

**Artigos - Turismo e Sociedade****Subalternização de mulheres brasileiras em contextos de turismo: uma análise pós-colonial com base em Spivak****Subalternization of Brazilian women in contexts of tourism: a postcolonial analysis based on Spivak****Subinternalización de mujeres brasileñas en contextos turísticos: un análisis poscolonial basado em Spivak****Yasmin D'Almeida Chedid<sup>1</sup>, Marcus Wilcox Hemais<sup>1</sup>**<sup>1</sup>Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.**Palavras-chave:**Spivak;  
Subalternização feminina;  
Turismo.**Resumo**

O imaginário feminino de beleza e sexualidade ainda se faz presente dentro do setor de turismo. Todavia, ao colocar a mulher brasileira como centro deste imaginário, verifica-se que há um processo de silenciamento desse sujeito, impossibilitando-o de se autorrepresentar. Tal silenciamento é visto por autoras pós-coloniais, particularmente Gayatri Spivak, como uma dupla subalternização desse sujeito: pelo patriarcado e pelo colonialismo. O presente estudo buscou, então, analisar, por meio da teoria pós-colonial de Spivak, como mulheres brasileiras, em um contexto de turismo no Norte Global, são subalternizadas por estrangeiros. Para isso, foram realizadas 14 entrevistas em profundidade com mulheres brasileiras, que viajaram a turismo para tais países. A análise mostra três reações diferentes de estrangeiros frente às entrevistadas após descobrirem as suas nacionalidades, além de discutir como a subalternidade de tais mulheres ocorre por meio de representações irrealistas da figura feminina brasileira; das violências psicológica e física sofridas por elas enquanto no exterior; e da figura masculina brasileira como seu salvador contra os estrangeiros. Não há espaço, portanto, para as entrevistadas serem mulheres no sentido Eurocêntrico do que vem a ser uma mulher, pois sua nacionalidade as coloca em uma posição de inferioridade e objetificação.

**Keywords:**Spivak;  
Feminine subalternization;  
Tourism.**Abstract**

The imaginary of female beauty and sexuality is still present within the tourism sector. However, when placing Brazilian women at the center of this imagery, it appears that there is a silencing process of this subject, making it impossible for them to represent themselves. Such silencing is seen by post-colonial authors, particularly Gayatri Spivak, as a double subordination of that subject: by patriarchy and colonialism. The present study, therefore, sought to analyze, through Spivak's post-colonial theory, how Brazilian women, in a context of tourism in the Global North, are subordinated by foreigners. For this, 14 in-depth interviews were conducted with Brazilian women, who traveled to such countries. The analysis shows three distinct ways in which foreigners responded to the interviewees after discovering their nationalities, in addition to discussing how subordination to such women occurs through unreal representations of the Brazilian female figure; the psychological and physical violence suffered by them while abroad; and the Brazilian male figure as savior against foreigners. We conclude that there is no space for the interviewees to be women in the Eurocentric sense of what a woman is, as their nationality places them in a position of inferiority and objectification.

**Palabras clave:**Spivak;  
Subalternización femenina;  
Turismo.**Resumen**

El imaginario femenino de la belleza y la sexualidad sigue presente en la industria turística. Sin embargo, al colocar a la mujer brasileña en el centro de este imaginario, parece que hay un proceso de silenciamiento de este sujeto que le imposibilita representarse a sí mismo. Este silenciamiento es visto por autoras poscoloniales, particularmente Gayatri Spivak, como una doble subordinación de este sujeto: por el patriarcado y el colonialismo. Luego, el presente estudio buscó analizar, a través de la teoría poscolonial de Spivak, cómo las mujeres brasileñas, en un contexto de turismo en el

Revisado por pares.  
Recebido em: 19/01/2021.  
Aprovado em: 13/05/2021.  
Editor: Leandro B. Brusadin.



Norte Global, están subordinadas a los extranjeros. Para ello, se realizaron 14 entrevistas en profundidad a mujeres brasileñas, que viajaron al turismo a dichos países. El análisis muestra tres reacciones diferentes a cómo los extranjeros respondieron a las entrevistadas luego de descubrir sus nacionales, además de discutir cómo se da la subordinación a tales mujeres a través de representaciones irreales de la figura femenina brasileña; la violencia psicológica y física que sufrieron en el exterior; y la figura masculina brasileña como su salvadora contra los extranjeros. Por tanto, no hay espacio para que las entrevistadas sean mujeres en el sentido eurocéntrico de lo que es una mujer, pues su nacionalidad las coloca en una posición de inferioridad y objetivación.

**Como citar:** Chedid, Y. A.; Hemais, M. W. (2022). Subalternização de mulheres brasileiras em contextos de turismo: uma análise pós-colonial com base em Spivak. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 16, e-2357. <http://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2357>

## 1 INTRODUÇÃO

Durante os primeiros anos do século XXI, o Brasil adotou medidas políticas que favoreceram o seu crescimento econômico e ajudaram a melhorar a qualidade de vida de sua população. Dentre essas medidas estavam o controle da inflação, o estímulo à concessão de créditos, a valorização real do salário mínimo e a implementação de programas assistenciais destinados aos mais economicamente vulneráveis. A partir de tais ações, foi possível aumentar a criação de empregos e a renda média familiar, levando milhões de brasileiros a elevarem o seu poder de compra (Zerbielli, 2016). Entre os setores que mais se beneficiaram com a melhora econômica e social brasileira, o de turismo foi um que soube aproveitar este novo momento da história do Brasil (Mendonça, 2011).

Com o crescimento de um mercado consumidor com maior poder de compra e um barateamento do preço de passagens aéreas, foi possível perceber um aumento no número de embarques nacionais e internacionais, indicando que os brasileiros estavam viajando cada vez mais. Entre os anos 2000 e 2014, por exemplo, o número de passageiros brasileiros transportados por via aérea cresceu de 32,92 milhões para 102,32 milhões, um aumento de 210,8% (Confederação Nacional dos Transportes, 2015). Ao mesmo tempo, o número de estrangeiros visitando o Brasil também cresceu, passando de 4,1 milhões em 2003 a 6,5 milhões em 2016 (Regis, 2020).

Mediante esse cenário, há um incremento também na divulgação dos atrativos turísticos nacionais no exterior pelo governo e as agências de turismo, o que acaba por contribuir no ganho de competitividade do turismo brasileiro (Colantuono, 2016). Diante dessa conjuntura, o governo estabelece, junto ao Instituto Brasileiro do Turismo (atual EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo), órgão responsável pela promoção do turismo no Brasil, o Plano Aquarela, que visava desconstruir e reposicionar a imagem do país internacionalmente (Gomes, 2009).

O Brasil, como destino turístico, foi, por tempos, frequentemente relacionado às imagens de paraíso, Carnaval, mulheres bonitas com corpos sensuais e sexo fácil (Bignami, 2005). Esse apelo sexual, construído a partir de uma imagem estereotipada da mulher brasileira, foi utilizado de forma constante no discurso dos materiais publicitários elaborado pelo Instituto Brasileiro do Turismo, especialmente nas décadas de 1970 e 1980, de forma a anunciar os principais atrativos turísticos do país (Kajihara, 2010). Mas, a partir dos anos 1990, diversas ações foram propostas em busca da reversão desse quadro, entre elas, campanhas para banir a exploração sexual no país (Lopes & Malerba, 2015). O Plano Aquarela foi, então, implementado em 2003 com o propósito de afastar a percepção estrangeira de que o país abrigava mulheres sensuais, buscando aproximar o Brasil a uma visão de turismo cultural, ecoturismo e de gastronomia (Gomes, 2009).

Apesar desses esforços do governo brasileiro, agências de turismo, especialmente as estrangeiras, continuaram a utilizar a imagem da brasileira como fonte de atração (Lopes & Malerba, 2015). As implicações dessa imagem comercializada no exterior foram percebidas à medida que cada vez mais brasileiros viajavam a destinos no Norte Global. Diversos são os exemplos, portanto, nos quais mulheres brasileiras (em especial, mas não somente) vivenciaram situações discriminatórias em tais países, diversas vezes por causa de uma associação feita a elas com sensualidade e sexo (Bispo & Lovisolo, 2011; Cunha, 2006).

A literatura de marketing dedicada a estudar turismo e as experiências de consumo daqueles que viajam a destinos turísticos pouco aborda essas questões geopolíticas associadas à subalternização de mulheres do Sul Global, em geral, e das brasileiras, em particular, enquanto turistas em países do Norte Global (Kotler et al., 2016; Mulet-Forteza et al., 2018). Comumente, tais estudos – inclusive no Brasil – se concentram em analisar as práticas de marketing (especialmente as de comunicação de marketing) associadas a pacotes turísticos (Santos et al., 2017; Souza & Brito, 2014) e os resultados de tais ações sobre a imagem que consumidores formam de determinada região ou país (Schuster & Dias, 2019). Dessa forma, não trazem luz à forma como a visão hegemônica ocidental

sobre a mulher do Sul Global acaba por não considerar a sua voz, oprimindo e subalternizando-as especialmente pelo seu gênero (Spivak, 2010).

Os conceitos de Norte e Sul Global, utilizados no estudo, não apontam exclusivamente ao plano geográfico, mas buscam aludir aos pensamentos de Boaventura de Sousa Santos, que concebe o Sul Global como “metáfora do sofrimento humano sistêmico e injusto provocado pelo capitalismo global e pelo colonialismo” (Santos, 2007, p. 85). O autor o caracteriza como o retorno dos humilhados e degradados. O Norte Global se enquadraria como o território epistemológico e político, não geográfico, que monopoliza formas de conhecimento e que sustenta o “capitalismo, o colonialismo, o patriarcado e todas as suas opressões satélites” (Santos, 2014, p. 27).

A questão da subalternidade vem sendo debatida no meio acadêmico por teóricos pós-colonialistas, com destaque para a indiana Gayatri Spivak. Spivak (2010) buscou analisar o sujeito subalterno, chamando a atenção especialmente para o sujeito feminino, criticando o modo como o indivíduo periférico é representado nos discursos ocidentais, tidos como universais. Spivak (2010) propõe que o subalterno é aquele que não tem voz - ou que tem, mas não é ouvido -, fazendo-se necessário abrir um espaço de fala a ele. A mulher é, então, silenciada duplamente: pela dominação masculina, em que o gênero feminino é dominado pelo masculino, e pela violência colonial/imperial.

Diante do exposto, o presente estudo possui como objetivo analisar, por meio da teoria pós-colonial de Spivak (2010), como mulheres brasileiras, em um contexto de turismo no Norte Global, são subalternizadas por estrangeiros. Para isso, foram realizadas 14 entrevistas em profundidade com mulheres brasileiras, que viajaram a turismo para tais países, entre eles Estados Unidos, Canadá e outros na Europa.

Após os comentários introdutórios, o restante do artigo é dividido em mais quatro itens. No segundo, é apresentado o referencial teórico, baseado nos estudos de Spivak sobre a subalternidade feminina. No terceiro, discute-se a metodologia adotada no estudo. No quarto, é feita a análise dos dados. Por fim, no quinto, são tecidos os comentários finais.

## 2 SUBALTERNIDADE SEGUNDO GAYATRI SPIVAK

A partir dos anos 1950, a questão da marginalidade de determinados povos e suas identidades foi discutida por diferentes autores, que buscaram trazer à tona as alteridades outrora silenciadas (Bhabha, 1998; Said, 1978). Esses sujeitos silenciados não se limitam a somente àqueles advindos de colônias ou ex-colônias, mas, sim, a populações marginalizadas como um todo, especialmente as mulheres do Sul Global, que se encontram em uma situação de insuficiência representativa, sem conseguir se expor (Rosa et al., 2012). Movimentos pós-coloniais, portanto, buscaram reafirmar o papel do periférico na história e mesmo na própria história da periferia, reinserindo nessa abordagem o debate sobre conceitos de identidade nacional, representação, etnicidade, diferença e subalternidade (Prysthon, 2003).

No seio desses estudos pós-coloniais, encontram-se os chamados *Subaltern Studies*, cuja produção intelectual volta-se ao olhar do marginalizado, do subalterno (Neves & Almeida, 2015). O grupo de estudos subalternos compreende estudiosos que, seguindo a compreensão do teórico italiano Antônio Gramsci sobre as classes subalternas como uma categoria desprovida de poder, sistematizam uma profunda discussão sobre os sujeitos subalternos no contexto do sul asiático (Almeida, 2010). Uma autora desse grupo que buscou repensar a história e desafiar os discursos hegemônicos foi Gayatri Spivak. Spivak nasceu em Calcutá, na Índia, em 1942, onde começou sua jornada acadêmica com seus estudos de graduação em inglês, na Universidade de Calcutá. A teórica transita por diferentes áreas de conhecimento, apesar de ter se tornado conhecida especialmente por sua tradução de Derrida e de seus trabalhos de desconstrução. Um de seus artigos mais destacados foi “Pode o subalterno falar?”, publicado em 1985, no qual dissertou sobre o subalterno por meio de uma crítica de base marxista, pós-estruturalista e desconstrucionista aos intelectuais ocidentais, refletindo sobre a prática discursiva do intelectual pós-colonial (Almeida, 2010).

No artigo, Spivak (2010) desenvolveu um dos pontos mais incisivos dos estudos pós-coloniais contemporâneos, ao discorrer sobre a necessidade de se refletir se o subalterno como tal pode, de fato, falar. Para a autora, o subalterno refere-se: “às camadas mais baixas da sociedade constituídas pelos modos específicos de exclusão dos mercados da representação política e legal, e da possibilidade de se tornarem membros plenos no estrato social dominante” (Spivak, 2010, p. 14). Diversas vezes, a teórica lança o questionamento que nomeia o seu trabalho, ao refletir sobre o movimento de críticos ocidentais que falam pelo subalterno e com o subalterno, sem constituir de fato um

espaço de fala para eles, um espaço em que se criam aberturas para a escuta da voz desses sujeitos. A produção intelectual ocidental apoia, segundo Spivak (2010), de diferentes formas, os interesses econômicos internacionais do Ocidente, representando discursivamente o sujeito subalternizado do Sul Global, a partir de uma visão geopolítica específica do Norte Global. Spivak (2010) coloca que algumas das críticas mais radicais concebidas pelo Ocidente atualmente são o resultado de um desejo de manutenção do sujeito do Ocidente, ou do Ocidente como Sujeito. Ao inserir o Sul Global em categorias determinadas pela lógica ocidental e explicá-lo desta forma, acaba-se por reafirmar sua difícil condição de subalterno no sistema internacional.

Para Spivak (2010), a condição da subalternidade é a condição do silêncio, em que o subalterno necessita impreterivelmente de um representante devido à sua própria condição de silenciado. Essa representação é construída pela teórica a partir da dualidade entre o “falar por”, como ocorre na política, e a “re-representação”, como aparece na arte ou na filosofia, sendo atos de fala que pressupõem um falante e um ouvinte, um diálogo em que o sujeito subalterno nunca encontra uma posição discursiva própria (Spivak, 2010). Essa impossibilidade de autorrepresentação está inserida nas relações de força e poder da lógica colonial e em seus mecanismos binários e dicotômicos de dominação: o Ocidente e o Oriente, o Norte e o Sul. Nesse binarismo, o Oriente/o Sul é apresentado como atrasado e dependente, em contraste com o Ocidente/o Norte tido como avançado. Said (1978) examina, com uma abordagem crítica, como o Ocidente re-criou o Oriente, ou seja, converteu o Oriente em uma invenção com base na experiência ocidental (europeia), distorcendo o que vem a ser a cultura do Outro, o colonizado (Jardim & Cavas, 2017).

A hierarquia ocidental dominante, ao utilizar desse poder de representação sob o sujeito subalterno do Sul Global, segue uma lógica essencializante e totalizante, constituindo esse sujeito como homogêneo e monolítico. A crítica a esse essencialismo percorre o trabalho de Spivak (2010), de modo próximo ao que é desenvolvido por Said (1978), tendo em vista que a manutenção dessa prática se configura como uma violência epistêmica que se faz presente ao largo da história e que silencia o subalterno, especialmente o feminino.

### 2.1 O sujeito feminino subalterno segundo Spivak

Ao construir seu projeto teórico-político, Spivak (2010) busca relacioná-lo à sua necessidade biográfica de desconstruir o duplo lugar de fala subalterna que lhe foi imposto, como mulher, desde sua infância, numa nação colonizada. Quando o aspecto de gênero é incluído na análise desse silenciamento, Spivak expõe como a obliteração do discurso do subalterno é ainda mais profunda ao se remeter à mulher subalterna, que se encontra em uma posição duplamente periférica. Nas palavras da autora: “se no contexto da produção colonial, o sujeito subalterno não tem história e não pode falar, o sujeito subalterno feminino está ainda mais profundamente na obscuridade” (Spivak, 2010, p. 85).

Esta obscuridade é explicada pela posição imposta às mulheres na divisão internacional do trabalho sob um regime imperialista e também na sociedade patriarcal (Lugones, 2010). Dentro dessas estruturas, a mulher subalterna sofre, quando não física, uma intensa violência epistêmica pelos sujeitos hegemônicos masculinos e pertencentes ao Norte Global. A opressão colonial acontece de modo consideravelmente diferente para mulheres e homens (Jardim & Cavas, 2017). Nas colônias, corpos femininos encontravam-se em um lugar de poder discursivo distinto: mulheres eram percebidas como sujeitos sexuais, além de reprodutivos (Lugones, 2010).

Com o interesse em demonstrar a opressão sobre as mulheres, Spivak descreve no final de sua obra o ritual *Sati* de sacrifício das viúvas hindus, em que estas sobem à pira funerária do marido morto e imolam-se sobre ela, demonstrando o quão subordinadas as mulheres se encontravam dentro desta sociedade. O ritual não era praticado de forma universal e não era destinado a uma casta ou classe específica, mas era uma prática comum no território indiano. Como um caso de “homens brancos salvando mulheres de pele escura de homens de pele escura” (Spivak, 2010, p. 118), os colonizadores britânicos aboliram esse ritual durante o século XIX, argumentando que tal proibição era em prol à vida das mulheres e que não dever-se-ia dispor da vida por uma tradição local. Desta forma, “a voz-consciência das mulheres indianas foi emudecida” (Spivak, 2010, p. 122). A imagem do imperialismo britânico como instituidor da boa sociedade é caracterizada pela adoção da mulher indiana como objeto de proteção de seu próprio povo (Spivak, 2010). Em oposição à visão ocidental estaria o argumento indiano nativo de que “as mulheres realmente queriam morrer” (Spivak, 2010, p. 122), mas, mesmo desta forma, não é possível encontrar propriamente a voz das viúvas e suas perspectivas.

Dessa forma, percebe-se que, além de serem silenciadas pelo imperialismo europeu, as mulheres não possuem o direito de voz nem mesmo quando são confrontadas com suas tradições. A fala desse sujeito permanece constantemente intermediada pela voz de outrem, situada em posição de estabelecer algo em nome de um(a)

outro(a). Mesmo após o fim do período colonial, Spivak (2010) sustenta que a mulher indiana permaneceu em um lugar de silêncio dada a força das representações de gênero pós-independência, que a mantinham dependente (Spivak, 2010).

Quando, no contexto de subalternidade, a mulher possui finalmente a possibilidade de autonomia, ela ocorre de maneira fatídica, como expõe Spivak (2010), ao relatar a história da jovem indiana de 16 anos Bhuvaneswari Bhaduri. Esta jovem foi designada, por homens influentes, a assassinar um inimigo político. Porém, ao refletir que não seria capaz de realizar tal tarefa e, ao mesmo tempo, de que não poderia recusá-la, optou pelo suicídio. Neste momento, a vontade da mulher prevaleceu por meio de um ato radical de autonomia. A autodeterminação de Bhuvaneswari pode ser interpretada como um paradoxo, pois foi ao escolher não matar e ao suicidar-se que sua voz teve lugar frente à sociedade colonial e patriarcal (Spivak, 2010).

Spivak (2010) propôs que a jovem reescreveu e subverteu os princípios indianos ao esperar o período de menstruação para suicidar-se, o que era proibido, mas que não permitiria que a sociedade, ao tentar justificar sua morte, determinasse como justificativa uma possível gravidez advinda de uma paixão ilícita. Ainda assim, Spivak (2010) coloca como a memória da jovem é apagada pela própria família, sendo lido como um caso de amor frustrado sem uma busca pelas razões verdadeiras, que somente foram atribuídas, uma década depois do ocorrido, à política e à incapacidade da jovem de realizar o ato de assinar, optando por se matar.

Ao apresentar o caso das viúvas do *Sati* e da jovem guerrilheira, Spivak (2010) buscou uma reflexão sobre a constituição e emudecimento do sujeito feminino, especialmente do sujeito feminino do Sul Global, que ocorre entre o espaço patriarcal e o imperial. Apesar de promover dentro de suas obras essa problematização da questão de gênero, a própria autora, diversas vezes, questiona a si mesma do perigo que envolve os estudiosos que defendem os subalternizados, pois os mesmos, ao tentar dar voz ao sujeito feminino marginalizado, podem também caracterizá-los de forma equívoca, impedindo que elas falem por si (Neves & Almeida, 2015). Sua premissa é de que se deve buscar abrir caminhos e criar espaços para que esses sujeitos tenham voz, possam se articular e sejam ouvidos, reconhecendo que ser subalterno não é uma identidade, mas sim uma posição que pode ser alterada. Visto isso, Spivak (2010) identifica o papel que tem a mulher que alça a posição de intelectual de possibilitar que sujeitos subalternos falem por si e, além disso, que possam ter alguém com capacidade de escutá-los.

Ademais do silenciamento imposto às mulheres subalternas abordado por Spivak (2010), a representação destas perpassa por uma série de estigmas e estereótipos. Para a autora indiana, essa representação desaparece em um arremesso abrupto, que é a figuração deslocada da “mulher do terceiro mundo” (Spivak, 2010) presa entre a tradição e a modernização. A “mulher do terceiro mundo”, bem como o sujeito colonial em sua totalidade, foi construída, pelo conhecimento hegemônico, como o “Outro” inferiorizado, diferente do “Eu” ocidental superior. A criação de estereótipos acaba por ser um mecanismo eficiente para a manutenção da dominação, uma vez que o colonizador compõe o “Outro” a partir da ideia das diferenças de raça ou classe de indivíduos melhores que outros (Rosa et al., 2012). A produção dessas diferenças, nas intersecções de gênero e raça, constituída entre homens e mulheres, brancos e negros e indígenas, legitimava a opressão, a escravidão e a inferioridade conferida aos Outros, reforçando a misoginia e o racismo (Jardim & Cavas, 2017).

A estereotipação acaba por reduzir a realidade desses sujeitos e, ao representá-lo de forma equívoca ou incompleta, os desumaniza (Bhabha, 1998). O discurso ocidental dominante mantém práticas essencialistas em relação às mulheres, principalmente as negras, indígenas e pobres, conferindo-as uma visão redutora, negando a subjetividade e a pluralidade desses sujeitos (Anzaldúa, 2004). Críticos pós-coloniais e decoloniais indicam que a própria ciência contribui nesse projeto de dominação, isto é, como os discursos criam e recriam realidades desse Outro e, na mesma proporção em que os enunciam de forma deturpada, silenciam-nos (Ribeiro, 2002).

Essa ciência acaba por não reconhecer a diversidade das vivências das mulheres do Sul Global ou, ao fazê-lo, a distorce, pois ela foi estabelecida em uma geopolítica de conhecimento, em que o conhecimento europeu se propôs e se percebeu como universal, objetivo e cientificamente verdadeiro (Mignolo, 2009). Mesmo quando é produzida no mundo colonizado, o comportamento se mantém, pois o conhecimento europeu é reproduzido nesses espaços por meio do que é possível falar de uma colonialidade do saber, fundamentando-se em pressupostos que envolvem processos sistemáticos de exclusão e subordinação. Portanto, falar dos saberes subalternos não se limita apenas a buscar dar voz àquelas(es) que foram privadas(os) de falar e de serem ouvidas(os); é participar também do empenho de promover outra gramática, outra epistemologia e outras noções que não aquelas tidas como as “verdadeiras” e colocadas como únicas e dignas de serem respeitadas e compreendidas. Reforçando essa ideia,

Spivak (2010) apresenta, como resposta ao silenciamento dos sujeitos subalternos, a produção de uma história que represente a narrativa da verdade destes, uma releitura do que é tido como verdade e um debate sobre quais são as formas que o subalterno possui de se subjetivar e de se representar autonomamente.

Quando Spivak (2010) descreve a sociedade patriarcal em seu trabalho, não considera a realidade ocidental e, sim, a realidade específica indiana, que é permeada por especificidades socioculturais. Ao refletir sobre a consciência da mulher subalterna, deve-se considerar, portanto, a interseccionalidade das diferentes categorias que a oprimem e a silenciam, contemplando a heterogeneidade desse sujeito e de seu *locus* de enunciação.

Tais discussões inspiradas no pensamento de Spivak podem ser vistas quando se analisa turismo. Entende-se que turismo é uma atividade complexa, que engloba mais do que somente perspectivas relacionadas a negócios, desempenho industrial, marketing ou gestão de produtos (Pereiro, 2009). É pautado, acima de tudo, por um forte cenário cultural calcado por representações e imaginários de lugares, povos, nações e culturas, havendo, portanto, por um lado, representações associadas a desenvolvimento (em geral, em contextos hegemônicos), enquanto que, por outro lado, visões que se associam a subdesenvolvimento (particularizados a contextos não-hegemônicos, subalternizados) (Aitchison, 2001).

A relevância dessas imagens construídas no setor turístico media as relações entre turistas, destinos e residentes, especialmente por meio do espaço mediático global. Por meio deste é que o estímulo para o deslocamento turístico é produzido (Wainberg, 2003). Contudo, ao analisar tais imagens, é preciso considerar que a construção das mesmas partes de uma visão etnocêntrica é carregada de um valor depreciativo e excludente, característico do discurso do colonialismo eurocêntrico (Bhabha, 1998). Como ponderam Silveira e Baptista (2019, p. 52), “a história das representações orientalistas e marginalizadas está repleta de generalizações e clichês, acessíveis não somente na TV, revistas, livros e filmes como no repertório de imagens de seres exóticos e lugares mágicos explorados pelo turismo”.

Ao se deparar com essas imagens particulares relacionadas a turismo, o sujeito subalterno, o Outro colonizado, não se autorrepresenta, dado que o ato de ser ouvido não ocorre, não considerando suas particularidades e individualidades. Ele acaba, então, por ocupar um lugar em que “os termos bom, verdade, masculinidade, branco formam o centro privilegiado em detrimento dos termos mau, falsidade, feminilidade e preto que formam a periferia, os excluídos” (Neves & Almeida, 2012, p. 125).

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho realizou uma pesquisa qualitativa, utilizando-se de uma perspectiva pós-colonial, baseada na noção de subalternidade desenvolvida por Spivak (2010). Ao seguir tal lente teórica, optou-se pela não adoção das epistemologias de metodologias positivistas, dado que isso somente reforçaria o próprio problema de assimetria sofrido pelo Sul Global que a pesquisa busca ir contra. Conforme Grosfoguel (2008, p. 115) coloca, a estruturação de uma perspectiva epistêmica advinda do lado subalterno “pode contribuir para a criação de uma perspectiva crítica capaz de transcender as dicotomias delineadas e para a redefinição do capitalismo enquanto sistema mundo.”

Essa busca por fugir a uma epistemologia mais tradicionalmente utilizada em pesquisas em marketing não é um passo fácil para pesquisadores educados em tradições positivistas. Portanto, é importante admitir que, antes de adotar essa virada epistemológica pós-colonial, foi necessário buscar entender que essa não era a condição inicial dos pesquisadores e que se aproximar dela demandou grandes esforços de decolonização. Entendemos que esse processo é contínuo e que ainda estamos em seu início, mas acreditamos que, mesmo com tais limitações, podemos engajar com uma epistemologia da qual, em princípio, somos “estranhos”. A maneira como fizemos isso passou por não tentar, enquanto investigadores, falar pelas entrevistadas – um erro comum àqueles que se dizem representar os subalternizados, mas que não lhes dão voz (Spivak, 2010). Buscamos com esse trabalho, portanto, criar um espaço para que as brasileiras participantes da pesquisa pudessem falar e ser escutadas por si só, assim como Spivak defende.

Foram entrevistadas 14 mulheres brasileiras, com idades entre 20 e 50 anos e ensino superior concluído ou cursando, todas com experiências turísticas em países do Norte Global, mais especificamente, Espanha, França, Estados Unidos, Portugal, Holanda, Itália, Canadá, Hungria, Grécia e Croácia. O motivo que levou as entrevistadas a fazerem turismo nos citados países era a sua vontade de conhecer lugares e culturas diferentes, o custo-benefício das viagens e a influência de amigos, família e namorados, sendo que algumas entrevistadas salientaram que

foram visitar alguma pessoa conhecida. Em suas viagens, ficaram em média duas semanas, havendo aquelas que realizavam “mochilões”, chegando a passar entre quatro e cinco dias em cada país. Ainda houve casos de entrevistadas que foram realizar cursos em um país (normalmente, na Europa), mas aproveitaram para fazer turismo em outros países, permanecendo, assim alguns meses em determinado país, mas poucos dias em outros. Em geral, quando viajavam, faziam-no junto de amigas, família ou parceiros. Buscou-se entrevistar mulheres que viajaram a turismo porque, nessa condição, não teriam um vínculo maior com esses países - diferentemente de outras que lá residem e que, por isso, poderiam ter se aculturado, tornando-se mais próximas à cultura local e, logo, menos enraizadas à cultura brasileira (Oliveira, 2016). O acesso às entrevistadas se deu por meio de contatos pessoais dos pesquisadores a algumas mulheres com o perfil desejado que, por sua vez, indicaram outras para participar da pesquisa.

Após estabelecido o contato com as participantes da pesquisa, foram conduzidas entrevistas em profundidade em locais indicados pelas entrevistadas (tais como suas residências e locais de trabalho), sempre respeitando a necessária privacidade que tal forma de coleta de dados exige, a fim de não haver interferências externas no momento em que as entrevistas eram realizadas. Para guiar essas entrevistas, foi elaborado um roteiro, com perguntas abertas baseadas no referencial teórico do presente estudo. Tal instrumento de pesquisa, portanto, continha perguntas que iam desde questionamentos sobre o lugar de destino das entrevistadas e os motivos que as levaram a tal local a até indagações sobre suas interações com os estrangeiros enquanto turistas e como tais indivíduos reagiram ao conhecerem a sua nacionalidade brasileira. Durante as entrevistas, perguntas complementares foram feitas às entrevistadas à medida que mais detalhes se fizeram necessários sobre os seus relatos. Todas as entrevistas foram gravadas, com consentimento das entrevistadas.

Os dados obtidos foram analisados em duas etapas. Inicialmente, foi feita a sua organização, por meio da qual se realizou um processo de codificação dos dados, a fim de classificar as respostas obtidas em temas relacionados não somente ao referencial teórico, mas também a informações importantes que surgiram dos relatos das entrevistadas, mas que não haviam sido previstas anteriormente (Rubin & Rubin, 2005). Por meio dessa organização, foi possível chegar a um total de 60 códigos e, assim, começar a estipular algumas categorias de análise, validadas na segunda etapa da análise dos dados.

Na segunda etapa, os relatos que compuseram os diferentes códigos criados na primeira etapa de análise dos dados (codificação) foram comparados entre si, a fim de se encontrar semelhanças e diferenças naquilo informado pelos entrevistados (Gummesson, 2005). Seguindo tal procedimento, a categoria “Respostas dos estrangeiros à ‘brasilidade’ das entrevistadas” foi formada por 19 códigos; enquanto que as categorias “Mulher brasileira é uma ‘representação’, não uma figura real”, “Violência psicológica e física contra a mulher brasileira” e “Homem brasileiro salva, mas também silencia a mulher brasileira” foram formadas, respectivamente, por 14, 16 e 11 códigos.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS

O item a seguir apresenta a análise dos dados da pesquisa e está dividido em dois principais itens. O primeiro discute os tipos de respostas que os estrangeiros deram às mulheres entrevistadas quando descobriram que elas eram brasileiras. O segundo analisa três principais formas de subalternização que as entrevistadas sofreram enquanto turistas no Norte Global.

### 4.1 Respostas dos estrangeiros à “brasilidade” das entrevistadas

Todas as entrevistadas, em algum momento de suas viagens, encontraram-se em situações nas quais interagiram com estrangeiros do país para onde foram a turismo e os contaram que eram brasileiras. Isso normalmente ocorria em momentos casuais, em apresentações interpessoais, para puxar conversa ou por curiosidade da outra pessoa. Quando respondiam que eram do Brasil, depararam-se com diferentes respostas à informação. A seguir, são explicitadas as três respostas dadas pelos estrangeiros às brasileiras:

#### *Resposta 1 - Simpatia*

O fato de as entrevistadas declararem ser brasileiras foi percebido de maneira “simpática” (segundo algumas entrevistadas) por diferentes pessoas com quem tiveram contato. Durante a interação com esse grupo, as brasileiras entenderam que havia uma visão “amistosa” dos estrangeiros à sua nacionalidade, que descreviam o povo do Brasil como “alegre”, “acolhedor”, associando o país a Carnaval, futebol (até com referências aos jogadores Pelé e Neymar Jr.), dança e samba: “Tem as pessoas que acham que somos pessoas simpáticas e carismáticas, e tem um lado que acham que estamos o tempo todo no Carnaval (E10).” A entrevistada 4, inclusive, relatou que era

comum que os estrangeiros achassem que, somente porque ela era brasileira, deveria saber sambar e jogar futebol, como se tais habilidades fossem inatas a todos no país.

### *Resposta 2 - Surpresa*

Um segundo grupo de estrangeiros reagiu com “surpresa” (segundo as entrevistadas) quando descobriam que a nacionalidade da entrevistada era brasileira. Tal reação se devia por não conseguirem associar aquela determinada pessoa às “características típicas” que imaginavam que uma mulher do Brasil deveria possuir. Portanto, tal estranhamento ocorria especialmente porque elas “não estavam usando roupa curta” e “éramos sérias e centradas, não parecendo brasileiras”. Houve, ainda, estrangeiros que justificassem a sua resposta a partir do fato de que as entrevistadas pareciam esteticamente com mulheres europeias ou norte-americanas, ao invés de “mulatas ou com pele mais escura”.

### *Resposta 3 - Agressividade*

Ainda, um terceiro grupo de estrangeiros reagiu de forma “agressiva” (segundo as entrevistadas) quando tomaram conhecimento de que a pessoa com quem estavam conversando era do Brasil. Nesse momento, o seu comportamento se modificou, deixando de ser educado e respeitoso, para um mais invasivo quanto à entrevistada, especialmente quando o estrangeiro era do sexo masculino (embora também houvesse casos relatados da mesma conduta a partir de mulheres). Diversas entrevistadas mencionaram que escutaram de terceiros comentários de que toda mulher brasileira é “sensual” e “fácil”, e que todos no Brasil são “pobres”. Também, ouviram questionamentos sobre “se há internet no país”, se viviam “no meio da floresta e com animais, que nem elefantes”.

As respostas manifestadas pelos estrangeiros eram carregadas de visões estereotipadas não somente sobre as brasileiras, em particular, mas também ao Brasil, de uma forma geral. Tais visões eram formadas a partir da imagem construída há tempos a respeito do país e do seu povo, especialmente o feminino. O problema é que, ao usar tais estereótipos para enquadrar essas mulheres e o país, os estrangeiros caem no erro de criar uma imagem simplificada, presa, fixa, “que constitui um problema de representação do sujeito em significações de relações psíquicas e sociais” (Bhabha, 1998, p. 117), pois, embora estereótipos se alimentem de fragmentos da realidade, são-lhes adicionadas características que não condizem com toda a verdade. As respostas dos estrangeiros às brasileiras aqui entrevistadas acabam, então, por descrevê-las e o Brasil como um todo de maneira torpe, materializando a colonização sofrida por elas e o povo brasileiro, em uma clara manifestação da força do centro colonizador sob a periferia colonizada.

## **4.2 Subalternizações sofridas por brasileiras em turismo no Norte Global**

Embora diferentes respostas tenham sido dadas pelos estrangeiros às entrevistadas, algumas mais afáveis, enquanto outras mais agressivas, é possível analisar que todas, de uma maneira ou de outra, ajudaram a criar diferentes tipos de subalternização que as mulheres brasileiras aqui entrevistadas sofreram enquanto estavam em turismo no Norte Global. O item a seguir, portanto, discute os tipos de subalternização, resultantes das respostas dos estrangeiros.

### **4.2.1 Mulher brasileira é uma “representação”, não uma figura real**

A primeira forma de subalternização à qual as entrevistadas foram sujeitas enquanto turistas em países do Norte Global ocorreu a partir das respostas do tipo “Simpatia” e “Surpresa”. Nesses casos, a visão dos estrangeiros às brasileiras e ao Brasil era calcada por uma representação sobre o que deveria ser uma mulher desse país e sobre o próprio país – em geral, descrito de maneira subdesenvolvida, pouco comparável aos países do Norte Global (Escobar, 2012). Portanto, o que falava mais alto no imaginário dos estrangeiros não era o que essas mulheres turistas eram, de fato, mas, sim, o que era projetado que elas seriam - o que, em todos os casos, significava ser somente uma pequena parte ou nada parecido com quem as entrevistadas realmente são. A mulher brasileira (aqui representada pelas entrevistadas), portanto, não é real; é somente uma imagem daquilo que os colonizados acreditam que ela é.

Spivak (2010) explica esse comportamento do sujeito do Norte Global frente às mulheres do Sul Global quando diz que um dos exemplos de violência epistêmica é o projeto de se constituir o sujeito colonial como “Outro”. É possível rever os relatos das mulheres e refletir que a noção construída em torno desse outro feminino advindo de um país considerado subdesenvolvido é carregada de uma ideia de inferioridade. Aqueles que têm o poder de representar e descrever os outros controlam como esses são vistos (Said, 1978). Essa representação é confundida com uma

representação de uma cultura inteira, reduzindo suas diferenças, determinando-as em categorizações essencializadoras ou estereotipadoras, o que as destitui de voz e as subalterniza (Spivak, 2010).

Percebe-se, então, que há uma consonância nos aspectos que foram atribuídos a essas mulheres entrevistadas nas situações que vivenciaram e na opinião das próprias ao serem questionadas sobre a visão do sujeito do Norte Global em relação às mulheres brasileiras: que gostam de dançar, são pobres, têm peles mais escura e que ostentam corpos estigmatizados como sensuais. Isso contrasta com a ideia declarada por Spivak (2010) de que o sujeito subalterno feminino é heterogêneo, especialmente quando se pensa na vivência e opressão da mulher periférica branca, que é diferente da mulher periférica negra, que é ainda mais marginalizada do que a mulher periférica de grupos dominantes. Mas, conforme foi percebido, as mulheres brasileiras aqui entrevistadas são homogeneizadas e enquadradas dentro dessas concepções citadas.

Essa homogeneização é criticada por Spivak (2010) quando discorre sobre a concepção de mulher que é proposta pelo discurso feminista ocidental e pelo próprio discurso pós-colonial, no qual diferenças estruturais históricas entre as mulheres são desconsideradas. Ao construir esse Outro, o sujeito hegemônico o invisibiliza e o silencia, retirando desta qualquer possibilidade de representação (Spivak, 2010). Ao se apresentarem como brasileiras em países do Norte Global, as identidades das entrevistadas foram pré-determinadas, independentemente de quem sejam; suas imagens foram reduzidas, e suas pluralidades negadas.

#### 4.2.2 Violência psicológica e física contra a mulher brasileira

Uma segunda forma como as entrevistadas foram subalternizadas em seus encontros turísticos com estrangeiros foi por meio de violência, tanto psicológica, quanto física. Mais comumente, eram indivíduos do terceiro tipo de resposta (“Agressividade”) que adotavam tal postura junto às brasileiras, que relataram ter ouvido dessas pessoas, especialmente dos homens, discursos carregados de visões distorcidas a seu respeito “só porque era brasileira” e ao Brasil. Nos casos de violência física, os estrangeiros “agarravam” e “puxavam” as entrevistadas, “tocavam” em seu corpo e, até, as “perseguiam”, conforme os relatos a seguir ilustram:

- Eu estava no Canadá, em um cassino com meus pais em Montreal...no bar, um cara mais velho, com idade do meu pai, super arrumado, parou do meu lado, perguntou meu nome. Eu respondi, e ele perguntou de onde eu era. Falei: “do Brasil”... Aí, perguntou quanto que eu cobrava. Fiquei sem entender, perguntei: “como assim, quanto que eu cobro?”... Ele falou: “é pra você passar a noite comigo” (E1).
- Eu estava em Las Vegas. Um grupo de homens estava jogando na piscina do hotel e alguns deles começaram a conversar com a gente. Eu estava com outra amiga. Falei que eu era brasileira e um dos rapazes perguntou: “Você é brasileira? Posso, então, passar a mão na sua bunda?” (E2)

As reações que as entrevistadas tiveram em relação a esta forma de subalternização foram desde impactadas, sem saber como reagir, a chateadas e se sentindo julgadas. Em diversos momentos, questionaram-se sobre a razão do ocorrido e se teriam tido culpa por gerar tal reação dos estrangeiros, buscando consolo com outras pessoas que poderiam auxiliá-las. Uma das brasileiras, inclusive, contou que relatou a sua “agressão” nas mídias sociais, a fim de denunciar o estabelecimento onde trabalhavam os garçons que a fizeram se sentir inferiorizada por causa de seus comentários machistas e xenófobos. Outras, por outro lado, reagiram fisicamente às suas agressões físicas, defendendo-se com “empurrões”, “tapas e “socos”, mas sentindo-se, mesmo assim, ameaçadas e abusadas.

Nessa subalternização, a figura do homem do Norte Global ganha centralidade no momento do ato discriminatório, assim como Spivak (2010) prevê, pois todas as entrevistadas que sofreram tal discriminação relataram que o indivíduo responsável por esta era do sexo masculino. A opressão patriarcal aqui vai além do binarismo homem-mulher, visto que a mulher do Sul Global é reduzida a um objeto de consumo e de fetichização para o homem estrangeiro, que, desta forma, reafirma a sua superioridade sobre povos colonizados (Bahri, 2013).

Há, portanto, a criação e manutenção de estereótipos específicos sobre essas mulheres em turismo, associados a sua sensualidade e libertinagem, que é usado como uma ferramenta ideológica eficiente para a subalternização das entrevistadas. Estereótipos essencialistas podem ser utilizados na prática de inferiorização e privação de direitos, criação de hierarquias raciais e de exploração (Bahri, 2013). Ao perpassar a história, percebe-se que as práticas coloniais de orientalismo e exotismo se apoiaram em diferentes essencialismos (Said, 1978). O sujeito feminino do Sul Global, desprovido de voz, acaba por ser destinado à má interpretação ou representação por interesse pessoal daqueles que possuem poder para tal (Spivak, 2010).

Diante disso, percebe-se o porquê Spivak (2010) propõe que a mulher do Sul Global se encontra na obscuridade: ela é subalternizada pelo homem imperialista do Norte Global, que silencia essas mulheres por meio de práticas discursivas que reduzem a sua imagem a algo fixo e único. Como a autora coloca, a formação ideológica masculina-imperialista constrói a categoria monolítica da mulher do Sul Global, subalternizada a suas vontades.

#### 4.2.3 Homem brasileiro salva, mas também silencia a mulher brasileira

A terceira forma de subalternização existe em decorrência especialmente da segunda forma de subalternização, a de violência física e/ou psicológica, sofrida pelas entrevistadas. Todavia, diferentemente da anterior, a presente não é causada diretamente pelos estrangeiros do terceiro tipo de resposta (“Agressividade”). Ela surge, na verdade, como uma reação das entrevistadas às agressões sofridas, mas é ocasionada por seu imaginário de que as suas más experiências turísticas no exterior teriam se desvelado em outros contornos se estivessem acompanhadas de um homem.

O fato de a maioria das entrevistadas estar sozinha no momento da experiência negativa foi visto como determinante para a ocorrência dessa subalternização. Caso estivessem acompanhadas de homens (maridos, namorados ou familiares), acreditam que a situação não ocorreria ou, no mínimo, teria sido diferente. Supostamente, o posicionamento de homens do Norte Global diante de uma mulher do Sul Global acompanhada por um homem é outro, pois não ultrapassariam limites, havendo mais respeito, já que estar sozinha, no imaginário masculino, significa ser um “alvo mais fácil”, conforme uma entrevistada relata: “o fato de você estar acompanhada, principalmente se for um homem, infelizmente muda muito a situação; as pessoas acabam respeitando mais o fato de você ter alguém com você do que você como mulher em si (E7).”

A crença de que um homem do Sul Global mudaria o cenário vivenciado por essas mulheres entrevistadas passa pela ideia de que a suposta força física masculina levaria os estrangeiros a temerem reações violentas vindas desses indivíduos, caso desrespeitassem as suas parceiras. Por essa ótica, o estrangeiro continuaria a pensar na brasileira como um ser inferiorizado, passível de receber suas violências, mas não teria coragem de exercer seu “direito” como colonizador de subalternizá-la (Spivak, 2010). Não há, assim, uma mudança de postura por parte desse homem, que mantém a ideia de que é um ser superior à outra e a silencia; há, na verdade, um temor de que possa sofrer consequências físicas se verbalizar ou agir em consonância com a sua opinião.

O homem brasileiro é, portanto, um ‘salvador’ das mulheres brasileiras que ‘precisam ser salvas’ dos estrangeiros violentos – na mesma linha que Spivak (2010) explica como homens subalternizados acreditam que devem proteger mulheres subalternizadas de seus colonizadores. Mas, às entrevistadas, de fato, tal proteção somente as coloca em uma posição ainda mais subalternizada, praticamente desumanificada (Spivak, 2010), pois não possuem o direito de serem quem são: não podem ser brasileiras, pois os estrangeiros não as aceitam como pessoas de igual condição de respeito; e não podem ser mulheres, pois são secundarizadas em um mundo eurocêntrico onde somente a força masculina parece contar. As mulheres brasileiras aqui entrevistadas, portanto, podem até se sentir protegida ao lado de um homem brasileiro. Todavia, entendem que não é por causa disso que receberão tratamento respeitoso de todos, dado que dificilmente essa forma de relação entre elas e um homem estrangeiro pode ser estabelecida, em função das questões coloniais aqui colocadas.

É importante ressaltar que, no presente caso, o homem que “salva” a mulher de sua condição de subalternidade é do mesmo espaço epistemológico (o Sul Global) que o da figura feminina. Todavia, quando Spivak (2010) discute o caso do ritual *Sati*, e como as viúvas hindus teriam sido salvas pelos colonizadores britânicos, ela o faz indicando que se trata de um caso de “homens brancos salvando mulheres de pele escura de homens de pele escura”. Embora exista uma diferença de *locus* de onde a salvação da mulher subalternizada é originada, a ideia de que a figura feminina precisa ser salva por uma masculina se mantém no presente caso, alimentando as estruturas hierárquicas históricas no Sul Global, que fazem com que a subalterna continue a não poder falar.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou analisar, por meio da teoria pós-colonial de Spivak (2010) sobre subalternização feminina, como mulheres brasileiras, em um contexto de turismo no Norte Global, são subalternizadas por estrangeiros. Foram, então, realizadas 14 entrevistas em profundidade com mulheres brasileiras que viajaram a turismo para tais países e interagiram em algum grau com estrangeiros em suas viagens. A partir da análise dos dados, são feitas algumas considerações finais.

A maneira como a subalternização feminina em contextos de turismo ocorre se dá por meio de um processo de estereotipagem, que leva mulheres brasileiras, em consequência, a sofrerem agressões psicológicas e físicas e desumanização. Não há espaço, portanto, para tais mulheres serem mulheres no sentido Eurocêntrico do que vem a ser uma mulher – i.e., uma figura feminina branca, heterossexual e cristã - (Lugones, 2010), pois sua nacionalidade as coloca em uma classificação epistêmica de inferioridade e objetificação. No mundo regido por tal forma eurocêntrica de pensar, a brasileira é impedida de falar ou de ser escutada, visto que sua identidade não é reconhecida, sendo deslocada a um segundo, terceiro plano, bem atrás do que vem a ser um homem ou, mesmo, um brasileiro.

A literatura de marketing pouco reconhece tais aspectos pós-coloniais relacionados à subalternização feminina - conforme discutida por Spivak (2010) - em estudos sobre experiências de turismo (Kotler et al., 2016; Mulet-Forteza et al., 2018). Em consequência, a área reforça as distorções estabelecidas pelas abordagens hegemônicas, que ajudam a manter a hierarquia entre o Norte Global e o Sul Global. Promover um marketing mais crítico das práticas de promoção e comunicação relacionadas a turismo é, portanto, buscar decolonizar imaginários, desconstruir discursos essencialistas e confrontar a imposição de uma episteme que silencia a fala do subalterno, especialmente o feminino.

A utilização da corrente pós-colonial desenvolvida por Spivak (2010) pela área de marketing, portanto, pode possibilitar a criação de diferentes perspectivas sobre turismo, bem como novos estudos em que as especificidades, os contextos, as diferenças e as realidades distintas àqueles do mundo eurocêntrico são considerados. Ademais, faz-se necessário questionar e repensar modelos e conteúdos de marketing produzidos pelo Norte Global e reproduzidos no resto do mundo sobre turismo, visto que, quando um discurso de marketing é produzido pelo Sul Global, ele é desconsiderado dentro da hierarquia global, devido à não validação epistemológica do mesmo. A importância de compreender o Sul Global também como criador de teorias é essencial para valorizar novas perspectivas e decolonizar as diferentes linhas de aplicabilidade das Ciências Sociais, entre elas, o marketing.

A partir das histórias compartilhadas pelas entrevistadas da presente pesquisa, torna-se necessária a criação de espaços de fala e de escuta para essas mulheres, para que se possa perceber sua diversidade, pluralidade e subjetividade, todas de significativa importância. São incentivadas, portanto, pesquisas futuras que aprofundem o tema aqui abordado. Dado que o foco do presente trabalho foi em turismo, sugere-se buscar entender como se perpetua a subalternidade do sujeito feminino em outros contextos de consumo, tais como eventos esportivos, shows e outras formas de entretenimento. Outra sugestão para estudos futuros é aprofundar a via interseccional da subalternidade feminina, analisando outras dimensões além das de gênero e nacionalidade. Ainda, uma terceira sugestão seria analisar se tais questões levantadas aqui se alteram quando as mulheres entrevistadas são de diferentes faixas etárias, e se tal característica difere a forma como as categorias de subalternização estabelecidas pelo estudo se evidenciam. Em linha similar, também seria importante analisar se a não heteronormatividade de mulheres brasileiras pode ser um fator de impacto sobre as categorias de subalternização encontradas, ou mesmo outras categorias por si só.

Embora o presente estudo tenha buscado trazer luz à questão da subalternização de mulheres brasileiras em turismo em países do Norte Global, correu-se o risco, ao relatar e analisar os casos apresentados, de nós cairmos em contradição e falar pela mulher subalternizada, silenciando-a, mais uma vez. Tentou-se, portanto, evitar cair em tal divergência, mesmo que o presente estudo seja oriundo de uma reflexão a partir de dois autores (uma mulher, mas também um homem) e se caracterizar por seguir estruturas tradicionais para um artigo acadêmico que requer tal análise a partir do olhar do pesquisador. O uso de uma perspectiva pós-colonialista pautada em Spivak (2010) nos ajudou nesse sentido, pois nos trouxe consciência sobre tais limitações inerentes a nós acadêmicos que pertencemos a grupos de elite. Nossas análises, portanto, buscaram não controlar a narrativa das mulheres entrevistadas, de forma que aquilo apresentado pudesse fazer jus à sua luta para escapar de sua subalternização. Admitimos, entretanto, que nós deveríamos – e, também, nossos colegas acadêmicos deveriam – realizar mais esforços para internalizar a preocupação expressa por Spivak, de que nosso papel não é falar pelo outro (e, portanto, silenciá-lo). Talvez, assim, fique menos difícil para pessoas subalternizadas finalmente poderem começar a achar espaços para falarem e serem ouvidos de verdade. Torcemos para que o nosso estudo tenha conseguido isso, em algum grau, e fazemos coro para que seja somente um entre diversos que tentem buscar tal objetivo, em um futuro próximo.

## REFERÊNCIAS

- Almeida, S. (2010) Prefácio – Apresentando Spivak. In G. Spivak (Ed.), *Pode o subalterno falar?* Editora UFMG.
- Anzaldúa, G. (2004). *Borderlands/La Frontera*. In J. Rivkin & M. Ryan (Eds.), *Literary Theory: an anthology* (2.ed). Blackwell.
- Aitchison, C. (2001). Theorizing other discourses of tourism, gender and culture: Can the subaltern speak (in tourism)? *Tourist Studies*, 2(1): 133-147. <https://doi.org/10.1177/146879760100100202>.
- Bahri, D. (2013). Feminismo e/no pós-colonialismo. *Revista Estudos Feministas*, 21(2): 659 - 688. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2013000200018>.
- Bhabha, H. (1998). *O local da cultura*. Editora UFMG.
- Bignami, R. (2005). *A Imagem do Brasil no Turismo*. (2.ed). Aleph.
- Bispo, M. & Lovisoló, H. (2011). Os estereótipos dos brasileiros no guia de etiqueta da Olimpíada de Londres: uma análise da repercussão midiática. *Organicom*, 8(15). <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2011.139108>.
- Colantuono, A. (2016). A segmentação da demanda turística no mercado brasileiro e as políticas de fomento ao setor. *Turismo: Estudos & Práticas*, 5(2).
- Confederação Nacional de Transportes. (2015). *Transporte e economia – transporte aéreo de passageiros*. CNT.
- Cunha, P. (2006). Imagem, alteridade e autonomia subalterna: Nota sobre a sobrevivência dos estereótipos nas representações estrangeiras do Brasil. *Calígrama*, 2(2). <https://doi.org/10.11606/issn.1808-0820.cali.2006.56746>.
- Escobar, A. (2012). *Encountering development – the making and unmaking of the Third World*. Princeton University Press.
- Gomes, M. (2009). La Construcción del Brasil como un Paraíso de Mulatas: del Imaginario Colonial al Marketing Turístico. *Sociedad Hoy*, 17, 75-87.
- Grosfoguel, R. (2008). Para descolonizar os estudos de economia política e os estudos pós-coloniais: Transmodernidade, pensamento de fronteira e colonialidade global. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 80, 115-147. <https://doi.org/10.4000/rccs.697>.
- Gummesson, E. (2005). Qualitative research in marketing - road-map for a wilderness of complexity and unpredictability. *European Journal of Marketing*, 39(3/4), 309-327. <https://doi.org/10.1108/03090560510581791>.
- Jardim, G. & Cavas, C. (2017). Pós-colonialismo e feminismo decolonial: caminhos para uma compreensão anti-essencialista do mundo. *Ponto e Vírgula*, 22, 73-91. <https://doi.org/10.23925/1982-4807.2017i22p73-91>.
- Kajihara, K. (2010). A Imagem do Brasil no Exterior e o Turismo: Análise do material de divulgação oficial da EM-BRATUR, desde 1966 até 2008. *Revista Acadêmica - Observatório de Inovação do Turismo*, 5(3). <https://doi.org/10.12660/oit.v5n3.5777>.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., & Baloglu, S. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*. (7.ed). Pearson.
- Lopes, A. C. & Maleba, R. (2015). A imagem do Brasil como destino de turismo sexual na produção acadêmica de dissertações e teses. *Caderno Virtual de Turismo*, 15(2), 167 - 181.
- Lugones, M. (2010). Toward a decolonial feminism. *Hypatia*, 25(4), 742 - 759. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2010.01137.x>.
- Mendonça, C. (2011). *Depois de conquistar turismo doméstico, classe C quer viajar para o exterior*. Recuperado em: out. 13, 2020 de: <https://www.infomoney.com.br/consumo/depois-de-conquistar-turismo-domestico-classe-c-quer-viajar-para-o-exterior/>
- Mignolo, W. (2009). Epistemic Disobedience, Independent Thought and Decolonial Freedom. *Theory, Culture & Society*, 26(7-8), 159-181. <https://doi.org/10.1177/0263276409349275>.
- Mulet-forteza, C., Martorell-Cunill, O., Merigó, J., Genovart-Balaguer, J., & Mauleon-Mendez, E. (2018). Twenty-five years of the Journal of Travel & Tourism Marketing: a bibliometric ranking. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(9): 1201 - 1221. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1487368>.
- Neves, C. & Almeida, A. (2012). A identidade do “Outro” colonizado à luz das reflexões dos estudos Pós-Coloniais. *Revista em Tempo de Histórias*, 20, 123-135. <https://doi.org/10.26512/emtempos.v0i20.19862>.

- Neves, C. & Almeida, A. (2015). O papel da mulher intelectual na libertação da subalternidade de gênero. *Revista em Tempo de Histórias*, 25, 71-86. <https://doi.org/10.26512/emtempos.v0i25.14813>.
- Oliveira, P. (2016). Migração e Colonialidade: Pensando o imigrante brasileiro em Londres. *Revista Eixo*, 5(2).
- Prysthon, A. (2003). Margens do mundo: a periferia nas teorias do contemporâneo. *Revista da FAMECOS*, 21(21), 43 - 50. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2003.21.3212>.
- Pereiro, X. (2009) Turismo Cultural. Uma versão antropológica. Colección Pasos Edita, nº 2, ACA y PASOS, RTPC, 2009, 307p.
- Regis, I. (2020). *ESPECIAL: confira em números a evolução do Turismo nos últimos anos*. Portal Brasileiro de Turismo. Recuperado em abril 30, 2021 de: <https://www.mercadodeeventos.com.br/noticias/aviacao/especial-confira-em-numeros-a-evolucao-do-turismo-nos-ultimos-anos/>
- Ribeiro, G. (2002). Tropicalismo e Europeísmo. Modos de representar o Brasil e a Argentina. In A. Frigerio & G. Ribeiro (Eds.), *Argentinos e Brasileiros. Encontros, Imagens e Estereótipos*. Vozes.
- Rosa, A., Medeiros, C., & Valadão, V., Jr. (2012). Sob as sombras do discurso colonial: subalternidade e configurações de gênero em uma lavanderia do interior de Minas Gerais. *Caderno EBAPE.BR*, 10(2). <https://doi.org/10.1590/S1679-39512012000200009>.
- Rubin, H. & Rubin, I. (2005). *Qualitative interviewing: the art of hearing data*. Sage.
- Said, E. (1978). *Orientalism*. Random House.
- Santos, B. (2007). Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. *Novos Estudos CEBRAP*, 79, 71-94. <https://doi.org/10.1590/S0101-33002007000300004>.
- Santos, B. (2014). *Epistemologies of the South: justice against epistemicide*. Routledge.
- Santos, B., Araújo S., Baumgarten, M. (2016). As Epistemologias do Sul num mundo fora do mapa. *Sociologias*, 18(43), 14-23. <https://doi.org/10.1590/15174522-018004301>.
- Santos, T., Ladeira, R., Almeida, T., & Larocca, M.T. (2017). Marketing communication tools and cultural tourism in the Northeast of Brazil: the 'forró pé de serra' of Salvador/BA. *Marketing and Tourism Review*, 2(2), 1 - 26. <https://doi.org/10.29149/mtr.v2i2.4557>.
- Schuster, M & Dias, V. (2019). A mensuração de personalidade turística e sua aplicação na prática dos agentes de marketing turístico institucional e social no Brasil. *Turismo: Visão e Ação*, 21(3), 352 - 372. <https://doi.org/10.14210/rtva.v21n3.p352-372>.
- Silveira, L. & Baptista, M. M. (2019). A construção de significados e a representação do Outro no Turismo. *Cadernos de Estudos Culturais*, 2, 45-61.
- Souza, J. & Brito, T. (2014). Marketing Turístico: um estudo sobre as práticas de publicidade existentes na comercialização de pacotes turísticos. *Turismo & Sociedade*, 7(2), 271 - 291. <https://doi.org/10.5380/tes.v7i2.35179>.
- Spivak, G. (2010). *Pode o subalterno falar?* Editora UFMG.
- Wainberg, J. (2003). *Turismo e Comunicação: a indústria da diferença*. Contexto.
- Zerbielli, A. (2016). Ascensão social pelo consumo e projeção internacional do Brasil no governo Lula. *Revista Contraponto*, 3(1).

---

## Informação dos Autores

### Yasmin D'Almeida Chedid

Mestre em Administração de Empresas pelo IAG/PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2020). Pós-Graduada em Comunicação e Design Digital pela Escola Superior de Comunicação e Marketing (ESPM-RJ) (2018). Graduada em Defesa e Gestão Estratégica Internacional pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) (2017). Analista de Produtos na empresa Icatu Seguros. Possui interesses de pesquisa em pós colonialismo, decolonialismo, feminismo, comportamento do consumidor e negócios internacionais.

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

E-mail: [yasmindalmeida@gmail.com](mailto:yasmindalmeida@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3783-241X>

**Marcus Wilcox Hemais**

Doutorado em Administração de Empresas pelo Coppead/UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro (2013). Mestre em Administração de Empresas pelo IAG/PUC-Rio – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (2005). Graduado em Administração de Empresas pelo IAG/PUC-Rio (2001). Professor Adjunto de Marketing do IAG/PUC-Rio, com interesses de pesquisa em decolonialismo, pós-colonialismo, consumerismo e teorizações sobre a base da pirâmide, com artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais.

Contribuições do autor: concepção da pesquisa, revisão da literatura, coleta de dados, análise de dados e discussão dos resultados.

E-mail: [marcus.hemais@iag.puc-rio.br](mailto:marcus.hemais@iag.puc-rio.br)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9181-8446>