

A produção científica sobre mulheres viajantes: uma análise dos periódicos brasileiros de turismo

Scientific production about women travellers: an analysis of Brazilian tourism journals

Producción científica sobre mujeres viajeras: un análisis de las revistas de turismo brasileñas

Priscilla Teixeira da Silva¹

Natália Araújo de Oliveira²

Ketrin Cristina Gabriel³

Helena de Jesus Almeida⁴

Resumo: Este estudo tem por objetivo sistematizar o conhecimento científico produzido em periódicos brasileiros com Qualis A1 a B3 da área do Turismo sobre mulheres, com ênfase, em particular, em mulheres viajantes. A metodologia utilizada caracteriza-se como descritiva e bibliográfica. Primeiramente, a partir de uma consulta realizada na plataforma Sucupira da Capes, foram levantados 12 periódicos brasileiros com Qualis A1 a B3, na área de Administração de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo que contivessem a palavra “turismo” ou “hospitalidade” em seu título. Em seguida, foi realizada uma busca nas edições disponíveis nos endereços eletrônicos dos 12 periódicos. No total foram consultados 4.385 artigos, publicados entre os anos de 1990 e 2020, entre os quais, 33 (0,75%) continham algum dos termos: mulher (es); woman; women; mujer (es); feminino; feminina; feminidade em seus títulos e/ou palavras-chave. Destes, apenas dois são pesquisas sobre mulheres viajantes, representando 0,04% do total de artigos publicados nos periódicos consultados. São trabalhos recentes, publicados nos anos de 2019 e 2020, e com investigações realizadas em mídias sociais (*Facebook* e blog). Os artigos abordam, especialmente, as limitações encontradas na mobilidade das mulheres viajantes, bem como evidenciam a importante contribuição das tecnologias na articulação das mulheres.

Palavras-chave: Turismo, mulheres viajantes, sistematização do conhecimento.

Abstract: This study aims to systematize the scientific knowledge produced in Brazilian journals with Qualis A1 to B3 in the Tourism area about women, with emphasis, in particular, about women travellers. The methodology used is characterized as descriptive and bibliographic. First, from a consultation implemented in the Sucupira platform from Capes, 12 Brazilian journals with Qualis A1 to B3 were surveyed, in the area of Business Administration, Accounting and Tourism that contained the word "tourism" or "hospitality" in its title. Then, a search was made on the editions available in the websites of the 12 journals. In total, 4.385 articles were consulted, published between 1990 and 2020, of which, 33 (0,75%) contained some of the terms: mulher (es); woman; women; mujer (es); feminino; feminina; feminidade in their titles and key-words. Of these, only two are researches about women travellers, which represents 0,04% from the total of articles published in the consulted journals. These are recent studies, published in 2019 and 2020, and with research executed in social networks (*Facebook* and blog). The articles address, especially, the limitations found in the mobility of women travellers, as well as highlight the important contribution of technologies in the articulation of women.

Keywords: Tourism, women travellers, systematization of knowledge.

¹ Universidade Federal de Pelotas, E-mail: priscilla.cet@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas, E-mail: oliveira.natalia@outlook.com

³ Universidade Federal de Pelotas, E-mail: ketrin gabriel@gmail.com

⁴ Universidade Federal de Pelotas, E-mail: helenadja348@gmail.com

Resumen: Este estudio tiene como objetivo sistematizar el conocimiento científico producido en revistas brasileñas con Qualis A1 a B3 en el área del Turismo sobre mujeres, con énfasis, en particular, en mujeres viajeras. La metodología utilizada se caracteriza por ser descriptiva y bibliográfica. Primero, a partir de una consulta realizada en la plataforma Sucupira de la Capes, se encuestaron 12 revistas brasileñas con Qualis A1 a B3, en el área de Administración de Empresas, Contabilidad y Turismo que contenían la palabra “turismo” u “hotelería” en su título. Luego, se realizó una búsqueda sobre las ediciones disponibles en las direcciones electrónicas de las 12 revistas. En total, se consultaron 4.385 artículos, publicados entre los años 1990 y 2020, de los cuales, 33 (0,75%) contenían alguno de los términos: mulher (es); woman; women; mujer (es); feminino; feminina; feminidade en sus títulos y/o palabras clave. De estos, solo dos son investigaciones sobre mujeres viajeras, lo que representa el 0,04% del total de artículos publicados en las revistas consultadas. Se tratan de trabajos recientes, publicados en los años 2019 y 2020, y con investigaciones realizadas en redes sociales (*Facebook* y *blog*). Los artículos abordan, especialmente, las limitaciones encontradas en la movilidad de las mujeres viajeras, así como destacan el importante aporte de las tecnologías en la articulación de las mujeres.

Palabras clave: Turismo, mujeres viajeras, sistematización del conocimiento.

1 Introdução

O presente estudo faz parte do projeto de pesquisa “Mulheres que viajam sozinhas: um estudo de gênero, raça e sexualidade no turismo”, da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), que trata da experiência de mulheres brasileiras viajando sozinhas ou sem companhia masculina, em destinos nacionais e internacionais, utilizando redes colaborativas de viagens e hospedagens predominantemente femininas. Uma das etapas do projeto contempla um levantamento da produção acadêmica sobre mulheres viajantes em periódicos nacionais da área de turismo, objeto do presente artigo.

O tema *mulheres viajantes* suscita um debate ainda pouco realizado no turismo (em especial no Brasil) - o de gênero, essencial para se compreender como o deslocamento turístico incide de maneira diferente sobre mulheres, que sempre tiveram imposições de docilidade, recato e submissão a partir do sistema patriarcal ao qual foram e são submetidas.

Ainda que por muito tempo tivessem que ter companhia ou autorização masculina para viajar, é fato que, com as conquistas advindas das ondas feministas, as mulheres passaram a ter maior poder de decisão sobre suas locomoções, o que tem aumentado com o passar dos anos. Segundo Khan (2011), nas mobilidades para o lazer e as viagens, tem ocorrido uma participação significativa das mulheres principalmente em virtude das mudanças sociais ocorridas nas últimas décadas, como o acesso das mulheres à educação, o trabalho fora de casa, casamentos tardios e mudança na divisão de responsabilidades familiares entre homens e mulheres.

Entretanto, é fato que ainda pesam sobre a vontade e a possibilidade de as mulheres viajarem diferentes fatores de cunho social que mostram como a sociedade sempre controlou

suas vidas, seus desejos, seus corpos. Como comenta Sheller (2017, como citado em Silva, 2019), os fatores referentes à mobilidade e imobilidade se associam às relações injustas de poder, que se diferenciam de acordo com a raça, a classe social, as habilidades e o gênero.

Mesmo em um cenário de aumento de viagens femininas, o comparativo entre homens e mulheres mostra que as mulheres mantêm desvantagens em relação aos homens nas decisões de viagens e lazer. Enquanto as principais limitações dos homens estão relacionadas ao tempo com obrigações de trabalho, as mulheres somam, também, obrigações familiares (Khan, 2011).

Os pontos anteriormente destacados mostram que refletir sobre mulheres viajantes suscita um debate inserido no *turismo crítico* – que é engajado em questões de identidade, diferença, corpo, gênero e teorias pós-estruturalistas de linguagem e subjetividade (Ateljevic et al. como citado em Fazito, 2012). A partir dessa perspectiva, surge a pergunta que o presente artigo pretende responder: há trabalhos sobre mulheres viajantes nas revistas científicas brasileiras? A fim de encontrar a resposta, o objetivo geral do trabalho é sistematizar o conhecimento científico produzido em revistas científicas brasileiras com Qualis A1 a B3 da área do Turismo sobre mulheres, com ênfase, em particular, em mulheres viajantes.

O estudo parte de um universo de 4.385 artigos publicados em 12 periódicos específicos da área do turismo e está estruturado da seguinte maneira: a primeira seção apresenta esta introdução sobre o tema investigado. A segunda faz uma revisão da literatura sobre mulheres no turismo e mulheres viajantes, investigando como o tema tem entrado na academia e discutindo pesquisas sobre o tópico. A próxima destaca a metodologia utilizada na pesquisa, seguida dos resultados e discussão, mostrado no quarto tópico. Por fim, a quinta seção, que finaliza o artigo, traz as conclusões do trabalho.

2 Fundamentação teórica

Gênero, definido por Scott (1995, p. 86) como “um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos” e “uma forma primária de dar significado às relações de poder”, é pauta da luta feminista desde o início da década de 1960 (Meira, 2014), caracterizada como segunda onda do feminismo. Naquele momento, se estabelece a busca pela construção de um arcabouço teórico e metodológico com o intuito de fortalecer as

bandeiras de luta que identificavam, no empoderamento da mulher, o caminho contra a opressão das sociedades patriarcais.

Já no turismo, gênero entra em pauta apenas na década de 1980, também a partir de inquietações de pesquisadoras feministas que buscavam compreender como este atravessava as atividades turísticas (Piscitelli, 2006). Piscitelli (2006) revela que as discussões de gênero e turismo abordavam, em especial, três tópicos: o mercado de trabalho, a problemática do turismo sexual e, em menor grau, a produção de imagens turísticas.

Pesquisas como a de Carvalho, Baptista e Costa (2015) e a de Pritchard et. al. (2007) corroboram Piscitelli (2006) ao apontar que a maioria dos estudos de gênero em turismo foca essencialmente nos padrões de emprego, perfil profissional e exploração sexual, com uma superioridade de pesquisas em mercado de trabalho e turismo sexual.

Uma investigação acerca das dissertações e teses já produzidas em programas de pós-graduação com área básica em turismo no Brasil mostrou que das 39 teses já defendidas, nenhuma discute gênero e, das 1.618 dissertações, 37 trabalhos abordam a temática, correspondendo a 2,28% do que já foi produzido, sendo os trabalhos sobre gênero e mercado de trabalho no turismo (12); turismo e comunidade LGBTQIA+ (10); gênero, saberes e ofícios (6); turismo sexual (4); turismo, consumo e lazer feminino (3) e produção de imagens turísticas (2). A pesquisa mostra que há um viés crítico surgindo entre os trabalhos, que nos últimos anos passam a problematizar a visão normativa envolta nos trabalhos iniciais sobre turismo sexual e a discutir o turismo LGBTQIA+ transcendendo uma visão mercadológica presente nos debates iniciais sobre o tema (Silva, Oliveira & Spolle, 2020).

Como comentam Pritchard et. al (2007), apesar do ambiente hostil para interessados em questões de gênero no turismo, tem surgido uma perspectiva mais crítica, que confronta política de representação, comodificação cultural, hegemonia e globalização. Segundo Fazito (2012), essa guinada crítica nos estudos do turismo ocorreu na virada do milênio com o objetivo de produzir conhecimento que não fosse focado apenas em economia e negócios.

Ainda assim, o que os estudos citados mostram é que há poucas pesquisas que investigam a mulher como turista, como pessoa que se desloca no mundo e que tem sua mobilidade cerceada a partir de valores patriarcais que ditam como ela deve se comportar, aonde deve ir, com quem, com que roupa etc. É fato que homens e mulheres experienciam o turismo de maneira diferente

e que papéis de gênero, ainda que sejam adaptados de acordo com o contexto, também são reproduzidos no turismo (Berdychevsky et al. 2013).

Para analisar a relação das mulheres com o turismo, Schlüter (2010) e Antonioli (2015) usam o termo “turismo feminino”. Schlüter (2010), a partir de pesquisas em revistas femininas de moda do início do século XX, depara-se com seções destinadas ao turismo em que eram fornecidas informações sobre moda e padrões de comportamento aceitáveis (ou não) para mulheres em viagens. Segundo Schlüter (2010), essa seção, chamada “Turismo Feminino”, logo depois foi estendida aos guias de viagem, como na edição do *Guia Peuser*, nos anos 1950.

Já Antonioli (2015) contextualiza o “turismo feminino” como viagens turísticas realizadas por mulheres e apresenta um cenário visto, ainda, como nicho de consumo. Segundo a autora, a bibliografia internacional que trata de mulheres viajantes está centrada, principalmente, no “turismo romântico”, (ou turismo romance)⁵ e “turismo sexual feminino”, tratando-se de estudos referentes a mulheres oriundas de países desenvolvidos em viagens turísticas a países pobres onde, eventualmente, estabelecem relacionamentos afetivo-sexuais com homens locais⁶.

Segundo Robinson (1990, como citado em Richter, 2005, p. 427), “Até o século XVI, para ser mulher, viajar, e continuar sendo respeitável geralmente era preciso ser uma rainha ou peregrina”. Ainda assim, antes do movimento social feminista, algumas mulheres recusaram os papéis de gênero previstos na época e assumiram os riscos de longas viagens.

Leite (2000) apresenta um estudo a partir de livros escritos por mulheres estrangeiras viajando no Brasil no século XIX. Eram naturalistas, escritoras, jornalistas e amadoras, colecionadoras de plantas, animais, conchas ou pedras. Outra autora, Franco (2017), trabalha com relatos de seis mulheres latino-americanas que viajaram para a Europa e para os Estados Unidos no século XIX. Franco (2017) explica que é possível notar a necessidade das mulheres

⁵ Piscitelli (2017).

⁶ Jacobs (2009, como citado em Antonioli, 2015) realiza uma crítica às categorias de análise disponíveis em relação aos intercâmbios de bens e dinheiro permeando as relações íntimas, afetivas e sexuais no mercado turístico. Segundo a autora, quando definidas como turismo sexual, as categorias são geralmente apresentadas no âmbito de binarismos de gênero e raça (mulheres brancas explorando homens negros / homens brancos explorando mulheres negras); e, quando definidos como turismo romântico, fazem um uso estreito da noção de romance, referindo-se a uma ideia essencializada de feminilidade ocidental e de algo que, para ser autêntico, não pode ser mediado por pagamentos ou recompensas materiais. Piscitelli (2017) também recorre a mesma literatura para discutir as articulações entre gênero, turismo e violência, por ser, até então, a literatura que se debruçou mais diretamente sobre situações de violência contra a mulher turista.

justificarem socialmente essas viagens, algumas recorrendo ao “trabalho” e outras viajando com os filhos.

Conforme Antonioli (2015), diversos autores concedem a Thomas Cook o pioneirismo em relação às viagens femininas por meio das “escorted tours”. Partindo-se do princípio que, naquele período, para sair de casa e percorrer longas distâncias, a mulher precisaria estar acompanhada de um homem responsável pela família (normalmente pai ou marido), tanto para ser protegida dos perigos de outros homens, como para que continuasse a ser considerada respeitável.

Nos dias atuais, ainda que vários atravessamentos ocorram para que mulheres tenham liberdade de viajar, é fato que há um crescente movimento de mulheres viajando sozinhas (Carvalho, Baptista & Costa, 2015) ou mesmo em companhia, demandando maiores estudos sobre o tema. Uma pesquisa realizada recentemente pelo Ministério do Turismo revela que 17,8% das mulheres brasileiras preferem viajar sozinhas e a principal motivação dessa preferência seria o desejo de viver novas aventuras, independentemente de ter ou não companhia. Das mulheres entrevistadas, 62,4% pretendiam viajar pelo Brasil. (Brasil, 2017). A indagação que fica é: há trabalhos que discutem sobre essas mulheres viajantes? É o que o artigo se propõe a responder fazendo uso das técnicas métricas da Ciência da Informação, Webmetria e Infometria. No próximo tópico, o delineamento metodológico da pesquisa será apresentado.

3 Metodologia

O estudo é uma pesquisa descritiva e bibliográfica e utiliza de métricas da Ciência da Informação para a coleta e sistematização dos dados. Gil (1989) explica que as pesquisas descritivas objetivam a descrição de características de determinada população ou fenômeno ou ainda o estabelecimento de relação entre as variáveis, tendo como característica a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados. A população é composta pela comunidade acadêmica que publica nos periódicos científicos em turismo e hospitalidade com Qualis A1 a B3 em Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo. Já as variáveis são as publicações que abordam mulheres.

Segundo Santos e Kobashi (2009), o campo dos estudos métricos se consolidou na década de 1950 e seu objeto de estudo passou, gradativamente, da contagem de livros e revistas para a

interpretação da atividade científica com a finalidade de orientar políticas de ciência. O termo Infometria foi proposto em 1987 pela *International Federation of Documentation*/Federação Internacional de Documentação (FID), para designar o conjunto das atividades métricas relativas à informação, cobrindo tanto a bibliometria⁷ quanto a cientometria⁸. (EGGE & ROUSSEAU, 1990, como citado em Santos & Kobashi, 2009). A Infometria abarca tanto a bibliometria quanto a cientometria:

Trata-se, desse modo, não apenas de quantificar, constatar e atribuir sentido aos dados, qualificando-os para que possam ter melhor uso em políticas de ciência e Tecnologia (C & T), por cada especialidade ou grupo de pesquisa, ou em contextos mais abrangentes regionais, nacionais ou mundiais. (Santos & Kobashi, 2009, p. 159-160)

Já a Webmetria diz respeito ao estudo dos aspectos quantitativos da construção e utilização de recursos de informação, estruturas e tecnologias na Web baseado em abordagens bibliométricas e infométricas (Björneborn & Ingwersen, 2004, p 1,217; Thelwall & Vaughan, 2004, como citado em Bibliotecários sem Fronteiras, 2015)

A coleta de dados teve início com uma pesquisa, realizada no mês de novembro de 2020, na Plataforma Sucupira Qualis Periódico, vinculada à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) do Ministério da Educação. No site foram procurados dados cadastrais de revistas que tivessem no título a palavra turismo ou hospitalidade com Qualis A1 a B3 na área de avaliação Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo. O resultado, mostrado no Quadro 1, revela que foram encontrados 12 periódicos e nenhum destes era Qualis A1. O Quadro traz ainda quantos artigos já foram publicados em cada revista e o ano de lançamento dos periódicos.

⁷ A bibliometria tem como objetos de estudo os livros ou as revistas científicas, cujas análises se vinculam à gestão de bibliotecas e bases de dados. (Santos & Kobashi, 2009, p. 159)

⁸ A cientometria preocupa-se com a dinâmica da ciência, como atividade social, tendo como objetos de análise a produção, a circulação e o consumo da produção científica. (Santos & Kobashi, 2009, p. 159)

Quadro 1: Periódicos da área de Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo analisados

Periódico	Qualis	Início	Total de artigos publicados ⁹ :
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	A2	2007	320
Revista Turismo em Análise	B1	1990	653
Turismo: Visão e Ação	B1	1998	498
Caderno Virtual de Turismo	B1	2001	523
Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo	B2	2007	222
Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade	B2	2009	421
REUNA - Revista de Economia, Administração e Turismo	B3	1996	465
Revista Hospitalidade	B3	2004	318
Revista Brasileira de Ecoturismo	B3	2008	434
Revista Iberoamericana de Turismo	B3	2011	281
REAT - Revista Eletrônica de Administração e Turismo	B3	2012	115
Revista de Turismo Contemporâneo	B3	2013	135
TOTAL			4.385

Fonte: Elaborado pelas autoras

Posterior ao levantamento de informações gerais sobre as revistas encontradas, foi buscada a produção de artigos científicos sobre o tema da pesquisa, mulheres viajantes. Em cada site foram digitadas, no campo de pesquisa, as palavras-chave que norteiam o debate aqui apresentado, sendo esses: mulher(es) e feminino(a). Para ambas as palavras, as variantes em inglês e espanhol também foram buscadas. A pesquisa aqui apresentada analisou os trabalhos que tinham alguma destas palavras em seu título ou entre as palavras-chave do resumo.

Os artigos resultantes dessa etapa foram selecionados para compor o corpus inicial da pesquisa e, em seguida, foram lidos a fim de aprofundar a análise e confirmar se havia reflexões no trabalho sobre mulheres viajantes.

O levantamento mostrou que foram publicados 4.385 artigos em todas essas revistas. Com a busca das palavras-chave da pesquisa nos resumos ou nos títulos, o número de artigos foi reduzido a 33. Após o lançamento das informações na base de dados, estes foram organizados em planilhas para facilitar a confecção de quadros e tabelas, apresentados ao longo dos resultados. O software utilizado foi o Excel.

⁹ Para a contagem foram considerados apenas os artigos completos.

4 Resultados

Foram consultados 4.385 artigos, publicados em 12 revistas, entre os anos de 1990 e 2020, entre os quais, 33 (0,75%) continham alguns dos termos da busca - mulher (es); *woman*; *women*; *mujer* (es); feminino; feminina; feminidade; *feminine* - em seus títulos e/ou palavras-chave.

A *Revista Brasileira de Turismo*, periódico com melhor avaliação entre os aqui analisados (A2), já publicou 320 artigos ao longo de suas 42 edições. Entre os trabalhos divulgados, quatro (Quadro 2) continham as palavras-chave da pesquisa, resultando em 1,25% do que já foi produzido, contudo, nenhum dos trabalhos tinha foco em mulheres viajantes.

Quadro 2: Artigos publicados na *Revista Brasileira de Turismo* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
Feminity at the beach – issues on fashion, gender and tourism in Argentina	Social studies in tourism; leisure and tourism activities; gender; fashion; Argentina	v. 4, n.3, 2010
Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo de casos múltiplos em agências de viagens	Empreendedorismo; empreendedorismo feminino; conflito trabalho família.	v. 10, n.1, 2016
O papel da mulher no turismo rural: um estudo no circuito Rajadinha de Planaltina - Distrito Federal	Turismo no espaço rural; turismo rural; estudos de gênero	v. 12, n.3, 2018
Uso das redes sociais empreendedoras por mulheres no processo de criação de agências de viagens	Empreendedorismo; redes sociais empreendedoras; empreendedorismo feminino; processo empreendedor	v.12, n.1, 2018

Fonte: Elaborado pelas autoras

O primeiro artigo com as referidas palavras-chave foi publicado pela revista em 2010. Neste trabalho, Schlüter (2010) discute, a partir da moda feminina de praia, as mudanças estruturais produzidas na sociedade industrial do começo do século XX, esclarecendo que foi apenas ao final da Segunda Guerra Mundial que as mulheres puderam fazer suas próprias escolhas de vestuário. Já o trabalho de Duarte e Pereira (2018), investiga a realidade das mulheres que trabalham no turismo rural da região de Planaltina (DF), verificando se a atividade estabelece uma relação positiva entre as mulheres e os homens envolvidos.

Outras duas pesquisas tinham como objeto o empreendedorismo feminino. Teixeira e Bomfim (2016) apresentam uma análise dos desafios das empreendedoras donas de agências de turismo, discutindo, em especial, os conflitos e conciliações entre trabalho e família. Já Teixeira,

Andreassi e Bomfim (2018) identificam os laços utilizados pelas empreendedoras em suas redes sociais nas fases de concepção, *start-up* e consolidação de negócios.

O periódico *Turismo em Análise* é o mais antigo da área do turismo no Brasil, datando a sua primeira publicação, ainda impressa, em 1990 e, por isso, também possui a maior quantidade de artigos (653) e de edições (75) publicadas entre as revistas analisadas. Apenas dois artigos (Quadro 3) com as palavras-chave da pesquisa foram encontrados, representando 0,30% de tudo já produzido pela revista.

Quadro 3: Artigos publicados na revista *Turismo em Análise* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
Mulheres, automóveis e destinos turísticos no Brasil: uma análise sobre algumas representações do feminino na publicidade da <i>Revista Quatro Rodas</i>	Mulheres; destinos turísticos; publicidade; análise de imagens	v.30, n.1, 2019
<i>Couch</i> , dicas e companhia: mobilidades construídas e práticas de consumo colaborativo entre mulheres mediadas pelo <i>Facebook</i>	<i>Couch</i> das mina e trans #ELENÃO; viagens colaborativas; consumo colaborativo; mobilidades das mulheres; gênero	v.30, n.1, 2019

Fonte: Elaborado pelas autoras

O primeiro artigo analisou as representações de mulheres, automóveis e destinos turísticos em propagandas publicitárias de uma revista da década de 1960, mostrando que as mulheres eram retratadas como componentes do serviço oferecido (Jardim & Kabelac, 2019). Já o outro, o primeiro que apresenta uma discussão sobre mulheres viajantes, investigou de que forma as materialidades digitais e narrativas construídas no grupo de viagens colaborativas *Couch das mina e trans #ELENÃO*, vinculado ao *Facebook*, estimulam e otimizam múltiplos modos de consumo de mulheres em viagens e mobilidades.

A autora explica que, embora que as práticas de colaboração no campo das viagens já existissem mesmo antes da internet, essa ferramenta impulsionou a popularização e internacionalização de novas iniciativas, como a do grupo analisado (Silva, 2019). Nele, Silva (2019) percebeu múltiplos modos de consumo em viagens e de mobilidades das mulheres, com uma valorização a um “espírito *couchsurfing*”, que resulta em um “estilo de vida que valoriza mais as trocas e que preza a diminuição da aquisição de objetos, um consumo mais consciente” (Silva, 2019, p.53). Há, ainda, o desejo de criar vínculos de amizade entre as participantes, além

de trocas de dicas, informações etc., formando uma rede de colaboração e apoio mútuo que interfere na maneira como as mulheres viajantes daquele grupo fazem turismo.

No periódico *Turismo: Visão e Ação* foram encontrados 498 artigos publicados quadrimestralmente ao longo de 65 edições, que tiveram início no ano de 1998. Entre eles, identificou-se três artigos (Quadro 4) com as palavras-chave da pesquisa, correspondendo a 0,60% do total.

Quadro 4: Artigos publicados na revista *Turismo: Visão e Ação* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
Eficácia promocional no planejamento e gastos de viagens entre homens e mulheres visitantes do estado de Sergipe	Promoção de destinos; eficácia promocional; viagem	v.21, n.3,2019
O trabalho de homens e mulheres no turismo rural em São José dos Ausentes: o “leve” e o “pesado”	Turismo rural; trabalho; gênero	v.17, n.1, 2015
Percepção das mulheres quanto ao lazer: um estudo exploratório no parque natural municipal do Bosque da Freguesia, Rio de Janeiro	Lazer; mulheres; classe média	v.17, n.1, 2015

Fonte: Elaborado pelas autoras

No primeiro trabalho, Souza e Filho (2019) tratam da eficácia promocional do turismo a partir do planejamento e dos gastos de viagem, fazendo um comparativo entre homens e mulheres. Os autores mostram que as promoções turísticas influenciam maiores gastos dos visitantes de ambos os gêneros. Todavia, as mulheres possuem um valor de gasto médio abaixo ao dos homens e planejam mais suas viagens.

Já o segundo artigo estuda as relações de trabalho no turismo rural em São José dos Ausentes (RS), apontando que, mesmo com a introdução desta atividade, a forma como as famílias organizam suas tarefas não foi alterada, perpetuando o modelo patriarcal na divisão de trabalho (Lunardi, Souza & Perurena, 2015).

O terceiro trabalho analisa a percepção de mulheres de classe média sobre lazer e atividades físicas em parques, atividades que têm reflexos em sua autoestima e qualidade de vida, segundo as entrevistadas. O trabalho ainda aponta a dificuldade das mulheres em encontrar tempo para ir a estes espaços, mostrando a dificuldade da dupla jornada de trabalho feminina (Rosa & Nogueira, 2015).

Na revista *Caderno Virtual de Turismo* foram analisados 523 artigos disponibilizados no site do periódico e publicados quadrimestralmente em 65 edições, com início no ano de 2001.

Desse total, quatro artigos contêm, em suas palavras-chave, o termo mulher (es) ou feminino (a), representando 0,76% do total de publicações (Quadro 5).

Quadro 5: Artigos publicados na revista *Caderno Virtual de Turismo* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
As mulheres boas vão para o céu, as mulheres más vão para qualquer lugar: a representação social da prostituição na hotelaria de Juiz de Fora-MG	Prostitutas; turistas; hotéis; identidade; estigma	v. 9, n.2, 2009
A função ideológica da Embratur e seu papel na construção de um mercado de bens e serviços simbólicos: a exploração da imagem da mulher brasileira nos anúncios turísticos institucionais	Embratur; ditadura militar; mulher	v.18, n.3, 2018
Empreendedorismo feminino em empresas de turismo e intenções de crescimento dos negócios	Empreendedorismo feminino; intenção de crescimento; empresas turísticas	v.19, n.2, 2019
A mulher e o deslocamento turístico no mundo contemporâneo: uma contribuição teórico-metodológica aos estudos do turismo	Patriarcado; viajante solo; mulheres; liberdade; turismo	v. 20, n.2, 2020

Fonte: Elaborado pelas autoras

O trabalho de Duarte (2009) investiga o comportamento de profissionais do sexo de Juiz de Fora (MG) e o enredo que as conecta com hotéis e turistas, verificando que elas fazem parte do turismo da cidade por meio do seu contato com os hóspedes. Já Alves, Nascimento e Freitas (2018) apresentam uma análise do processo de exploração da imagem da mulher brasileira com base na divulgação feita pelo Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) durante a ditadura militar brasileira, concluindo que a instituição reforçou a associação do imaginário do erótico ao turismo e incluiu o produto destino-Brasil na rota do turismo sexual.

Bomfim, Teixeira e Montenegro (2019) analisam as intenções das empreendedoras de empresas turísticas sobre o crescimento de seus negócios e mostram que elas dão ênfase não somente ao retorno financeiro mas, também, valorizam a autonomia, qualidade de vida e equilíbrio entre negócios e família.

Melo e Soeiro (2020) apresentam a segunda pesquisa encontrada que reflete sobre mulheres viajantes, tendo como foco as viagens das mulheres no mundo contemporâneo, analisando publicações em blogs de viagens, mais especificamente, postagens de “dicas para mulheres que viajam sozinhas”. A partir da pesquisa, os autores concluem que o deslocamento da mulher é dificultado em múltiplas escalas, incluindo a dos deslocamentos turísticos. Segundo

os autores, o caráter simbólico e ideológico que marca a representação da mulher na sociedade patriarcal é onde reside a maior parcela dos obstáculos à liberdade feminina.

No periódico *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo* foram publicadas 43 edições entre 2007 e 2020, totalizando 222. Após análise dos títulos e palavras-chave desses artigos, não se encontrou que contivesse o termo mulher (es) ou feminino (a).

Na revista *Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, verificou-se que há 421 artigos publicados em 43 edições, entre os anos de 2009 e 2020. O termo mulher (es) ou feminino (a) foi encontrado em 05 (cinco) publicações (Quadro 6), o que equivale a 1,18% do total. É o periódico com maior número de artigos publicados com as palavras-chave da pesquisa.

Quadro 6: Artigos publicados na revista *Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
Análisis comparativo de la situación laboral de las mujeres rurales: vitivinicultura, industria vitivinícola y turismo enológico	Turismo enológico; mujeres rurales; empleo rural; Vale Colchagua; Chile	v. 3, n.2, 2011
Incorporación al turismo rural y transformación del habitus en la mujer campesina de San Pedro Atlapulco, México.	Turismo rural; mujer campesina; habitus; San Pedro Atlapulco-Mexico	v.4, n.2, 2012
Participación laboral de la mujer en establecimientos de hospedaje. caso posadas familiares en Tonatico, México	Posadas familiares; trabajo femenino; empoderamiento; Tonatico, Estado de México; México	v. 9, n. 3, 2017
Cerveja é coisa de mulher, sim: sociabilidade, consumo e lazer em uma comunidade no <i>Instagram</i>	Lazer; sociabilidade; cerveja; <i>Instagram</i> ; comunidade mulheres cervejeiras	v.11, n.2, 2019
Turismo rural y conservación ambiental: la participación de la mujer campesina en la reserva de la Biosfera los Tuxtlas, Veracruz, Mexico	Turismo rural; desarrollo local sustentable; mujer campesina; conservación ambiental; Veracruz, Mexico	v.11, n.1, 2019

Fonte: Elaborado pelas autoras

Quatro dos cinco estudos estão centrados no trabalho feminino, sendo três no âmbito do turismo rural e um no ramo da hospedagem. Tratam-se de pesquisas realizadas fora do Brasil, sendo três no México e uma no Chile. Com relação ao turismo rural, os artigos realizados no Vale Colchagua (Chile) e em San Pedro Atlapulco (México) verificam mudanças socioeconômicas na situação das mulheres rurais a partir de sua incorporação ao turismo e

apontam alterações nas condições de trabalho, oportunidades de formação e capacitação, com uma aparente manutenção da organização social (Dávila, Pinuer & Szmulewicz, 2011; Pérez-Ramírez, Villareal & Contreras, 2012). A pesquisa realizada por Reyes-Aguilar et al. (2019) em Veracruz (México) analisa a participação das mulheres na conservação ambiental por meio do turismo rural, concluindo que elas contribuem para o desenvolvimento local sustentável a partir de sua incorporação à oferta de serviços turísticos e da relação harmoniosa e de respeito aos recursos naturais e culturais.

Também centrado no trabalho feminino, porém no âmbito dos estabelecimentos hoteleiros, Serrano-Barquín et al. (2019) apresentam uma pesquisa realizada em Tonicaco (México) na qual analisam a situação das trabalhadoras, descrevendo o seu grau de empoderamento e percebendo que, embora possam ser vistas como empoderadas, ainda encontraram barreiras nas tarefas que realizam diariamente, sendo evidente o machismo.

Em outra perspectiva, o artigo de Siqueira e Melo (2019) trata de sociabilidade, consumo e lazer de mulheres cervejeiras com o objetivo de investigar a produção de sentidos mantidos e negociados pelo grupo de mulheres que publicam e interagem no perfil “Comunidade Mulheres Cervejeiras” do *Instagram*. Os resultados apontam que o trabalho e o lazer dessas mulheres se complementam e que o empoderamento feminino e a luta contra o machismo seguem presentes no universo do consumo e dos negócios.

A *Revista de Economia, Administração e Turismo* possui o maior número de edições entre as revistas analisadas (86), e, entre os 465 artigos já disponibilizados, quatro tinham as palavras-chave usadas na pesquisa, representando 0,86% do que o periódico já produziu. Os artigos, mostrados no Quadro 7, tiveram dois diferentes focos: comportamento do consumidor e empreendedorismo.

Quadro 7: Artigos publicados na *Revista de Economia, Administração e Turismo* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
O poder do batom: estratégias de empreendedoras de salão de beleza	Estratégia; empreendedorismo feminino; salão de beleza	v.16, n.3, 2011
Propaganda para mulheres, comportamento e sociedade: o caso Hope	Propaganda; sexismo; mulher; comportamento	v.19, n.1, 2014
The effect of beauty products ads exposure on the women's self-evaluation	Ads exposure; consumer's self-evaluation; utilitarian vs. hedonic products	v.23, n.1, 2018
A pirataria e o jeitinho brasileiro: consumo de bolsas falsas por mulheres de classe alta e média alta	Cultura; jeitinho; pirataria; bolsa	v.24, n.1, 2019

Fonte: Elaborado pelas autoras

Em relação aos trabalhos voltados ao comportamento do consumidor, um deles analisa uma campanha publicitária de uma marca de lingerie a fim de verificar as transformações do comportamento feminino a partir desta (Claro & Santos, 2014) e o outro discute como anúncios de produtos de beleza afetam a maneira como as mulheres se autoavaliam (Muller & Alba, 2018).

Já a investigação de Avelar e Leite (2019) averigua os fatores que levam uma mulher que possui condições financeiras para adquirir um produto original recorrer a falsificações, assinalando que um dos principais motivos é a sensação de vantagem por ter pago menos e a vontade de manter as aparências. Sobre empreendedorismo, o artigo de Maia e Maia (2011) avalia as estratégias femininas de gestão de negócios de um salão de beleza.

A *Revista Hospitalidade* possui 318 artigos publicados entre os anos de 2004 a 2020, em 38 edições. Para o objetivo desta pesquisa, identificou-se três artigos (Quadro 8), representando 0,94% das publicações totais.

Quadro 8: Artigos publicados na *Revista Hospitalidade* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
O “bem acolher” na prestação dos serviços turísticos de base comunitária do movimento de mulheres das ilhas de Belém (MMIB), Belém-PA	Hospitalidade; turismo de base comunitária; sociabilidade; gênero	v.9 , n.2, 2012
Hospitalidade no varejo de moda feminina na cidade de São Paulo	Hospitalidade; varejo de moda; vendedor; consumidor; encenação	v.12, edição especial, 2015
Turismo, informação e trabalho das mulheres na Pomerfest - a Festa Pomerana	Comunidades tradicionais; qualidade de serviços; SERVQUAL; satisfação	v.15, n.1, 2018

Fonte: Elaborado pelas autoras

Dois destes identificam aspectos da hospitalidade e do trabalho desempenhados por mulheres. No primeiro trabalho, Nascimento, Gomes e França (2012) avaliam elementos relacionados à hospitalidade durante a realização da trilha *do Movimento de Mulheres das Ilhas de Belém*. Já Faria e Torres (2015) apresentam as relações entre vendedoras e clientes de lojas de moda feminina, mostrando a hospitalidade, o bom acolhimento e relacionamento como fatores de destaque para boa avaliação das funcionárias.

O terceiro artigo, de autoria de Silveira e Miguel (2018), tem foco na qualidade de serviços e relata as opiniões dos visitantes e dos turistas sobre as atividades desenvolvidas pelas mulheres durante a *28 Festa Pomerana de Santa Maria de Jetibá* (Espírito Santo). Os resultados mostram a satisfação com o atendimento ofertado no evento, citando a “confiabilidade” como a mais importante dimensão da qualidade em serviços.

No periódico subsequente, *Revista Brasileira de Ecoturismo*, entre 2008 e 2020 foram publicados 434 artigos ao longo de 54 edições trimestrais. Desses, somente um possui o termo mulher (es) ou feminino (a) em seu título, correspondendo a 0,23% das publicações (Quadro 9). Trata-se de uma pesquisa que avaliou o papel do *Movimento de Mulheres das Ilhas de Belém (MMIB)* no fomento ao turismo comunitário, tendo o ecoturismo como alternativa para as comunidades residentes da ilha de Cotijuba (PA). O estudo enfatiza a importância do MMIB para o desenvolvimento do ecoturismo em virtude de sua abrangência social e ambiental (Gomes et. al, 2013).

Quadro 9: Artigos publicados na *Revista Brasileira de Ecoturismo* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
O papel do movimento de mulheres das Ilhas de Belém (MMIB) na busca por um turismo responsável (ecoturismo) para a Ilha de Cotijuba, Belém (PA)	Ecoturismo; organização comunitária; sustentabilidade	v.6, n.2, 2013

Fonte: Elaborado pelas autoras

A *Revista Iberoamericana de Turismo*, ao longo de 2011 a 2020, publicou 28 edições, contendo 281 artigos no total. No levantamento, foram encontrados quatro trabalhos sobre mulher no turismo (Quadro 10), convertendo-se em 1,42% das publicações do periódico e representa a segunda maior porcentagem de artigos publicados com a temática da mulher no turismo entre as revistas analisados.

Quadro 10: Artigos publicados na *Revista Iberoamericana de Turismo* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
A mulher no trabalho: a situação de funcionárias da hotelaria de João Pessoa-PB	Hotelaria; mulher; trabalho; João Pessoa	v. 1, n.2, 2011
Museus das mulheres na actualidade: criação, objectivos e o contributo da história	Museus das mulheres e de género; museologia de género; história das mulheres e do género	n. especial, 2015
Trama-se fios e vidas entre labirinto e filé: qualidade, percepção, produtos, serviços e a visibilidade do trabalho das mulheres rendeiras de Marechal Deodoro, AL	Artesanato; trabalho feminino; avaliação da qualidade de serviços	v. 8, n.2, 2018
Transformando vidas: uma proposta de empreendedorismo gastronômico para mulheres em situação de vulnerabilidade social	Ação social; empreendedorismo gastronômico; mulheres; vulnerabilidade social	v. 10, n. 2, 2020

Fonte: Elaborado pelas autoras

O primeiro artigo relata a percepção das funcionárias sobre seus trabalhos no ramo hoteleiro. Segundo Costa et. al. (2011), as trabalhadoras possuem boas percepções sobre seus ambientes de trabalho, suas tarefas e relações com seus colegas e chefias e acreditam que estejam aptas a crescerem profissionalmente na empresa.

Já o segundo artigo identifica os principais museus, em nível mundial, que retratam mulheres, percebendo um aumento na quantidade a partir dos anos 2000, acompanhando um

maior debate sobre gênero, ocasionando uma responsabilidade museológica de ressignificar os papéis da mulher na sociedade (Vaquinhas, 2015).

Campos, Silveira e Miguel (2018), no terceiro artigo, abordam as avaliações dos clientes para a qualidade de serviços ofertados pelas mulheres rendeiras. Os clientes destacam que estas são talentosas e possuem conhecimento sobre o que está sendo vendido, todavia, também são vistas como frágeis e com local de trabalho perigoso.

Castro, Cavalcante e Rabelo (2020) apresentam os principais resultados de um projeto de extensão sobre empreendedorismo gastronômico realizado com mulheres em situação de vulnerabilidade social, desenvolvido pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia Baiano, na cidade de Catu (BA). As autoras observaram uma baixa adesão das mulheres às atividades propostas e a necessidade de ações mais efetivas para a diminuição da vulnerabilidade social.

Já a *Revista Eletrônica de Administração e Turismo* tem em seu acervo 115 artigos, publicados ao longo 16 edições, entre os anos de 2012 a 2020. Com o uso das palavras-chave da pesquisa, apenas um artigo foi encontrado, conforme o Quadro 11, o que equivale 0,86% das publicações do periódico. O trabalho indaga se mulheres têm desvantagens em um processo seletivo a cargo administrativo concorrendo com homens, o que foi confirmado (Costa Júnior & Silva, 2020).

Quadro 11: Artigo publicado na *Revista Eletrônica de Administração e Turismo* com o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
Homens e mulheres: desvantagens em decisões de emprego a cargos administrativos	Gestão de pessoas; recursos humanos; processo de seleção; preconceito; gênero	v.14 , n.1, 2020

Fonte: Elaborado pelas autoras

O último periódico é a *Revista de Turismo Contemporâneo*, a mais recente dentre as revistas analisadas, já publicou 18 edições entre 2013 e 2020, totalizando 135 artigos. Dois (1,48%) deles contêm o termo mulher(es) ou feminino(a) em seus títulos ou palavras-chave (Quadro 12), representando a maior porcentagem de trabalhos publicados com a temática da mulher no turismo dentre os periódicos pesquisados.

Quadro 12: Artigos publicados na *Revista de Turismo Contemporâneo* com o termo o termo mulher (es) ou feminino (a) em seus títulos ou palavras-chave

Título	Palavras-chave	Edição
Representações e identidades femininas: práticas de turismo criativo no Sarau Imperial	Sarau Imperial; Petrópolis; turismo criativo; representações femininas	v.5 ,edição especial, 2017
Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul	Mulheres empreendedoras; gestão de negócios; turismo desenvolvimento	v.6, n.1, 2018

Fonte: Elaborado pelas autoras

O primeiro artigo aponta as representações e os imaginários femininos reproduzidos durante a encenação do Sarau Imperial, promovido pelo Museu Imperial de Petrópolis (RJ), que é realizada com interação entre elenco e público. Oliveira e Reis (2017) concluem que a prática vem sendo proveitosa para reflexões críticas sobre a identidade feminina.

Já no segundo artigo, Melo e Jesus (2018) percebem a atuação da mulher empreendedora no setor de turismo e a contribuição para o desenvolvimento em Campo Grande (MS) e destacam sua importância, além de apontarem o crescimento no grau de instrução das mulheres que empreendem.

A análise dos 33 artigos encontrados mostra que temáticas abordadas nos trabalhos foram: empreendedorismo (6), turismo rural (5), comportamento do consumidor (4), lazer e sociabilidade (4), mercado de trabalho (3), hospitalidade (2), museus e patrimônio cultural (2), produção de imagens (2), qualidade de serviços (2), moda (1), prostituição (1), ecoturismo (1).

Apenas dois trabalhos, aqui categorizados como lazer e sociabilidade, tratam de mulheres viajantes, foco do artigo. Os trabalhos de Silva (2019) e Melo e Soeiro (2020), além de serem pesquisas recentes, apresentam em comum a coleta dos dados em mídias sociais, Silva (2019) em um grupo do *Facebook* e Melo e Soeiro (2020) em blogs de viagens.

As pesquisas abordam as experiências contemporâneas de viagens das mulheres, especialmente, as limitações encontradas na mobilidade das mulheres viajantes, resultado do caráter simbólico e ideológico que marca a representação da mulher na sociedade patriarcal (Melo & Soeiro, 2020).

Outro aspecto importante de ser ressaltado é a articulação das mulheres mediadas pela tecnologia presentes nas pesquisas tanto de Silva (2019) como de Melo e Soeiro (2020). Em

escala individual, essas articulações podem resultar em experiências de liberdade e empoderamento, seja em viagens solo ou com outras mulheres. Em uma escala social, essas articulações representam a formação de redes de colaboração e apoio mútuo, um efeito político transgressor à medida que desafia as relações desiguais de poder advindas de uma sociedade ainda patriarcal.

É interessante perceber que apenas a partir da mediação da tecnologia surgem pesquisas sobre mulheres viajantes nas revistas encontradas. Todavia, como Leite (2000) e Franco (2017) descreveram, há relatos de mulheres viajando desde sempre, ainda que fosse necessário enfrentar condições adversas a partir do machismo da sociedade patriarcal que destacava a necessidade de companhias masculinas para as mulheres se deslocarem.

Discussões sobre “turismo feminino”, termo usados para debater os atravessamentos advindos da experiência de ser uma mulher viajante não foram tratados nos artigos encontrados. Do mesmo modo, reflexões sobre a mobilidade turística de mulheres oriundas de países periféricos para países desenvolvidos também não se fizeram presentes.

5 Considerações finais

As discussões sobre gênero na área do turismo começaram nos anos 1980 e se centram, atualmente, em debates sobre mulheres e, em menor espaço, discutem turismo e comunidade LGBTQIA+. Há um aumento no número de dissertações e teses sobre o tema nos últimos anos (Silva, Oliveira & Spolle, 2020), contudo, o maior foco das pesquisas continua sendo o mercado de trabalho, de maneira que investigações centradas na mulher como consumidora do turismo, isto é, como mulher viajante, ainda são incipientes.

Pesquisar como as mulheres viajam, por que viajam e que questões pautam suas decisões de viajar mostram que o deslocamento turístico de mulheres envolve diferentes necessidades se comparado com homens, pois mulheres precisam se preocupar com outras questões além da financeira, antes, durante e depois da viagem, como a questão da família, companhia (ou não), insegurança a partir do país para o qual se decide viajar, principalmente se for viajar sozinha, a necessidade de artifícios para se sentir seguras caso estejam desacompanhadas – como fingir que está com alguém, carregar *spray* de pimenta etc., sem contar a vigilância sexual e moral sobre os

corpos femininos. Estes atravessamentos, quando analisados no campo acadêmico do turismo, trazem um viés crítico à produção científica da área.

A investigação sobre o conhecimento científico produzido em periódicos brasileiros com Qualis A1 a B3 da área do Turismo sobre mulheres, com ênfase, em particular, em mulheres viajantes, permite afirmar que as pesquisas no tema estão em um estágio inicial. Foram encontrados apenas 33 artigos contendo os termos mulher(es); *woman*; *women*; *mujer* (es); feminino; feminina; feminidade em seus títulos e/ou palavras-chave, o que representa 0,75% do total de artigos publicados em periódicos da área do turismo no Brasil. Destes, apenas 2 apresentam pesquisas sobre mulheres viajantes, representando 0,04% do total de artigos publicados nos periódicos consultados.

Os dois trabalhos encontrados foram publicados nos anos de 2019 e 2020 e apresentam em comum a coleta dos dados em mídias sociais (*Facebook* e blogs). Os artigos abordam, especialmente, as limitações encontradas na mobilidade das mulheres viajantes bem como evidenciam a importante contribuição das tecnologias na articulação das mulheres.

Por fim, é importante destacar que o trabalho analisa somente revistas sobre turismo e hospitalidade e de Qualis A1 a B3, havendo, no entanto, trabalhos publicados em outras áreas do conhecimento que se correlacionam ao conceito multidisciplinar de turismo e do tema abordado ou mesmo com Qualis abaixo de B3. Por conseguinte, uma investigação em outras áreas e outros periódicos daria uma dimensão maior da importância da temática na academia.

Referências

- Alves, M. C., Nascimento, A. F., & Freitas, T. O. (2018). A função ideológica da Embratur e seu papel na construção de um mercado de bens e serviços simbólicos: a exploração da imagem da mulher brasileira nos anúncios turísticos institucionais. *Caderno Virtual de Turismo*, 18(3), 63–78. <https://doi.org/10.18472/cvt.18n3.2018.1341>
- Antonioli, F. L. A. (2015). *Viagens no feminino: gênero, turismo e transnacionalidade*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual de Campinas]. Repositório Unicamp. <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/279566>
- Avelar, P. F., & Leite, R. S. (2019). A pirataria e o jeitinho brasileiro: consumo de bolsas falsas por mulheres de classe alta e média alta. *Revista Reuna*, 24(1), 78–99. <https://doi.org/10.21714/2179-8834/2019v24n1p78-99>

- Berdychevsky, L., Poria, Y., & Uriely, N. (2013). Sexual behavior in women's tourist experiences: motivations, behaviour, and meanings. *Tourism Management*, 35, 144-155
- Bibliotecários sem Fronteiras. (2015). Qual é a diferença entre bibliometria, cientometria, infometria, webmetria e altmetria? <https://bsf.org.br/2015/03/24/diferenca-definicao-conceito-bibliometria-cientometria-infometria-altmetrics/>
- Bomfim, L. C. S., Teixeira, R. M., & Montenegro, L. M. (2019). Empreendedorismo feminino em empresas de turismo e intenções de crescimento dos negócios. *Caderno Virtual de Turismo*, 19(2). <https://doi.org/10.18472/cvt.19n2.2019.1465>
- Brasil. Ministério do Turismo. (2017). *Pesquisa aponta que 17,8% das mulheres brasileiras preferem viajar sozinhas*. Ministério do Turismo. <http://www.brasil.gov.br/noticias/turismo/2017/03/pesquisa-aponta-que-17-8-das-mulheres-brasileiras-preferem-viajar-sozinhas>
- Campos, A. C. B., Silveira, R. Z. da, & Miguel, M. C. (2018). Trama-se fios e vidas entre labirinto e filé: qualidade, percepção, produtos, serviços e a visibilidade do trabalho das mulheres rendeiras de Marechal Deodoro, AL. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 8(2), 81–100. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/4470>
- Carvalho, G., Baptista, M., & Costa, C. (2015). Mulheres que viajam sozinhas: reflexões sobre gênero e experiências turísticas. *Turismo e Desenvolvimento*, 23, 59-67
- Castro, F. M. de M., Cavalcanti, L. M., & Rabelo, S. A. da S. (2020). Transformando vidas: uma proposta de empreendedorismo gastronômico para mulheres em situação de vulnerabilidade social. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 10 (2), 61–76. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/10351/7805>
- Claro, J. A. C. dos S., & Santos, D. de M. (2014). Propaganda para mulheres, comportamento e sociedade: o caso Hope. *Revista Reuna*, 19(1), 53–66. <https://revistas.una.br/reuna/article/view/552>
- Costa Júnior, L., & Silva, L. da C. (2020). Homens e mulheres: desvantagens em decisões de emprego a cargos administrativo. *Revista Eletrônica de Administração e Turismo*, 14(1), 59–74. <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/AT/article/view/16572/11364>
- Costa, D. de S. et. al. (2011). A mulher no trabalho: a situação de funcionárias da hotelaria de João Pessoa-PB. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 1(2), 36–48. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/319>
- Dávila, A. M., Pinuer, M., & Szmulewicz, P. (2011). Análisis comparativo de la situación laboral de las mujeres rurales: vitivinicultura, industria vitivinícola y turismo enológico. *Rosa Dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, 3(2), 266–275. <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1252>

- Duarte, B. N. (2009). As mulheres boas vão para o céu, as mulheres más vão para qualquer lugar: a representação social da prostituição na hotelaria de Juiz de Fora-MG. *Caderno Virtual de Turismo*, 9(3), 88–101. <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/363>
- Duarte, D. C., & Pereira, A. D. J. (2018). O papel da mulher no turismo rural: um estudo no circuito Rajadinha de Planaltina - Distrito Federal. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(3), 81–103. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v12i3.1446>
- Faria, I. C. S. de, & Torres, R. de G. (2015). Hospitalidade no varejo de moda feminina na cidade de São Paulo. *Revista Hospitalidade*, XII, 298–323. <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/572>
- Fazito, M. (30 a 1 de setembro de 2012). Turismo crítico. Anais... Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, São Paulo, SP, Brasil, 9. <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/9/69.pdf>
- Franco, S. M. S. (2017). Viagem e gênero: tendências e contrapontos nos relatos de viagem de autoria feminina. *Cadernos Pagu*, 50. <https://doi.org/10.1590/18094449201700500016>
- Gil, A. C. (1989). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (2nd ed.). Atlas.
- Gomes, E. C. B. et. al. (2013). O papel do Movimento de Mulheres das Ilhas de Belém (MMIB) na busca por um turismo responsável (ecoturismo) para a Ilha de Cotijuba, Belém (PA). *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 6(2), 554–571. <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2013.v6.6206>
- Jardim, G. D. S., & Kabelac, B. C. (2019). Mulheres, automóveis e destinos turísticos no Brasil: uma análise sobre algumas representações do feminino na publicidade da Revista Quatro Rodas. *Revista Turismo em Análise*, 30(1), 151–183. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v30i1p151-183>
- Khan, S. (2011). Gendered leisure: are women more constrained in travel for leisure? *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, 6 (1), 105-121. http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_6_No1_art06.pdf
- Leite, M. L. M. (2000). Mulheres viajantes no século XIX. *Cadernos Pagu*, 15, 129-143. <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8635570/3359>
- Lunardi, R., Souza, M. de, & Perurena, F. (2015). O trabalho de homens e mulheres no turismo rural em São José dos Ausentes: o “leve” e o “pesado”. *Turismo - Visão e Ação*, 17(1), 179–209. <https://doi.org/10.14210/rtva.v17n1.p179-209>
- Maia, T. S. T., & Maia, F. S. (2011). O poder do batom: estratégias de empreendedoras de salão de beleza. *Revista Reuna*, 16(3), 45–60. <https://revistas.una.br/reuna/article/view/397>

- Meira, J. (2014). Estudos de gênero e historicidade: sobre a construção cultural das diferenças. *Caderno Espaço Feminino*, 27, 202-220.
- Melo, G. P. F. S. de, & Soeiro, I. C. de M. (2020). A mulher e o deslocamento turístico no mundo contemporâneo: uma contribuição teórico-metodológica aos estudos do turismo. *Caderno Virtual de Turismo*, 20 (2). <https://http://dx.doi.org/10.18472/cvt.20n2.2020.1764>
- Melo, M. R. da S., & Jesus, D. L. N. de. (2018). Empreendedorismo feminino: desafios e oportunidades no cenário turístico de Campo Grande, Mato Grosso do Sul. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 6(1), 111-128. <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/12375>
- Muller, A. N., & Alba, G. (2018). The effect of beauty products ads exposure on the women's self-evaluation. *Revista Reuna*, 23(1), 38-53. <https://doi.org/10.21714/2179-8834/2018v232n1p38-53>
- Nascimento, J. L. B., Gomes, E. L. dos S., & França, J. P. (2012). O “bem acolher” na prestação dos serviços turísticos de base comunitária do movimento de mulheres das Ilhas de Belém (MMIB), Belém-PA. *Revista Hospitalidade*, 9(2), 254-272. <https://www.revosp.org/hospitalidade/article/view/488>
- Oliveira, F. F. de, & Reis, J. R. (2017). Representações e identidades femininas: práticas de turismo criativo no Sarau Imperial. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 5, 35-54. <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/12542>
- Pérez-Ramírez, C., Villareal, L. Z., & Contreras, S. M. (2012). Incorporación al turismo rural y transformación del habitus en la mujer campesina de San Pedro Atlapulco, México. *Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, 4(2), 158-177. <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1641>
- Piscitelli, A. (2006). Gênero, turismo, desigualdades. In: Brasil. Ministério do Turismo. *Turismo social: diálogos do turismo: uma viagem de inclusão* (205-245). Instituto Brasileiro de Administração Municipal.
- Piscitelli, A. (2017). “#queroviajarsozinhasemmedo”: novos registros das articulações entre gênero, sexualidade e violência no Brasil. *Cadernos Pagu*, 50. <https://doi.org/10.1590/18094449201700500008>
- Pritchard, A. et al. (2007). Editors' introduction: tourism, gender, embodiment and experience. In: A. Pritchard et. al (Orgs). *Tourism & gender: embodiment, sensuality and experience* (1-12). CABI.
- Reyes-Aguilar et. al. (2019). Turismo rural y conservación ambiental: la participación de la mujer campesina en la reserva de la Biosfera los Tuxtlas, Veracruz, Mexico. *Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, 11(1), 157-177. <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/5859>

- Richter, L. K. (2005). Exploring The Political Role of Gender in Tourism Research. In Theobald, W. F. (Ed.), *Global tourism (426-439)*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Rosa, A. B. M., & Nogueira, E. (2015). Percepção das mulheres quanto ao lazer: um estudo exploratório no parque natural municipal do Bosque da Freguesia, Rio de Janeiro. *Turismo - Visão e Ação*, 17(1), 29. <https://doi.org/10.14210/rtva.v17n1.p06-29>
- Santos, R.N.M. dos, & Kobashi, N.Y. (2009). Bibliometria, cientometria, infometria: conceitos e aplicações. *BRAPCI - Base de Dados em Ciência da Informação*. <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/119753>
- Schlüter, R. (2010). Feminity at the beach - issues on fashion, gender and tourism in Argentina. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 4(3), 71–84. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v4i3.340>
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil para análise histórica. *Educação & Realidade*, 20(2), 71-99. <https://seer.ufrgs.br/educacaoerealidade/article/view/71721/40667>
- Serrano-Barquín et. al. (2019). Participación laboral de la mujer en establecimientos de hospedaje. caso posadas familiares en Tonatico, México. *Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, 9(3), 318–337. <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/4893/pdf>
- Silva, P. T. da, Oliveira, N. A. de, & Spolle, M. V. (02 a 04 de dezembro de 2020). Anais ... Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, São Paulo, SP, Brasil, 17. <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/17/1869.pdf>
- Silva, T. C. da. (2019). Couch, dicas e companhia: mobilidades construídas e práticas de consumo colaborativo entre mulheres mediadas pelo Facebook. *Revista Turismo em Análise*, 30(1), 46–59. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v30i1p46-59>.
- Silveira, R. Z., & Miguel, M. C. (2018). Turismo, informação e trabalho das mulheres na Pomerfest - a Festa Pomerana. *Revista Hospitalidade*, 15(1), 95–116. <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2018v15n1.799>
- Siqueira, E. D. de S., & Melo, T. C. de. (2019). Cerveja é coisa de mulher, sim: sociabilidade, consumo e lazer em uma comunidade no Instagram. *Rosa dos Ventos: Turismo e Hospitalidade*, 11(2), 417–434. <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/7056>
- Souza, J. De, & Mendes Filho, L. (2019). Eficácia promocional no planejamento e gastos de viagens entre homens e mulheres visitantes do Estado de Sergipe. *Turismo - Visão e Ação*, 21(3), 446. <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n3.p423-446>
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo

de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa Em Turismo*, 10(1), 44–64. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v10i1.855>

Teixeira, R. M., Andreassi, T., & Bomfim, L. C. S. (2018). Uso das redes sociais empreendedoras por mulheres no processo de criação de agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 102–132. https://www.scielo.br/pdf/rbtur/v12n1/pt_1982-6125-rbtur-12-01-00102.pdf

Vaquinhas, I. M. de M. de C. M. (2015). Museus das mulheres na actualidade: criação, objectivos e o contributo da história. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 5–26. <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2006>

Artigo recebido em: 06/04/2021

Avaliado em: 18/08/2021

Aprovado em: 04/02/2022