

*Artigos – Turismo e Sociedade*

## Mulheres Negras no Turismo: desafios enfrentados pelas integrantes do Coletivo Bitonga Travel

### Black Women in Tourism: challenges faced by members of Collective Bitonga Travel

### Mujeres Negras en el Turismo: desafíos que enfrentan las integrantes Del Colectivo Bitonga Travel

Isabela Andrade de Lima Morais<sup>1</sup>, Evenly Maria dos Santos<sup>1</sup>, Isabela Beatriz dos Santos<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife, PE, Brasil.

**Palavras-chave:**

Mulheres negras;  
Coletivo de Mulheres;  
Racismo no Turismo;  
Gênero e Turismo.

**Keywords:**

Black Women;  
Women Collective;  
Racism in Tourism;  
Gender and Tourism.

**Palabras clave:**

Mujeres Negras;  
Colectivo de Mujeres;  
Racismo en el Turismo;  
Gênero y Turismo.

Revisado em pares.  
Recebido em: 10/11/2022.  
Aprovado em: 12/02/2023.  
Editor:  
Leandro B. Brusadin

**Resumo**

O coletivo Bitonga Travel, criado em São Paulo no ano de 2018, busca fortalecer o protagonismo das mulheres negras no turismo, além de incentivá-las e auxiliá-las através de uma rede de apoio e troca de experiências. Esta iniciativa ocorre porque a figura da mulher turista tem sido representada como uma pessoa branca, enquanto a pessoa negra é vista como uma trabalhadora que atua nos bastidores ou em atividades subalternas. Este artigo pretende entender os desafios enfrentados pelas mulheres negras do coletivo Bitonga Travel enquanto turistas e as discussões sobre racismo e gênero se fazem importantes. Foi realizada uma pesquisa qualitativa com a aplicação de questionários com 35 mulheres e a realização de entrevistas semiestruturadas com 03 mulheres, das 116 mulheres negras participantes da Bitonga Travel. Foi possível traçar um perfil dessas mulheres e perceber que o racismo, o machismo e o sexismo são problemas presentes nos relatos dessas viajantes. Portanto, é de extrema importância pensar em uma atividade turística mais inclusiva e que promova estratégias para o combate ao racismo, ao machismo e ao sexismo.

**Abstract**

Bitonga Travel collective, created in São Paulo in 2018, seeks to strengthen the protagonism of black women in tourism as well as encourage and help them through a support network and experience exchange. This initiative occurs because the woman, as a tourist figure, has been represented as a white person, whilst the black person is seen as a worker who acts backstage or as inferior labor. This article intends to understand the challenges faced by the black women of the collective Bitonga Travel as tourists and the discussions about racism and gender become important. A qualitative research was conducted with the application of questionnaires on 35 women and the conducting of semi-structured interviews with 03 women out of the 116 black women participants of Bitonga Travel. It was possible to trace a profile of these women and to notice that racism, male chauvinism and sexism are problems present on these travelers' reports. Hence, it is extremely important to think about a more inclusive tourism activity which promotes strategies to face racism, male chauvinism and sexism.

**Resumen**

El colectivo Bitonga Travel, creado en São Paulo en 2018, busca fortalecer el papel de la mujer negra en el turismo, además de incentivarlas y ayudarlas a través de una red de apoyo e intercambio de experiencias. Esta iniciativa se da porque la figura de la mujer turista ha sido representada como una persona blanca, mientras que la persona negra es vista como una trabajadora que trabaja tras bambalinas o en actividades subordinadas. Este artículo pretende comprender los desafíos que enfrentan las mujeres negras del colectivo Bitonga Travel como turistas y las discusiones sobre racismo y género se vuelven importantes. Se realizó una investigación cualitativa con la aplicación de cuestionarios con 35 mujeres y la realización de entrevistas semiestruturadas a 03 mujeres, de las 116 mujeres negras participantes de Bitonga Travel. Fue posible dibujar un perfil de estas mujeres y darse cuenta de que el racismo, el machismo y el sexismo son problemas presentes en los relatos de estas viajeras. Así es de suma importancia pensar en una actividad turística más inclusiva y que promueva estrategias para combatir el racismo, el machismo y el sexismo.



**Como citar:** Morais, I. A. L., Santos, E. M., & Santos, I. B. (2023). Mulheres Negras no Turismo: desafios enfrentados pelas integrantes do Coletivo Bitonga Travel. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo*, 17, e-2722, 2023. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v17.2722>

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo pode ser compreendido como uma atividade integrante do estilo de vida de um número cada vez maior de pessoas, atividade essa que pode acontecer por diferentes motivações: lazer, recreação, negócios e reuniões (Binfaré et al, 2016, p. 28).

Apesar da notável importância e abrangência do turismo, ainda existem lacunas de informações que afetam a forma como a atividade se manifesta no contexto brasileiro. Ferreira e Casagrande (2018, p. 08), por exemplo, apontam que o Anuário Estatístico do Turismo de 2017 não traz informações acerca das características autopercebidas ou declaradas sobre o sexo, gênero ou etnicidade dos mais de seis milhões de turistas que desembarcaram no Brasil entre os anos de 2015 e 2016.

A fim de conhecer um pouco mais desse cenário insuficientemente explorado, o presente trabalho destaca as questões gêneros-raciais. Segundo Oliveira (2021), 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 afirma que existe um silenciamento da academia no que diz respeito a temas que relacionem as pessoas negras e turismo, resultando na forma como essas pessoas são vistas ou invisibilizadas pela atividade turística. Ainda de acordo com a autora, “o conhecimento científico produzido nos periódicos nacionais vinculados a Programas de Pós-Graduação com área básica Turismo permite afirmar que, de 2.618 artigos por elas já publicados, apenas cinco (0,19%) apresentam discussões que analisam o tema negros e turismo” (p. 230).

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 como um atrativo turístico por serem consideradas pessoas exóticas, primitivas, eróticas, calorosas, bons de bola, bons de samba, miseráveis ou carentes de desenvolvimento e auxílio (Hintze & Júnior, 2012, p. 71).

Em relação às mulheres negras, Davis (2016, p. 15) revela que desde o contexto da escravidão as mulheres negras eram objetos de estudos que em sua maioria discutiam acerca da suas supostas promiscuidades sexuais ou seus pendores matriarcais, esses estudos não colaboravam para o entendimento da real situação vivida por essas mulheres. Santos e Sá (2021, p. 256) esclarecem que os recentes estudos brasileiros sobre a perspectiva de gênero no turismo e sobre o papel das mulheres focam majoritariamente na temática do turismo sexual, possuindo lacunas sobre as representações dessas mulheres e sobre o papel das mulheres negras como turistas.

As autoras apontam ainda que, no geral, as mulheres sempre tiveram mais dificuldade em assumirem um papel no turismo devido a ideais machistas, duplas jornadas de trabalho, 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, a independência financeira e a diminuição do número de filhos. Todavia, apesar desses avanços, quando se trata das mulheres negras no turismo nota-se que não existem pesquisas e estudos acadêmicos suficientes, nem representatividade midiática capazes de fortalecerem a imagem delas como participantes e consumidoras da atividade turística, resultando na invisibilidade desse grupo e na 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 das mulheres negras no turismo, entre essas iniciativas está o coletivo Bitonga Travel. Idealizado pela viajante Rebecca Aletheia, o coletivo incentiva mulheres a conquistar visibilidade, empoderamento e autoestima por meio de viagens, além de promover discussões acerca da negritude feminina no turismo.

A Bitonga Travel (do gênero feminino) existe desde 2018, nasceu de um encontro na cidade do Guarujá, litoral do Estado 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 de viagem para o público geral. Dessa forma, a Bitonga Travel é um coletivo que tem como objetivo incentivar mulheres negras a conhecerem o mundo e as suas próprias cidades, de

maneira que se sintam empoderadas e visibilizadas, tornando-se uma rede de apoio para essas mulheres (<https://bitongatravel.com.br/projeto/>).

Motivado pela falta de pesquisas que estudem as mulheres negras no turismo, fugindo do campo do turismo sexual e impulsionadas por interesses pessoais de algumas das autoras que são mulheres negras, estudantes e pesquisadoras da atividade turística, este artigo busca entender os desafios experienciados pelas mulheres negras do coletivo Bitonga Travel quando assumem o papel de turistas.

O trabalho nasce da interseção referente às questões raciais e de gênero e tem as mulheres negras do coletivo Bitonga Travel como objeto de estudo, pois elas vivenciam a combinação das duas formas de discriminação, dessa forma, ambas as questões (raciais e de gênero) serão analisadas não de maneiras isoladas, mas sobrepostas. Sendo assim, este trabalho se inicia apresentando a discussão sobre racismo, gênero e questões gênero-raciais no turismo, seguido da apresentação dos procedimentos metodológicos, exposição e discussão dos resultados da pesquisa, finalizando com as considerações finais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Racismo: um problema atual

Almeida (2019) alerta que a sociedade contemporânea não pode ser compreendida sem os conceitos de raça e racismo. A raça, segundo o autor, é um conceito relacional, histórico, político, utilizado para naturalizar as desigualdades, legitimar segregações e para praticar o genocídio de grupos considerados minoritários. Diangelo (2018) acrescenta ainda que raça é uma ideia social em evolução, criada para legitimar a desigualdade racial e para proteger o privilégio dos brancos, sendo, portanto, uma construção social. A raça é filha do racismo e não o pai dele (Diangelo, 2018, p. 40), ou seja, é o racismo que cria a raça e os sujeitos racializados (Almeida, 2019, p. 50), já que “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 pertencam” (Almeida, 2019, p. 32).

Para Almeida (2019, p. 20) o racismo é sempre estrutural, ou seja, ele é “um elemento que integra a organização econômica e política da sociedade”. O autor nos mostra ainda como o racismo está relacionado com a ideologia, com a política, com o direito e com a economia, visando sempre naturalizar o domínio dos grupos formados pelos brancos.

Para Ribeiro (2019, p. 09) falar de racismo no Brasil é sobretudo fazer um debate estrutural, pois o que está em jogo não é apenas um posicionamento moral, individual, mas um problema estrutural e, de acordo com Souza (2021) foi o racismo que criou o Brasil.

De acordo com Souza (2021) o racismo é multidimensional e uma das suas múltiplas dimensões é o racismo científico que no Brasil foi praticado inclusive por autores que acreditavam combatê-lo, a exemplo da tese do patrimonialismo de Sérgio Buarque de Holanda (Souza, 2021) ou da tese democracia racial de Gilberto Freyre e de tantos outros autores analisados por Nascimento (2016) que colaboraram para o genocídio (objetivo e subjetivo) do negro no Brasil.

Krenak (Krenak & Campos, 2021) afirma que a história do Brasil é uma história de exploração, pois “as diferenças sociais, o racismo estrutural, a misoginia, o sexismo, os preconceitos que nos habitam, estão pautados em um passado violento, cujos traumas são recalcados e legados aos nossos descendentes como uma condição natural de nossa brasilidade” (p. 107).

O contexto social e político da escravidão no Brasil dificultaram o acesso das pessoas negras aos mesmos benefícios e privilégios que as pessoas brancas, além disso, o processo da escravidão corroborou para a demonização das pessoas negras até os dias de hoje, “ao desconsiderar estes sujeitos em diferentes demandas para uma vida digna” (Ferreira & Casagrande, 2018, p. 04).

Segundo Ribeiro (2020), 34,5% da população negra que exista racismo no Brasil e isso se deve, sobretudo, ao mito da democracia racial freiriano que, de acordo com Carneiro (2009) “o intercurso sexual entre brancos, indígenas e negros seria um indicativo da tolerância racial brasileira”. Porém, quando se analisa o mercado de trabalho do Brasil, os negros são minoria em cargos de diretoria e gerência. Uma pesquisa feita pelo Vagas.com, um portal de recrutamento e seleção de pessoas para o mercado de trabalho, mostrou que 52,4% de seus usuários eram negros, sendo 47,6% ocupavam cargos operacionais e somente 9% estavam em cargos de nível pleno e 0,7% ocupavam

espaços de gerência, enquanto os brancos que eram 43,3% dos usuários analisados ocupavam 2% no cargo de gerência (Gimenes, 2020).

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 a espaços sociais que são de livre acesso para as pessoas brancas.

## 2.2 Dilemas de gênero

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2021 o número de mulheres no Brasil era superior ao de homens. Os resultados mostraram que a população do país era composta por 51,1% de pessoas do gênero feminino e 48,9% de pessoas do gênero masculino (IBGE).

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 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” (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 (Matos, 2013, p. 10).

Piscitelli (2002) afirma que as definições de gênero foram elaboradas para explicar a subordinação universal da mulher e, ao longo do tempo, fixaram os seus percursos entre ativismo e formulações teóricas. A autora percorre as discussões sobre as definições de gênero e sobre a categoria mulher desde as discussões feministas do final da década de 1960 que refletiam e denunciavam a subordinação universal feminina que ocorre em todas as partes e em todos os períodos históricos, sendo o questionamento sobre o caráter dessa subordinação, o diferencial das diversas correntes do pensamento feminista. Além disso, Piscitelli (2002) também apresenta as teorias contemporâneas desconstrutivistas que repensam e recriam a categoria mulher, desessencializam a discussão sobre a subordinação da mulher que era um dos objetivos centrais do pensamento feminista, retirando a perspectiva do gênero como uma categoria política e ativista.

Scott (1995) ao apresentar sobre a história das mulheres e sobre as historiadoras feministas sugere que “o gênero deve ser redefinido e reestruturado em conjunção com uma visão de igualdade política e social que inclua não somente o sexo, mas também classe e raça” (1995, p. 93). Butler (2003), por sua vez, reconhece que gênero se interconecta com outras identidades construídas discursivamente: raça, classe, etnia e sexo, isso porque para a autora é impossível separar gênero das interseções políticas e culturais nas quais ele é produzido e sustentado historicamente.

Hirata (2018) observa que as discussões sobre interseccionalidade (raça, etnia, classe, sexo e gênero) foram inicialmente desenvolvidas a partir das elaborações teóricas do *blackfeminism*, quando as teóricas e militantes negras refletiram sobre o feminismo branco de classe média e heteronormativo. Foi Kergoat que no final da década de 1970 tratou sobre a interseção sob a premissa da consubstancialidade ao articular as categorias sexo e classe social. Já no final da década de 1990 Crenshaw se destacou como a teórica da interseccionalidade por abordar as interseções de raça, gênero, classe e sexualidade nas experiências das mulheres negras. Ambas possuíam interesses políticos e teóricos articulando sexo, raça e gênero como elementos indissociáveis. Assim ocorre com Davis (1981), que traduziu o conceito de intreseccionalidade ao apresentar como ocorreu a relação entre mulheres, raça e classe na sociedade norte americana.

Hirata (2018) por sua vez faz uma crítica sobre a teoria da inteseccionalidade que destaca apenas o binômio gênero e raça e deixa a dimensão classe social em um ângulo menos visível, pois, para a autora, não se pode sobrepor uma categoria a outra já que “gênero contém a dimensão “sexualidade” e, portanto, a interseccionalidade deve apontar para a imbricação de gênero/sexualidade, raça e classe” (p. 19). E essa premissa vale inclusive para refletir sobre a nova divisão social do trabalho onde as relações sociais de gênero/sexualidade, raça e classe são interdependentes e indissociáveis, inclusive nas desigualdades entre gênero encontradas no mundo do trabalho,

inclusive no Brasil onde na área profissional, 65% das mulheres negras desempenham trabalhos domésticos e somente 3% estão em cargos de gerência em empresas (Dayrel, 2022),

Akotirene (2019) sugere que a noção de raça esteja em um patamar de igualdade analítica às noções de classe e gênero, pois estas são categorias que devem estabelecer conexões com a discussão sobre raça (e vice-versa). De acordo com a autora

frequentemente e por engano, pensamos que a interseccionalidade é apenas sobre múltiplas identidades, no entanto, a interseccionalidade é, antes de tudo, uma lente analítica sobre a interação estrutural em seus efeitos políticos e legais. A interseccionalidade nos mostra como e quando mulheres negras são discriminadas e estão mais vezes posicionadas em avenidas identitárias, que farão delas vulneráveis à colisão das estruturas e fluxos modernos (p. 37)

Portanto, para Akotirene (2019), a interseccionalidade estimula o pensamento complexo e a criatividade, evita a produção de novos essencialismos, impede reducionismos de políticas de identidade e pode fornecer meios para lidar com vários tipos de marginalizações e discriminações.

### 2.3 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 registrada uma contribuição de US\$152,5 bilhões, o que correspondeu a 8,1% do Produto Interno Bruto – 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 deslocamento ou econômica. Para Moesch (2002, p. 30) o turismo representa também uma prática social, pois no contexto social, o turismo assume atualmente um papel de representação de status na vida das pessoas. Para Vasconcelos, (2005, p. 160) o turismo é um fenômeno multifacetado (econômico, social, cultural e ambiental). 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.

Todavia, 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. Para os autores a mídia invisibiliza a pessoa negra do papel de turista e assume a figura branca como a imagem do consumidor de viagens e lazer.

De acordo com Santos, Berteli e Arantes (2018, p. 03), especificamente no contexto brasileiro uma grande parte da responsabilidade sobre a sexualização da mulher, em especial da mulher negra, se deve a publicidade mal sucedida da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) na década de 70, pois 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 sobre o papel da pessoa negra no turismo, Oliveira, Silva e Almeida (2022) apontam 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, sendo esses alguns dos fatores responsáveis pelo afastamento das pessoas negras das atividades turística, já que “todos esses fatores juntos resultam em barreiras para que a população negra tenha acesso aos espaços turísticos e ainda para que se sinta confortável nesses espaços” (p. 69).

Santos e Sá (2020) ao realizarem uma pesquisa sobre as mulheres negras viajantes revelaram que essas mulheres se sentem inseguras ao viajarem, pois tem receios de sofrerem agressão verbal, violência física, assédio,

exploração sexual decorrente da objetificação do corpo feminino e até mesmo feminicídio. Em relação às posições ocupadas pelas mulheres negras no mercado de trabalho do turismo, os receios são a discriminação, estereótipos, subordinação e desvalorização, pois “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” (p. 259).

Ferreira e Casagrande (2018) ao estudarem sobre as pessoas negras como consumidoras de produtos e serviços turísticos demonstraram que determinados espaços não colaboravam para que pessoas negras experimentassem plenamente o turismo. Os autores alertam que

É importante que as agências de fomento e organizações de turismo pensem este fenômeno para além dos relatórios que privilegiam o viés econômico, buscando entender como se dá a dinâmica de intersubjetividades do turista e autóctone. Do mesmo modo, instaurar uma cultura democrática nas sociedades e que respeite as diferenças, é um exercício constante de pensar interseccionalmente questões culturais, étnico/raciais, de classes sociais e de gênero, no instante em que se dão as intersubjetividades do fenômeno turístico (p. 15-16).

Como uma possibilidade de mudança nesse cenário e com o objetivo de tornar o turismo uma atividade mais inclusiva, tem ganhado notoriedade na última década o *Black Travel Movement* (BTM), uma comunidade que visa criar representatividade para pessoas negras na atividade turística, 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 e negras. Ademais, o BTM procura também difundir informações que apoiem e incentivem viagens seguras para pessoas negras ao redor do mundo (Benjamin & Dillette, 2021).

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa se caracteriza como qualitativa. Strauss e Corbin (2008) esclarecem que a pesquisa qualitativa se refere a “qualquer tipo de pesquisa que produza resultados não alcançados através de procedimentos estatísticos ou de outros meios de quantificação” (p. 24). Entendemos que alguns dados podem até ser quantitativos, como no caso do perfil das entrevistadas e das evidências socioeconômicas do fenômeno estudado, mas a essência da análise é qualitativa, pois “a investigação qualitativa emprega diferentes concepções filosóficas; estratégias de investigação; de métodos de coleta, análise e interpretação de dados” (Creswell, 2010, p. 206).

Para a realização desta 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 viajarem e ocuparem mais espaço na atividade turística.

A escolha da Bitonga Travel como objeto de estudo se deu por alguns fatores, como por exemplo, entre os demais grupos pesquisados no Brasil a Bitonga possui um maior alcance nas redes sociais, nas quais propaga uma discussão ativa em diferentes canais sobre a temática da invisibilidade da mulher negra no turismo. 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 utilizado um *survey online*, com um questionário estruturado na plataforma do *google forms*, com 29 questões e dividido por seções, sendo elas: 1ª Bitonga Travel, onde se buscou coletar informações sobre as participantes do coletivo e suas motivações; 2ª características como viajante, buscou identificar as características e os desafios das viagens realizadas pelas participantes; 3ª perfil socioeconômico, para conhecer a estrutura social e econômica das participantes do coletivo. 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 questionário ficou disponível por um mês, compreendido entre 27 de junho a 29 de julho de 2022, visando obter o maior número possível de respostas.

Na segunda fase foram realizadas entrevistas *online* pela plataforma do *google meet* com 03 mulheres do coletivo que se disponibilizaram para relatar mais sobre suas experiências com o turismo. A escolha das entrevistadas foi motivada por dois critérios: viajar frequentemente e participar do coletivo há 03 ou 04 anos, ou seja, desde o início do surgimento da Bitonga Travel.

As entrevistas ocorreram entre 16 a 31 de agosto de 2022, tinha um roteiro com 10 perguntas semiestruturadas, divididas em duas seções: participação das entrevistadas no coletivo e experiências das viagens realizadas. A duração média de cada entrevista foi de 30 minutos. Foram feitas as transcrições das entrevistas. 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

	Entrevistada 1	Entrevistada 2	Entrevistada 3
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 da pesquisa envolveu a análise dos dados coletados. Para melhor aprofundamento foi utilizada a técnica de análise temática que envolve “a busca a partir de um conjunto de dados, seja originário de entrevistas, grupos focais ou de uma série de textos, a fim de encontrar os padrões repetidos de significado” (Rosa & Mackedanz, 2021, p. 11).

#### 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Bitonga Travel 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 perceberem que outras pessoas queriam ouvir suas histórias, as idealizadoras da Bitonga Travel 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. Com a finalidade 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, são executadas pelas próprias integrantes do coletivo e cada uma contribui da maneira que considera mais efetiva. De acordo com as informações das entrevistadas, para se tornar integrante do coletivo é necessário se identificar como uma mulher negra e nutrir o desejo de se tornar uma correspondente por meio do compartilhamento de informações, fotos, vídeos, textos e demais conteúdos sobre viagens. 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.

Uma vez que muitas das integrantes vivem em diferentes partes do Brasil e do mundo, o coletivo não possui um ambiente físico para reuniões rotineiras. Até o momento não se tem informações acerca de nenhum fomento para realização das viagens das integrantes, todas elas relataram que viajam de maneira independente e também realizam viagens coletivas para destinos e eventos ligados à cultura afro.

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 sobre o espaço destinado a mulheres negras no turismo.

O perfil socioeconômico das integrantes da Bitonga Travel que responderam à essa pesquisa foi de 83% de mulheres entre 25 e 44 anos e 62,9% que residiam na região sudeste do país, região essa onde nasceu o coletivo, a segunda maior parte das participantes (14,3%) residiam em outros países, e outras na região centro-oeste (5,7%) e norte (2,9%).

Todas as mulheres que aceitaram participar da pesquisa tinham como nível de escolaridade mínimo a graduação, sendo 57,2% também pós-graduadas. No que diz respeito a fatores econômicos, 48,6% declararam possuir uma renda mensal de 03 a 06 salários mínimos. A maior parte das entrevistadas se declarou solteira (80%) e sem filhos

(88,6%). 45,7% fazem parte da Bitonga há 03 ou 04 anos, ou seja, desde sua criação, 34,3% integram 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 sobre suas motivações para fazerem parte do coletivo, para 88,6% a principal motivação foi trocar experiências, 71,4% declararam ter como motivação também fazer parte de uma comunidade e 60% das respondentes declarou fazer parte do coletivo para buscar mais informações sobre o turismo (figura1).

**Figura 1 -** Motivação para fazer parte do coletivo



**Fonte:** Dados da pesquisa.

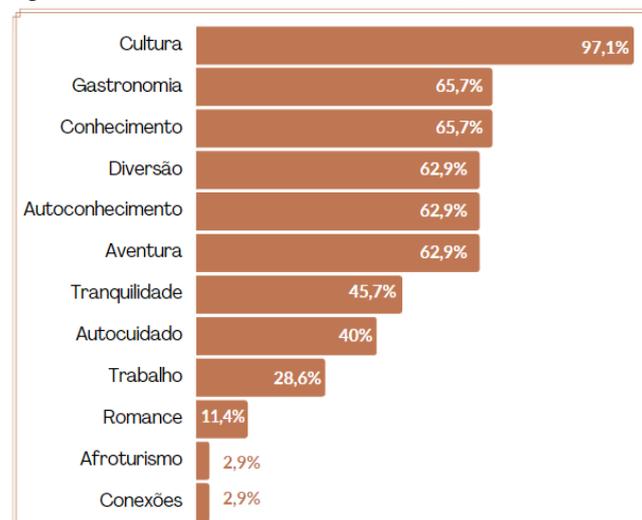
A entrevistada 2 definiu o coletivo como um “agente de troca motivadora”, uma vez que propicia não somente a troca de informações e experiências, como também motiva as integrantes ao reunir histórias que mostram que é possível para mulheres negras realizarem o sonho de viajar.

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 ver 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), para as mulheres e especialmente para 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.

**Figura 2 -** Principais interesses ao definir uma viagem

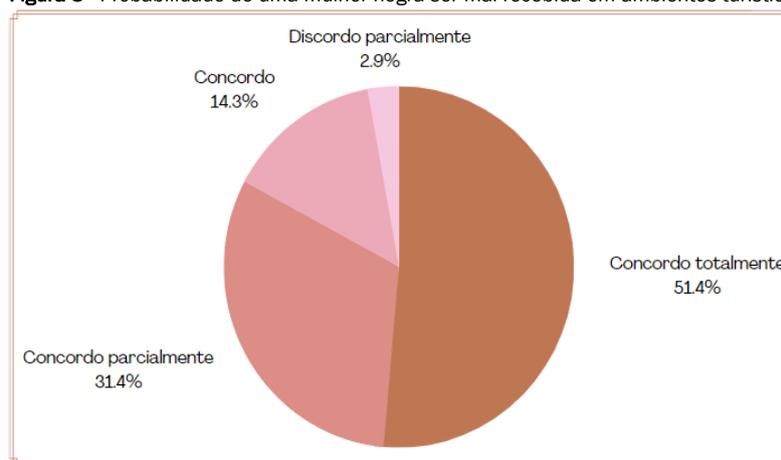


**Fonte:** Dados da pesquisa.

De acordo com as integrantes do coletivo Bitonga Travel os principais interesses ao escolherem um destino foram cultura (97.1%), gastronomia (65,7%), conhecimento (65,7%), aventura (62,9%), diversão (62,9%) e autoconhecimento (62,9%) (figura 2). 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 conhecerem mais profundamente e internamente. Alinhado ao desejo de conhecer a si mesma, 54,3% das entrevistadas declararam que preferem viajar sozinhas, enquanto 20% preferem viajar com amigos e 11,4% a dois.

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, que sentem que há diferença de tratamento. No que diz respeito especificamente aos 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, conforme figura 3.

**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.

Dentre as entrevistadas 71,4% declararam que se sentem inseguras durante as viagens por serem mulheres negras, 51,4% já foram vítimas de racismo e 77,1% já presenciaram situações de racismo enquanto vivenciavam alguma experiência turística. A exemplo dessas situações as entrevistadas compartilharam os seguintes relatos descritos no quadro 2.

**Quadro 2** - Depoimentos das entrevistadas acerca de situações de racismo vivenciadas

Entrevistada 1	É muito comum os grupos de chineses, japoneses, quando eles vêem 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	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 realmente quando eu tô viajando eu fico assim: 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 serem frequentemente confundidas como garotas de programa ou por se sentirem hipersexualizadas. Segundo Fernandes (2016, p. 696), “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 que além de lidar com o racismo, as mulheres negras lidam também com o machismo e com a combinação dessas duas formas de opressão.

80% das participantes disseram já terem presenciado uma situação de machismo e 85,7% disseram já terem sido vítimas de machismo durante uma viagem. 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”.

As participantes também identificaram diversas situações nas quais se sentiram desconfortáveis ou discriminadas e as situações que receberam destaque foram: olhares desconfortáveis (68,6%), receberem atendimentos diferenciados (62,9%), comentários misóginos (45,7%) e serem confundidas com funcionárias (45,7%) (figura 4).

**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 & Júnior (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.

Situações onde o racismo, o sexismo e a discriminação se fazem presentes nos relatos das entrevistadas e colaboram para a criação de um ambiente hostil para a mulher negra, acerca disso, 77% das entrevistadas revelaram sentir insegurança durante viagens pelo simples fato de serem mulheres e 71,4% afirmam que sentiram insegurança por serem negras. 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, de baixo da cama também. (Entrevistada 2)

A entrevistada revelou ainda 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)

Além das constantes sensações de insegurança, as participantes destacaram outros motivos que as afastam da atividade turística, tais como: 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.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste estudo buscou-se entender os desafios e as vivências das mulheres negras no papel de turistas, a partir disso foi realizada uma pesquisa de caráter qualitativo com as integrantes do coletivo Bitonga Travel. Ademais, o estudo pretendeu também analisar o perfil das integrantes da Bitonga enquanto viajantes.

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 do Brasil. 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 uma das limitações da pesquisa.

Apesar disso foi possível notar que o racismo, o machismo e o sexismo são problemas extremamente presentes nos relatos das viajantes, corroborando com as discussões trazidas no referencial teórico acerca de como essas formas de discriminações ainda estão presentes na sociedade.

A história do Brasil é atrelada ao racismo e isso dificultou para que as pessoas negras tivessem acesso aos mesmos benefícios das pessoas brancas no exercício da cidadania, inclusive em relação ao acesso ao mercado de trabalho. Em relação às mulheres negras, as discussões de gênero indicam a subordinação universal da mulher e o conceito de gênero ao se interseccionar com outros conceitos como raça e classe percebe outras avenidas identitárias e identificar os racismos, marginalizações, discriminações e estigmatizações sobre as mulheres negras.

Estudos recentes sobre mulheres negras viajantes apontam como a divulgação turística do país corroboram para o racismo e para a objetificação da mulher negra e mostram os receios dessas mulheres de sofrerem violências físicas, assédios, explorações sexuais e feminicídio. No que se refere às mulheres negras que trabalham na atividade turística, o receio é sobre a discriminação e desvalorização.

Esta pesquisa demonstrou que as mulheres negras do coletivo Bitonga Travel alegaram terem sofrido discriminações, foram vítimas ou presenciaram situações de racismo e machismo, tiveram seus corpos hipersexualizados, sobretudo ao serem confundidas como garotas de programas. Dessa forma, a inserção dessas mulheres no coletivo Bitonga Travel serve para troca de experiências, pois podem compartilhar situações semelhantes enquanto turistas. Portanto, o coletivo atua como uma rede de apoio e um ambiente seguro onde as integrantes podem se espelhar umas nas outras, compartilhando e divulgando suas experiências de viagens.

Podemos concluir que as mulheres negras sofrem a dualidade do racismo e do machismo enquanto turistas. 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 sobre o perfil das mulheres negras viajantes, sobre suas motivações para as viagens, sobre a hipersexualização e toque sem consentimento, sobre as redes de apoio e sobre a interação entre pessoas negras viajantes ao redor do mundo.

Também são de relevância para a discussão do tema estudos que reflitam sobre outras avenidas identitárias, ou seja, sobre a interseccionalidade de raça, classe e gênero enquanto múltiplas identidades, para entender as diversas formas de marginalizações, discriminações, racismos, machismos e sexismos, ou seja, é preciso estudos que contemplem e interseccionem as experiências turísticas entre mulheres negras cisgêneros, transgêneros, homossexuais, heterossexuais, solteiras, casadas, com filhos, sem filhos, em viagens nacionais, em viagens internacionais e de diversas classes socioeconômicas. Por fim, é de extrema importância pensar em uma atividade turística mais inclusiva e que promova estratégias para o combate ao racismo, ao machismo e ao sexismo.

## REFERÊNCIAS

- Akotirene, C. (2019) *Interseccionalidade*. São Paulo: Pólen.
- Benjamin, S., & Dillette, A. (2021). The Black Travel Movement: a catalyst for social change. *Journal of Travel Research*, 61(3), p. 463-476. <https://doi.org/10.1177/0047287521993549>
- Binfaré, P. W., Castro, C. T., Silva, M. V., Galvão, P. L., & Costa, S. P. (2016). Planejamento turístico: aspectos teóricos e conceituais e suas relações com o conceito de turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 4, p. 24-40. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2016v4n0ID6042>
- Butler, J. (2003). *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. <https://doi.org/10.54580/r0301.15>
- Carneiro, S. (2009). *A miscigenação racial no Brasil*. Portal Geledés.
- Creswell, J. (2010). *Projeto de Pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed. <https://doi.org/10.26512/les.v13i1.11610>
- Cunha, L. (2003). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Verbo.
- Davis, A. (2016). *Mulheres, raça e classe*. São Paulo, Boitempo.
- Dayrell, M. (2022). *Mulheres negras são apenas 3% entre líderes nas empresas, diz estudo*. Terra.
- Diangelo, R. (2018). *Não basta não ser racista: sejamos antirracistas*. São Paulo: Faro Editorial.
- Fernandes, D. A. (2016). O gênero negro: apontamentos sobre gênero, feminismo e negritude. *Revista Estudos Feministas*, 24(3). p. 691-713. <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2016v24n3p691>
- Ferreira, L. C. (2014). *Tipos de análise qualitativa (#1): A análise temática*.
- 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*, 3(2), p. 1-21. <https://doi.org/10.21575/25254774rmsh2018vol3n2665>
- Gimenes, D. (2020). *Mercado de trabalho: negros são minoria em cargos de médio e alto escalão*. VEJA.
- Hintze, H., & Júnior, A. (2012). Estudos críticos em turismo: a comunicação turística e o mito da democracia racial no Brasil. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1(17/18) p. 52-72. <https://doi.org/https://doi.org/10.34624/rtd.v1i17/18.12767>
- Hirata, H. (2018). Gênero, patriarcado, trabalho e classe. *Revista Trabalho Necessário*, 16(29), p. 14-27. <https://doi.org/10.22409/tn.16i29.p4552>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. *Tabela 6786: População residente, por sexo*.
- Krenak, A., & Campos, Y. (2021). *Lugares de Origem*. São Paulo: Jandaíra.
- Lauretis, T. (1994). *A Tecnologia do Gênero - Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Matos, M. I. S. (2013). História das mulheres e das relações de gênero: campo historiográfico, trajetórias e perspectivas. *Mandrágora*, 19(19). p. 5-15. <http://dx.doi.org/10.15603/2176-0985/mandragora.v19n19p5-15>
- Moesch, M. M. (2002). *Para além das disciplinas: o desafio do próximo século*. Turismo: investigação e crítica. São Paulo: Contexto, 1, p. 25-44.
- Moraes, E. L. (2005). *Construindo Identidades Sociais - Relação de Gênero e raça na política pública de qualificação social e profissional*. Brasília: MTE, SPPE, DEQ.
- Nascimento, A. (2016). *O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado*. São Paulo: Perspectiva. <https://doi.org/10.26694/rcp.issn.2317-3254.v8e1.2019.p93-96>
- Netto, A. P. (2017). *O que é turismo*. São Paulo: Editora Brasiliense.
- 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), p. 219-234. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i1p219>
- Oliveira, N. A., Silva, P. T., & Almeida, H. 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 do Turismo (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.

- Piscitelli, A. (2002). Recriando a categoria mulher?. In: Algranti, L. M. (org.). *A prática feminista e o conceito de gênero*. Textos Didáticos: Campinas, IFCH, n. 48, p. 07-42.
- Rosa, L. S. & Mackedanz, L. F. (2021). A análise temática como metodologia na pesquisa qualitativa em educação em ciências. *Atos de Pesquisa em Educação*, 16e8574, p. 01-23. <http://dx.doi.org/10.7867/1809-0354202116e8574>
- Ribeiro, D. (2019). *Pequeno manual antirracista*. São Paulo, Cia das Letras.
- Santos, J., & Sá, N. S. C. (2021). A mulher negra viajante: experiências e estratégias de combate à sua (in)visibilidade no turismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 9(2), p. 252-269. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2021v9n2id23584>
- 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 Iguaçu*, p. 23-28. <https://doi.org/10.5380/tes.v6i2.29459>
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Revista Educação e Realidade*. 20(2), p. 71-99.
- Silvio Luiz De Almeida. (2019). *Racismo estrutural*. Sueli Carneiro.
- Souza, J. (2021). *Como o racismo criou o Brasil*. Rio de Janeiro: Estação Brasil.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2008). *Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamentada*. Porto Alegre: Artmed.
- Vasconcelos, D. A. L. (2005). Conceitos e Modelos em Turismo: uma evolução do reducionismo aos sistemas turísticos. *Turismo Visão e Ação*, 7(1), p. 155-171.
- Vieira, R. (2019). *Turismo responde por 8,1% do PIB Brasil; veja dados globais*. Portal PANROTAS.

---

### **Informação dos Autores**

#### **Isabela Andrade de Lima Morais**

Doutora em Antropologia. Professora Associada do curso de Turismo do Departamento de Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco (DHT/UFPE).

Contribuições: revisão da literatura, análise de dados e discussão.

E-mail: [isabela.morais@ufpe.br](mailto:isabela.morais@ufpe.br)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8836-1625>

#### **Evenly Maria dos Santos**

Turismóloga. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

Contribuições: concepção da pesquisa, revisão da literatura, coleta de dados, análise de Dados e discussão.

E-mail: [evenly.santos@ufpe.br](mailto:evenly.santos@ufpe.br)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4686-8038>

#### **Isabela Beatriz dos Santos**

Turismóloga. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

Contribuições: concepção da pesquisa, revisão da literatura, coleta de dados, análise de dados e discussão.

E-mail: [isabela.beatriz@ufpe.br](mailto:isabela.beatriz@ufpe.br)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9698-2288>