. Ela relatou que viajaria sozinha novamente, mas que por enquanto ela tem preferência por viajar acompanhada.

Como foi a sua experiência com a gastronomia? São diferentes, mas é gostoso. Tem comida de tudo quanto é típico, tem pratos para todos os gostos. Às vezes dá vontade de comer as tradições do seu país. Lá ela relatou que cozinhou apenas uma vez, pois a estrutura não era boa, e como era compartilhado, sempre tinha alguém ocupando o fogão.

Pontos muito positivos da viagem que você deseja compartilhar? Não teve, ela gostaria de poder realizar essa experiência de intercâmbio novamente, sem ter ficado doente, e um lugar que fosse mais calor, assimilando ao clima do Brasil

Sentiu medo? Ela nunca sentiu medo da viagem em si. Ela tinha medo de contratar alguma coisa errada e ao chegar lá essa coisa não existia.

Você se sentiu descobridora e aventureira? Sim, ela sentiu bastante esse perfil de aventureira.

Era um lugar seguro para mulheres? A região onde ela ficou é superseguro. Cusco é uma cidade pequena, e onde tem a escola de espanhol que ela frequentou, é perto da parte histórica da cidade, então sempre tem muito guarda nas ruas, câmeras. Relatou que poderia voltar andando na rua para casa de madrugada e que não havia perigo. Os guias quando sabiam que estava sozinha, sempre davam mais atenção e se preocupavam mais.

Como foi retornar a sua “casa”? Você se sentiu diferente? Ela se sentiu dando mais valor para casa, e para a família dela. Ela sempre se achou uma pessoa independente, auto suficiente, ela achava que não iria pesar tanto esse lado, achava que conseguiria passar tranquilamente esse período longe de sua casa e de seus conhecidos, mas se decepcionou, pois ela viu que é dependente. Ela sofreu e voltou com muito mais cuidado de não tomar decisão sem pensar.

Experiências culturais que você se interessou ou participou? Essa participação gerou algum sentimento? Festival, desfile, mas ela não se interessou. Escutou músicas tradicionais.

Por qual motivo você quis compartilhar a sua experiência de viagem no grupo do Facebook/ Instagram? Porque ela basicamente pegou todas as informações de pesquisa que

ela retirou de lá. Ela quis acrescentar algo mais do que ela não encontrou lá no grupo. Se os relatos a ajudaram, pode também conseguir ajudar outras pessoas.

**Figura 5 – Depoimento no Grupo do Facebook Mochileiros, da Entrevistada 1**

**Mochileiros**  
Grupo Público

Sobre  
Discussão

**E1 | entrevistada 1**  
15 de agosto

Oi gente,

Usei o grupo para planejar todo o meu intercâmbio e agora estou escrevendo este post para ajudar as próximas pessoas. Vou tentar deixar algumas dicas que não encontrei quando me planejava e que foram super importantes também.

Foram quase 4 semanas em Cusco - Peru, a cidade é incrível!!! Tem tanta história e tanto misticismo que encantam até as pessoas mais céticas. É difícil acreditar no que os olhos veem, quando se visita as construções Inkas. Tudo é gigante e sobreviveu a alguns grandes terremotos que devastaram todo resto.

Fui para aprender espanhol e fiquei na escola chamada "Amauta Spanish School", adorei as classes e os professores, porém não recomendo a escola para iniciantes, os tipos de aulas/didática são conversação e visitas a museus. Tínhamos pouquíssimas coisas de gramática, muita gente reclamou que não conseguia evoluir. Eu tinha um nível intermediário e talvez, se estivesse avançado teria aproveitado muito mais. O estio de aula era exatamente o que eu estava procurando, afinal não queria ter que estudar muito nas férias e queria falar; considero que meu objetivo foi atingido, mas não considero que evolui muito no quesito gramática. O pacote que fechei oferecia 4h de aula em grupo e 1h de aula particular de segunda a sexta.

A comida realmente é barata, cheguei a encontrar menus completos (entrada + prato principal + bebida) por 10 soles; é só caminhar um pouquinho mais longe da praça de armas.

Além disso, algo que eu não conhecia e conheci lá (me julguem) foi o Western Union. Eu nunca tinha lido nenhuma dica sobre ele nos posts, mas compensa MUITO. Em vez de levar real para a viagem, é só depositar para

GRUPO DE  
**Mochileiros.com**  
793.892 pessoas curtiram isso  
Cadastro-se

TÓPICOS POPULARES EM PUBLICAÇÕES

Brasil (616) América do Sul (441)  
Europa (270) Chile (170)  
Instagram (125) Relato de viagem (...)  
Argentina (114) Peru (113)  
Trilhas de Longa D... ..

30

**Figura 6 – Depoimento no Grupo do Facebook Mochileiros, da Entrevistada 1, parte 2**

fazer o percurso, ainda mais carregando outra pessoa. Eles não são típicos da atitude!!

O mal da altitude é real! Sigam os conselhos dos locais.  
O frio e o tempo seco acabam com a pele, boca e nariz. Estejam preparados.

**Mais 4**

1 mil  
116 comentários 9 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

<sup>30</sup> <https://www.facebook.com/groups/mochileiroscom/permalink/10156176910867260/>, acesso em 31/08/2019.

Oi gente,

Usei o grupo para planejar todo o meu intercâmbio e agora estou escrevendo este post para ajudar as próximas pessoas. Vou tentar deixar algumas dicas que não encontrei quando me planejava e que foram super importantes também.

Foram quase 4 semanas em Cusco - Peru, a cidade é incrível!!! Tem tanta história e tanto misticismo que encantam até as pessoas mais céticas. É difícil acreditar no que os olhos veem, quando se visita as construções Inkas. Tudo é gigante e sobreviveu a alguns grandes terremotos que devastaram todo resto.

Fui para aprender espanhol e fiquei na escola chamada "Amauta Spanish School", adorei as classes e os professores, porém não recomendo a escola para iniciantes, os tipos de aulas/didática são conversação e visitas a museus. Tínhamos pouquíssimas coisas de gramática, muita gente reclamou que não conseguia evoluir. Eu tinha um nível intermediário e talvez, se estivesse avançado teria aproveitado muito mais. O estilo de aula era exatamente o que eu estava procurando, afinal não queria ter que estudar muito nas férias e queria falar; considero que meu objetivo foi atingido, mas não considero que evolui muito no quesito gramática. O pacote que fechei oferecia 4h de aula em grupo e 1h de aula particular de segunda a sexta.

A comida realmente é barata, cheguei a encontrar menus completos (entrada + prato principal + bebida) por 10 soles; é só caminhar um pouquinho mais longe da praça de armas.

Além disso, algo que eu não conhecia e conheci la (me julguem) foi o Western Union. Eu nunca tinha lido nenhuma dica sobre ele nos posts, mas compensa MUITO. Em vez de levar real para a viagem, é só depositar para a WU e sacar em uma das varias agências disponíveis. O dinheiro que levei e troquei la, consegui câmbio máximo de 1 real = 0,79 soles; pela WU estava 1 real = 0,87 soles com todas as taxas inclusas. Super vantajoso e seguro.

Outra dica que não encontrei em lugar nenhum, foi sobre o Santuário de Animais que tem bem pertinho de Cusco, no caminho para o Vale Sagrado que se chama: Cochahuasi. O trabalho que eles fazem é incrível!! Fiquei encantada (e chocada). O espaço resgata animais do tráfico, que é muito comum no país, e tenta devolver a natureza. Infelizmente alguns são tão machucados que não podem voltar mais, mas eles tentam melhorar a qualidade de vida do animal. Doe o coração as histórias que contaram. A entrada custa 10 soles e por incrível que pareça foi um dos passeios que mais gostei e o único que tive coragem de tirar a famosa foto com as lhamas/alpacas que pareciam ser muito bem tratadas e estavam livres dentro do espaço do santuário.

O turismo animal é MUITO explorado pelos locais, em todas as esquinas é possível tirar uma foto (paga) com lhamas e alpacas filhotes, mas eu sempre via esses animais sendo arrastados pelas ruas e chorando. Algo muito triste.

Mas o pior de tudo: **NÃO ALUGUEM CAVALOS PARA SUBIR A MONTANHA DE 7 CORES OU A LAGUNA HUMANTAY.**

Eu não aguentei terminar a caminhada para a montanha de 7 cores, realmente é difícil para pessoas sedentárias e a altitude pega muito forte, passei muito mal durante a subida. Consegui chegar até onde os cavalos que são alugados pelas pessoas chegam, parei antes da última subida íngreme, e eu sinceramente não sei como alguém tem coragem de usar os animais para chegar mais próximo ao topo... eles trabalham todos os dias, sem descanso, são magros e fazem o percurso emitindo ruídos de esforço físico, as pernas deles tremiam. Os minutos que passei sentada perto deles só piorou o meu mal estar; eles claramente estavam sofrendo muito para fazer o percurso, ainda mais carregando outra pessoa. Eles não são típicos da altitude!!

O mal da altitude é real! Sigam os conselhos dos locais.

O frio e o tempo seco acabam com a pele, boca e nariz. Estejam preparados.

### 3.2.2 Entrevistada 2

Entrevista baseada no relato das publicações – ver Figura 7, Figura 8 e Figura 9 na plataforma de rede social Instagram.

Qual foi o maior motivo de ter escolhido o destino? Essa viagem a Guaraú-Peruíbe foi realizada com a intenção de conhecer e ver como funcionava o aplicativo Wordpackers. Buscava ir a lugares utilizando o aplicativo para ter certeza se era seguro e por ser um lugar perto da cidade em que morava, duas horas e meia, qualquer problema que acontecesse ela poderia voltar. Na plataforma, conheceu um hostel chamado “Jureia Hostel” que lhe chamou muita atenção pelo fato da gastronomia vegana. A proposta que o estabelecimento trazia era que os *packers* (nome que se dá aos viajantes que utilizam da plataforma) iriam lá para cozinhar comida vegetariana/vegana, e ela achou que seria a ocasião perfeita para ela.

Contato com os residentes do local? Fez amizade com várias pessoas de Guaraú.

Descreva a montagem do seu roteiro de viagem? Antes de ir ela não ficou muito presa às tradicionais formas dos roteiros, buscava mesmo só ir de corpo e alma e ir descobrindo lá o que seria legal para se visitar. Depois, ao se aproximar da viagem, ela começou a pesquisar o que tinha em volta no período em que ela iria ficar na cidade. Descobriu que teria um Festival de Caldos Quentes, por causa de ser julho. Tem como um objetivo deixar-se bem livre durante as viagens “vamos ver o que vai rolar”. Inesperadamente as coisas aconteciam, conhecia pessoas que a convidaram para lugares novos. Sobre a condução, buscou ir de ônibus rodoviário, mas estava muito alta a passagem. Optou por outros recursos e pensou em carona compartilhada com uma amiga da faculdade que tem casa em Perúibe. Conseguiu ir de carona com a família da amiga de classe sem custo. Na volta utilizou o BlaBlacar de Guaraú a São Paulo, e em na rodoviária de SP pegou ônibus para Tatuí, cidade onde reside.

Experiência pessoal e vivência. Tinha uma expectativa antes da viagem. Ela foi atendida ou deixou a desejar? Foi atingida. Por diversas vezes ela já tinha viajado antes, passava perrengues, mas não sozinha. Ela já acompanhava relatos de mulheres que viajavam sozinhas. No primeiro dia da entrevistada em Guaraú ela se sentiu muito sozinha. Foi à praia e sentou-se de frente para o mar sozinha para contemplar e via muitas famílias que chegavam à cidade. No hostel hospedou-se em um quarto só para ela. Ela pensou que iria ficar duas semanas sem fazer nada. Ao final deste primeiro dia ela começou a ser convidada a participar da preparação da janta com outros que se hospedavam no hostel, e

depois jogaram juntos. No segundo dia, ela se dirigiu novamente à praia com o objetivo de ler um livro inteiro de frente ao mar. Inesperadamente ela começou a conversar com um casal viajante e ficaram o dia inteiro juntos conversando e ainda se encontraram no outro dia para ver o Eclipse Lunar. Na semana seguinte de sua estadia, chegaram ao hostel muitos viajantes, que igual ela, estavam sozinhos. Conheceu uma mulher viajante mais velha e com muita experiência em viagens sozinha, que lhe passou diversas dicas e conselhos de como aproveitar a viagem mesmo estando sozinha. Foi uma experiência intensa, que quebrou todas as expectativas dela e foi colocada em um patamar inimaginável. Ela se recorda que foi muito gostoso e que estava aberta para viver a experiência.

Pontos negativos e experiências ruins que aconteceram na viagem e o que sentiu durante o ocorrido. Percebeu que as pessoas ficavam muito preocupadas com ela quando descobriram que uma jovem viajava sozinha. Eles sentiam medo pelas mulheres que viajavam sozinhas. Isso foi muito intenso para a entrevistada, pois após refletir ela percebeu de fato que essas pessoas percebem que há um perigo eminente para as mulheres viajantes solitárias, mas que ao mesmo tempo negam a necessidade do feminismo no mundo. Diz ainda que ela refletiu sobre esse perigo, e que ele não é tão grande assim quanto parece estando de fora desta realidade prática de viajar sozinha, pois quando se chega ao local por conta própria e faz as coisas acontecerem, você percebe que não é porque irá sair na rua sozinha que vai de fato acontecer alguma coisa negativa e prejudicial. Há uma probabilidade que aconteça e é muito triste que isso exista, mas mesmo assim a entrevistada diz que as mulheres têm que ir sim, sair e viajar sozinha, se empoderar e fazer acontecer pois se isto não se concretizar, aí sim que “eles” querem a gente dentro da casa sem independência financeira, emocional. Então esse ponto negativo de ser mulher viajando sozinha e ter medo das coisas ficou presente nos pensamentos dela. Ela no princípio tinha muito medo, e depois começou a perceber que esse medo era mais o que ela achava do que realmente acontecia. Mas ela afirma que ele existe e que tem que estar o tempo inteiro atenta e alerta. Ela percebeu também que os homens dos quais viajavam sozinhos não tinham que ter esta mesma preocupação que ela tinha, de ficar desconfiando de todos a sua volta, de ter que trancar o quarto à noite para se prevenir de que algo aconteça. A realidade de se sentir muito mais livres por serem homens era muito perceptiva. Os estrangeiros viajantes solitários abertamente relataram que estavam indo e vindo sozinho naquele e em diversos outros lugares, e os franceses, alemães, chilenos, que conhecerá no hostel falavam que amavam mulheres brasileiras, que todas eram muito lindas, explicitamente sexualizando o gênero feminino e com um olhar estereotipado como sendo um entretenimento, colocando mulher,

futebol e praia em contexto das coisas que mais os atraí ao Brasil. Esse foi o último ponto negativo.

Havia muitos turistas neste destino? Sim, mas não superlotado.

Sentiu viva a cultura local quando estava lá? É uma coisa inexplicável, diz a entrevistada, porque ela não sabia o porquê de estar indo pra lá. Quando estava no local que ficou sabendo que misticidade é algo muito presente culturalmente naquela cidade. Uma amiga que a entrevistada conheceu em Guaraú a disse um dito popular que é “Guaraú Águas que Curam”, e assim ela percebeu que realmente todos os dias de sua estadia na cidade ela teve contato com a água. A água que tomava era direto da nascente, poço artesiano que o hostel articula. Assim que chegou o dono do hostel a pediu que ficasse dois dias fazendo o que ela quisesse, e tomando a água. Isso significou, o que a amiga dela disse depois, que o tempo e as coisas em Guaraú é diferente e o corpo do viajante que chega agitado de uma rotina urbana, lá deve se tranquilizar para aproveitar todas as formas de viver que tanto é cativante em Guaraú.

Conversou com a população local? Sim, ela tinha liberdade para sair e caminhar por todas as ruas, entrava nos comércios locais para conhecer e conversar com as pessoas. Relatou que no 3-4 dia entrou em uma lojinha onde se encontravam muitas mulheres, mulheres maduras e que uma senhora conversou e contou-lhe diversas histórias. Elas começaram a contar a história da cidade, que lá é um lugar muito místico, e que só chega na cidade de Guaraú quem realmente precisa, e que ninguém chega lá à toa. Fez amizade com uma dessas mulheres com a qual mantém amizade até os dias de hoje. Essa companhia a levou para as aulas de yoga no centro comunitário. O Dono do Hostel também se tornou amigo durante o tempo que se conheceram lá. Sentiu que todos foram muito hospitaleiros com ela.

Você realiza suas viagens somente nas férias ou tem flexibilidade para viajar quando quiser? Devido aos estudos da graduação e trabalho rotineiro, ela sempre se planeja para viajar nas férias e em feriados prolongados.

Foi sua primeira viagem planejada? Sim, foi a primeira viagem planejada totalmente sozinha.

Como foi planejar sua própria viagem? O planejar da entrevistada é deixar-se livre.

Quanto tempo durou o tempo do planejamento da sua viagem? 1 mês.

Você almeja planejar e realizar outras viagens sozinha? Sim, quer vivenciar outras experiências.

Qual foi o maior desafio na viagem? Em um relato inusitado, ela contou que foi conhecer uma cachoeira em mata fechada e que transpassou uma caverna junto a dois homens que haviam feito amizade no Hostel. Por terem que ir cedo demais, o Sol não havia aquecido aquele local e fazia frio da manhã. Mesmo nesta condição a entrevistada entrou na água. Quando saiu da cachoeira ela sentiu muito frio e se tremia, achou que isso poderia causar sua morte por hipotermia. Foram trinta minutos de tensão e sem se esquentar. Quando o Sol tocou o solo, ela pôde se aquecer e se tranquilizar.

Houve um perfil/ou fonte de informação que mais te influenciou na internet para realização do seu roteiro. A plataforma WorldPackers. O Ebooking para ver como as pessoas estavam reagindo naquele Hostel. Ela não se recorda se teve alguma influência que a direcionou para realizar a viagem neste destino, mas sim, relatou que se sente influenciada para ir viajar sozinha por perfis do Instagram e grupos no Facebook. Ela participa em um grupo do Facebook cujo o nome é “Viajar Sozinha: Dicas e várias coisas” onde mulheres mais velhas, compartilhando seus relatos, estão se sentindo livres e passeando pelo mundo. Depois de perceber que é possível e muito legal, ela pretende viajar muitas outras vezes sozinha. Uma coisa que ela gosta muito de estar sozinha, ela se sentiu livre para ser quem ela é, ser quem ela acha que é e quando conhecia alguém e conversava com a pessoa percebia que a pessoa com quem compartilhava sua história não sentia nenhum preconceito sobre ela. Foi fácil perceber e ver como ela se comportava na frente de pessoas que não a conheciam e que não tinha nenhuma expectativa sobre ela, relatou. Afirmou ainda que talvez seja uma ferramenta de autoconhecimento.

Qual foi sua experiência de viajar sozinha? E particularmente você prefere viajar sozinha acompanhada ou é indiferente? Boa e irá repetir. Prefere viajar sozinha, mas diz que gosta sim de aproveitar uma viagem com amigos, familiares e companhia.

Como foi a sua experiência com a gastronomia? A culinária e a gastronomia são uma parte muito importante da vida dela, diz. Ela considera a comida muito afetiva e diz ser básica em suas refeições. Por ser vegana ela pensa se terá comida que lhe sirva bem seja qual destino ela for. O dono do hostel teve um papel fundamental em ajudá-la na parte gastronômica nesta viagem a Guaraú. Ele é uma pessoa cultural, já viajou por diversos países, então ele tem muito conhecimento sobre a culinária de vários lugares diferentes. Ela pôde aprender muito com ele sobre diversas dicas que utiliza até hoje, e que irá levar para a vida. Temperos foi algo que ele a ensinou que ficou mais marcante pra ela. Na residência externa do hostel havia um pé de Cacau, e ela nunca havia conhecido o fruto antes, relatou que comeu todos os dias. Houve um episódio memorável relatado pela entrevistada que os

franceses do hostel decidiram fazer uma janta tradicional francesa e que ela os avisou que é vegana, eles prepararam um ratatouille, que estava muito saboroso. Foi enriquecedor para ela vivenciar este momento. Disse ainda que eles comem pipoca com açúcar e que fez todos experimentarem.

Sentiu medo? Sim.

Você se sentiu descobridora e aventureira? Sim. Durante a viagem ela escreveu em um diário o quanto ela foi corajosa de estar indo viajar sozinha para um destino desconhecido. Percebeu sua independência e liberdade para ser quem é. Fez de toda essa experiencia uma ferramenta de autoconhecimento, tudo muito diferente de tudo o que ela já tinha vivenciado antes. Muitos novos aprendizados diariamente.

Era um lugar seguro para mulheres? Ela acredita que sim por ser um lugar tranquilo. É um local do interior, um bairro em Peruibe, e então por isso é seguro sim uma mulher conhecer sozinha aquele espaço, mesmo as pessoas sendo um pouco conservadoras, elas são muito acolhedoras, hospitaleiras.

Como foi retornar a sua casa? Você se sentiu diferente? Sim, deu valor às coisas que tinham acesso facilmente na casa dela. Em Guaraú ela sentia um desconforto por lá não ser seu local de residência, com sua cama, lençol, travesseiro, toalha de banho, sentia-se que as coisas estavam sujas por ter todos os dias contato com a areia, mas e terra das trilhas que fazia. Mesmo após lavar, não era a mesma coisa. O maior choque foi sair de Guaraú e ir para São Paulo, mudando para esse lugar que nunca para, nunca desliga.

Experiências culturais que você se interessou ou participou? Essa participação gerou algum sentimento? O dono do hostel é umbandista. Ela não tinha conhecimento a fundo da religião afrodescendente e ele mostrou a ela os tambores e isso foi algo muito lindo que ela viveu. Ele é uma pessoa culturalmente diversa, e ensinou muito a entrevistada no geral. Teve uma conferência de Ufologia em Guaraú e um amigo dela, conhecido de lá a convidou e levou no evento. Conheceu muito com terapia holística, pois lá é um local onde se trabalha muito com terapias alternativas e em contato direto com a natureza. Ela fez amizade com a dona de uma loja de cristais e diz sonhar com algo assim para ela própria administrar. Conheceu também um terapeuta holístico que tocava o instrumento Didgeridoo que o som remete à ancestralidade indígena. Em Peruibe há uma cultura indígena muito forte, na aldeia acontecem vivências e rituais sagrados do povo. O holístico e o místico que as pessoas de Guaraú preservam surpreendeu a entrevistada de maneira positiva pois ela se conecta com estes tipos de crença também.

Por qual motivo você quis compartilhar a sua experiência de viagem no grupo do facebook/ instagram? A parte principal foi a motivação através do grupo das mulheres que fez com que ela própria fosse influenciada a realizar uma viagem sozinha e isso seria uma coisa tranquila. Ela explicou que não há necessidade de aterrorizar e nem de romantizar, e que deve-se postar a realidade, e que foi isso que ela tentou fazer em seu instagram.

**Figura 7 – Depoimento no Perfil do Instagram da Entrevistada 2**



*guaraú. várias pessoas que conheci por aqui me disseram que pra cá, só vem quem foi chamado pra vir. que neste lugar, as águas nos curam e nos lavam a alma, de uma maneira especial. e que cada um que vem pra cá, vive momentos importantes e muito intensos no caminho do auto conhecimento, e que não vai embora até que esteja completo o trabalho da cura que esse lugar oferece. sei que soa como uma besteira pra muita gente, mas o que eu senti nesse lugar, pelas pessoas, lugares, encontros e acontecimentos, não tem racional nenhum que explique. todos os caminhos que se abriram e todos os encontros que me levaram até aqui, foram tão especiais que me surpreendi a cada passo. por ora, enquanto olho pro morro desaparecendo do outro lado da cidade e sinto tudo da maneira mais intensa dentro de mim, só consigo saber que sou grata por todas as oportunidades e por todos os momentos que vivi nesse lugar. guaraú, você me conquistou de formas que eu não esperava. muito obrigada pela cura e pelos encontros! eu estou indo embora, mas um pedaço de mim sempre estará aí.*

<sup>31</sup> [https://www.instagram.com/p/BOWOwUaFGLK/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/BOWOwUaFGLK/?utm_source=ig_web_copy_link), acesso em 31/08/2019.

#travelling #solotravel #travel #mountains

Figura 8 - Depoimento no Perfil do Instagram da Entrevistada 2, parte 2



32

*do hostel que eu fiquei até chegar nesse lugar era uns 5km de estrada de terra, sei que n é tanto, mas eu ainda queria ver muita coisa nesse dia e não tava afim de caminhar 1 hora embaixo de sol kkk os ônibus tinham um horário meio doido e pelo que eu tinha visto ia demor mais uma hora pra passar outro, ou seja, a única opção era pedir carona ou ir andando msm.*

*eu e uma amiga fomos andando o caminho todo pedindo carona até que parou uma caminhonete que tava indo pra lá, lotada com a família, nos disseram pra subir na carroceria e fomos kkk com vento na cara e agradecendo por conseguir uma carona pq aquele sol tava forte kkk chegamos, curtimos pra caramba o lugar, e na volta ainda pedimos carona de novo e conhecemos uma galera super gente boa, trocamos muita ideia sobre a vida, relacionamentos e superação real kkkk foi um dia simples, mas o que eu amo nisso tudo de viajar sozinha é não saber quem você vai conhecer aquele dia e as conversas incríveis que você vai ter. é taaanta coisa nova a todo momento que é até difícil explicar ❤️❤️❤️*

<sup>32</sup> [https://www.instagram.com/p/B1qy7WTFsxh/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/B1qy7WTFsxh/?utm_source=ig_web_copy_link), acesso em 31/08/2019.

.  
.  
.  
#mochileiros #mochileiras #solotravel #viajarsozinha #viajarbarato #viajantes #viajantesbrasil  
#govegan

**Figura 9 – Depoimento no Perfil do Instagram da Entrevistada 2, parte 3**



*“essa praia foi uma surpresa no meu caminho.  
não planejei ir pra lá e nem conhecer as pessoas que conheci no meio do caminho.  
no fim do dia, estava eu vendo o pôr do sol em uma praia deserta com 4 pessoas, duas delas que há algumas horas eu nem conhecia e outras duas que tinha conhecido no dia anterior.  
a troca que rolou nas conversas e a beleza natural desse lugar me encantaram tanto, que essa experiência se tornou um ensinamento real sobre como é válido confiar no melhor das pessoas de vez em quando sabe? esse mundo que vivemos tá muito cheio de notícias negativas, sobre pessoas negativas e acontecimentos trágicos. viajar tem me ensinado que, na grande maioria das vezes, as pessoas desconhecidas que cruzam nosso caminho estão cheias de luz e visões de mundo muito diferentes pra nos apresentar, e isso nos tira do nosso espaço confortável e da bolha que estamos inseridos. honestamente, te aconselho a se arriscar mais e conhecer pessoas novas, ouvir suas histórias. isso tem tornado tudo muito mais lindo no meu caminho.”*

 @stuniesky

.  
.  
.  
.  
.

#travelling #praia #praiabrasileira #brazil #govegan #solotravel #mulherviajante

<sup>33</sup> [https://www.instagram.com/p/B1KXw81Fd6L/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/B1KXw81Fd6L/?utm_source=ig_web_copy_link), acesso em 31/08/2019.

### 3.2.3 Entrevista 3

Entrevista baseada no relato das publicações – ver Figura 10, na plataforma de rede social Instagram.

Qual foi o maior motivo de ter escolhido o destino? A entrevistada e sua irmã foram para tentar entrar com os documentos de dupla cidadania. Elas aproveitaram para realizar um intercâmbio linguístico e cultural na Itália por 1º mês em San Severino, 2º mês Siena, 3º mês livre. Conheceu Paris, Portugal, Barcelona, Chernobyl por que ela sempre quis conhecer tinha interesse na história, despertava interesse por ter visto em documentários.

Você acha que a cultura local influenciou em sua decisão? Sim, por isso escolheu estudar a cultura e a língua italiana.

Contato com os residentes do local? Sim, na experiência como um todo. Os três meses do intercâmbio.

Descreva a montagem do seu roteiro de viagem? Contratou um pacote de passeio para conhecer Chernobyl, por aplicativo. O tour por Pripiade (cidade fantasma) Chernobyl onde ficavam os reatores, uma cidade próxima onde ficavam os militares para proteção da área, e uma cidade onde era o Chernobyl 2 onde fica a prefeitura deles onde já tem algumas pessoas que moram de 15 em 15 dias lá. Tour oferecia o passeio guiado com o almoço incluído.

Experiência pessoal e vivência. Tinha uma expectativa antes da viagem? Ela foi atendida ou deixou a desejar? Sim, ela foi atingida, estar no lugar onde toda história aconteceu foi impressionante e impactante ver tudo aquilo ao vivo, pois se concretizou o que já havia visto por fotos e outros relatos.

O que te chamou mais atenção nos passeios da viagem? Ver onde aconteceu toda a história, atrás do lugar. Dark Tourism

Como foi viajar sozinha? Ela já morava sozinha em uma cidade longe das casas dos pais para realizar a graduação, isso não era muito problema. Ela estava na companhia da irmã dela, que na maioria das vezes compartilhavam experiências juntas. O ruim é ir para um lugar que não conhece a língua. O inglês da entrevistada não era bom e o que salvava era o conhecimento da irmã para se comunicar em inglês. Quando foram aprendendo Italiano foi ficando mais fácil, se sentiu mais em casa. E quando ela foi para França, sentia falta da Itália pois já havia estabelecido um conforto pelo país por saber a língua e já compreender mais a cultura local. Achou que a parte mais complicada foi não saber a língua.

Quanto tempo durou o tempo do planejamento da sua viagem? Ela planejou 1 mês 3 semanas antes, pois já estava na Europa.

Você almeja planejar e realizar outras viagens sozinha? Sim

Houve um perfil/ou fonte de informação que mais te influenciou na internet para realização do seu roteiro? Ela pesquisava muito no Google, redirecionava ela para blogs, vídeos no Youtube e perfil no Instagram. Assistiu ao canal do influencer digital Cauê Moura. Ela pesquisou a muito tempo, já tinha muita informação sobre o lugar. Mas na hora teve um vídeo muito bem explicadinho, o guia abriu os olhos e desconstruiu um pouco a imagem, pois muitas vezes as pessoas implantam coisas no ambiente para fazer algo mais assombroso, e essa não é a realidade. Foi um direcionamento para essas questões que ela não enxergava. Ele contava as histórias de como acontecia, de como eles tiveram que

Como foi a sua experiência com a gastronomia? Buscava experimentar a gastronomia local de cada país que ela ia. Exemplo, na Itália relatou que comeu muita pizza, e macarrão. A Ucrânia (local do Chernobyl) como eles eram um país socialista eles têm uma alimentação mais básico sopa Frango. Relatou que comida popular é barata na Itália.

Pontos muito positivos da viagem que você deseja compartilhar? Autonomia de poder ter as próprias escolhas. Estar num lugar e poder decidir com propriedade onde quer comer, não ser influenciada pelos amigos, nem pelos familiares. Fazer suas próprias escolhas e descobrir novas coisas.

Sentiu medo? No início quando elas estavam indo, tudo novo, nunca tinha visto, estar sem os pais, e se virar sem o aval deles, foi um desafio ficar imaginando se algo desse errado, como iriam resolver.

Você se sentiu descobridora e aventureira? Sim, principalmente indo para Chernobyl, que era uma vontade muito grande da entrevistada.

Era um lugar seguro para mulheres? Sim, é bem tranquilo, ela não teve nenhum problema e também não viu/ouviu nenhum relato de quem teve problemas com a questão de segurança para mulheres. Na Itália, em San Severino era uma cidade muito pequena então não tinha quase crime e tinha total segurança em andar sozinha, tanto diurno quanto noturno. Em Siena também, mesmo sendo uma cidade bem maior, foi tranquilo retornar para casa após sair de alguma festa noturna e pegar transporte público. Reforça ainda que sempre estava atenta e esperta com pessoas em sua volta.

Como foi retornar a sua "casa"? Você se sentiu diferente? Sim, uma quebra de realidade, pois você está lá fora, aproveitando tudo o tempo todo, e ao voltar pra casa volta a rotina. É ruim, mas ao mesmo tempo bom. No primeiro mês lá sentiu muita saudade de

casa, dos pais, do bichinho de estimação. Porém no terceiro mês, quando teve que voltar, pareceu-se que passaram apenas 2-3 semanas. Pareceu que o tempo foi mais curto do que o total que realmente foi.

Experiências culturais que você se interessou ou participou? Essa participação gerou algum sentimento? Em seu relato a entrevistada disse que achou a cultura bem parecida com a brasileira, no quesito urbana. Ela teve contato com as cidades onde recebem muitos turistas e acredita que foi bem tranquilo na parte gastronômica, visual e de vestimenta. Na Ucrânia, ela ficou poucos dias, 2 dias, mas em questão de cultura gastronômica, ela tentou seguir o que é do cotidiano deles, e segundo a entrevistada, foi muito bom.

Por qual motivo você quis compartilhar a sua experiência de viagem no grupo do Facebook/ Instagram? Era algo que ela sempre via nas redes sociais; postagens relatando sua experiência de viagem. Como o destino Chernobyl não era um local muito visitado pelas pessoas que as seguem, decidiu fazer o mesmo. Quis compartilhar um pouco do que ela aprendeu com o instrutor de turismo de lá. Pois nem sempre o que eles veem é a verdade.

**Figura 10 - Depoimento no Perfil do Instagram da Entrevistada 3**



Chernobyl 🇺🇦 🇷🇺 🇮🇹 algumas fotos assustadoras  
(Some scary photos from Chernobyl)

<sup>34</sup> [https://www.instagram.com/p/B5oITUhB8dV/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/B5oITUhB8dV/?utm_source=ig_web_copy_link), acesso em 10/08/2020.

*Foi um dos lugares que eu mais tinha vontade de visitar, por conta da história por trás, muitos não sabem mas grande parte dos cenários de Chernobyl foram alterados pelos humanos e continuam sendo, como máscaras espalhadas, brinquedos em lugares estratégicos, até gravuras em paredes. Além de que muitos prédios estão começando a ruir devido a umidade.  
#chernobyl #chernobyltour #prypiat #gosttown #radiation*

### 3.3 AGRUPADORES DESTA SOCIABILIDADE EM REDE<sup>35 36 37</sup>

Agrupadores desta sociabilidade em rede são pessoas em grupos que compartilham umas com as outras sobre suas viagens realizadas. No caso específico, para mulheres, tal forma estimula a mobilidade, o encorajamento e o empoderamento feminino para se realizarem, individualmente, no fenômeno do turismo. Mesmo que o sentido da palavra empoderamento remeta também à sua vinculação ao empreendimento turístico que necessita desse fortalecimento das mulheres no consumo de lazer e turismo, como uma maneira de fortalecer a economia. Através da pesquisa, encontramos exemplos destas sociabilidades em rede.

#### 3.3.1 M Pelo Mundo

O *M pelo mundo* (8.353 seguidores) foi o primeiro portal de informações e dicas de viagem para mulheres. Nasceu em 2014 e está nas plataformas digitais *Facebook, Instagram, Spotify, Twitter, Youtube*. Conta com um dossiê, cada vez mais, formado por mulheres de diferentes raças, classes sociais e orientações sexuais, pois acreditam que a representatividade é indispensável e que todas as mulheres merecem, e devem viajar.

<sup>35</sup> SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. Rev. bras. Ci. Soc. , São Paulo, v. 29, n. 85, pág. 63-78, junho de 2014. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69092014000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092014000200005&lng=en&nrm=iso)>. acesso em 02 de março de 2021.

<sup>36</sup> BRAGA, Adriana. Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais. Desigualdade & Diversidade—Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, v. 9, p. 95-104, 2011, acesso em 02 de março de 2021.

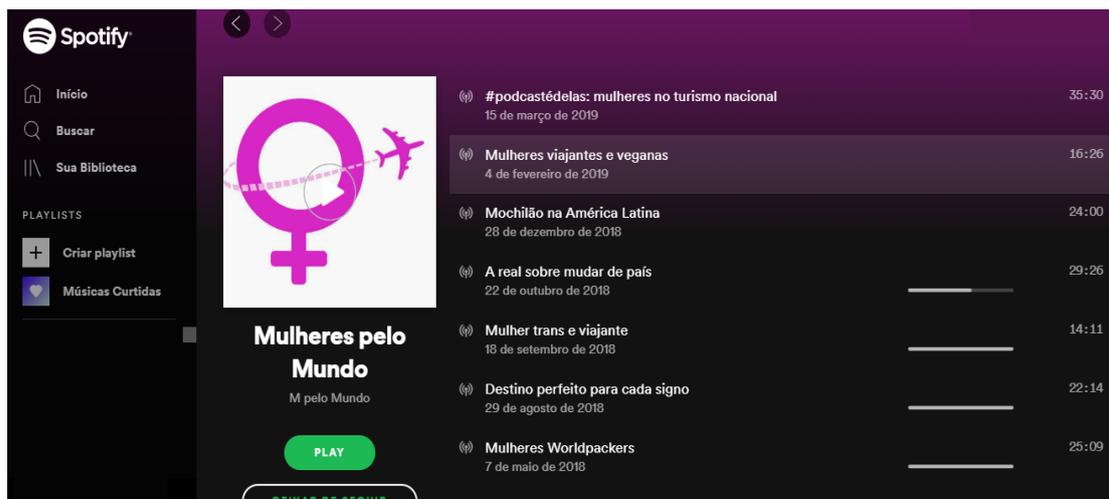
<sup>37</sup> AMARAL, Inês. Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes. 2016, acesso em 02 de março de 2021.

**Figura 11 – Perfil oficial da *M pelo Mundo*, no Instagram**



38

**Figura 12 - Podcast oficial da *M pelo Mundo*, no Spotify**

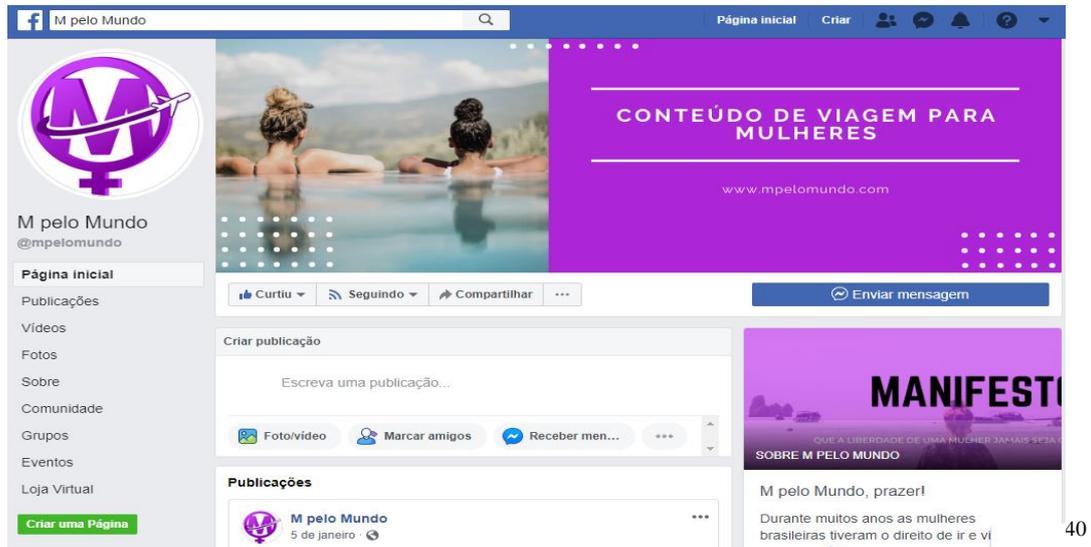


39

<sup>38</sup> <https://www.instagram.com/mpelomundo/?hl=pt-br>, acesso em 10/08/2020.

<sup>39</sup> <https://open.spotify.com/show/4XXce2NQY2LNuGRa6BUkQd>, acesso em 10/08/2020.

Figura 13 - Página oficial da *M pelo Mundo*, no Facebook



40

Figura 14 - Página oficial da *M pelo Mundo*, no Twitter



41

<sup>40</sup> <https://www.facebook.com/mpelomundo/>, acesso em 10/08/2020.

<sup>41</sup> <https://twitter.com/mpelomundo?s=08>, acesso em 10/08/2020.

**Figura 15 - Canal oficial da *M pelo Mundo*, no Youtube**

The image shows the YouTube channel page for 'M pelo Mundo'. At the top, there is a search bar and navigation icons. Below that is a banner image of a woman with the text 'VIAGEM PARA MULHERES por Nathalia Marques'. The channel name 'M pelo Mundo' is displayed with a female symbol icon and '109 inscritos'. A red 'INSCREVER-SE' button is visible. Below the channel name are tabs for 'INÍCIO', 'VÍDEOS', 'PLAYLISTS', 'CANAIS', 'DISCUSSÃO', and 'SOBRE'. The 'VÍDEOS' tab is selected, showing a list of videos under the heading 'Envios'. Three video thumbnails are visible with their titles and view counts: 'Final, o que é o M pelo Mundo?' (89 visualizações), 'Chegou a hora de economizar dinheiro para...' (97 visualizações), and 'Viajamos de carona com BlaBlaCar' (625 visualizações).

42

É possível observar que em seu conteúdo há uma valorização e empoderamento em torno da imagem da mulher, como em ser uma pessoa estudada, ser livre e independente de uma figura masculina e que devem expor sua voz perante as injustiças do mundo. Relatam sobre pautas que tange a violência contra mulher, como assédio sexual em viagens, feminicídio, opressão de poder, invalidação de relatos. Abordam sobre mulheres trans no turismo, liberdade de expressão, liberdade de ir e vir, como conseguir enfrentar os medos impostos pela sociedade, sustentabilidade, etc. É de se notar que todos esses assuntos tange o coletivo, e reforçam a sororidade que todas somos uma, quer dizer, unidas para conquistar o que se é por direito.

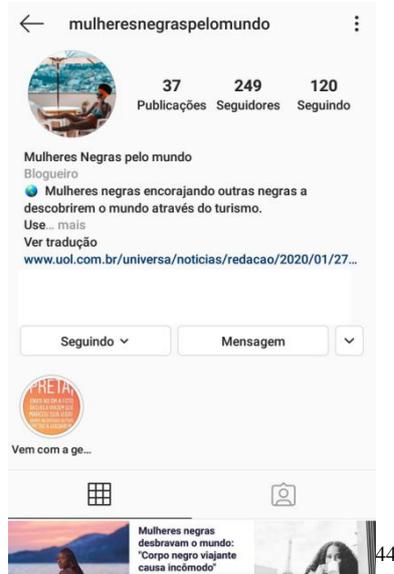
### 3.3.2 Mulheres Negras Pelo Mundo

A proposta da rede *Mulheres Negras Pelo Mundo* (819 seguidores) surge baseada na ideia do CouchSurfing, que é uma plataforma que propõe "ligar pessoas e lugares internacionalmente, criar trocas educacionais, fomentar consciência coletiva, espalhar a tolerância e o entendimento cultural." O grupo surgiu a partir da demanda de mulheres pretas que queriam viajar pelo mundo e ainda conhecer, abrigar e serem abrigadas por suas irmãs espalhadas por aí. É uma excelente e inovadora maneira para se conhecerem e se fortalecerem juntas.

<sup>42</sup> <https://www.youtube.com/channel/UCvwAIIJFrhCiM1qejbb5cisw>, acesso em 10/08/2020.

Em uma das publicações, no perfil do Instagram, diz que “turistar sempre foi mais um entre tantos direitos que foram negados às pessoas negras no Brasil. Mais do que uma atividade de lazer, o turismo nos mostra que o mundo é para além do que está sob nossos olhos.”<sup>43</sup>

**Figura 16 - Perfil oficial da *Mulheres Negras pelo mundo*, no Instagram**



**Figura 17 – Publicação no Instagram da *Mulheres Negras Pelo Mundo***



<sup>43</sup> [https://www.instagram.com/p/BxvnJ1Nnf9a/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/BxvnJ1Nnf9a/?utm_source=ig_web_copy_link), acesso em 05/10/2020.

<sup>44</sup> <https://www.instagram.com/mulheresnegraspelomundo/?hl=pt-br>, acesso em 10/08/2020.

<sup>45</sup> Reportagem completa em <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/01/27/mulheres-negras-desbravaram-o-mundo-corpo-negro-viajante-causa-incomodo.htm>, acesso em 28/09/2020



compra da comunidade negra foi calculado em US\$ 1 trilhão. Já no Brasil, apesar da população negra ser de 53,5% no país, ainda não se tem resultados quantitativos sobre a demanda da mesma no turismo, ou o quanto essa comunidade movimenta na economia do país. Também não se tem nenhuma pesquisa acadêmica ou de mercado com o recorte racial. As primeiras iniciativas voltadas para o AfroTurismo foram plataformas e blogs que visam fornecer hospedagens, passeios, intercâmbios e viagens para a comunidade negra. A expectativa é de que assim como houve o momento de empoderamento capilar, onde as pesquisas sobre cabelo crespo e cacheado chegaram à se sobrepôr sobre cabelos lisos, as marcas se conscientizaram e como resultado hoje há um vasto conteúdo sobre o assunto, aconteça também com o AfroTurismo, e que o movimento cresça cada vez mais, à ponto das grandes marcas e da própria academia se mobilizarem e reconhecerem esse novo campo de pesquisa ou mercado de trabalho, que atualmente nega que a comunidade negra também viaja.<sup>48</sup>

Não vemos recorrentemente esse tema com destaque no turismo público ou privado. É tratado como invisível, se não existissem mulheres negras que viajassem. No âmbito marketeiro, não vemos publicidades e conteúdo que destaquem o protagonismo a pessoas negras, quem dirá mulheres. Quando imaginamos qual figura regularmente essas pessoas ocupam no mundo percebemos que nos acostumamos a visualiza-los no papel servindo a algo ou alguém.

Há uma longa jornada de mudanças no quesito dos gestores e encarregados do setor do turismo que deve ser repensada a maneira mais inclusiva, digna e antirracista de tratá-los.

### 3.3.3 Somos.MundoNosso

A *somos.mundonosso*, (2329 seguidores), presente apenas na rede social *Instagram*, traz na página o foco nas viagens sob a ótica feminina, reforçando o modo de perceber e sentir um lugar sob uma perspectiva única. Frases como “ser mulher pode significar receber tratamentos diferentes e sofrer restrições”, reforçam a ótica 100% feminina, para que mais mulheres se identifiquem e se sintam encorajadas a explorar o mundo.

---

<sup>48</sup> Disponível em: <http://www.unirio.br/turisdata-rj-rj-rj-rj-rj/turismo-e-relacoes-etnicas-e- raciais>, acesso em 01/03/2021.

**Figura 19 - Perfil oficial da *Somos Mundo Nosso*, no Instagram**



**Figura 20 - Publicação no Instagram da *Somos Mundo Nosso***



<sup>49</sup> <https://www.instagram.com/somos.mundonosso/?hl=pt-br>, acesso em 10/08/2020.

Figura 21 - Publicação no Instagram da *Somos Mundo Nosso*, parte 2



Com grande valorização cultural, a Somos Mundo Nosso transmite esse olhar multicultural e de respeito a todos os povos. O que vem a questão é que talvez o turismo que conhecemos hoje tenha mais a ótica masculina do que feminina, e que até hoje não questionamos a maneira de como vem sendo criado novas revoluções e inovações na área. Algo que chama muito a atenção neste perfil é a associação do turismo e astrologia. Muitas mulheres gostam e estudam o tema e com respeito a isso a página cria conteúdos sobre a Astrocartografia - que é uma área da Astrologia que integra o seu mapa astral com o mapa mundi e que mostra em quais lugares da Terra você entra em contato com determinadas energias planetárias.<sup>50</sup>

### 3.3.4 Sisterwave Brasil

A *SisterWave* (24,1 mil seguidores) é um empreendimento – plataforma online com Aplicativo Android e IOS, que se destaca por se considerar uma rede de apoio internacional

<sup>50</sup><https://raizesdomundo.com/astrocartografia/#:~:text=A%20Astrocartografia%20%C3%A9%20uma%20%C3%A1rea,harm%C3%B4nicos%20ou%20desarm%C3%B4nicos%20para%20voc%C3%AA>. Acesso em 19/01/2021.

às mulheres viajantes, conectando viajantes a moradoras locais por meio de hospedagens colaborativas a preços acessíveis garantindo mais liberdade, tranquilidade e segurança ao viajar. Com esse propósito, a *SisterWave* criou uma comunidade muito bem organizada e fluida entre seu nicho de mercado com o serviço de hospedagem. Realizam divulgação em Blog e nas redes sociais Facebook e Instagram, alimentando essa sociabilidade com relatos e temas que agregam para as protagonistas de viagem.

**Figura 22 – Perfil oficial da *Sisterwave*, no Instagram**



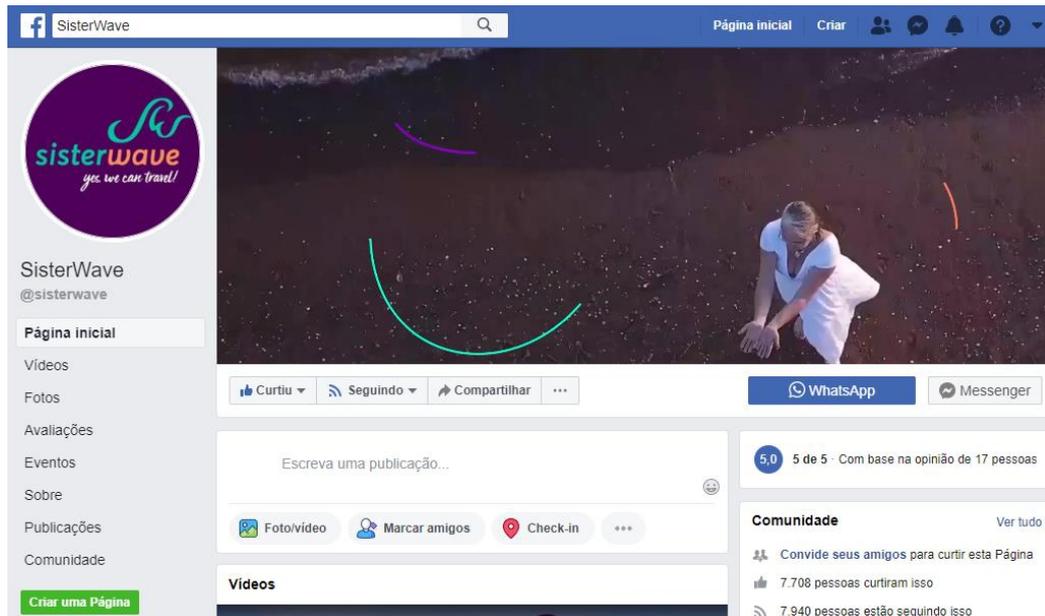
**Figura 23 – Publicação no Instagram da *Sisterwave***



<sup>51</sup> <https://www.instagram.com/sisterwave/>, acesso em 10/08/2020.

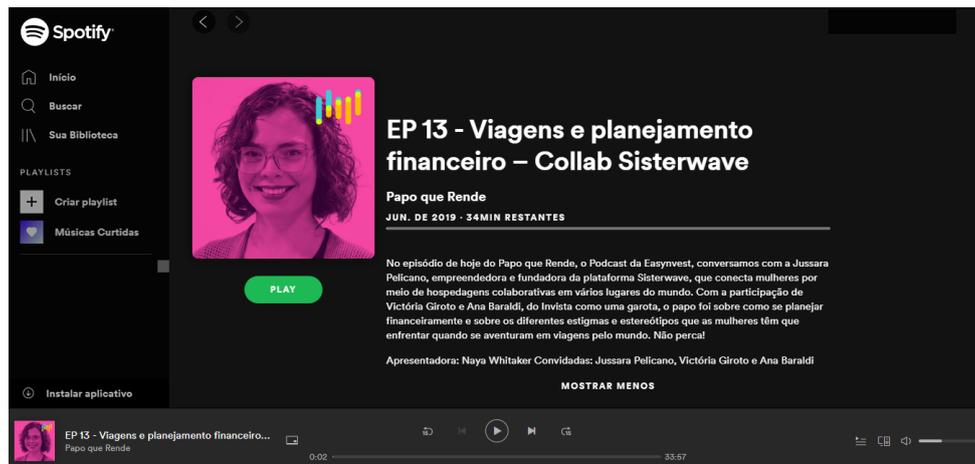
<sup>52</sup> [https://www.instagram.com/p/Bd\\_jErKAmhr/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/Bd_jErKAmhr/?utm_source=ig_web_copy_link), acesso em 29/09/2020.

Figura 24 – Página oficial da *Sisterwave*, no Facebook



53

Figura 25 – Podcast com participação do caso *Sisterwave*, no Spotify



54

Percebe-se aqui uma empresa inovadora e conceituada que nasce com valores e propósito que beneficiam suas usuárias. É uma iniciativa recente, mas que se dissipada, pode mudar muitas culturas organizacionais e os meios de gerir o negócio turístico.

<sup>53</sup> <https://www.facebook.com/sisterwave/>, acesso em 10/08/2020.

<sup>54</sup> <https://open.spotify.com/episode/6tYB0kyj5Cj5dg6Q5w0q2Q>, acesso em 10/08/2020.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento desta pesquisa possibilitou uma análise etnográfica perante os diversos efeitos propiciados pelas usuárias viajantes, principalmente relacionadas a motivação que as levam a viajar, suas experiências decorrentes das viagens, bem como o compartilhamento delas via mídias de rede digital. Além disso, também permitiu uma pesquisa de campo para obter dados mais consistentes sobre as experiências das mulheres viajantes, indicação de perfil, descrever e relacionar os conteúdos encontrados.

Existe uma inegável força na ação de sociabilidade na mídia referente a mulheres viajantes. Isso impele à informação de um certo tipo de “aliança entre mulheres viajantes” que as impulsionam em múltiplas formas de mobilidade contemporânea, seja ela real ou projetada, mesmo num cenário pandêmico como o que estamos vivendo. O fato é que, ainda, o turismo padrão, por parte pública e privada, dissimula adentrar-se mais sobre diversidade e inclusão de gêneros. O silêncio existente e o despreparo por parte das empresas de turismo na luta contra o machismo, assim como as condições de segurança e desconforto desses deslocamentos, são significativamente associadas a relatos de mulheres viajantes. Nesse estudo, identificou-se a ausência de plataformas ou informações oficiais produzidas pelo Ministério do Turismo. Faltam apropriações por parte de órgãos públicos, de modo geral, para articular melhores informações sobre o tema.

Não obstante, tais práticas de produção e consumo de conteúdo das usuárias de plataformas de viagens de mulheres acabam oportunizando um amplo recorte de análise. A questão da não mobilidade física e ou projeções, num futuro próximo, de retomada dessas mobilidades turísticas, possibilitou também o destaque para a separação e manutenção da distância enquanto estratégia de sobrevivência, num mundo urbanizado, cada vez mais polarizado, dividido entre ricos e pobres, mediado pela “conectividade virtual”.

Perante os resultados deste estudo, constatou-se que os objetivos foram alcançados. Verificou-se que as redes sociais se tornaram ferramentas fundamentais no que diz respeito à divulgação e promoção de destinos e atrativos turísticos, além de produtos e serviços. Dada à importância do assunto, vale ressaltar a forte ação da mídia e toda sua influência perante suas usuárias, mesmo em momento pandêmico.

Ao verificar as respostas qualitativas e as entrevistas semiestruturadas, analisou-se quanto maior é a complexidade de cada experiência pessoal, pois, uma vez publicada as experiências de viagens na rede social, nem sempre o que foi postado conseguiu demonstrar a situação vivenciada por cada uma delas.

Comparando as representações nas mídias digitais, sob o modo epistêmico “[...] a imagem traz informações (visuais) sobre o mundo, que pode ser assim conhecido, inclusive em alguns de seus aspectos não visuais” (AUMONT, 2012, p.80), pois a natureza dessa informação varia conforme a exposição da imagem. Ao divulgar uma imagem, buscamos agradar ao público, esperamos que as pessoas comentem, curtam e que ela sirva de estímulo ou informação para quem acessa. Analisando na forma prática, quando alguém publica uma foto em uma rede social, ela está buscando o maior número de visualizações e comentários a respeito, pois a aprovação da imagem está atrelada a quantidade de “curtidas” que ela recebe. E para os espectadores, cada imagem oferecerá uma sensação diferente, haverá imagens que nos estimularão a conhecer um local e outras não, tudo dependerá da intenção de quem publica a foto e as informações que serão vinculadas para complementar a imagem. “A imagem é, pois, tanto do ponto de vista de seu autor quanto de seu espectador, um fenômeno ligado também à imaginação” (AUMONT, 2012, p.89).

Neste sentido, também levantou inquietação o fato das pessoas buscarem expressar através da imagem o melhor de si, a melhor experiência com a sua viagem; expressando uma intimidade que talvez, e nem sempre, podem corresponder ao vivido. O que nos remete ao estudo de Paula Sibilia (2008) que, a fim de compreender o fenômeno contemporâneo da exibição da intimidade, lança o seguinte questionamento:

[...] essas novas formas de expressão e comunicação que hoje proliferam devem ser consideradas vidas ou obras? Todas essas cenas da vida privada, essa infinidade de versões de você e eu que agitam as telas interconectadas pela rede mundial de computadores, mostram a vida de seus autores ou são obras de arte produzidas pelos novos artistas da era digital? É possível que sejam, ao mesmo tempo, vidas e obras? (SIBILIA, 2008, p. 29).

Entre vidas e obras expostas através de redes sociais notamos uma ausência de nossa parte na abordagem do termo dororidade. Enxergo a necessidade de incluir de forma explícita esse conceito que anda junto ao Turismo, visto que há uma demanda disposta a debater o tema e propor melhorias.<sup>55</sup>

Visto com relação aos respondentes, é de urgente necessidade a criação de uma plataforma digital oficial destinada às mulheres viajantes, que seja gerido e nutrido pelo órgão federal do Turismo em parceria com essa comunidade já existente. Importante que abranja as usuárias nacionais e estrangeiras, e que valorize todas as questões que permeiam esse universo do turismo e da viajante, que se construa um ambiente confiável para tirar dúvidas e informações.

---

<sup>55</sup> PIEDADE, Vilma; TIBURI, Marcia. Dororidade. Nós, 2018.

Ao que tange os Direitos das Mulheres, percebe-se um déficit em legislações e políticas públicas para tais viajantes devido ao tamanho perigo eminente.

Por fim, mesmo nos dias de hoje, devemos questionar o Turismo convencional e incluir mais democraticamente a diversidade cultural, social, religiosa existentes. De maneira geral, cresce a necessidade de criação de novos empreendimentos com propósito verdadeiro no mercado agregando o social a política a economia e sustentabilidade.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, Inês. Redes sociais na internet: sociabilidades emergentes. 2016. Disponível em: [https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201701311021-201619\\_redessociais\\_iamaral.pdf](https://labcom.ubi.pt/ficheiros/201701311021-201619_redessociais_iamaral.pdf). Acesso em: 02 março 2021.
- AUMONT, Jacques. A Imagem. Campinas, SP: Papyrus, 2012.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: Referências – elaboração. Rio de Janeiro, 2002.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6022: Informação e documentação: artigo em publicação periódica científica impressa. Rio de Janeiro, 2003.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724: Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação. Rio de Janeiro, 2011.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6027: Informação e documentação: sumário: apresentação. Rio de Janeiro, 2012.
- BARBOSA, Alexandre F. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil: TIC Domicílios e TIC Empresas 2009. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2010. Disponível em: <https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic-edicao-especial-5anos.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2019.
- BRAGA, Adriana. Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais. Desigualdade & Diversidade – Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio, v. 9, p. 95-104, 2011. Disponível em: < [http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/09%20DeD%20\\_%20n.%209%20-%20artigo%204%20-%20ADRIANA.pdf](http://desigualdadediversidade.soc.puc-rio.br/media/09%20DeD%20_%20n.%209%20-%20artigo%204%20-%20ADRIANA.pdf) >. Acesso em 02 de março de 2021.
- CAPRA, F. O Ponto de Mutação – A Ciência, A Sociedade E A Cultura Emergente. São Paulo: Cultrix, 25. ed., 2005.
- CASTELLS, M. A Sociedade em Rede - A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura, Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 6. ed., 2006.
- COSTA, Rogério da. Por um novo conceito de comunidade: redes sociais, comunidades pessoais, inteligência coletiva. Interface-Comunicação, Saúde, Educação, v. 9, p. 235-248, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.org/article/icse/2005.v9n17/235-248/pt/>. Acesso em: 11 dez. 2019.
- DE ALVERGA, Alex Reinecke; DIMENSTEIN, Magda. Turismo e consumo das cidades: apontamentos sobre o biopoder. Revista Mal-estar E Subjetividade, v. 9, n.

1, p. 277-311, 2009. Disponível em:  
<https://www.redalyc.org/pdf/271/27113836012.pdf>. Acesso em: 11 dez 2019.

DE CÉSAR CASTRO, José Renato. As graves questões comportamentais referentes ao conceito de Turismo e de turista, nas quais se baseiam a antropologia e a sociologia, resolvem-se através da psicologia da gestalt. Revista Mal-Estar e Subjetividade, v. 3, n. 1, p. 197-208, 2003. Disponível em:  
<https://www.redalyc.org/pdf/271/27130112.pdf>. Acesso em: 11 dez 2019

DE MELO ROCHA, Rose; CASTRO, Gisela GS. Cultura da mídia, Cultura do Consumo: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. Logos, v. 16, n. 1, p. 48-59, 2009. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/download/361/321>. Acesso em: 11 dez 2019.

DESLAURIERS, Jean-Pierre et al. A Pesquisa Qualitativa. Montreal: Editora Pratique, 1991.

DUARTE, Constância Lima; MUZART, Zahidé Lupinacci. Pensar o outro ou quando as mulheres viajam. Revista Estudos Feministas, v. 16, n. 3, p. 1005-1008, 2008. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2008000300018&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-026X2008000300018&script=sci_arttext). Acesso em: 11 dez 2019.

ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric; E SILVA, Maria Manuela Almeida. A busca da excitação. 1992.

ESCALLIER, Christine. Viajante do passado/turista de hoje: do encontro do outro à descoberta de si próprio. Revista Lusófona de Estudos Culturais, v. 5, n. 2, 2018. Disponível em: <https://digituma.uma.pt/handle/10400.13/2276>. Acesso em: 11 dez 2019.

FIGUEIREDO, Silvio Lima; VAN DE MEENE RUSCHMANN, Doris. Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. Novos cadernos NAEA, v. 7, n. 1, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/ncn/article/view/40>. Acesso em: 11 dez 2019.

FILHO, Amilcar Torrão. As peregrinações de uma pária de Flora Tristan ea construção de uma feminista. Estudos Feministas, v. 26, n. 1, p. 1-19, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/viewFile/43809/36297>. Acesso em: 11 dez 2019.

FOUGEYROLLAS-SCHWEBEL, Dominique. Movimentos feministas. Dicionário crítico do feminismo. São Paulo: Editora UNESP, p. 144-149, 2009.

FRANCO, Stella Maris Scatena. Relatos de viagem: reflexões sobre seu uso como fonte documental. Cadernos de Seminários de Pesquisa, v. 2, p. 62-86, 2011. Disponível em:  
[http://www.academia.edu/download/35511186/Capitulo\\_3\\_Stella\\_Maris\\_Scatena\\_Franco.pdf](http://www.academia.edu/download/35511186/Capitulo_3_Stella_Maris_Scatena_Franco.pdf). Acesso em: 11 dez 2019.

- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, v. 1, 2011.
- GEBERA, Osbaldo Washington Turpo. La netnografía: un método de investigación en Internet. Educar, v. 42, p. 81-93, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3421/342130831006.pdf>. Acesso em 11 dez 2019.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. Métodos de pesquisa. Plageder, 2009. 120 p. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 11 dez 2019.
- HINE, Chistine. Virtual ethnography. London: Sage, 2000.
- \_\_\_\_\_. Virtual methods: issues in social research on the internet. New York: Berg Publishers, 2005.
- IANNI, Octavio. A metáfora da viagem. Enigmas da modernidade-mundo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, v. 3, 2000.
- IBGE. PNAD Contínua TIC 2017: Internet chega a três em cada quatro domicílios do país. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>. Acesso em: 18 dez 2019.
- JOAQUIM, Maria da Graça Luís da Conceição - Os viajantes e o turismo : narrativas, modos de vida e representações sociais [Em linha]. Lisboa: ISCTE-IUL, 2012. Tese de doutoramento. Disponível em [www:<http://hdl.handle.net/10071/11882>](http://hdl.handle.net/10071/11882). Acesso em: 18 dez 2019.
- KELLNER, D. A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Edusc, 2001.
- KOZINETS, Robert V. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, New York, v. 25, p. 366-371, 2002.
- LAGARDE y DE LOS RIOS, Marcela. El feminismo em mi vida – hitos, claves e topías. México: Instituto de las Mujeres del Distrito Federal, 2012, p. 543.
- LEITE, Sidney Ferreira. Reflexões sobre comunicação e sociedade: as contribuições de Douglas Kellner. In: E-Compós. 2004. Disponível em: <http://e-compos.org.br/e-compos/article/view/5>. Acesso em: 11 dez 2019.
- LEITE, Miriam Lifchitz Moreira. Mulheres viajantes no século XIX. *cadernos pagu*, n. 15, p. 129-143, 2000.
- LE MOS, André; LÉVY, Pierre. O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, v. 13, 2010.

- LÉVY, P. As Tecnologias da Inteligência – O Futuro do Pensamento na Era da Informática. São Paulo: Editora 34, 10. ed., 2004.
- MACHADO, MARIA HELENA PT. A literatura de viagem como fonte da história social. 1999.
- MERCADO, Luis Paulo. Pesquisa qualitativa online utilizando a etnografia virtual. Revista Teias, v. 13, n. 30, p. 15, 2012. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistateias/article/download/24276/17255>. Acesso em: 11 dez 2019.
- MESTRINARI, Débora de R. Amelia Earhart. Revista Eletrônica AeroDesign Magazine, v. 2, n. 2, 2010.
- MILLS, Sara. Discourses of difference: an analysis of women's travel writing and colonialism. Psychology Press, 1993.
- MIRANDA, Claudio de Souza; POLO, Rodrigo Balsalobre. A Internet como ferramenta de comunicação no Turismo: um estudo exploratório da utilização de e-mails pelo trading em Ribeirão Preto e seus impactos no Turismo local. Anais do VIII Seminário de Administração (Semead), 2010.
- MONICAT, Bénédicte. Itinéraires de l'écriture au féminin. Voyageuses du 19e siècle. Amsterdam, Editions Rodopi, 1996.
- MUZART, Zahidé Lupinacci. A paixão das florestas ou as viagens de Mme. van Langendonck. Estudos Feministas, p. 1061-1071, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/381/38114361022.pdf>. Acesso em: 11 dez 2019.
- NEGRÃO, Télia; VISCARRA, Simone. Tecnologias de informação e comunicação como ambiente de empoderamento de gênero. Seminário Nacional Movimentos Sociais, Participação e Democracia, v. 2, 2007.
- NEIMAN, Zysman; DE MENDONÇA, Viviane Melo; SCHLINDWEIN, Marcelo Nivert. Eu e a Brisa: reflexões sobre a experiência da viagem no turismo. Revista Brasileira de Ecoturismo (RBEcotur), v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <https://periodicos.unifesp.br/index.php/ecoturismo/article/download/5842/3713>. Acesso em: 11 dez 2019.
- ONFRAY, Michel. Teoria da Viagem: poética da geografia. trad. Paulo Neves. Porto Alegre, RS: L&PM, 2009.
- PALLAZO, Carmen Lícia. Alexandra David-Néel: uma orientalista percorrendo a Ásia. Padê: Estudos em filosofia, raça, gênero e direitos humanos, UniCEUB, FACJS, v. 2, n. 1, 2007. Disponível em: <https://www.publicacoesacademicas.uniceub.br/pade/article/download/146/135>. Acesso em: 11 dez 2019.

- PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 20, n. 42, p. 377-391, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ha/v20n42/15.pdf>. Acesso em: 11 dez 2019.
- PEREIRA, Aldo. Breve história da aviação comercial brasileira. Rio de Janeiro: Europa, 1987. p. 406.
- PEZZI, Eduardo; VIANNA, Silvio Luiz Gonçalves. A Experiência Turística e o Turismo de Experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. Revista Turismo em Análise, v. 26, n. 1, p. 165-187, 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/download/89169/99437>. Acesso em: 11 dez 2019.
- PIEIDADE, Vilma; TIBURI, Marcia. Dororidade. Nós, 2018.
- QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. (1995). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Paris: Gradiva.
- RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. Direitos à comunicação na sociedade da informação. São Bernardo do Campo, SP: Umesp, 2005. Disponível em: [http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/245\\_253\\_direitos\\_a\\_comunicacao\\_politicas\\_publicas\\_murilo\\_ramos.pdf](http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/245_253_direitos_a_comunicacao_politicas_publicas_murilo_ramos.pdf). Acesso em: 11 dez 2019.
- RODENAS, Adriana Méndez. Spanish Women Travelers at Home and Abroad, 1850–1920: From Tierra del Fuego to the Land of the Midnight Sun. 2014.
- ROMANO, Luís Antônio Contatori. Viagens e viajantes: uma literatura de viagens contemporânea. Estação Literária, v. 10, p. 33-48, 2012. Disponível em: <http://www.uel.br/seer/index.php/estacaoliteraria/article/viewFile/25719/18717>. Acesso em: 11 dez 2019.
- SANTOS, Francisco Coelho dos; CYPRIANO, Cristina Petersen. Redes sociais, redes de sociabilidade. Rev. bras. Ci. Soc., São Paulo, v. 29, n. 85, pág. 63-78, junho de 2014. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69092014000200005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092014000200005&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 02 de março de 2021.
- SIBILIA, Paula. O show do eu: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- SZURMUK, Mónica (Ed.). Mujeres en viaje: Escritos y testimonios. Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, 2000.
- TASCHNER, Gisela B. Lazer, cultura e consumo. Rev. adm. empres., São Paulo, v. 40, n. 4, pág. 38-47, dezembro de 2000. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902000000400004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902000000400004&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 18 de março de 2021. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902000000400004>.

TASCHNER, G. Raízes da cultura de consumo. Revista USP, [S. l.], n. 32, p. 26-43, 1997. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i32p26-43. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/26029>. Acesso em: 18 mar. 2021.

TSCHANZ N. ; KLEIN S. Internet Strategy Development in Tourism - Concept and Case Study. University of St. Gallen, Switzerland, 1996.

URRY, J. (2001). O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 3. Ed. São Paulo: Studio Nobel.

## APÊNDICE - A

### Questionário Online

- Você já realizou uma viagem sozinha?
  - Sim
  - Não
- Qual sua preferência para realizar uma viagem?
  - Sozinha
  - Acompanhada
  - Indiferente
  - Nunca viajei sozinha
- Você se considera uma viajante? Por que? \_\_\_\_\_
- O que te inspirou?
  - Vontade própria
  - Youtube
  - Blog / Sites de viagem
  - Influencie Digital
  - Uma agência de viagem
  - Facebook
  - Uma amiga
  - Instagram
  - Fotos do destino
  - Podcast
  - Nenhuma das opções acima
  - Qual? (Digite o @usuário de inspiração) \_\_\_\_\_

- Classifique suas motivações de viagem por:

	Zero	Pouco	Médio	Muito
Realizar um sonho				
Religiosidade / Meditação				
Aventurar-se				
Autoconhecimento				
Liberdade				
Vivenciar novos valores				
Empoderamento				
Buscar destinos que não conheço				
Sagrado feminino				
Conhecer outras culturas				

- Idade? \_\_

- Ocupação?

Empregado/Assalariado

Desempregada

Autônoma

Aposentada

CEO (empresária)

Do lar

Estudante

Outro

- Grau de escolaridade?
  - Fundamental incompleto
  - Fundamental completo
  - Ensino médio incompleto
  - Ensino médio completo
  - Superior incompleto
  - Superior completo
  - Pós-graduação
  - Mestrado
  - Doutorado
- Autodeclaração racial?
  - Preta
  - Parda
  - Indígena
  - Amarela
  - Branca
  - Outro
- Descreva sua experiência de viagem (favor mencionar o destino), positivos e negativos.

## APÊNDICE - B

### Entrevista Semiestruturada

Qual foi o maior motivo de ter escolhido o destino?

Você acha que a cultura local influenciou em sua decisão?

Contato com os residentes do local.

Descreva a montagem do seu roteiro de viagem.

Experiência pessoal e vivência. Tinha uma expectativa antes da viagem. Ela foi atendida ou deixou a desejar.

Pontos negativos e experiências ruins que aconteceram na viagem e o que sentiu durante o ocorrido.

O que te chamou mais atenção nos passeios da viagem?

Havia muito turista neste destino?

Sentiu viva a cultura local quando estava lá?

Conversou com a população local?

Você realiza suas viagens somente nas férias ou tem flexibilidade para viajar quando quiser?

Foi sua primeira viagem planejada?

Como foi você planejar sua própria viagem?

Quanto tempo durou o tempo do planejamento da sua viagem?

Você almeja planejar e realizar outras viagens sozinha?

Você já fechou algum pacote de viagem com uma agência de viagem?

Você acredita que o resultado de planejar sozinha ou contratar uma agência de viagem é o mesmo?

Com esta viagem você conseguiu encontrar o que você almejava?

Qual foi o maior desafio na viagem?

Houve um perfil/ou fonte de informação que mais te influenciou na internet para realização do seu roteiro.

Qual foi sua experiência de viajar sozinha? E particularmente você prefere viajar sozinha acompanhada ou é indiferente?

Como foi a sua experiência com a gastronomia?

Pontos muito positivos da viagem que você deseja compartilhar?

Sentiu medo?

Você se sentiu descobridora e aventureira?

Era um lugar seguro para mulheres?

Como foi retornar a sua "casa"? Você se sentiu diferente?

Experiências culturais que você se interessou ou participou? Essa participação gerou algum sentimento?

Por qual motivo você quis compartilhar a sua experiência de viagem no grupo do Facebook/ Instagram?