

MULHERES VIAJANTES E O USO DA PLATAFORMA DIGITAL DE HOSPEDAGEM SISTERWAVE: ONDE SE ENCONTRAM ANFITRIÃS E HÓSPEDES?

Traveling Women and the Use of the Digital Hosting Platform Sisterwave:
Where do Hostesses and Guests Meet?

JULIANA DE F. X. DO NASCIMENTO¹, EDILAINE A. DE MORAES² & KERLEY DOS S. ALVES³

RESUMO

Dos primeiros registros de viajantes, ainda no século XIX, aos relatos virtuais de suas jornadas, na contemporaneidade, as mulheres têm demonstrado crescente interesse em enfrentar desafios para vivenciar e escrever suas próprias histórias de viagens. Devido a tais demanda, nota-se no turismo um crescimento no uso de tecnologias digitais segmentadas para o público feminino. Esse é o caso da plataforma digital de hospedagem Sisterwave, que inspira este artigo a analisar as motivações, as percepções, os anseios e os receios das mulheres que fazem uso desse modelo de negócio. Com base em pesquisa qualitativa, foi utilizada a netnografia, o que permitiu realizar levantamentos bibliográficos, observações em grupos on-line sobre viagens femininas e entrevistas com usuárias da Sisterwave. Os principais resultados alcançados indicam anseios e receios das mulheres viajantes e anfitriãs cadastradas na Sisterwave, além das suas percepções em relação à experiência e à relevância da referida plataforma digital no processo de tomada de decisões sobre a viagem.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Mulheres Viajantes; Plataformas Digitais; Sisterwave.

ABSTRACT

From the first records of travelers still in the 19th century, to virtual reports of their journeys in contemporaneity, women have increasingly shown an interest in facing challenges to experience and write their own travel stories. Due to such demand, nowadays there is a growth in use of digital technologies targeted to the female public in tourism. This article analyzes the motivations, perceptions, desires, and fears of contemporary female travelers, who use Sisterwave digital hosting platform. Based on a qualitative research, the netnography instrument was used, which allowed, in addition to bibliographic surveys, observations in online groups about women's trips, and interviews with Sisterwave users. The main results

¹ **Juliana de Fátima Xavier do Nascimento** – Graduada em Turismo e em Ciências Humanas. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4453832820035353>. E- mail: julianaxavier.ufjf@gmail.com

² **Edilaine Albertino de Moraes** – Doutora. Professora Adjunta da Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5450933897214464>. E- mail: edilaine.moraes@ufjf.br

³ **Kerley dos Santos Alves** – Doutora. Professora Adjunta da Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0155112780470566>. E- mail: kerley@ufop.edu.br

achieved indicate the desires and fears of women travelers and hosts registered at Sisterwave's network, in addition to the perceptions regarding the experience and the relevance of the above-mentioned digital platform in travel decisions.

KEYWORDS

Tourism; Traveling Women; Digital Platforms; Sisterwave.

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, a figura da mulher viajante tem sido cada vez mais influente na busca por percorrer novos lugares e por vivenciar experiências autênticas de viagens, independentemente de haver, ou não, companhia no decorrer do percurso. O anseio por desbravar lugares e culturas têm estado entre as principais motivações de viagem de pessoas da Geração Y - os millenialsⁱ. Nesse contexto, a América do Sul, em particular, tem sido vista como um destino promissor para a carreira de viagens de mochileiros, viajantes aventureiros e desbravadoresⁱⁱ (Richards & Morrill, 2019). No panorama turístico brasileiro, a pesquisa Sondagem do Consumidor: Intenção de Viagem, realizada pelo Ministério do Turismo em 2017, revelou que aproximadamente 18% das mulheres viajantes brasileiras possuem a intenção de viajar sozinhas, superando os 11,8% dos homens viajantes (Nascimento, 2017). Dessa forma, é possível perceber uma tendência de mudança do perfil do consumidor no turismo, cujo público feminino tem ganhado destaque e produzido as suas próprias histórias e demandas de viagens.

Esse movimento também tem sido facilitado pelo uso da Internet, cujo sistema vem promovendo novas possibilidades de negócios no turismo, que permitem ao consumidor pesquisar, selecionar e comprar passagens, hospedagem, seguro-viagem, passeios, entre outros serviços, de forma completamente virtual e autônoma. No ambiente virtual são criadas plataformas digitais de hospedagem, como Airbnb, Home Exchange, Couchsurfing, Worldpackers, entre outras, a fim de atender à demanda de diferentes públicos (Nascimento, 2021). Nesse sentido, as distintas práticas, experiências compartilhadas e necessidades particulares das mulheres viajantes brasileiras têm constituído o eixo central de construção da plataforma digital de hospedagem exclusivamente feminina denominada Sisterwaveⁱⁱⁱ (Nascimento, 2021).

A plataforma Sisterwave, criada em 2018, reúne atualmente mais de 18 mil Sisters^{iv} cadastradas. Entre essas mulheres, 449 são anfitriãs [que recebem hóspedes em suas próprias casas], distribuídas em 155 cidades no Brasil. As Sisters que não sejam anfitriãs, são viajantes que utilizam a plataforma para buscar uma hospedagem no destino pretendido. Esses dados vêm sofrendo flutuação no decorrer dos meses, devido ao crescimento do número de usuárias cadastradas. A Sisterwave constitui a primeira plataforma digital de hospedagem restrita ao público feminino, no País, que, além da hospedagem, tem o objetivo de conectar mulheres viajantes, sendo considerada, portanto, como uma iniciativa inovadora, que venceu a Competição Global de Turismo, promovida pela Organização Mundial do Turismo, que reuniu mais de 10 mil projetos ao redor do mundo. Foram 25 categorias vencedoras, tendo a Sisterwave vencido na categoria Equidade de Gênero, demonstrando potencial para se manter no mercado e tornar-se mundial.

Sendo assim, entende-se a importância dessa prática também para inspirar a construção de pesquisas temáticas no âmbito dos estudos em Turismo. A análise dessa plataforma poderá contribuir para desvendar lacunas de conhecimento no processo de compreensão de práticas turísticas sob a perspectiva das mulheres viajantes, considerando suas particularidades e subjetividades, principalmente em relação às necessidades e desejos no ritual de quem viaja e de quem recebe. Ademais, considera-se instigante entender: quais são as interfaces entre as mulheres viajantes no decorrer da história contemporânea? Quais são as motivações que levam as mulheres viajantes e anfitriãs a se cadastrarem em plataformas digitais, ou seja, a optarem por esse tipo de meio de hospedagem? Qual é o modo de operação dessas plataformas e suas repercussões na relação entre anfitriãs e hóspede? Sob essas provocações, este artigo busca analisar as motivações, percepções, anseios e receios das mulheres viajantes, a partir da experiência de uso da plataforma digital de hospedagem Sisterwave.

Vale mencionar que o tema em foco tem sido relevante em diversas faces da sociedade contemporânea. No Brasil, por exemplo, conquanto as mulheres representem a maior parte da força de trabalho em turismo, segundo o Ministério do Turismo (2021), a maioria exerce trabalhos operacionais, sendo minoria em cargos de comando (Araújo, 2015; Silva, Holanda & Leal, 2018). Além disso, as condições de trabalho para as mulheres tendem a ser precárias, já que muitas enfrentam jornadas ininterruptas de trabalho, consequência da cultura patriarcal

ainda presente na sociedade contemporânea, que atribui à mulher responsabilidades pelos afazeres reprodutivos e domésticos (Araújo, 2015).

Segundo perspectiva econômica, o mercado de trabalho feminino em turismo é marcado pela desigualdade de gênero e precarização. Paula (2018) afirma que “a remuneração média dos homens é mais alta do que a das mulheres em todas as Atividades Características do Turismo ACT]” (s/p). Destaca-se, ainda, a jornada contínua de trabalho das mulheres como uma forma de comprometimento do tempo para outras atividades. Contudo, os homens seriam mais empreendedores do que as mulheres, mesmo que a mão-de-obra mais especializada [mestrado e doutorado] seja majoritariamente feminina (Costa et al., 2016). Embora exista essa diferença acentuada entre homens e mulheres, fatores e condições vêm influenciando para que as mulheres busquem se tornar “donas do seu próprio negócio e ter autonomia e flexibilidade para dirigi-los e adaptá-los à sua rotina, quando possuem uma dupla jornada” (Araújo, 2015, p. 118). Sendo assim, para Teixeira e Bomfim (2016) uma forma de enfrentamento da desigualdade e discriminação, ainda persistente em ambientes corporativos, tem revelado dinâmicas de empreender direcionada por mulheres.

No intuito de desenvolver a temática apresentada, o artigo está estruturado em três seções. A primeira apresenta os procedimentos metodológicos da pesquisa. A segunda busca abordar, teoricamente, sobre as primeiras mulheres viajantes que desbravaram o Brasil, desde o século XIX até as mudanças comportamentais das viajantes, influenciadas pela incorporação de plataformas digitais no século XXI. Em seguida, discutem-se os resultados e a análise da plataforma Sisterwave, considerando a sua história e as motivações, as percepções, os anseios e os receios das anfitriãs e mulheres viajantes contemporâneas.

METODOLOGIA E INSTRUMENTOS EMPREGADOS NA PESQUISA

A perspectiva teórico-metodológica se baseia em estudos sobre o Turismo sob o olhar da Psicologia, para investigar comportamentos de mulheres viajantes e anfitriãs, por meio da análise das motivações e percepções das mulheres cadastradas na plataforma Sisterwave. Essa perspectiva em pesquisa se apoia também em referenciais de gênero, o que, conforme Alves e Moreira (2016), tem possibilitado estabelecer diálogos interdisciplinares em Turismo. Nesse sentido, com base na descrição da abordagem de Ross (2001), que interrelaciona Turismo e Psicologia ao analisar as percepções de turistas e profissionais da área na contemporaneidade,

a metodologia de investigação empregada possui enfoque qualitativo. A escolha desse posicionamento metodológico foi feita sob a luz de Minayo (2009), que explica que a pesquisa qualitativa “trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes” (p. 21). Para tanto, foram construídos e articulados os passos metodológicos descritos, a seguir.

A pesquisa bibliográfica foi realizada para subsidiar a construção teórica das temáticas centrais de reflexão relacionadas às mulheres viajantes e ao uso da Internet e das plataformas digitais no turismo. Sendo assim, livros, artigos de periódicos, revistas acadêmicas, sites e blogs especializados no assunto se constituíram como importantes fontes de pesquisa. O trabalho de campo foi realizado no ambiente virtual com foco específico dirigido à plataforma digital Sisterwave, que permite a interação social on-line. Dessa forma, optou-se por usar o instrumento da pesquisa etnográfica on-line, que pode ser compreendida também pelo termo da netnografia, que é apropriada para o “estudo tanto de comunidades virtuais quanto de comunidades e culturas que manifestam interações sociais importantes virtualmente” (Kozinets, 2014, p. 72).

A pesquisa de campo virtual ocorreu entre os meses de setembro de 2020 e janeiro de 2021, período em que a pesquisa cumpriu, conforme Kozinets (2014), as seguintes etapas: definição das questões de pesquisa; identificação e seleção da parcela da internet a ser estudada; entrada no campo, marcada pela observação participante ou não, além da coleta de dados; análise e interpretação dos dados produzidos e, por fim, redação e relato dos resultados de pesquisa, articulando-os à teoria. Inicialmente, foram observados relatos de viagens publicados on-line por mulheres no grupo da rede social Facebook Sozinhas Pelo Mundo - Dicas e em três grupos da plataforma Sisterwave^v. Posteriormente, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 24 mulheres cadastradas na plataforma Sisterwave, sendo uma a chefe executiva, treze anfitriãs e dez viajantes, de dezessete cidades brasileiras.

Para a realização das entrevistas, foi elaborado um roteiro de perguntas abertas, permitindo às participantes mais liberdade em suas explicações e proporcionando uma experiência de diálogo. A entrevista de abertura foi realizada com a chefe executiva da Sisterwave para apresentação das intenções desta pesquisa e aproximação da realidade de funcionamento da plataforma. Em seguida, as *Sisters* cadastradas foram contatadas, a princípio, através do chat da plataforma. A escolha das mulheres participantes se deu através das avaliações^{vi} em seus

perfis. As avaliações são uma forma de filtrar quais *Sisters* cadastradas já utilizaram, efetivamente, a plataforma. Dessa maneira, todas as mulheres avaliadas foram contatadas. Na medida em que houve o retorno positivo das *Sisters*, as entrevistas semiestruturadas foram acontecendo por meio das plataformas de comunicação por vídeo chamada Google Meet e Zoom. No decorrer das entrevistas, buscou-se uma proximidade dos sujeitos da pesquisa, estimulando constantemente a comunicação com as *Sisters*. Essa estratégia contribuiu para a identificação do contato das anfitriãs das viajantes entrevistadas e vice-versa, o que permitiu acessar diferentes *Sisters* para a realização das entrevistas. As entrevistas foram gravadas e transcritas na íntegra.

Além disso, para conhecer, de forma ampla, as mulheres pesquisadas, uma pesquisa de perfil socioeconômico foi aplicada às entrevistadas, por meio do aplicativo de gerenciamento de pesquisa Google Forms. Dessa forma, o perfil das 24 entrevistadas está caracterizado, a seguir, no Quadro 1.

Quadro 1. Perfil socioeconômico das 24 participantes da pesquisa

Região de origem	Faixa etária	Cor/raça	Escolaridade	Renda familiar
Centro-Oeste (13,0%)	18 – 30 anos (20,8%)	Branca (60%)	2º grau completo (8,3%)	Até 1 salário-mínimo (4,2%)
Nordeste (30,4%)	31 – 40 anos (58,3%)	Parda (30%)	3º grau incompleto (4,2%)	Entre 1 e 3 salários (25,0%)
Sudeste (39,0%)	41 – 50 anos (12,5%)	Preta (10%)	3º grau completo (33,3%)	Entre 3 e 5 salários (41,7%)
Sul (17,0)	51 – 60 anos (8,3%)		Pós-graduação (54,2%)	Mais de 5 salários (29,2%)

Fonte: Elaborado pelas autoras.

As cidades de origem das *Sisters* investigadas se localizam, sobretudo, na Região Sudeste, seguida pelo Nordeste, Sul e Centro-Oeste. Vale ressaltar que a pesquisa não seguiu recorte regional. Dessa forma, não foram identificadas *Sisters* na Região Norte do país. A identificação do perfil abarcou ainda a questão de gênero^{vii}. As entrevistadas se identificaram unanimemente com o gênero feminino, não havendo, portanto, a participação de mulheres transgênero ou pessoas não-binárias. As profissões e ocupações das *Sisters* entrevistadas são diversificadas: anfitriã, professora, coordenadora, arquiteta, advogada, tradutora, fiscal de caixa, estudante, publicitária, promotora, jornalista, bioquímica, pesquisadora, analista de viagem, administradora, técnica em enfermagem, entre outras. Já os destinos conhecidos

pelos viajantes abrangem as seguintes regiões: Sudeste (46,7%), Nordeste (33,3%), Sul (13,3%) e Centro-oeste (6,7%), o que expressa interesses distintos quanto aos lugares visitados. Em suma, notou-se uma maioria de mulheres cisgênero, brancas, entre 31 e 40 anos, com educação superior, renda familiar superior a três salários-mínimos e concentradas na Região Sudeste do Brasil.

A análise dos dados foi feita de forma concomitante com os passos percorridos no caminho metodológico da pesquisa. A análise foi desenvolvida em tom narrativo-descritivo (Passos & Barros, 2014) baseado na multiplicação de sentidos dos relatos das entrevistadas, sendo preservado o anonimato das participantes, por meio do termo de consentimento livre e informado. Dessa forma, foi possível analisar a experiência das *Sisters* com o uso da plataforma, a relação que se deu entre hóspede e anfitriã, os desafios e os obstáculos que elas encontram durante o ritual de viagem, seja como viajante ou como anfitriã, e qual o papel da *Sisterwave* no que diz respeito ao apoio à mulher viajante, buscando compreender, ainda, se a plataforma digital contribui para o empoderamento feminino no turismo.

754

MULHERES VIAJANTES: DO SÉCULO XIX ÀS PLATAFORMAS DIGITAIS

Os primeiros registros de mulheres estrangeiras viajantes que desbravaram o Brasil datam do século XIX, extraídos de suas narrativas traduzidas, sobretudo em correspondências enviadas à família ou amigos, e em diários. Parte desse material são livros póstumos, realizados por descendentes dessas mulheres que, em maioria, eram europeias, pertencentes a famílias abastadas e “viviam em ambientes de grande valorização do conhecimento científico e artístico” (Leite, 2000, p. 135). Essas características em comum das mulheres viajantes do século XIX se assemelham ao perfil das participantes da presente pesquisa que, conforme apresentado anteriormente, consiste na maioria de mulheres brancas, com educação superior e com renda familiar acima da média.

Embora haja inúmeras semelhanças, as viajantes do século XIX se diferenciam em relação à nacionalidade, idade, estado civil, maternidade, profissão. Cada uma possuía razões distintas para a realização das viagens, podendo ser por sede de conhecimento, por aventura, por trabalho ou acompanhando a família ou o marido. Essa diferença de personalidades e objetivos leva à diversidade, também, dos destinos procurados por essas mulheres no Brasil, que vão de viagens marítimas pela costa brasileira e centros urbanos às colônias e recantos

pouco explorados no interior do país. No entanto, destaca-se um comportamento em comum entre essas mulheres, quando se considera que “as forasteiras assumem os riscos de vida das longas viagens marítimas, das moléstias tropicais, dos desconfortos e estranheza dos contatos, dos desentendimentos em países atrasados com uma curiosidade e uma capacidade de observação penetrante, enfrentaram tarefas frequentemente autoimposta” (Leite, 2000, p. 134).

Nessa perspectiva, os principais desafios que as mulheres viajantes do século XIX enfrentaram foram as dificuldades físicas de viagens longas, exaustivas e perigosas, além da pressão da dominação masculina que impunha tarefas e responsabilidades para essas mulheres, o que as condicionava em uma vida que, na maioria das vezes, não abrangia viagens. No entanto, motivadas pela curiosidade e pelo anseio de desbravar o mundo, elas enfrentavam todas essas questões. Um exemplo da coragem dessas mulheres é a escritora e exploradora Ida Pfeiffer. Ela esteve no Brasil em 1846 e passou dois meses na cidade do Rio de Janeiro. A sua jornada enquanto viajante chama atenção para este estudo, conforme salienta o trecho a seguir:

Ida Pfeiffer, uma dona de casa vienense, mãe de dois filhos que, após a morte da mãe, realizou seus sonhos infantis de ver o mundo. Estava com quarenta e cinco anos de afazeres estafantes e aulas de música. Durante dez anos estudou com obstinação os nomes dos rios, das montanhas e meridianos e paralelos. Depois de muitos cálculos e preparativos secretos, em 1842, Ida Pfeiffer partiu para quinze anos de peregrinações pelo mundo, intercaladas por retornos a Viena, para descrever suas aventuras e preparar a nova viagem. (Leite, 2000, p. 10)

No século XX, vale destacar as mulheres expedicionárias, principalmente estrangeiras, vindas para o Brasil, que “podem ser caracterizadas como, principalmente, mulheres de classe média em busca de profissionalização” (Sombrio, 2014, p. 15). Porém, a jornada de muitas dessas foram apagadas da história, colocando os campos das artes e das ciências como majoritariamente masculino. Em vista disso, no período posterior às grandes guerras mundiais, houve um resgate da grandeza das mulheres artistas e cientistas expedicionárias por meio de um levantamento nas documentações do Conselho de Fiscalização das Expedições Artísticas e Científicas do Brasil, arquivados no Museu de Astronomia e Ciências Afins [MAST], no Rio de Janeiro, entre os anos 1933 e 1968. Essas mulheres promoveram uma quebra de paradigmas para o pensamento vigente à época, como se observa adiante:

Mesmo uma documentação exígua ou dispersa pode ser aproveitada para nos dar uma imagem mais ou menos deformada sobre o que queremos discutir. Fugindo da definição única e geral da mulher no passado - subalternas e domésticas - propomos que pensemos as mulheres

Nascimento, J. de F. do, De Moraes, E. A., & Alves, K. dos S. (2023). Mulheres viajantes e o uso da plataforma digital de hospedagem Sisterwave: onde se encontram anfitriãs e hóspedes?. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 15(3), 748-767. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v15i3p748>

considerando suas particularidades e relativizando a generalização de suas definições. (Sombrio, 2014, p. 6)

O argumento anterior permite conceber a ideia de que as mulheres são e sempre foram pessoas com particularidades, visões, desejos, motivações, pensamentos e percepções próprias sobre o mundo, apesar de, muitas vezes, serem reduzidas à ideia da mulher doméstica e subalterna. As mulheres viajantes, embora, muitas vezes, apagadas ou subestimadas na história, contribuíram em diversas áreas do conhecimento e conseguiram isso através de coragem, ao enfrentarem viagens de longa duração, meses ou até mesmo anos distantes de casa, confrontando preconceitos e violências de gênero em nome de suas motivações que eram diversas, e legítimas (Leite, 2000; Sombrio, 2014).

Na passagem para o século XXI, considerando o surgimento e as influências das tecnologias de informação, comunicação e a internet, o comportamento das mulheres viajantes apresenta profundas transformações que repercutem na sociedade e em novos contornos para o turismo contemporâneo. A partir das facilidades tecnológicas existentes, de acordo com Madureira (2018), por exemplo, “75% da hospedagem em Nova York e Barcelona é hoje feita por plataformas de compartilhamento e apenas um quarto da demanda se hospeda em meios convencionais” (p. 9). Esse dado apresenta uma mudança no comportamento do turista contemporâneo que passa a aderir às novas formas de hospedagem. Esse movimento é crescente e ultrapassa os grupos de turista com perfil aloccêntrico, aquele de desbravadores e aventureiros.

Silva, Barbosa e Farias (2021) afirmam que os turistas que consomem meios de hospedagens colaborativos estão inclinados a se preocupar com aspectos econômicos, ambientais e sociais. Além disso, buscam por experiências autênticas, através de um contato mais próximo com a cultura e moradores locais, como ressaltam no trecho a seguir:

Consequentemente, as pessoas têm aderido às plataformas colaborativas para consumir serviços de viagens, seja pelos significados relacionados ao turismo, como a promessa de experiências autênticas e distintas, como também por questões ambientais e sociais, como a identificação com a causa do compartilhamento e o interesse no contato com a comunidade local. (Dredge & Gyimónthy, 2015; Vera; Gosling, 2018 *apud* Silva; Barbosa & Farias, 2021, p. 3)

Assim, não se trata apenas de mudanças tecnológicas, mas também de uma “mudança no pensamento do turista, que passa a buscar experiências diferentes através dessas redes de compartilhamento, que, além de abranger os aspectos econômicos, acarretam uma ideia de

partilha, confiança e utilização de espaços ociosos” (Madureira, 2018, p. 63). Portanto, as tecnologias de informação e comunicação vêm promovendo profundas mudanças no cotidiano das pessoas em diversos aspectos. A Internet é um dos principais elementos responsáveis por parte dessas mudanças, justamente por permitir a conexão virtual entre pessoas e informações de todos os lugares ao redor do mundo, alterando, dessa forma, os meios de comunicação e de relacionamento. Sant’Anna & Jardim (2007) salientam que “a internet é considerada um importante canal multimídia para atender às várias nuances existentes no turismo, uma vez que valoriza as tecnologias que podem transmitir sensações, como o uso de sons, imagens e movimentos” (p. 5). Ou seja, a Internet configura um conjunto de ferramentas virtuais utilizadas para apresentar um produto turístico ao consumidor que passa a conhecer novos lugares a distância. Além disso, Richards & Morril (2019) destacam que as “viagens do milênio muitas vezes se concentram no uso da tecnologia para coletar informações e tomar decisões” (p. 128).^{viii}

Essa discussão pode ser corroborada pelos resultados da pesquisa produzida, em 2014, pelo Ministério do Turismo (2014), os quais sinalizaram que “105 milhões de brasileiros estão conectados à internet. Deste total, cerca de 82% usam a Internet como fonte de informação para fechar a viagem”. Ou seja, aproximadamente metade da população brasileira possui acesso à internet e a maioria dos internautas brasileiros tende a utilizar o meio virtual para planejar as suas viagens. É importante mencionar ainda que os efeitos severos da pandemia da Covid-19 na dinâmica econômica e comercial global, inclusive no setor turístico internacional, provocaram a aceleração dos processos de transformação digital, a inserção de novas tecnologias digitais e a promoção de plataformas *on-line* de viagens para melhorar a experiência dos turistas (Almazán & González, 2021).

A partir desse contexto, é possível identificar um crescimento na criação e uso de plataformas digitais de turismo que buscam atender aos diferentes públicos, como Airbnb, Home Exchange, Couchsurfing, Worldpackers, entre outros. Dentre esse segmento de mercado emergente da era virtual, a plataforma digital de hospedagem Sisterwave (2020) constitui “a maior no Brasil segmentada para o público feminino”, de acordo com a CEO da plataforma. A plataforma também foi projetada para ser uma rede de segurança e empoderamento para mulheres viajantes. De acordo com o executivo, “é necessário utilizar a tecnologia e o poder de pertencimento de uma comunidade para existir um espaço seguro para a mulher poder

aproveitar o mundo com liberdade, autonomia e segurança”. Esse depoimento revela o interesse pela promoção da segurança e liberdade para mulheres no turismo, seja através de plataformas digitais ou iniciativas que também usam a tecnologia e a internet para atingir esse objetivo.

Outra iniciativa interessante foi a elaboração de um guia virtual gratuito feito, especialmente, para mulheres que viajam ou desejam viajar sozinhas, com dicas para viver novas experiências mundo afora com segurança (Alves, 2019). O guia foi projetado e lançado pelo site de estadias Booking.com em conjunto com a ONG feminista Think Olga, nos idiomas inglês, português e espanhol. Vale ressaltar, ainda, que existem milhares de blogs, grupos e páginas em redes sociais que apresentam conteúdos nessa perspectiva, sendo notável a preferência que as mulheres possuem em obter informações vindas de outras mulheres. Assim, a internet trouxe a possibilidade de conexão entre mulheres viajantes de todos os lugares do mundo, permitindo a troca de informações e a busca por uma rede de segurança e confiança.

AS MULHERES VIAJANTES CADASTRADAS NA SISTERWAVE

758

A história da plataforma Sisterwave começou em 2017, durante uma das viagens da sua fundadora e chefe executiva. Pela entrevista realizada, a empresária relatou que identificou a necessidade latente de criação de uma rede de apoio à mulher viajante, considerando as suas próprias necessidades, além das vivências e trocas de experiências com outras mulheres com quem teve contato ao longo de sua jornada. Essa demanda se revelou algo particular do público feminino, conforme se pode observar no relato da fundadora da plataforma:

[...] eu conheci muitas mulheres que estavam viajando, em alguns momentos, amigas minhas, em outros momentos, totalmente desconhecidas e viraram grandes amigas. Sempre era muito recorrente isso, existem algumas plataformas para viajantes, mas há necessidade de se criar uma plataforma exclusiva para mulheres, porque a gente tem dores que são invisíveis para os homens.
(Entrevistada 1, 2020)

Ao retornar a Brasília, sua cidade natal, a empresária deu início à concretização dessa ideia que surgira durante uma viagem para a Europa. A empresária participou do evento *Startup Weekend Woman Brasília* e, além de se capacitar sobre o desenvolvimento de uma *startup*, concorreu e venceu a competição do evento, o que permitiu dar forma à Sisterwave. Durante o ano de 2018, a plataforma foi estruturada e lançada em formato de site e aplicativo, disponível para o sistema Android e iOS. Além do Startup Weekend Woman Brasília, a equipe

da Sisterwave participou de diversos eventos para a aceleração da startup, o que contribuiu para o crescimento célere da rede.

A maioria das Sisters conheceu a plataforma no início de 2019 pelas redes sociais, principalmente via Instagram. Para as Sisters cadastradas como viajantes, as principais motivações que as levaram a participar da Sisterwave foram a segurança de serem hospedadas por outra mulher e a oportunidade de se hospedarem de forma econômica. Já para as Sisters cadastradas como anfitriãs, as motivações apontadas foram a segurança em receberem hóspedes mulheres e a oportunidade de ganharem uma renda extra. Em suma, a segurança e os aspectos financeiros foram as principais razões pelas quais essas mulheres pesquisadas se interessaram em participar da rede Sisterwave. No entanto, outras plataformas digitais de hospedagem também são utilizadas pela maioria das Sisters, tanto viajantes como anfitriãs, sobretudo a Airbnb, apontada diversas vezes na fala das entrevistadas como um nome de referência nesse meio. De acordo com as entrevistadas que utilizam ambas as plataformas, o Airbnb possui mais visibilidade, possuindo mais anfitriões e mais hóspedes, em praticamente todas as cidades do mundo. Porém, a Sisterwave possui aspectos que a diferenciam, não apenas do Airbnb, mas de todas as outras plataformas digitais de hospedagem que foram mencionadas pelas entrevistadas. Entre os diferenciais foram citados:

- a) Segurança e acolhimento, pelo fato de ser exclusivamente feminina. Segundo as Sisters viajantes, quando a anfitriã também é uma mulher, ela compreende melhor os receios e os anseios das hóspedes, tornando a hospedagem mais segura, confortável e acolhedora. Já para as Sisters anfitriãs, receber mulheres em seus lares traz mais segurança e liberdade, tornando o ato de receber confortável e natural.
- b) Suporte técnico ágil e eficiente. A maioria das entrevistadas afirmou se sentir amparada pela equipe técnica da Sisterwave, que faz contato com as Sisters através de *e-mail* e pelo aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp, sempre que necessário.
- c) Pessoaalidade da plataforma, que, através de um perfil com conteúdo pessoal, como gostos, hobbies e estilo de vida, permite que as Sisters viajantes escolham anfitriãs com quem tenham pontos em comum, facilitando o relacionamento durante a hospedagem e propiciando a amizade entre essas mulheres.

Nota-se que, se, por um lado, são as questões de segurança e financeira que motivam mulheres a realizarem o cadastro na plataforma, por outro lado, o diferencial que as mantém ativas e permanentes na rede é o acolhimento, como expressou uma das entrevistadas: “É como se a gente estivesse recebendo a pessoa em casa muito além da questão financeira, é uma questão de acolhimento mesmo” (Entrevistada 11, anfitriã, 2020).

A base e a estrutura da plataforma digital se configuram via site^x ou aplicativo Sisterwave que apresenta na página inicial a frase: “Somos uma família!” Essa afirmação imprime a filosofia da plataforma que tem como objetivo principal conectar mulheres para formar uma ‘família’ de mulheres viajantes. A despeito de ser uma plataforma digital de hospedagem, o discurso da Sisterwave vai além do serviço de hospedagem. Isso fica claro quando se observa a forma como as mulheres cadastradas são nomeadas: Sisters, ou seja, irmãs, trazendo uma ideia de proximidade, intimidade, amizade e acolhimento. O perfil das mulheres cadastradas permite a inserção de dados e descrições pessoais, que vão além das atribuições de anfitriãs e hóspedes. A plataforma também possui grupos com diferentes categorias sobre viagens [perguntas e respostas, dicas, roteiros, companhia para viajar e outros], oferecendo às Sisters a oportunidade de conversar e conhecer umas às outras, independentemente do serviço de hospedagem. De acordo com a fundadora da plataforma,

[...] o papel central é conectar a viajante à moradora e essa conexão pode existir de diversas formas. O papel central é a viajante ter um lugar onde ela se sinta acolhida e a moradora possa acolher e ter uma liberdade financeira, inclusive. Então é fazer justamente essa conexão. (Entrevistada 1, 2020)

Além da mediação para hospedagem e dos grupos de discussão, entre os serviços e possibilidades que a plataforma oferece está um *blog* repleto de matérias as quais buscam informar e inspirar mulheres viajantes, além de se dispor de uma loja virtual com produtos da marca Sisterwave. De acordo com a empresária, no ano de 2020, a rede enfrentou dificuldades em relação às vendas de hospedagem devido à pandemia do Covid-19, que impediu muitas pessoas de realizar viagens ao redor do mundo, em face às medidas de segurança sanitária. Levando em consideração a segurança e saúde das usuárias, foi incorporado um novo serviço de *tours* virtuais na plataforma, como uma alternativa de viagem sem sair de casa. Entre os meses de junho e outubro, as mulheres interessadas no *Tour* Virtual da Sisterwave puderam visitar espaços turísticos através da tecnologia Google Street View com o guiamento de moradoras locais, sob o intermédio da plataforma Sisterwave.

A equipe técnica que gerencia a plataforma passou por alterações ao longo do tempo. A princípio, a Sisterwave contava com um profissional na área de marketing e um na área de tecnologia. Porém, no ano de 2020, a *startup* passou por um processo de reestruturação. A intenção do negócio foi sistematizar o funcionamento da plataforma com base nos seguintes setores: Tecnologia da Informação, Marketing, Experiência do Usuário, Legal e Financeiro. Além da reestruturação da equipe, a plataforma passou a incluir uma anuidade para todas as *Sisters* cadastradas, isentando as taxas de intermediação. Dessa forma, a exigência de anuidade repercute na dinâmica operacional da Sisterwave, tendo em vista que o aspecto financeiro é uma das principais motivações que levam mulheres a se cadastrar na rede.

As experiências das *Sisters* com o uso da plataforma digital revelam uma importante consideração a ser feita: o tempo de uso. Como relatado anteriormente, a maioria das entrevistadas conheceu a Sisterwave no início de 2019 e, devido à pandemia do Covid-19, as experiências de viagens foram interrompidas em março de 2020. Portanto, essas mulheres tiveram cerca de um ano para usufruir da rede, o que resultou em experiências pontuais. Mesmo com poucas experiências, as *Sisters* expressaram seus pensamentos e percepções sobre o uso da plataforma. Durante as entrevistas, todas afirmaram que tiveram experiências positivas, embora algumas sugestões de melhoria tenham surgido, como agilizar o *chat* da plataforma, acelerar o pagamento das anfitriãs e expandir a rede por meio de ampla divulgação. Por outro lado, muitos aspectos favoráveis foram relatados, tanto sobre fatores técnicos, como facilidade de usar o aplicativo e segurança para efetuar o pagamento, quanto pelos fatores da conexão entre mulheres, como as oportunidades de fazer amizades com outras *Sisters* pela plataforma e o acolhimento durante as viagens, tanto por parte das anfitriãs quanto por parte das viajantes.

A conexão entre mulheres é um aspecto em destaque na filosofia da plataforma. Portanto, buscou-se compreender ainda como se dá esse relacionamento entre as *Sisters* durante as viagens, avaliando os pontos positivos e negativos dessa relação. Nesse sentido, as entrevistadas afirmaram que não existem pontos negativos. Mesmo aquelas que relataram não ter sentido uma conexão profunda com a sua anfitriã ou hóspede ou até não ter considerado esse relacionamento uma amizade, afirmaram que se sentiram bem acolhidas, seguras e confortáveis na presença da outra *Sister*. Sendo assim, a plataforma transformou o conceito de conexão entre mulheres em realidade, como é expresso na fala de uma das

entrevistadas: *“Eu nunca tive anfitriões que se preocupassem tanto com a minha segurança, com o horário que eu estava chegando e era mais uma coisa de cuidado, não era para regular”* (Entrevistada 5, viajante, 2020).

Outra questão abordada foram os desafios e os obstáculos que permeiam as viagens feitas pelo público feminino por meio da plataforma Sisterwave. Tanto as viajantes quanto as anfitriãs mencionaram a existência de medo, insegurança, preconceito/julgamentos, assédio e machismo. O relato de uma das *Sisters* durante a entrevista exemplifica esses sentimentos relatados, quando afirma que os desafios durante as viagens são:

[...] os mesmos desafios da vida. Eu acho que a questão de segurança é a primeira, é mais latente. Talvez seja medo do inesperado e talvez seja essa coisa de ser mal interpretada, da mulher que está viajando sozinha, do que ela pretende, do que ela quer, do que ela se dispõe, o que ela está ali oferecendo, enfim. Todas essas coisas subjetivas que vêm dessa sociedade patriarcal que a gente vive. (Entrevistada 9, anfitriã, 2020).

Todas as entrevistadas expressaram preocupação em relação à segurança ao viajarem sozinhas e foi possível identificar, ainda, alguns casos de *Sisters* que passaram por situações de constrangimento, julgamento e assédio durante suas viagens. Para Moreira (2016), as mulheres que viajam sozinhas são vistas com certa estranheza ou como mulheres que estão em busca de parceiros para encontros afetivo-sexuais. Isso se deve também ao fato de a condição da mulher enquanto consumidora no turismo ser associada, muitas vezes, ao papel de acompanhantes de seus maridos, companheiros e filhos.

É importante ainda ressaltar que dados do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (Lobato, 2019) apontam que, no ano de 2018, a violência sexual contra mulheres no País cresceu 4,1%, enquanto o feminicídio cresceu 4%, sendo que 88,8% das mulheres são vítimas do próprio companheiro ou ex-companheiro. Essas estatísticas de violência contra a mulher, que só crescem no Brasil, simbolizam o sentimento constante de medo e insegurança que permeia, inclusive, as experiências de viagens femininas, sobretudo as viagens solas. Além disso, nesse processo, são criados e reforçados estereótipos que têm como base a objetificação da imagem da mulher como produto a ser explorado – nesse caso, por meio do turismo (Santos, Francisco & Guerra, 2021).

Na contramão dessas estatísticas, os relatos sobre a experiência da Sisterwave revelam a promoção de uma plataforma enquanto ‘rede de apoio à mulher viajante’. Tomando isso como base, para a maioria das *Sisters* entrevistadas, essa rede de apoio promove, na prática, uma

sensação de confiança, segurança e conforto. A plataforma oferece às Sisters também mediação e suporte sociotécnico, permitindo que as viajantes encontrem anfitriãs com afinidades de gostos, facilitando a comunicação entre elas. Um fator que transpassa todos os outros é a inspiração. As *Sisters*, em sua maioria, definem a Sisterwave como uma fonte inspiradora, que encoraja e empodera mulheres no turismo, seja para realizar uma viagem solo ou para buscar independência financeira tornando-se uma anfitriã. Esse sentimento de inspiração e encorajamento é ilustrado pela fala de uma das entrevistadas:

Ela já tinha vontade, já tinha poder, as condições de executar e faltava aquele último empurrãozinho. Veio a Sisterwave trazendo essa segurança, esse conforto de sair da sua cidade e estar em outro ambiente, acolhida por alguém que vai entender mais os teus receios. (Entrevistada 23, Anfitriã, 2021)

Portanto, nota-se que as características da plataforma que a fazem ser vista como uma ferramenta de conexão entre mulheres viajantes tornam-se o principal motivo pelo qual o público pesquisado opta pelo uso desse meio de hospedagem. Essas características podem ser definidas pelo senso de comunidade que a plataforma apresenta, o que, no âmbito digital, permite que as usuárias se expressem em seus perfis através de textos e fotografias e faça contato com outras *Sisters* por grupos ou *chat*. A aproximação primária digital da viajante com a anfitriã torna a experiência da viagem mais confortável, levando a sensação de segurança e acolhimento para ambas as partes. Além disso, nota-se, também, o interesse econômico, uma vez que parte da lógica da hospedagem domiciliar é oferecer ao hóspede uma opção geralmente mais barata, ideia que soa atrativa para as viajantes que buscam hospedagens econômicas. Já para as anfitriãs, é uma opção de utilizar espaços de sua própria casa para ganhar uma renda extra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mulheres sempre foram viajantes, independentemente da época em que viveram. Em séculos passados, enfrentaram o patriarcado, com todos os preconceitos e violências, somado às dificuldades físicas de viagens longas e exaustivas. Abriram mão de suas casas, famílias e nações em nome da aventura de desbravar o mundo, conhecer outros povos, outras culturas e novas paisagens. Na contemporaneidade, o uso de tecnologias facilita a comunicação e o acesso à informação e, quando dedicadas para o público feminino, essas tecnologias podem

encorajar mulheres a traçarem suas próprias jornadas, aumentando o número de mulheres viajantes, mesmo com todos os desafios que permeiam seus trajetos, sobretudo o medo da violência de gênero e o julgamento sobre seu comportamento, possibilitando interpretações equivocadas sobre seus desejos e intenções.

A tecnologia, portanto, permite que mulheres viajantes se encontrem e se apoiem para que possam realizar seus sonhos de viagens com mais segurança, conforto e acessibilidade, já que uma característica das plataformas digitais de hospedagem colaborativa são os preços mais acessíveis, se comparados com meios de hospedagens convencionais, o que também se torna um atrativo para mulheres viajantes. Do outro lado, há mulheres que buscam independência financeira e a possibilidade de se tornarem anfitriãs, transformando a própria casa em hospedagem como uma forma de se conseguir renda extra sem a necessidade de grandes investimentos. No entanto, essas mulheres anfitriãs também enfrentam o desafio do medo da violência e do julgamento, que é amenizado quando recebem em seus lares outras mulheres. Esses fatores são os principais motivadores que levam mulheres a se cadastrarem na plataforma Sisterwave.

Desse modo, a plataforma digital de hospedagem exclusiva feminina Sisterwave propõe romper barreiras que inibem mulheres de viajarem sozinhas, através de uma rede de apoio baseada em interação, inspiração, acolhimento e segurança. Embora a pandemia tenha limitado as experiências das Sisters, a maioria das *Sisters* entrevistadas, além de demonstrar satisfação sobre o uso dos serviços, expressou o desejo de ver a rede crescer e atingir mais mulheres para que elas próprias possam usufruir da plataforma em mais destinos e, também, para que mais mulheres possam se beneficiar com essa rede de apoio. Assim, pensar o turismo pela perspectiva das mulheres, sejam trabalhadoras do setor ou viajantes, abre um leque de oportunidades para novos estudos sobre essa temática.

O uso da tecnologia e das plataformas digitais de turismo influencia mudanças comportamentais, como o processo de tomada de decisões de viagens na contemporaneidade, permitindo à viajante ter mais autonomia em suas escolhas, atendendo a necessidades e particularidades de consumo do público feminino. Da mesma forma, a entrada em cena da tecnologia permite compreender novas formas de produção do turismo, compondo a complexa relação entre mulheres viajantes, turismo e plataformas digitais. Mas em que medida essas tecnologias empoderam mulheres viajantes? Para que rumo essas mulheres

Nascimento, J. de F. do, De Moraes, E. A., & Alves, K. dos S. (2023). Mulheres viajantes e o uso da plataforma digital de hospedagem Sisterwave: onde se encontram anfitriãs e hóspedes?. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 15(3), 748-767. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v15i3p748>

vijantes estão se tornando influenciadoras na contemporaneidade? Que tipos de mudanças as viagens de mulheres estão gerando em termos socioculturais? Como essas viagens estão afetando o mercado de trabalho virtual de mulheres no turismo? Esses são alguns problemas de pesquisa que poderão ser desdobrados em outros trabalhos que porventura surjam a partir deste estudo.

REFERÊNCIAS

- Almazán, R. S., & González, R. O. (2021). Plataformas online en la ‘nueva normalidad’: el caso TripAdvisor. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(Especial Covid-19), 1-17. [Link](#)
- Alves, B. (2019, 27 de agosto). Plataforma de turismo lança guia para mulheres viajarem sozinhas. *Casa e Jardim*. [Link](#)
- Alves, K. dos S., & Moreira, M. I. C. (2016). Trabalho em turismo e relações de gênero. In K. dos S. Alves, (org.), *Turismo, Trabalho e Gênero: uma abordagem interdisciplinar* (pp.14-17). UFOP, Departamento de Turismo.
- Araújo, C. F. S. (2015). A dupla jornada de mulheres no mercado de trabalho turístico em Aracaju – SE. *Cadernos de Gênero e Diversidade*, 1(1). [Link](#)
- Costa, C., Caçador, S., Breda, Z., Carvalho, I., & Costa, H. A. (2016). Educação e igualdade de gênero: o caso do ensino superior em turismo no Brasil. In: K. dos S. Alves. (org.), *Turismo, Trabalho e Gênero: uma abordagem interdisciplinar* (pp.113-131). UFOP, Departamento de Turismo.
- Kozinets, R. V. (2014). *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Penso.
- Leite, M. (2000). Mulheres viajantes no século XIX. *Cadernos Pagu*, (15), 129-143. [Link](#)
- Lobato, F. (2019). Violência contra a mulher e o feminicídio crescem no Brasil. *Portal de Periódicos Fiocruz*. [Link](#)
- Madureira, M. (2018). *O turismo no novo milênio: uma análise psicossocial de novas formas de produção e consumo de viagens*. [Qualificação de Tese]. Programa EICOS, Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Minayo, M. C. (2009). *O desafio da pesquisa social. Pesquisa Social: teoria, método e criatividade*. Vozes.
- Ministério do Turismo. (2014). A importância da internet para o turismo. *Ministério do Turismo*. [Link](#)

Nascimento, J. de F. do, De Moraes, E. A., & Alves, K. dos S. (2023). Mulheres viajantes e o uso da plataforma digital de hospedagem Sisterwave: onde se encontram anfitriãs e hóspedes?. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 15(3), 748-767. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v15i3p748>

- Ministério do Turismo. (2021). Mulheres são maioria da força de trabalho do Ministério do Turismo. *Ministério do Turismo*. [Link](#)
- Moreira, M. I. C. (2016). O turismo fazendo gênero: prefácio. In: K. dos S. Alves, (org), *Turismo, Trabalho e Gênero: uma abordagem interdisciplinar* (pp. 7-12). UFOP, Departamento de Turismo.
- Nascimento, J. (2021). *Mulheres viajantes e o uso de plataformas digitais de hospedagem no Brasil: uma análise sobre a plataforma digital Sisterwave*. [Trabalho de Conclusão de Curso]. Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Juiz de Fora.
- Nascimento, L. (2017). Quem é a viajante brasileira? *Ministério do Turismo*. [Link](#)
- Passos, E., & Barros, R. (2014). Pista 8 – Por uma política da narratividade. In: E. Passos, V. Kastrup, & L. Escossia. (orgs), *Pistas do método da cartografia: pesquisa-intervenção e produção de subjetividade* (pp.150-171). Sulina.
- Paula, A. T. de. (2018). Trabalhadores em situação de intensa precariedade. *REL-UITA*. [Link](#)
- Richards, G., & Morril, W. (2019). Motivations of global Millennials travelers. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14(1), 128-141. [Link](#)
- Ross, G.F. (2001). *Seção I: O turista individual. Psicologia do Turismo*. Contexto.
- Sant'Anna, A., & Jardim, G. (2007). Turismo on-line: oportunidades e desafios em um novo cenário profissional. *Observatório de Inovação do Turismo*, 2(3), 1-14. [Link](#)
- Santos, D. B. M. dos, Francisco, C. N. P., & Guerra, J. R. F. (2021). A Representação da Mulher no Turismo Brasileiro: uma abordagem discursiva atual (2019-2020). *Revista Turismo em Análise*, 32(1), 141-161. [Link](#)
- Scott, J. (1995). Gênero, uma categoria útil de análise histórica: educação e realidade. *Educação & Realidade*, 20(2), 71-99. [Link](#)
- Silva, L. A., Barbosa, M. L. A., & Farias, M. L. (2021). A Identidade do turista e o consumo colaborativo: uma análise a partir do discurso percebido pelos consumidores da plataforma Airbnb. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), 1993. [Link](#)
- Silva, L. A., Holanda, L. A. de, & Leal, S. R. (2018). Inserção dos Turismólogos Brasileiros no Mercado de Trabalho. *Revista Turismo em Análise*, 29(3), 506-524. [Link](#)
- Sombrio, M. (2014). *Em busca pelo campo: ciências, coleções, gênero e outras histórias sobre mulheres viajantes no Brasil em meados do século XX*. [Tese de doutorado]. Instituto de Geociências, Universidade Estadual de Campinas.
- Teixeira, R. M., & Bomfim, L. C. S. (2016). Empreendedorismo feminino e os desafios enfrentados pelas empreendedoras para conciliar os conflitos trabalho e família: estudo

Nascimento, J. de F. do, De Moraes, E. A., & Alves, K. dos S. (2023). Mulheres viajantes e o uso da plataforma digital de hospedagem Sisterwave: onde se encontram anfitriãs e hóspedes?. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 15(3), 748-767. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v15i3p748>

de casos múltiplos em agências de viagens. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(1), 44-64. [Link](#)

NOTAS

ⁱ A geração do milênio são pessoas nascidas entre 1980 e 1996, de acordo com o Instituto Pew Research Center.

ⁱⁱ Tradução livre da autora para “South America in particular has been viewed as the pinnacle of a backpacker ‘travel career’”.

ⁱⁱⁱ <https://www.sisterwave.com/>

^{iv} O termo de origem inglesa, que significa irmãs, é utilizado para denominar as usuárias da plataforma.

^v Grupo do Facebook “Sozinhas Pelo Mundo - Dicas”: <https://www.facebook.com/groups/697334633967353>; Grupo 1 da Sisterwave: <https://www.sisterwave.com/group/17/Turismo%20no%20exterior>; Grupo 2 da Sisterwave: <https://www.sisterwave.com/group/4/Chapada%20dos%20Veadeiros%20lado%20B>; Grupo 3 da Sisterwave:

<https://www.sisterwave.com/group/19/Alguem%20querendo%20conhecer%20Cara%C3%ADva-%20BA>

^{vi} A avaliação é um sistema adotado pela plataforma por meio do qual as *Sisters* classificam suas experiências, podendo adicionar comentários, se assim desejarem.

^{vii} Moreira (2016) destaca a importância da categoria gênero para os estudos em turismo. Isso porque, segundo a autora Scott (1995), pioneira na construção desse conceito, a análise de gênero é baseada nas diferenças percebidas entre os sexos e nas suas relações de poder, o que implica a compreensão de homens e mulheres, masculino e feminino, de forma integrada e intercambiável.

^{viii} Tradução livre da autora para “Millennial travel has often focussed on their use of technology to gather information and make decisions”.

^{ix} Acessível em: <www.sisterwave.com>.

PROCESSO EDITORIAL

Recebido: 03 jan. 2023

Aceito: 07 jul. 2023