

**Universidade Federal de Pernambuco**  
Centro de Ciências Sociais Aplicadas  
Departamento de Hotelaria e Turismo  
Curso de Turismo

**MULHERES NEGRAS NO TURISMO: desafios enfrentados pelas integrantes  
do coletivo Bitonga Travel**

Evenly Santos e Isabela Santos

Recife  
2022

# MULHERES NEGRAS NO TURISMO: desafios enfrentados pelas integrantes do coletivo Bitonga Travel

Evenly Santos<sup>1</sup>

Isabela Santos<sup>2</sup>

Isabela Morais<sup>3</sup>

## Resumo

A imagem atrelada à pessoa consumidora de produtos e serviços turísticos costuma ser representada pela mídia, como um homem branco. A pessoa negra, principalmente a mulher negra, dificilmente é vista como turista, visão essa que as afasta ainda mais da atividade. Como forma de modificar esse cenário e tornar a atividade turística mais inclusiva, nascem iniciativas como o Bitonga Travel que se trata de um coletivo de mulheres negras viajantes que busca incentivar outras mulheres a viajar e trocar experiências. O presente trabalho tem como objetivo entender os desafios enfrentados pelas mulheres negras do coletivo BITONGA TRAVEL enquanto turistas, além de analisar o perfil das integrantes. A pesquisa tem natureza metodológica exploratória, devido à escassez de estudos sobre o assunto, e de abordagem mista. A construção da discussão ocorreu por meio da aplicação de um questionário e através da realização de entrevistas, com as integrantes que demonstraram interesse em contribuir com o aprofundamento da discussão. A partir dos resultados e do levantamento de informações espera-se contribuir para o incentivo ao debate envolvendo as questões gênero-raciais no meio acadêmico dos estudos turísticos.

**Palavras chaves:** Raça, Gênero e Turismo

## Abstract

The image linked to the person who consumes tourist products and services is usually represented by the media, as a white man. The black person, especially the black woman, is hardly seen as a tourist, a view that distances them even more from the activity. As a way to change this scenario and make tourism more inclusive, initiatives such as Bitonga Travel are born, which is a collective of black women travelers that seeks to encourage other women to travel and exchange experiences. The present work aims to understand the challenges faced by black women of the BITONGA TRAVEL collective as tourists, in addition to analyzing the profile of the members. The research has an exploratory methodological nature, due to the scarcity of studies on the subject, and of a mixed approach. The construction of the discussion took place through the application of a questionnaire and through interviews with the members who showed interest in contributing to the deepening of the discussion. Based on the results and the collection of information, it is expected to contribute to encouraging the debate involving gender-racial issues in the academic environment of tourism studies.

**Keywords:** Race, Gender and Tourism

---

<sup>1</sup> Graduanda em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco - [evenly.santos@ufpe.br](mailto:evenly.santos@ufpe.br)

<sup>2</sup> Graduanda em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco - [isabela.santos@ufpe.br](mailto:isabela.santos@ufpe.br)

<sup>3</sup> Doutora em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco, professora do Curso de Turismo do Departamento de Hotelaria e Turismo da UFPE - [isabela.morais@ufpe.br](mailto:isabela.morais@ufpe.br)

## Resumen

La imagen vinculada a la persona que consume productos y servicios turísticos suele ser representada por los medios de comunicación, como un hombre blanco. La persona negra, especialmente la mujer negra, apenas es vista como turista, visión que los aleja aún más de la actividad. Como una forma de cambiar este escenario y hacer un turismo más inclusivo, nacen iniciativas como Bitonga Travel, que es un colectivo de mujeres negras viajeras que busca incentivar a otras mujeres a viajar e intercambiar experiencias. El presente trabajo tiene como objetivo comprender los desafíos que enfrentan las mujeres negras del colectivo BITONGA TRAVEL como turistas, además de analizar el perfil de las integrantes. La investigación tiene un carácter metodológico exploratorio, debido a la escasez de estudios sobre el tema, y de un enfoque mixto. La construcción de la discusión se dio a través de la aplicación de un cuestionario ya través de entrevistas a los integrantes que mostraron interés en contribuir a la profundización de la discusión. Con base en los resultados y la recolección de información, se espera contribuir a incentivar el debate que involucra las cuestiones de género-raza en el ámbito académico de los estudios de turismo.

**Palabras clave:** Raza, Género y Turismo

## Introdução

Entre muitas vertentes, o turismo pode ser compreendido como uma atividade integrante do estilo de vida, de um número cada vez maior de pessoas, em todo o mundo, atividade essa que pode acontecer em diferentes ambientes e por diferentes motivações, indo desde lazer e recreação a negócios e reuniões (Binfaré et al, 2016, p. 18).

Apesar da notável importância e abrangência do setor, ainda existem lacunas de informações que afetam a forma como a atividade se manifesta. A exemplo, em contexto nacional, de acordo com Ferreira e Casagrande (2018, p. 11), o anuário estatístico do turismo não traz informações acerca das características autopercebidas ou declaradas sobre o sexo, gênero ou etnicidade dos milhões de turistas que desembarcaram no Brasil. A fim de conhecer um pouco mais desse cenário insuficientemente explorado, no presente trabalho serão destacadas as questões gênero-raciais.

Segundo Oliveira (2021, p. 233), a literatura acadêmica no turismo dá pouca atenção à relação entre pessoas negras e turismo, ocasionando lacunas no que diz respeito a quem são e o que desejam esses viajantes, a autora diz que existe um silenciamento da academia no que diz respeito à temas que relacionem as pessoas negras e o turismo, esse silenciamento, por sua vez, resulta na forma como essas pessoas são vistas, ou invisibilizadas, pela atividade turística. Ainda de acordo com a mesma autora, “o conhecimento científico produzido nos periódicos nacionais com área

básica *Turismo* permite afirmar que, de 2.618 artigos, apenas cinco (0,19%) apresentam discussões que analisam o tema negros e turismo”.

Como consequência disso, a figura do turista é frequentemente representada pela grande mídia como uma pessoa branca, enquanto a pessoa negra é vista como um servidor que trabalha nos bastidores em atividades subalternas e repetitivas ou atrativo turístico, por serem consideradas, exóticas, primitivas e eróticas, ou ainda como bons de bola, de samba e caloroso, ou miseráveis, carentes de desenvolvimento e auxílio (Hintze & Almeida, 2012, p. 15).

Em relação às mulheres negras, pode-se dizer que o descaso não é um problema recente, Davis (2016, p. 15) diz que desde o contexto da escravidão as mulheres negras eram objeto de assuntos que em sua maioria discutiam acerca da sua suposta promiscuidade sexual ou seus pendores patriarcais, estudos esses que não colaboravam para o entendimento da real situação vivida por elas. Atualmente, as escassas pesquisas realizadas apontam que quando voltadas para questões de gênero, a mulher negra é estudada apenas do ponto de vista do turismo sexual.

Em sua maioria, os estudos publicados na língua portuguesa, em especial os brasileiros, focam majoritariamente na temática do turismo sexual e na imagem de sexualização da mulher brasileira. Constatou-se uma lacuna no que se refere aos estudos que focam principalmente nas representações das mulheres, de modo geral (Santos e Sá, 2021 p. 256).

Em um estudo acerca da invisibilidade da mulher negra no turismo, Santos e Sá (2021, p. 255) dizem que, no geral, as mulheres sempre tiveram mais dificuldade em assumir um papel no turismo devido a ideais machistas, duplas jornadas de trabalho ou inseguranças e receios. Entretanto, as autoras revelam que nos últimos anos as mulheres têm vivenciado mais ativamente a atividade turística, representando um novo grupo de viajantes, entre os fatores que motivaram essa mudança estão o aumento da expectativa de vida, o aumento do número de mulheres independente financeiramente e a diminuição no número de filhos.

Apesar desses avanços, quando se trata das mulheres negras no turismo nota-se que não há pesquisas e estudos acadêmicos suficientes, nem representatividade midiática capazes de fortalecer a imagem delas como atores participantes e consumidoras na atividade turística, o que resulta na invisibilidade desse grupo e perpetuação de problemas como sexismo, machismo, racismo e discriminação.

Em meio a necessidade de representatividade para esse público, nascem iniciativas que buscam fortalecer o protagonismo da mulher negra no turismo, entre essas iniciativas está o coletivo Bitonga Travel. Idealizado pela viajante Rebecca Aletheia, o projeto visa incentivar mulheres a

conquistar visibilidade, empoderamento e autoestima por meio de viagens, além de promover discussões acerca da negritude feminina no espaço turístico.

O grupo existe desde 2018, nasceu de um encontro na cidade do Guarujá, litoral de São Paulo, e conta atualmente com 116 correspondentes em diversos países do mundo. Entre as ações realizadas pelo grupo estão um blog, um canal no youtube e um *podcast*, que carregam o mesmo nome do coletivo, onde são compartilhadas experiências e dicas das integrantes para o público geral. Dessa forma, a Bitonga Travel é um coletivo que tem como objetivo incentivar mulheres negras a conhecer o mundo e as suas próprias cidades, de maneira que se sintam empoderadas e visibilizadas, tornando-se uma rede de apoio para essas mulheres e criando um espaço acolhedor.

Bitonga Travel é uma proposta criativa, idealizada por Rebecca Alethéia, que abre caminhos para a visibilidade de mulheres negras em trânsito e movimento pelo mundo. Um projeto que nasceu para compartilhar histórias de mulheres negras que viajam a relatar essas histórias de forma colaborativa com o intuito de potencializar meninas e mulheres a esse sonho que se parece tão distante. A pluralidade é uma bandeira fundamental para que possamos incluir no projeto mulheres negras latino-americanas e caribenhas (Ellen, § 1º).

Motivado pela falta de pesquisas que estudem as mulheres negras em diferentes perspectivas, fugindo do campo do turismo sexual, e impulsionado por interesses pessoais das autoras, que se tratam de mulheres negras e estudantes de turismo, este artigo buscará entender os desafios experienciados pelas mulheres negras quando assumem o papel de turistas, além de analisar o perfil das integrantes do coletivo por meio de uma pesquisa mista a ser realizada com o auxílio de questionários e entrevistas com as integrantes do coletivo Bitonga Travel.

O trabalho nasce na interseção referente às questões raciais e de gênero e tem as mulheres negras como objeto de estudo, pois elas vivenciam a combinação das duas formas de discriminação. “A interseccionalidade sugere que, na verdade, nem sempre lidamos com grupos distintos de pessoas e sim com grupos sobrepostos” (Crenshaw, 2004, p. 10). Dessa forma, ambas as questões (raciais e de gênero) serão analisadas não de maneiras isoladas, mas sobrepostas.

## Referencial teórico

### Racismo: um problema atual

O racismo está enraizado na sociedade brasileira, apesar de muitos negarem a existência do problema. Segundo Ribeiro (2020), 34,5% da população nega que exista racismo no Brasil. Desse modo, é possível observar que o mito da democracia racial, que de acordo com Nascimento (2016, p. 48), "seria uma sociedade em que pretos e brancos convivem em harmonia, desfrutando iguais oportunidades de existência", permite que algumas pessoas não consigam reconhecer a profundidade do racismo presente na sociedade.

O mito da democracia racial se fortaleceu na sociedade exclusivamente por causa do passado histórico da miscigenação no Brasil, visto que segundo Carneiro (2009) "o intercuro sexual entre brancos, indígenas e negros seria um indicativo da tolerância racial brasileira". Porém, esta é uma maneira de disfarçar o racismo estrutural existente, as diferenças raciais são visíveis, especificamente quando analisamos o mercado de trabalho, em que os negros são minoria em cargos de diretoria e gerência. Pesquisa feita pelo Vagas.com (Gimenes, 2020) mostrou que 52,4% dos usuários eram negros porém somente 9% dos negros estavam em cargos de nível pleno e 0,7% deles ocupavam o espaço de gerência, enquanto os brancos que eram 43,3% dos usuários analisados, ocupavam 2% no cargo de gerência e no operacional, era onde o negro se fazia mais presente, com 47,6%. Segundo Almeida (2019, p. 32):

o racismo é uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento, e que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios para indivíduos, a depender do grupo racial ao qual pertençam.

O contexto social e político da escravidão dificultou o acesso das pessoas negras aos mesmos benefícios e privilégios que as pessoas brancas recebiam, e além disso, o processo da escravidão corroborou para a demonização até os dias de hoje em relação às pessoas negras, "ao desconsiderar estes sujeitos em diferentes demandas para uma vida digna" (Ferreira & Casagrande, 2018, p. 04). Ademais, o racismo, de acordo com Santos e Sá (2021) é o elemento que integra a organização econômica e política da sociedade, uma vez que fortalece as desigualdades raciais e segrega a população negra de espaços sociais que são de livre acesso para as pessoas brancas. E "a ideia de raça como um construto biológico facilita a acreditar que a maioria das divisões que vemos na sociedade é natural" (Diangelo, 2018, p. 38).

## Dilemas de gênero

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2019, o número de mulheres no Brasil era superior ao de homens. Os resultados mostraram que a população do país é composta por 51,8% de pessoas do gênero feminino e 48,2% de pessoas do gênero masculino.

O conceito de gênero pode se modificar e ganhar novos padrões, características e estereótipos em culturas e ambientes diferentes, por isso, de acordo com Lauretis (1994, p. 211) “qualquer sistema de sexo-gênero está sempre intimamente interligado a fatores políticos e econômicos em cada sociedade”, dessa forma, ainda segundo a mesma autora, é cabível dizer que “a construção cultural do sexo em gênero e a assimetria que caracteriza todos os sistemas de gênero através de diferentes culturas são entendidas como sendo sistematicamente ligadas à organização da desigualdade social” (Lauretis, 1994, p. 212).

Dito isto, fica reconhecido que a construção de gênero não é uma questão biológica e sim social, que se transforma e se adapta socialmente e culturalmente, além de criar padrões e normas muitas vezes discriminatórias que moldam o comportamento da sociedade (Moraes, 2005, p. 19). Cabe ressaltar também a definição de gênero como algo construído e em constante modificação por fatores históricos, sociais, culturais e econômicos (De Matos, 2013, p. 10).

Nas últimas décadas, além de representarem a maior parte da população, as mulheres tem ganhado cada vez mais espaço no mercado de trabalho, nas universidades e nos ambientes políticos, mesmo assim, ainda sofrem com discriminação e desigualdade, pois estudos deixam claro que de maneira geral as mulheres ganham menos que os homens e têm menores chances de assumir posições de liderança (Cabral & Diaz, 1998, p. 02). A disparidade de salários e cargos entre homens e mulheres torna evidente um problema estrutural da sociedade, uma vez que impulsionada pelo preconceito de gênero impede as mulheres de alcançar o mesmo prestígio e até mesmo de competir em igualdade com os homens (Minasi, 2022, p. 06).

Um outro problema originado pela discriminação de gênero é a dupla jornada de trabalho vivenciada pelas mulheres que saem dos seus lares em busca de desenvolvimento profissional, uma vez que ideais machistas seguem colocando-as como a principal responsável por afazeres domésticos e familiares, de acordo com Carloto (2001, p. 01), a ideia atual que se tem de gênero “estabelece uma distribuição de responsabilidades que são alheias às vontades das pessoas, sendo que os critérios desta distribuição são sexistas, classistas e racistas”. Entretanto, ao normalizar essa distribuição injusta de responsabilidades a sociedade naturaliza também a opressão ao sexo feminino de maneira inviabilizar melhorias e avanços na luta pela igualdade de gênero (Santos, 2022, p. 20).

Aprofundando as questões supracitadas, o fator racial se apresenta como um agravante nas situações de desigualdade experienciadas pelas pessoas do gênero feminino. Segundo Davis (2016, p. 17) “o enorme espaço que o trabalho ocupa hoje na vida das mulheres negras reproduz um padrão estabelecido durante os primeiros anos de escravidão”. Em um contexto hierárquico a mulher negra é duplamente discriminada através dos ideais do sexismo e do racismo, fruto da escravidão, onde as mulheres negras eram violadas e exploradas sexualmente pelos escravocratas, sendo objeto de prazer desses homens, estritamente brancos. De acordo com Santos e Sá (2021, p. 253), a mulher negra é a principal vítima de todo esse sistema de opressão, visto que:

a conjugação do racismo com o sexismo produz sobre as mulheres negras uma espécie de asfíxia social com desdobramentos negativos sobre todas as dimensões da vida, que se manifestam em sequelas emocionais com danos a saúde mental e rebaixamento da autoestima; em uma expectativa de vida menor, em cinco anos, em relação à das mulheres brancas; em um menor índice de casamentos; e sobretudo no confinamento nas ocupações de menor prestígio e remuneração (Carneiro, 2011, p. 127-128)

As mulheres negras sofrem constantemente no sistema social brasileiro, seja na área profissional, onde 65% desempenham trabalhos domésticos (IPEA, 2017) e somente 3% das mulheres negras estão em cargos de gerência em empresas (Dayrel, 2022), ou seja no âmbito da violência, onde das 1.350 mortes por feminicídio em 2020, a maioria foi de mulheres negras (Ministério da Mulher, Família e dos Direitos Humanos [MDH], 2021). Desse modo, é possível observar que as mulheres negras estão continuamente lutando contra o sistema opressor brasileiro desde o tempo da escravidão, tentando desconstruir toda essa estrutura machista e racista, e ocupando os espaços que também são delas por direito.

### **Questões gênero-raciais no turismo**

A Organização Mundial do Turismo (OMT) compreende o turismo como “atividades de pessoas em viagem e sua permanência nos lugares fora de sua residência habitual por não mais que um ano consecutivo, a lazer, negócios e outros propósitos não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada no local visitado” (OMT, 2001, p. 38). Dessa forma, podemos dizer que vários aspectos podem determinar quem é o turista, entre esses aspectos estão a motivação e o tempo passado em lugares diferentes de onde reside.

Em uma perspectiva exclusivamente financeira, Cunha (2003, p. 14) afirma que o turismo pode ser entendido como a movimentação econômica resultante das viagens. Em números, a



atividade turística produz resultados notáveis, em 2018 o setor cresceu 3,9% mundialmente. Somente no Brasil foi registrado uma contribuição de US \$152,5 bilhões, o que correspondeu a 8,1% do PIB e 6,9 milhões de empregos, o que representou 7,5% de todos os empregos do país (Vieira, 2019).

Entretanto, os estudos no campo teórico expandem a compreensão da área para novos conceitos, além das finanças, deixando evidente que o turismo é mais que uma atividade de deslocação ou econômica. Para Moesch (2002, p. 30) o turismo representa também uma prática social. Dentro do contexto social, o turismo assume atualmente um papel de representação de status na vida das pessoas. Como dito por Netto (2017, p. 06), o turismo passa a ser uma atividade dotada de representações e simbologias sociais e as pessoas passam a viajar não só porque querem, mas também para adquirir visibilidade e importância.

Em um cenário no qual viajar garante prestígio e importância social, a atividade turística tende a ganhar cada vez mais espaço na vida das pessoas, entretanto nem todos os grupos são incluídos no papel de turista. Hintze e Júnior (2012, p. 70), ao analisarem as imagens publicadas na revista Viagem e Turismo, chegaram à conclusão de que a pessoa negra é vista das seguintes formas: como um servidor que trabalha nos bastidores em atividades subalternas e repetitivas, como atrativo turístico, por serem consideradas exóticas e primitivas, como bons de bola, de samba e calorosos, ou miseráveis, carentes de desenvolvimento e auxílio. Sendo assim, a mídia invisibiliza a pessoa negra do papel de turista e assume a figura branca como a imagem do consumidor de viagens e lazer.

Como um agravante, as mulheres negras não somente experienciam todos os problemas citados anteriormente como também são objetificadas e sexualizadas não só no seu local de origem mas também quando viajam. Para Santos e Sá (2020, p. 259) “o corpo da mulher negra é comumente reconhecido como atrativo turístico brasileiro e este olhar impacta da mesma forma quando elas estão no papel de turista”.

Especificamente no contexto brasileiro uma grande parte da responsabilidade acerca da sexualização da mulher, em especial, da mulher negra, se deve a publicidade mal sucedida da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) na década de 70. De acordo com Santos e Berteli (2018, p. 03) a divulgação turística do país propagava o território como “jardim dos prazeres” e “paraíso das mulatas” corroborando assim para a estereotipação depreciativa e erotização do corpo da mulher negra.

Em seu estudo mais recente acerca do papel da pessoa negra no turismo Oliveira (2022, p. 10) aponta que, de maneira geral, os negros representam mais da metade da população do Brasil, sendo também maioria entre as pessoas sem acesso à educação básica, mais pobres e mais

frequentemente vítimas de assassinatos, desse modo, pode-se dizer que esses são fatores alguns dos responsáveis pelo afastamento das pessoas negras das atividades turísticas.

Assim sendo, cabe dizer que o turismo apesar de ser uma atividade social, pode ser segregatório, sexista e racista, pois quando se considera fatores “étnicos, raciais, econômicos, políticos, religiosos, de sexo, gênero e classe social. Determina-se, portanto, quem pode ser considerado consumidor turístico e quem não pode” (Ferreira & Casagrande, 2018, p.151).

Como uma possibilidade de mudança nesse cenário, com o objetivo de tornar o turismo uma atividade mais inclusiva, tem ganhado notoriedade na última década, o Black Travel Movement (BTM), que se trata de uma comunidade que visa criar representatividade para pessoas negras na indústria de viagens, tanto no papel de turistas, como de empreendedores, incentivando a criação de empresas idealizadas por pessoas negras, para atender a crescente demanda de viajantes negros. Ademais, o BTM procura também difundir informações que apoie e incentive viagens seguras para pessoas negras, ao redor do mundo (Benjamin & Dillette, 2021, p. 06).

## **Metodologia**

Com relação à natureza metodológica, a pesquisa é caracterizada como exploratória, e de abordagem mista, que segundo Creswell (2010, p. 27) “é uma abordagem da investigação que combina ou associa as formas qualitativas e quantitativas”. Dessa forma, esse tipo de abordagem metodológica permite a interpretação de determinados comportamentos e percepções em um grupo mais subjetivo dentro das ciências sociais.

Para a realização da pesquisa, o caso de estudo escolhido foi o coletivo Bitonga Travel, que se trata de um grupo composto por 116 mulheres negras, reunidas com o objetivo de criar uma rede de apoio para incentivar e inspirar não somente as integrantes, mas também outras mulheres negras a viajar e ocupar mais espaço na atividade turística.

A escolha da Bitonga Travel como objeto de estudo para a pesquisa se deu por alguns fatores, como por exemplo, entre os demais grupos pesquisados a Bitonga possuía um maior alcance nas redes sociais, nas quais já propagava uma discussão ativa em diferentes canais acerca da invisibilidade da mulher negra no turismo, problema esse que é a questão central deste trabalho. Além disso, as integrantes e líderes do grupo se mostraram abertas à pesquisa e colaboraram durante todo o processo.

Para o levantamento e coleta de dados, na primeira fase foi utilizada a pesquisa quantitativa pois foi utilizada um survey online, com a utilização de um questionário estruturado na plataforma do *Google Forms*, o mesmo continha 29 questões e era dividido por seções, sendo elas: 1ª bitonga travel, onde buscava-se coletar informações sobre as participantes do coletivo e suas motivações; 2ª

características como viajante, buscava-se identificar as características e os desafios das viagens realizadas pelas participantes; 3ª perfil socioeconômico, em que buscava-se conhecer a estrutura social e econômica das participantes. O questionário foi disponibilizado no grupo do coletivo no *WhatsApp*, que tinha um total de 116 participantes, onde 35 delas aceitaram fazer parte da amostra não probabilística. O mesmo ficou disponível por um mês, compreendido entre 27 de junho de 2022 a 29 de julho de 2022, visando obter o maior número possível de respostas.

Após a aplicação do questionário, foi realizada a análise quantitativa por meio da estatística descritiva. Na segunda fase, foi utilizada a pesquisa qualitativa, na qual foram realizadas entrevistas on-line pela plataforma do *Google Meet* com 03 mulheres do coletivo que se disponibilizaram para falar mais sobre suas experiências com o turismo, a escolha das entrevistadas foi motivada por dois critérios: viajar frequentemente e já participar do coletivo há 03 ou 04 anos, ou seja, desde o início do seu desenvolvimento.

As entrevistas ocorreram entre 16 a 31 de agosto de 2022, tinha um roteiro com 10 perguntas e as entrevistas foram do tipo semi estruturada. A duração média foi de 30 minutos e foram divididas em duas seções: perguntas relacionadas à participação das entrevistadas no coletivo e perguntas relacionadas estritamente sobre a experiência das viagens realizadas por elas. Depois disso, foram feitas as transcrições das entrevistas e posteriormente a análise desses dados. Para além disso, foi decidido manter o anonimato das entrevistadas, que serão apresentadas aqui de forma numérica como entrevistada 1, entrevistada 2 e entrevistada 3. No quadro 1, segue algumas informações das entrevistas.

## Quadro 1

### *Dados das entrevistas*

	<b>Entrevistada 1</b>	<b>Entrevistada 2</b>	<b>Entrevistada 3</b>
Data da entrevista	16/08/2022	23/08/2022	31/02/2022
Tempo de duração	40:23	24:17	30:22
Faixa etária	Entre 35 e 44 anos	Entre 45 a 60 anos	Entre 25 a 34 anos
Nível de escolaridade	Pós graduada	Pós graduada	Ensino superior
Residente	Serra Leoa (África)	Região Sudeste	Região Sudeste
Tempo de vínculo com o coletivo	3 a 4 anos	3 a 4 anos	3 a 4 anos

Fonte: Dados da pesquisa.

A última etapa do desenvolvimento do estudo envolveu a análise dos dados coletados da fase qualitativa. Para melhor aprofundamento das descobertas foi utilizada a técnica de análise temática, “na qual consiste buscar a partir de um conjunto de dados, padrões repetidos de significado” (Rosa & Mackedanz, 2021, p. 11). A análise temática de acordo com Ferreira (2014, § 4º) “é um método interpretativo de análise de dados, que através da identificação, análise e descrição de padrões ou temas, permite apresentar e organizar os dados de uma forma sintética, embora rica”.

## **Resultados e Discussões**

A Bitonga Travel (do gênero feminino) foi nomeada em homenagem a um povoado moçambicano, surgiu em dezembro de 2018 de um encontro de viajantes e se tornou oficial em janeiro de 2019 após reunir mais de 200 mulheres negras viajantes ou com interesse em viagens. Segundo uma das entrevistadas, “o coletivo vem realmente para abraçar essas mulheres pretas que estão ao redor do mundo ou que querem se arriscar a se jogar no mundo” (Entrevistada 1).

Após perceber que outras pessoas queriam ouvir suas histórias, as idealizadoras do projeto quiseram dar voz a história de outras mulheres e através desse desejo, o coletivo se tornou um espaço de compartilhamento onde são divididas experiências, dicas de viagem, gastronomia e segurança. Como uma maneira de difundir ainda mais a discussão para além do grupo no aplicativo Whatsapp, o coletivo está presente também em formato de blog, instagram, canal no youtube e podcast na plataforma do spotify.

Todas essas atividades se desenvolvem de maneira voluntária e são executadas pelas próprias integrantes do coletivo, onde cada uma contribui da maneira que considera mais efetiva. Entre as muitas possíveis contribuições estão escrever posts para as redes sociais e blogs, roteirizar vídeos e podcasts, trabalhar com edição de imagem e som, artes gráficas, divulgação e etc.

Por meio da determinação e do esforço mútuo de suas integrantes e idealizadoras, a Bitonga se tornou referência entre mulheres negras viajantes e pauta de matérias e discussões acerca do espaço destinado a mulheres negras no turismo.

O perfil socioeconômico das integrantes da Bitonga Travel que responderam à essa pesquisa aponta que 83% tinha entre 25 e 44 anos e 62,9% residiam na região sudeste do país, região essa onde nasceu o coletivo, a segunda maior parte das participantes (14,3%) residiam em outro país, já a menor representação se dá na região centro-oeste (5,7%) e norte (2,9%), evidenciando assim as regiões onde o coletivo é mais presente.

Todas as mulheres que aceitaram participar da pesquisa tinham como nível de escolaridade mínimo a graduação, sendo 57,2% delas também pós-graduadas. No que diz respeito a fatores

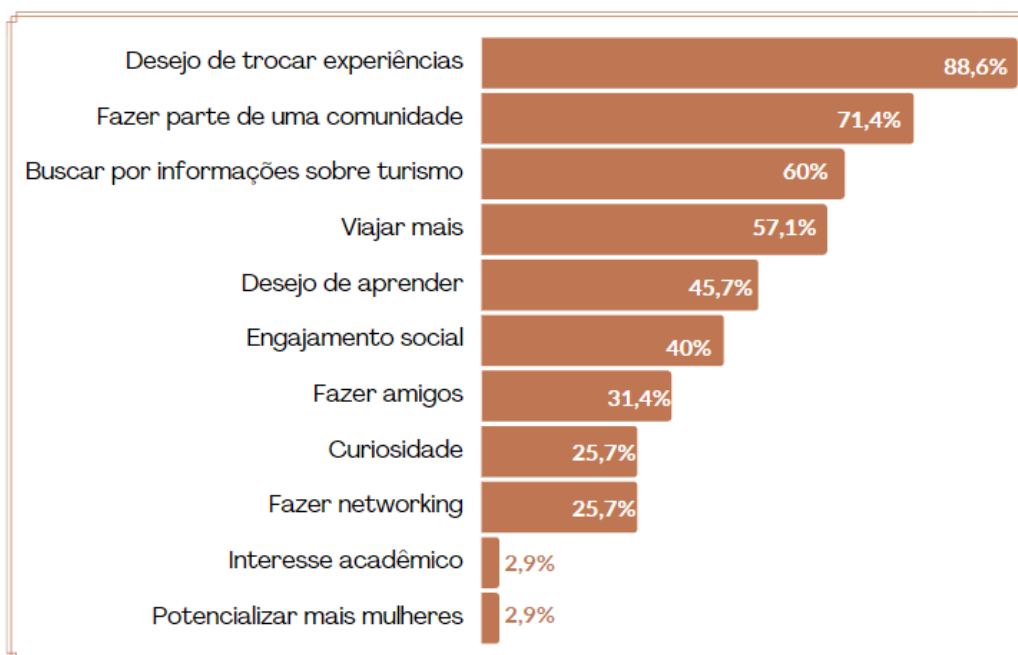
econômicos, 48,6% declararam possuir uma renda mensal de 3 a 6 salários mínimos. A maior parte das entrevistadas se declararam solteiras (80%) e 88,6% delas não tem filhos. Os últimos dados apontados, corroboram com Santos e Sá (2021, p. 254), de que “as mulheres passaram a marcar um novo perfil de viajantes, principalmente, porque elas têm vivido mais, têm menos filhos e têm ganhado independência financeira”.

Das integrantes do coletivo que participaram da pesquisa, 45,7% já fazem parte da Bitonga há 03 ou 04 anos, ou seja, desde sua criação. Além dessas, a segunda amostra mais representativa (34,3%) já integra o coletivo a 01 ou 02 anos e a menor parcela (20%) informaram fazer parte do coletivo a menos de 01 ano.

Durante a construção do estudo, as participantes foram questionadas acerca de suas motivações para fazer parte do coletivo, como ilustrado na figura 01, para 88,6% a principal motivação era trocar experiências, 71,4% declararam ter como motivação também fazer parte de uma comunidade e 60% das respondentes declararam fazer parte do coletivo para buscar mais informações sobre o turismo.

### Figura 1

*Motivação para fazer parte do coletivo.*



Fonte: Dados da pesquisa.

Durante as entrevistas, a entrevistada 2 definiu o coletivo como um “agente de troca motivadora”, uma vez que propicia não somente a troca de informações e experiências, como também motiva as integrantes ao reunir histórias que mostram que é possível para mulheres negras

realizarem o sonho de viajar. Para a entrevistada 1, o coletivo é antes de tudo uma forma de combater o racismo, segundo ela:

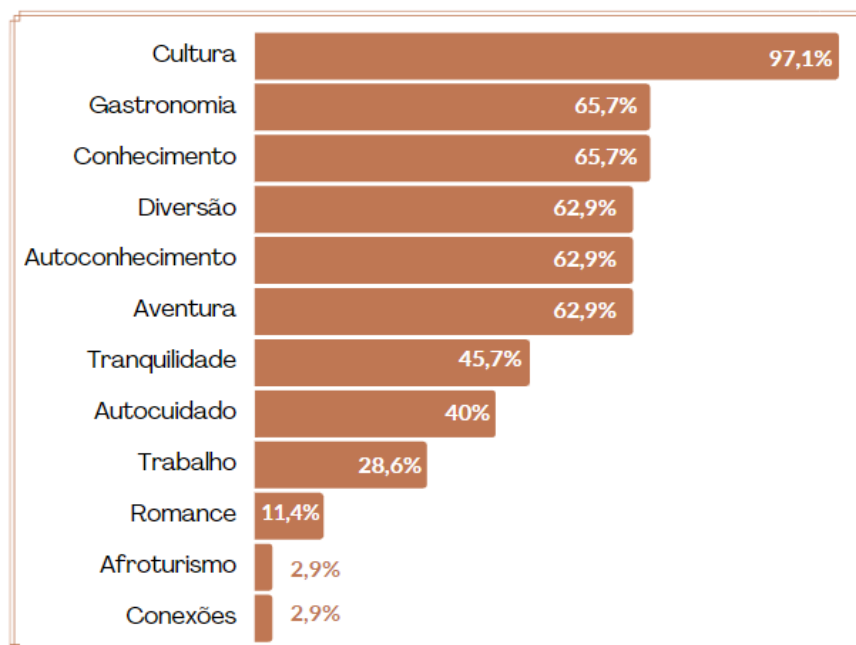
Por sermos uma rede de apoio para mulheres que viajam, a gente fala de racismo, ele tá em todos os lugares e queremos vê mulheres pretas em ascensão, nesse lugar que é colocado para o branco como um espaço de lazer e para muitas pessoas pretas, esse direito nos é tirado, é arrancado de uma forma brutal. (Entrevistada 1)

Segundo Ferreira e Casagrande (2020, p. 161), as mulheres e especialmente as mulheres negras, as violências estão materializadas pela dificuldade em percebê-las em outros lugares que não subalternizados dentro de uma tessitura social, onde o fato de ser mulher e ser negra é preponderante para autorização de práticas racistas na cotidianidade das relações.

No que diz respeito ao perfil de viajante das integrantes do coletivo que participaram da pesquisa (figura 2), os principais interesses ao escolher um destino apontados foram cultura (97,1%), gastronomia (65,7%), conhecimento (65,7%), aventura (62,9%), diversão (62,9%) e autoconhecimento (62,9%). As entrevistadas declararam que o ato de viajar é também uma maneira de combater o racismo e o machismo, uma forma de ressignificar momentos e uma estratégia para se conhecer mais profunda e internamente. Alinhado ao desejo de conhecer a si mesma mais profundamente, 54,3% das entrevistadas declararam que preferem viajar sozinhas, enquanto 20% preferem viajar com amigos e 11,4% a dois.

## **Figura 2**

*Principais interesses ao definir uma viagem.*

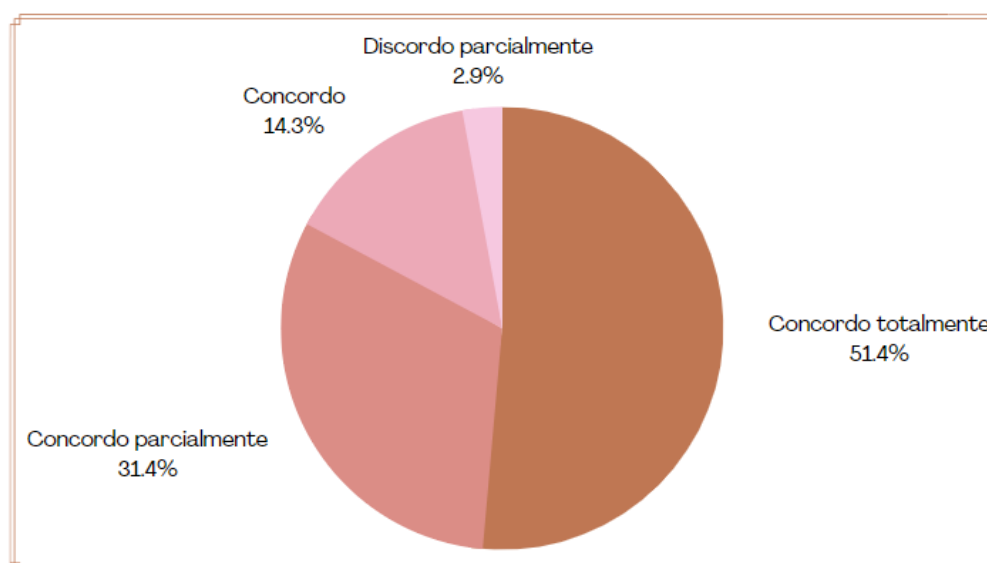


Fonte: Dados da pesquisa.

Ao serem questionadas se acreditam ou não que a cor de sua pele influencia na maneira como as pessoas recebem-nas, 91,4% das participantes declararam que sim, sentem que há diferença de tratamento. No que diz respeito especificamente a ambientes turísticos, 51,4% das entrevistadas concordaram que mulheres negras têm mais chances de serem mal recebidas em ambientes como hotéis, agências e restaurantes, além dessas, 31,4% concordaram parcialmente com a afirmação.

### Figura 3

*Probabilidade de uma mulher negra ser mal recebida em ambientes turísticos.*



Fonte: Dados da pesquisa.

Para a entrevistada 1, a atividade turística reflete a sociedade em que vivemos, na qual existe um racismo velado disfarçado de falsa democracia racial. Visto que, de acordo com Nascimento (2016, p. 31), a noção de raça ainda é um fator político importante utilizado para naturalizar desigualdades e legitimar a segregação e o genocídio de grupos sociologicamente considerados minoritários.

Relacionado a esse racismo tão presente, durante os resultados da pesquisa, 71,4% das entrevistadas declararam que se sentem inseguras durante as viagens por serem mulheres negras, 51,4% já foi vítima de racismo e 77,1% já presenciou situações de racismo enquanto vivenciava alguma experiência turística. A exemplo dessas situações as entrevistadas compartilharam os seguintes relatos:

## Quadro 2

*Depoimentos das entrevistadas acerca de situações de racismo vivenciadas.*

ENTREVISTADA 1	É muito comum os grupos de chineses, japoneses, quando eles veem pessoas negras, eles vem pra cima, pra te tocar, pra ver, pra tirar foto, muito cruel, eu estava com outra mulher negra, uma amiga minha e para ela era um máximo porque para ela era a primeira vez e para mim era um incômodo porque eles vinham puxavam o cabelo, puxavam mesmo para ver se era de verdade, se era peruca, assusta, eu corro, eu empurro, porque eu não sei se a pessoa tá vindo pra tirar uma foto, pra mim isso também é uma forma de violência.
ENTREVISTADA 2	Dependendo do lugar que você vai e do tipo de viagem que você faz, e onde você fica hospedado tem essas questões raciais certamente, só que aqui a gente passa por funcionário, assim eu viajando por exemplo para o exterior posso contar as vezes que eu não passei por garota de programa.
ENTREVISTADA 3	Tipo acho que esse lance da hipersexualização ligada às mulheres negras é o que tá mais marcado para mim sabe, tanto que quando eu tô viajando eu fico muito mais retraída assim fico muito mais fechada porque enfim isso chegou de uma forma muito violenta para mim sabe, desse corpo público mesmo então tem esse lance desse cara que tá do lado do avião e queria tocar queria tirar foto, sabe isso do exótico isso é muito comum acontecer sabe tanto que nossa realmente quando eu tô viajando eu fico



assim cara real sabe não chega perto, porque parecer um pouco mais simpática já pode ir para outro lugar.

Fonte: Dados da pesquisa.

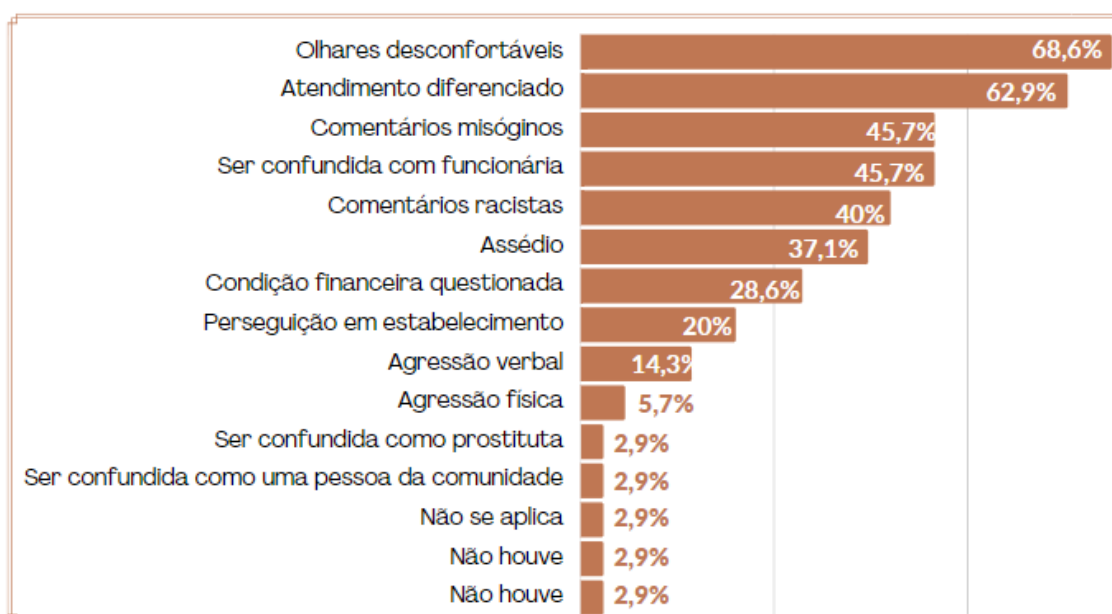
Nos relatos compartilhados, notou-se que duas das três entrevistadas passaram por situações semelhantes, ao ser frequentemente confundida com uma garota de programa ou por se sentir hipersexualizada. Segundo Fernandes (2016), as mulheres negras tornaram-se corpos destituídos de mentes e, se são símbolos sexuais, isto se deve a uma reificação da mulher como objeto para fins específicos. Essas situações mostram como além de lidar com o racismo, as mulheres negras lidam também com o machismo e com a combinação dessas duas formas de opressão.

Nesse aspecto, 80% das participantes disseram já ter presenciado uma situação de machismo e 85,7% disseram já ter sido vítima de machismo durante uma viagem, esses resultados geram uma sensação de insegurança nas viajantes, podendo afastá-las do turismo. Acerca dessa insegurança a entrevistada 3 disse que: “além do racismo tem a questão do gênero né, sermos mulheres e ainda mais mulheres negras, então estamos mais vulneráveis nesse sentido, de sofrer violência”.

Além das situações relatadas nas entrevistas, as participantes identificaram também diversas situações nas quais se sentiram desconfortáveis ou discriminadas (figura 4), as que receberam destaque foram; olhares desconfortáveis (68,6%), receber atendimento diferenciado (62,9%), comentários misóginos (45,7%) e ser confundida com uma funcionária (45,7%).

#### Figura 4

*Situações nas quais as entrevistadas já se sentiram discriminadas.*



Fonte: Dados da pesquisa.

Dentre os temas levantados no questionário, a entrevistada 1 relatou que a situação que lhe ocorre mais frequentemente é ter sua condição financeira questionada.

Muitas vezes sou questionada sobre como eu consigo viajar, isso impacta a ascensão e o sucesso de uma mulher negra, as pessoas vão te questionar, elas não vão entender que eu, enquanto uma mulher negra, solteira, sem filhos, posso viajar e ai vou ser questionada por que, como e de onde eu tiro esse dinheiro. (Entrevistada 1)

De acordo com Hintze & Junior (2012, p. 68), a imagem da pessoa negra no papel de turista costuma gerar estranheza, pois negros costumam ser representados pela mídia como aqueles que servem nos bastidores do turismo, enquanto a pessoa branca representa o consumidor padrão, rotineiramente visto como modelo de turista.

Todas essas situações onde o racismo, o sexismo e a discriminação se fazem presentes, tornam o turismo um ambiente muitas vezes hostil para a mulher negra, acerca disso, 77% das entrevistadas disseram se sentir insegurança durante viagens pelo simples fato de serem mulheres e 71,4% afirmaram que sentem insegurança por ser negra durante viagens. Essa insegurança constante modifica a forma como essas mulheres lidam com o turismo. A entrevistada 2 compartilhou algumas das estratégias de segurança que utiliza:

Aí a cada viagem você vai aprendendo tanto por questão de gênero tanto por questão de raça e assim eu sempre tomei cuidado, eram coisas que eu já fazia intuitivamente com relação à segurança, por exemplo, entrar no hotel e no primeiro momento deixar a porta aberta, dá uma olhada dentro dos guarda-roupas parece paranóia né? mas não é, olhar dentro do guarda-roupa, debaixo da cama também. (Entrevistada 2)

Aprofundando o relato anterior, a entrevistada revelou que a sensação de insegurança muitas vezes a priva de desfrutar experiências: “

eu também penso em qual momento eu vou pôr qual roupa. Várias vezes já quis muito ir do quarto do hotel para a piscina mas não tenho coragem de ir sozinha, botar um biquíni e ir na piscina porque a gente vai nesses lugares e a gente fica visada. (Entrevistada 2, 2022)

Além da constante sensação de insegurança, as participantes destacaram outros motivos que as afastam da atividade turística, entre os principais pontos levantados estão: questões econômicas (88,6%), trabalho (34,3%), racismo (28,6%) e responsabilidades familiares (20%). Apesar desses resultados e de todos os outros problemas relatados e debatidos na presente pesquisa, todas as participantes declararam que gostariam de viajar ainda mais, mostrando que o desejo de se autoconhecer, enquanto conhecem o mundo, é capaz de superar todas as barreiras que a elas foram impostas.

## **Considerações finais**

Neste estudo buscou-se entender os desafios e as vivências das mulheres negras no papel de turistas, uma vez que foi constatada uma lacuna no campo dos estudos turísticos acerca da mulher negra como um ator consumidor no turismo, a partir disso foi realizada uma pesquisa de caráter misto com as integrantes do coletivo Bitonga Travel. Ademais, o estudo pretendeu também analisar o perfil das integrantes da Bitonga enquanto viajantes.

Guiado por esses questionamentos, primeiramente foi identificado que o racismo e o machismo são problemas extremamente presentes nos relatos das viajantes, corroborando com as discussões trazidas no referencial teórico acerca de como essas formas de discriminação ainda estão presentes na sociedade afastando a pessoa negra, principalmente a mulher negra do turismo, isso se deve também ao fato do turista ser representado pela mídia como uma pessoa branca, geralmente do sexo masculino.

No que diz respeito à análise do perfil das integrantes do coletivo, constatou-se que o mesmo é formado em sua maioria por mulheres adultas de 25 a 44 anos, com ensino superior completo, solteiras, sem filhos e residentes da região Sudeste. Entretanto, uma vez que o questionário contou com 35 respostas, o que representa apenas 30,17% do total de integrantes da Bitonga, esses números não configuram o perfil do coletivo como um todo, tornando essa, a principal limitação da pesquisa.

Apesar disso, foi possível notar que o coletivo age como um grande agente motivador para as integrantes do grupo visto que elas experienciam questões semelhantes enquanto turistas, e o coletivo se faz presente para ser uma rede de apoio e um ambiente seguro onde as integrantes possam se espelhar umas nas outras. Dessa forma, a Bitonga Travel pode impulsionar e motivar cada vez mais mulheres a seguirem conquistando o espaço que é delas por direito.

Portanto, podemos concluir que as mulheres negras sofrem a dualidade do racismo e do machismo enquanto turistas, pois a atividade reflete os problemas presentes na sociedade. Como

uma forma de mudar esse cenário, é necessário trazer esse debate de maneira mais presente na academia, para isso recomenda-se estudos mais aprofundados acerca do perfil das mulheres negras viajantes, suas motivações e suas redes de apoio. Também são de relevância para a discussão do tema, estudos que reflitam acerca da hipersexualização e do toque sem consentimento, além de estudos acerca da interação entre pessoas negras viajantes ao redor do mundo. Por fim, é de extrema importância pensar em uma atividade turística mais inclusiva e que promova estratégias para o combate ao racismo.

## Referências bibliográficas

- Azevedo, A. L. M. dos S. (2019). *IBGE - Educa | Jovens*. IBGE Educa Jovens. <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html#:~:text=Segundo%20dados%20da%20PNAD%20Cont%C3%ADnu>
- Beni, M. C., & Moesch, M. (2016). Do discurso da Ciência do Turismo para a Ciência do Turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, n. 25, p. 9 - 30. <https://doi.org/https://doi.org/10.34624/rtd.v0i25.10857>
- Cabral, F., & Díaz, M. (2000). Cadernos de afetividade e sexualidade na educação: um novo olhar. *Secretaria Municipal de Educação de Belo Horizonte*, 142-150.
- Carloto, C. M. (1998). *O Conceito de Gênero e sua importância para a análise das relações sociais*. Wwww.uel.br. [https://www.uel.br/revistas/ssrevista/c\\_v3n2\\_genero.htm](https://www.uel.br/revistas/ssrevista/c_v3n2_genero.htm)
- Carneiro, S. (2015). *Racismo, Sexismo e Desigualdade No Brasil*. Summus Editorial Ltda.
- Carneiro, S. (2009, August 18). *A miscigenação racial no Brasil*. Portal Geledés. Retrieved July 12, 2022, from <https://www.geledes.org.br/miscigenacao-racial-brasil/>
- Crenshaw, K. (2004). *A Interseccionalidade na Discriminação de Raça e Gênero*. Unifem. <https://static.tumblr.com/7symefv/V6vmj45f5/kimberle-crenshaw.pdf>
- Creswell, J. (2010). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Artmed.
- Cunha, L. (2003). *Introdução ao Turismo* (pp. 447). Verbo.
- Davis, A. (2016). *Mulheres, raça e classe*. Boitempo.
- Dayrell, M. (2022, March 11). *Mulheres negras são apenas 3% entre líderes nas empresas, diz estudo*. Terra. Retrieved July 4, 2022, from <https://www.terra.com.br/nos/mulheres-negras-sao-apenas-3-entre-lideres-nas-empresas-diz-estudo,cc51a786e4402676743ce2163f45fce9hj9rhyxq.html>
- de Lauretis, T. (1994). A Tecnologia do Gênero - Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura. *Rocco*.
- de Moraes, E. L. (2005). *Construindo Identidades Sociais - Relação de Gênero e raça na política pública de qualificação social e profissional* (Vol. 1). MTE, SPPE.
- De Oliveira, N. A. (2021). Negros e turismo: análise da produção acadêmica sobre o tema em revistas vinculadas aos Programas de Pós-Graduação em Turismo no Brasil. *Rosa dos Ventos*, 13(1), 219-234.
- Dos Santos, J., & Silva Coimbra de Sá, N. (2021). A mulher negra viajante: experiências e estratégias de combate à sua (in)visibilidade no turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 9(2), 252–269. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2021v9n2id23584>
- Ellen, de M. (n.d.). *Projeto*. Bitonga Travel. Retrieved March 31, 2022, from

<https://bitongatravel.com.br/projeto/>

Ferreira, L. C. (2014, February 26). *Tipos de análise qualitativa (#1): A análise temática*. Qualitativas, etc. Retrieved September 12, 2022, from <http://qualitativas.blogspot.com/2014/02/analisetematica.html>

Ferreira, M. A., & Casagrande, L. S. (2018). E QUEM DISSE QUE NÃO É SEU LUGAR? POR UM TURISMO DEMOCRÁTICO E INCLUSIVO PARA NEGROS E NEGRAS. *Revista Mundi Sociais E Humanidades (ISSN: 2525-4774)*, 3(2). <https://doi.org/10.21575/25254774rmsh2018vol3n2665>

Gasque, K. C. G. D. (2007). Teoria fundamentada : nova perspectiva à pesquisa exploratória. (Org.). *Métodos Para a Pesquisa Em Ciência Da Informação.*, p. 84. <https://doi.org/https://repositorio.unb.br/handle/10482/9610>

Gimenes, D. (2020, September 18). *Mercado de trabalho: negros são minoria em cargos de médio e alto escalão*. VEJA. <https://veja.abril.com.br/economia/mercado-de-trabalho-negros-sao-minoria-em-cargos-de-medio-e-alto-escalao/>

Hintze, H., & Júnior, A. (2012). Estudos críticos em turismo: a comunicação turística e o mito da democracia racial no Brasil. *Revista Turismo E Desenvolvimento*. <https://doi.org/https://doi.org/10.34624/rtd.v1i17/18.12767>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (n.d.). *Tabela 6786: População residente, por sexo*. Sidra.ibge.gov.br. Retrieved July 3, 2022, from <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6786>

Moesch, M. M. (2002). Para além das disciplinas: o desafio do próximo século. *Turismo: investigação e crítica*. São Paulo: Contexto, 1, 25-44.

Nascimento, A. (2016). *O Genocídio Do Negro Brasileiro; Processo De Um Racismo Mascarado*. EDITORA PERSPECTIVA S A.

Netto, A. P. (2017). *O que é turismo* (pp. 127 ). Editora Brasiliense.

Oliveira, N. A. d., Silva, P. T. d., & Almeida, H. d. J. (2022). Mulheres negras viajantes: experiências e relatos de um grupo de Facebook. *Caderno Virtual de Turismo*, 22(1), 63. <https://doi.org/10.18472/cvt.22n1.2022.1987>

Organização Mundial de Turismo (OMT). *Introdução ao turismo*. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

Ribeiro, P. (2019, August 15). *Instituto Paraná Pesquisa traça perfil do racismo no Brasil*. Paranaportal.uol.com.br. <https://paranaportal.uol.com.br/opiniaosintonia-fina/instituto-parana-pesquisa-traca-perfil-do-racismo-no-brasil>

Santos, L., Berteli, A., & Arantes, R. (2016). A estereotipização da mulher negra e os reflexos no turismo Brasileiro. Foz do Iguaçu. *Fórum Internacional de Turismo Do Iguassu*, P. 23-28.

Silvio Luiz De Almeida. (2019). *Racismo estrutural*. Sueli Carneiro.

Vieira, R. (2019, March 6). *Turismo responde por 8,1% do PIB Brasil; veja dados globais*. Portal PANROTAS.  
[https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-8-1-do-pib-brasil-veja-dados-globais\\_162774.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-8-1-do-pib-brasil-veja-dados-globais_162774.html)