



INSTITUTO FEDERAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO

Campus Recife

Departamento Acadêmico de Cursos Superiores – DACS

Coordenação Acadêmica de Gestão de Turismo – CATU

Curso Tecnólogo em Gestão de Turismo

JÚLIA DE OLIVEIRA ALVES

THAÍS GOMES DE LIRA BELÉM

THAÍS REBECA FERREIRA DA SILVA

**NÓS POR NÓS, POR RECIFE: cartilha voltada para as mulheres que viajam
sozinhas pela capital pernambucana**

RECIFE

2021

JÚLIA DE OLIVEIRA ALVES
THAÍS GOMES DE LIRA BELÉM
THAIS REBECA FERREIRA DA SILVA

**NÓS POR NÓS, POR RECIFE: cartilha voltada para as mulheres que viajam
sozinhas pela capital pernambucana**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo, pelo Curso de Gestão de Turismo do Instituto Federal de Pernambuco IFPE – *Campus Recife*.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Luciana Pereira da Silva

RECIFE

2021

A474n
2022

Alves, Júlia de Oliveira.

Nós por nós, por Recife: cartilha voltada para as mulheres que viajam sozinhas pela capital Pernambucana / Júlia de Oliveira Alves ; Thaís Gomes de Lira Belém ; Thaís Rebeca Ferreira da Silva. --- Recife: O autor, 2021.

101f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, Departamento Acadêmico de Cursos Superiores - DACS, 2022.

Inclui Referências e apêndices.

Orientadora: Professora Dr^a. Luciana Pereira da Silva

1. Turismo. 2. Turismo – mulheres. 3. Turismo - Recife. I. Título. II. Silva, Luciana Pereira da. (orientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

CDD 338.4791 (21ed.)

**NÓS POR NÓS POR RECIFE: cartilha voltada para as mulheres que viajam
sozinhas pela capital pernambucana**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em
Gestão de Turismo, pelo Curso de Gestão de Turismo do
Instituto Federal de Pernambuco (IFPE).

Aprovado em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Luciana Pereira da Silva

Orientadora

Talita Poliana Guedes da Silva, Mestra em Hotelaria e Turismo, Sesc Pernambuco

Examinadora Externa

Prof.^a Dr.^a Iraneide Pereira da Silva

Examinadora Interna

RECIFE

2021

Aos nossos pais, que mesmo com todas as dificuldades sempre insistiram nos nossos estudos, sem eles, essa graduação não seria possível.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, que sempre me guiou nos meus objetivos e esteve presente nos meus anos de estudo. Aos meus amigos e familiares que deram apoio e contribuíram para que este trabalho fosse realizado. A Thais Rebeca e Thais Gomes que desde o início da caminhada acadêmica estiveram junto comigo e mesmo com as dificuldades, tiveram paciência em me ensinar e de chegarem ao fim desse trabalho ao meu lado. E por fim, mas não menos importante, aos professores e em especial a minha orientadora pelos ensinamentos passados e adquiridos em toda essa trajetória.

Júlia de Oliveira Alves

Gostaria de agradecer, primordialmente, a Deus, por me acompanhar em todos os momentos da minha vida, guiando meus caminhos e me fazendo sempre ser uma pessoa melhor. A minha família, que sempre acreditaram em mim e nunca soltaram a minha mão, independentemente da situação ou momento, minhas conquistas são todas, por eles; Em especial, a minha mãe que sempre deu o seu máximo para que eu acreditasse nos estudos e me ensinou que a educação é o melhor caminho a ser traçado, agradeço, também, a minha irmã, que sempre foi uma inspiração para mim, principalmente relacionado a estudo, Thainá é uma das pessoas mais inteligentes que eu conheço, parte do que eu sou, devo a ela e parte desta formação também. A todos os meus professores, que de alguma maneira contribuíram para esta graduação e para meu amadurecimento, assim como todos envolvidos nesta etapa da minha vida, em especial, a Luciana, minha orientadora, que aguentou por meses meus argumentos sem referências e foi essencial para a construção deste projeto. Agradeço também ao Sesc Piedade, que me acompanhou durante grande parte do curso, em especial, a Talita, que foi minha primeira orientadora no âmbito profissional e me preparou para o mercado de forma muito leve e empática, sempre serei grata pelos ensinamentos passados e a Erika, que em pouco tempo comigo, foi indispensável para esta etapa tão importante da minha vida, muito obrigada por todo carinho comigo e por toda aprendizagem. Por último e não menos importante, agradeço às minhas parceiras de surto. À Júlia, que sempre foi a mediadora e esteve presente desde o começo com todo seu carinho, pulou de cabeça no nosso projeto e deu seu toque especial e a Thais, que na primeira semana de aula decidimos que nosso TCC seria feito juntas, mudamos de tema três vezes, mas continuamos juntas, ver esse projeto pronto e assinalado com os nossos nomes, é muito gratificante para mim. Muito obrigada, meninas por toda parceria desde o primeiro dia de faculdade e por não terem desistido da gente, mesmo com todos os conflitos nesses anos de convivência, vocês são muito especiais para mim, essências para esse trabalho e para minha vida!

Thaís Gomes de Lira Belém

Agradeço primeiramente a Deus por sempre estar comigo em todos os momentos da minha vida, sempre me guiando e iluminando em cada passo que eu dou, e com o TCC não seria diferente. Em segundo lugar agradeço a minha família por sempre ter investido em minha educação em todas as fases da minha vida, sem eles eu não estaria me formando em uma faculdade. Também quero agradecer a eles por sempre acreditarem no meu potencial. Em seguida, quero agradecer a todo o corpo docente do curso de Gestão de Turismo por contribuírem para a minha formação acadêmica e profissional, e que de certa forma me ajudaram a chegar até aqui. Em especial agradeço a nossa professora/orientadora, Luciana, por ter abraçado nosso projeto e por ter nos guiado para a realização do mesmo. E por último e não menos importante, agradeço às minhas amigas, Thaís e Júlia, sou grata pela nossa amizade que se estabeleceu desde os primeiros dias de aula e que permanece até hoje, não poderia escolher outras pessoas para construir, viver e compartilhar esse momento tão ímpar. Gratidão por tudo!

Thaís Rebeca Ferreira da Silva

“Eu não me vejo na palavra, fêmea, alvo de caça, conformada vítima. Prefiro queimar o mapa, traçar de novo a estrada, ver cores nas cinzas e a vida reinventar”.

Francisco, el Hombre, 2016.

RESUMO

Após muitas lutas, as mulheres foram conquistando seus direitos e exercendo a sua independência e liberdade. Isso refletiu diretamente em muitas áreas, tais como: na família, no trabalho, nas decisões e nos momentos de lazer e turismo. O objetivo deste trabalho é propor a criação de uma cartilha que contenha informações turísticas para mulheres que viajam sozinhas à cidade do Recife. Partimos do pressuposto de que as mulheres estão cada vez mais usufruindo do seu tempo livre e da sua independência para viajarem sozinhas ou em grupos com outras mulheres, porém, não se sentem totalmente seguras e faltam recursos que as ajudem e orientem em suas viagens. Utilizamos como instrumentos metodológicos, a aplicação de questionários e após a coleta, realizamos a análise utilizando a Análise do conteúdo de Bardin (2016). Os resultados da pesquisa apontam que as mulheres expressam a vontade de viajar sozinhas ou em grupos com outras mulheres, no entanto, ainda sentem a necessidade de apoio de outros mecanismos que facilitem e promovam uma experiência tranquila e prazerosa.

Palavras-chave: Turismo. Mulheres viajantes. Recife. Análise do conteúdo (AC).

ABSTRACT

Women, after a lot of struggle, were conquering their rights and exercising their independence and freedom. This directly reflected in many areas, such as: in the family, at work, in decisions and also in leisure and tourism. The objective of this work is to propose the creation of a booklet containing tourist information for women traveling alone to the city of Recife. We assume that women are increasingly taking advantage of their free time and independence to travel alone or in groups with other women, however, they do not feel completely safe and lack resources to help and guide these women in their travels. We used as methodological tools, the application of questionnaires and after collection, we performed the analysis using the Content Analysis of Bardin (2016). The survey results show that women express the desire to travel alone or in group with other women, however they still feel the need for support from other mechanisms that facilitate and promote a peaceful and pleasurable experience.

Key words: Tourism. Women travelers. Recife. Content Analysis (CA).

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Diferença de renda e horas dedicadas aos afazeres domésticos entre homens e mulheres

Tabela 2 - Quantidade de mulheres sem cônjuge com filho(s) e sua renda mensal

Tabela 3 - Design da Cartilha

Tabela 4 - Peças avulsas e Mídias impressas

Tabela 5 - Audiovisual

Tabela 6 - Propaganda e marketing

Tabela 7 - Propaganda e marketing

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Acesso às oportunidades de emprego e renda

Figura 2 - Capa da cartilha

Figura 3 - Guia: conteúdo da cartilha

Figura 4 - Flor tema da cartilha

Figuras 5 e 6 - Conheça Recife

Figura 7 - Números úteis

Figura 8 - Lugares mais seguros

Figura 9 - Mapas

Figura 10 - Logotipo do projeto

Figura 11 - Modelos de logotipo alternativos

Figura 12 - Cartaz de divulgação do projeto

Figura 13 - Instagram do projeto

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Idade das participantes do formulário

Gráfico 2 - Renda mensal das participantes do formulário

Gráfico 3 - Se as participantes do formulário exercem função remunerada

Gráfico 4 - Frequência de viagem das participantes do formulário

Gráfico 5 - Frequência de viagem sozinha das participantes do formulário

Gráfico 6 - Frequência de viagem sozinha ou com grupo de mulheres

Gráfico 7 - Se as participantes têm curiosidade de viajar sozinha

Gráfico 8 - Se as participantes do formulário já viajaram sozinhas a Recife

Gráfico 9 - Os pontos turísticos visitados pelas participantes do formulário

Gráfico 10 - Escala do sentimento de segurança nos pontos turísticos de Recife

Gráfico 11 - Qual dos pontos turísticos as participantes do questionário consideram mais seguros

Gráfico 12 - Qual dos pontos turísticos as participantes do questionário consideram menos seguros

Gráfico 13 - Se as participantes do questionário consideram válido visitar Recife sozinhas

Gráfico 14 - Questionamento sobre ter passado por situação de perigo na cidade do Recife

Gráfico 15 - Locais que passaram por tais situações de perigo

Gráfico 16 - Facilidade no acesso aos telefones de segurança pública

Gráfico 17 - Nível de utilidade da cartilha

Gráfico 18 - A possibilidade de indicar o destino Recife para outras mulheres viajantes

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 JUSTIFICATIVA.....	19
3 OBJETIVOS (Gerais e específicos).....	22
4 REFERENCIAL TEÓRICO.....	23
4.1 Apresentando uma breve discussão sobre o Turismo.....	23
4.2 O destino Pernambuco e a capital “Veneza Brasileira – Recife”	25
4.3 Os encantos do Recife e o Turismo	28
4.4 Recife e as mulheres	30
5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E DIAGNÓSTICO	37
5.1 Diagnóstico.....	38
5.1.2 – <i>Discussão dos dados com a aplicação da técnica Análise de Conteúdo de Laurence Bardin</i>	50
6 CARTILHA NÓS POR NÓS, POR RECIFE	52
6.1 Identidade visual e Plano de divulgação	61
7 PLANO DE DIVULGAÇÃO	63
8 ORÇAMENTO	65
8.1 Orçamento total	67
9 ESTRATÉGIAS E PROPOSTAS PRELIMINARES	68
9.1 Atividades, ações, recursos humanos, físicos e materiais necessários para operacionalizar os objetivos do projeto	68
9.1.1 <i>Recursos humanos</i>	68
9.1.2 <i>Recursos físicos</i>	68
9.1.3 <i>Recursos materiais</i>	69
9.2 Estratégias de Comunicação e Marketing.....	69
9.3 Possíveis apoios, patrocínios e parcerias	71
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
11 REFERÊNCIAS.....	74
12 APÊNDICE.....	80

1 INTRODUÇÃO

O turismo possui distintas definições. A autora Margarita Barretto (1995), aborda em seu livro alguns conceitos de turismo na perspectiva de vários autores, porém a que apresenta uma definição social é a do Oscar de La Torre, que diz o seguinte:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro [...] gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE, 1992, p.19).

Mas, de maneira geral, podemos usar o conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT) do ano de 1994 (p.12) que afirma: “o turismo é uma prática realizada por pessoas durante suas viagens por um período consecutivo e inferior a um ano, sendo a motivação o lazer, negócios, cultura, entre outros”.

É evidente que no turismo existe segmentações como forma de alcançar o público-alvo que procura por várias formas de turismo e lazer, principalmente o turismo de Sol e Mar, Ecoturismo, Turismo Gastronômico, Turismo Cultural, entre outros exemplos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2008). Em qualquer dessas preferências, há turistas de todos os lugares do mundo buscando novas experiências e conhecimentos de novos costumes.

Diante de toda essa demanda, encontra-se o público feminino que descobre, no turismo, uma forma de exercer sua independência, viajando sozinha ou com grupo de mulheres (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019). Com a presença persistente de mulheres no âmbito do turismo, este trabalho tem o objetivo de propor uma cartilha para incentivar a vinda dessas mulheres à cidade do Recife. A cartilha “Nós por nós, por Recife” contém informações gerais sobre os pontos turísticos do Recife e de unidades de segurança pública capazes de dar suporte caso estejam em alguma situação de vulnerabilidade ou perigo.

Este trabalho está dividido em 7 seções. Nesta primeira seção, introdutória, apresentamos uma breve explanação sobre a organização deste documento, além da problemática, justificativa e objetivos para sua realização.

Na segunda seção, apresentamos os objetivos geral e específico deste trabalho que é propor a criação de uma cartilha contendo informações turísticas para mulheres que viajam sozinhas à cidade do Recife. Partimos do pressuposto que as mulheres, na atualidade, expressam o desejo de viajar sozinhas ou com outras mulheres e que uma cartilha poderia ajudar nesse momento feminino.

Já na terceira seção, apresentamos a justificativa, na qual trazemos um traço histórico em que as mulheres são afetadas com o machismo, com a desigualdade e com os padrões de comportamento impostos pela sociedade desde o período Colonial até os dias atuais. Cada vez mais mulheres estão conquistando seus direitos, sua independência e possivelmente, utilizando a liberdade para o consumo de viagens, fato que pode ser confirmado pela pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo no ano de 2017, que aponta que cerca de 18% das mulheres brasileiras preferem viajar sozinhas. A cartilha será importante para mostrar às mulheres que elas poderão se sentir mais seguras ao viajarem à Recife e ao mesmo tempo, provavelmente, poderá ampliar a visibilidade ao destino Recife no âmbito do turismo.

A metodologia apresentada na quarta seção, utilizada para realização dessa pesquisa é de cunho exploratório, para melhor entendermos determinadas situações, tendo como objetivo principal, o domínio do problema em questão. Para melhor obtenção de resultados, aplicamos um questionário para mulheres que já haviam viajado sozinhas à cidade do Recife a fim de que fosse possível a análise de lugares que elas consideram mais seguros ou não e se elas indicariam o destino e a experiência para outras mulheres.

Já o referencial teórico, na quinta seção, teve embasamento em autores, livros, artigos e teses, cuja leitura norteou a pesquisa acerca da temática deste trabalho, além de oferecer subsídios teóricos que dão consistência à proposta da pesquisa e ao tema abordado.

Em seguida, na sexta seção, apresentamos os recursos humanos, físicos e materiais, elementos que serão necessários para que o projeto, seja colocado em prática e entre em circulação.

Na sétima e última seção, apresentamos as conclusões finais. Nela discutiremos sobre o resultado das questões levantadas no trabalho e nos dados

adquiridos diante do questionário aplicado para as mulheres. Também foram abordadas algumas dificuldades enfrentadas no decorrer do trabalho, mas que, mesmo nessas circunstâncias, concluímos que os objetivos da pesquisa foram cumpridos.

2 JUSTIFICATIVA

De acordo com Mary Del Priore (2004), a Igreja era a responsável pelos aspectos políticos, sociais e culturais dos brasileiros. Era a Igreja Católica que determinava, por exemplo, regras e padrões de comportamentos a serem seguidos por todos os grupos sociais. Dentre esses grupos, pode-se dizer que o grupo das mulheres foi um dos mais afetados pelas imposições da Igreja. Cabia à mulher se dedicar exclusivamente ao lar, ao marido, à educação dos filhos, aos serviços domésticos e ser submissa ao homem. O fundamento utilizado para justificar tal repressão com as mulheres era simples: o homem era considerado superior, e, por isso, cabia a ele exercer autoridade.

Fash explica (2016), que foi somente durante o período Imperial (1822-1889), que as mulheres tiveram o direito à educação reconhecido, tendo Dionísia Gonçalves Pin como pioneira da primeira escola para mulheres no Brasil, além de ter sido também uma grande militante da liberdade das mulheres.

No início do século XX, entre os anos (1907-1917), ocorreram mudanças no mercado de trabalho, como, a greve das costureiras, por exemplo. O objetivo dessas greves era exigir melhores condições de trabalho nas fábricas, regularização do trabalho das mulheres, jornada de 8 horas e salários iguais. Segundo Fahs (2016), no ano de 1922, houve discussões acirradas com relação à inserção das mulheres na política e, neste mesmo ano, foi criada a Federação Brasileira pelo Progresso Feminino que tinha como principal intenção a luta pelo voto e para que as mulheres tivessem livre acesso à política.

No ano de 1928, houve o primeiro voto feminino, que foi concebido por Celina Guimarães Viana, na cidade de Mossoró, no Rio Grande do Norte, e neste mesmo ano, Alzira Soriano de Souza foi eleita a primeira prefeita, na cidade de Lajes, também no Rio Grande do Norte. Tanto o voto como a eleição receberam anulação e a discussão passou a ser sobre o direito e a cidadania das mulheres, de acordo com Fahs (2016).

O movimento feminista, desde a década de 60, trata de questões que ainda continuam em pauta atualmente. Dentre essas é possível citar a saúde da mulher (prevenção, métodos contraceptivos, entre outros), igualdade, liberdade, violência em sua grande abrangência e muitos outros que vão de encontro à condição da mulher.

De acordo com uma reportagem no site Agência Brasil (2016), o movimento feminista no Brasil vem conquistando vários direitos e cada vez mais as mulheres estão lutando por sua independência, sua liberdade, sua voz e seu espaço na sociedade.

Segundo Kellen Follador (2009), no Brasil, as mulheres não tinham espaços para expressar seus pensamentos, pois os homens controlavam todos os âmbitos de suas vidas, desde a infância ao casamento onde seria escolhido o marido que certamente iria obter o controle sobre ela. Monk (1960) relaciona essa informação com as questões do turismo, na época do Grand Tour, por exemplo, as viagens de estudo para a Europa eram só para os homens ricos.

Na atualidade, as mulheres estão conquistando mais espaço e garantindo uma participação bastante significativa no consumo de viagens, segundo a autora Erica Wilson (2004), é possível afirmar que as mulheres estão sendo encorajadas a viver sem restrições, mesmo que eventualmente em alguns países ainda não haja essa prática por existir traços do patriarcado.¹

Neste contexto, a tendência de viajar sozinha está ganhando, consideravelmente, mais adeptas no Brasil e no mundo. Dados divulgados pelo Ministério do Turismo, apontam que quase 18% das mulheres brasileiras preferem viajar sozinhas (MTur, 2017). De acordo com uma pesquisa realizada² em 2018 pelo site Uol, 60% das mulheres brasileiras viajam sozinhas pela liberdade e independência

De acordo com uma pesquisa realizada pela MaxMilhas (2020)³, o número de mulheres viajando sozinhas no período de carnaval teve o aumento de 8% em 2020, comparado ao ano de 2019. Salientamos, ainda que, o jornal A Gazeta posicionou o estado de Pernambuco como o 3º destino turístico mais procurado para o período carnavalesco, ficando atrás apenas do Rio de Janeiro (RJ) e Salvador (BA) e o Ministério do Turismo aguarda em média mais de 3,1 milhões de turistas por ano.

¹ “Patriarcado é o modo que se designa uma formação social em que os homens detêm o poder, ou mais simplesmente o poder é dos homens. Ele é, assim, quase um sinônimo de dominação masculina ou de opressão das mulheres”. (DELPHY, 2009, p. 173).

² Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/viagem/noticias/2018/10/10/60-das-mulheres-brasileiras-viajam-sozinhas-pela-independencia-e-liberdade.htm> Acesso em: 10 de março de 2021.

³ MaxMilhas é um site de venda de passagens aéreas por milhas.

Em contrapartida, segundo as autoras Gill; Heathcote; e Williamson (2016), quando uma mulher viaja sozinha ela corre vários riscos, dentre eles, podendo ser considerado o principal, a violência contra mulher, marcada pela desigualdade de gênero no âmbito global, que também é fruto do patriarcado. Elas também afirmam que essa violência está vinculada a outros sistemas de desigualdade baseados na sexualidade, na raça e na classe. Diante dos aspectos apresentados, acreditamos que a problemática não possui tanta visibilidade quanto deveria ter e que as medidas para atenuar os casos de assédio contra mulheres turistas são escassas.

Nossa motivação pessoal para a escolha do tema justifica-se por sermos mulheres. Muitas vezes nos sentimos inseguras em viajar sozinhas para outros estados e até mesmo em visitar alguns pontos turísticos da nossa própria cidade.

No que concerne ao turismo, a cartilha contribuirá para mostrar que este tema possui importância no âmbito turístico e que medidas devem ser criadas urgentemente para minimizar as ocorrências, como, a proposição de uma cartilha. Além disso, com a cartilha à disposição, as mulheres poderão se sentir mais seguras, pois o material irá apresentar números de órgãos públicos para dar assistência caso precisem. Além disso, através da pesquisa direta realizada, apontaremos alguns lugares que as mulheres que já visitaram no Recife e consideraram mais seguros durante sua visita. Isto propiciará maior visibilidade para o turismo no Recife, pois a cartilha será um mecanismo cujo objetivo é atender as necessidades desse público. Possivelmente, com esta visibilidade, Recife poderá ter um aumento no número de mulheres turistas, aumentando assim o fluxo turístico da cidade.

Segundo o Ministro do Turismo (2017), no Turismo nacional, as mulheres fazem parte de uma grande parcela que desvendam novos destinos e desbravam novas aventuras quando o assunto é viajar sozinha. No ano de 2017, o ex-Ministro do Turismo, apontou a importância da luta pelo empoderamento das mulheres e que o trabalho para a segurança das viajantes é algo importante.⁴

O Ministério do Turismo realizou uma pesquisa, em fevereiro de 2017, cujo resultado apontou que 21% das mulheres que fizeram parte da pesquisa tinham a intenção de viajar nos seis meses seguintes ao mês da realização do estudo. Um dado

⁴ Disponível em: <<http://antigo.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7573-artigo-mulheres-pelo-brasil.html>>. Acesso em: junho de 2021.

de bastante relevância, é a informação de que 17,8% dessas mulheres, irão viajar desacompanhadas dos seus cônjuges, filhos, entre outros.⁵

3 OBJETIVO GERAL

Propor a criação de uma cartilha que contenha informações turísticas para mulheres que viajam sozinhas à cidade do Recife.

3.1 Objetivos Específicos

Identificar as demandas e informações turísticas das mulheres que visitam Recife;

Selecionar as informações obtidas que virão a fazer parte da cartilha;

Tornar a cartilha um mecanismo prático para que as mulheres utilizem em para indicações no destino que possam visitar com segurança.

⁵ Disponível em: <<http://www.colunadeturismo.com.br/2019/02/04/artigo-de-marta-rossi-o-poder-das-mulheres-no-turismo/>>. Acesso em: março de 2020.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Apresentando uma breve discussão sobre o Turismo

Para abordar a participação das mulheres no turismo, é de extrema importância primeiramente entender o que é turismo e qual a sua importância para a sociedade. A Organização Mundial do Turismo (2001) define turismo como:

atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em lugares diferentes da sua residência habitual, por um período consecutivo e inferior a um ano, tendo como motivação viajar a lazer, negócios ou outros motivos (OMT 2001, p. 38).

De acordo com Paulo de Assunção (2012), pode-se entender o turismo como uma atividade que demanda um fluxo de pessoas saindo e chegando em destinos e lugares distintos daqueles nos quais residem. Sendo assim, o turismo é um fenômeno socioeconômico e cultural, que é baseado em três elementos que estão ligados entre si: o tempo livre, o rendimento e as condições e sanções locais que permitem a atividade turística.

Segundo Roche (2000), para viajar é necessário que haja um deslocamento e o momento em que vivemos os deslocamentos e a velocidade são, evidentemente, em maior número e mais rápidos do que nos séculos anteriores. O ato de deslocar-se é realizado pelo homem desde os tempos antigos, a busca por água, terras mais adequadas, para plantio ou mercadorias para suprir necessidades foram elementos iniciais que motivaram esse deslocamento. Durante a expansão Europeia, as motivações para deslocar-se eram a relação comercial de troca e as viagens que foram realizadas para a América no período de descobrimento. Essas viagens aconteciam de forma menos intensa por conta das dificuldades enfrentadas naquela época, como os meios de transporte e a longa duração da viagem, de acordo com Paulo de Assunção (2012).

O escritor Paulo de Assunção (2012), afirma que o século XIX trouxe grandes transformações tecnológicas que impactaram de forma positiva os deslocamentos por todo o mundo. Foram desenvolvidos o navio a vapor, as estradas de ferro, os automóveis motorizados e os aviões, todos esses meios de transportes ajudaram a

ampliar o deslocamento por todo o mundo e conseqüentemente o fluxo de viagens turísticas.

No Brasil, o turismo teve seu início com os bandeirantes, que se deslocavam pelo país em busca de riquezas e para capturar indígenas. O século XVIII foi marcado pela descoberta e exploração do ouro em Minas Gerais, fato que estimulou vários deslocamentos de diversas áreas da colônia para a região de Minas. Com a vinda da Família Real Portuguesa para o Brasil no ano de 1808 e sua permanência até 1821, fez com que o número de viajantes fosse maior. Após a independência do Brasil em 1822, os viajantes que chegavam no país eram motivados por ganhos ou negócios próprios, estudos da botânica ou zoologia, ou apenas para conhecer novas culturas e a natureza como afirma Paulo de Assunção (2012).

Conforme Paulo de Assunção (2012), estes viajantes faziam relatos do que eles observaram, como as plantas, os animais, os alimentos, e as pessoas, justamente por ser um ambiente diferente do que era visto nas cidades europeias e americanas. É importante ressaltar que esse olhar dos viajantes interferiu na construção da imagem do Brasil, do povo e da cultura. Nesta época as viagens eram apenas autorizadas para homens ricos, contudo, no ano de 1766 a primeira mulher a viajar o mundo começou a sua excursão. Jeanne Baret foi uma botânica que, para realizar este feito, precisou se disfarçar de homem, se juntar a um navio francês com mais 300 marinheiros, esconder seus seios e trocar o nome para Jean Barrett, com o objetivo principal de aperfeiçoar seus aprendizados sobre botânica. Após dois anos de viagem, uma tribo rival conseguiu descobrir sua verdadeira identidade e a expulsou do navio, assim, Baret só conseguiu finalizar sua volta ao globo terrestre dez anos depois com o seu marido, Jean Dubernat, de acordo com Alberto López (2020).

No Brasil, de acordo com um levantamento do Datafolha feito em fevereiro de 2019, através da ONG Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), cerca de 22 milhões de brasileiras passaram por, pelo menos, algum tipo de assédio. O blog *International Women's Travel Center* (IWTC), voltado para mulheres que viajam sozinhas, em 2015, realizou uma pesquisa que aponta alguns países que são mais perigosos ou mais seguros para uma mulher que viaja sozinha, entre os países participantes da pesquisa estão o Egito, a Índia, a Colômbia, a Venezuela, entre outros, posteriormente, foi divulgada uma lista com os países que oferecem as maiores ameaças as turistas, e o Brasil estava em 4º lugar.

Quatro anos após a divulgação da lista supracitada, os jornalistas Asher e Lyric Fergusson, que também possuem um blog voltado para segurança em viagens, desenvolveram uma pesquisa intitulada “*Women’s Danger Index*”, na qual o Brasil ficou em 2º lugar como um dos cinco países mais perigosos para mulheres que viajam sozinha. Segundo os autores, para essa pesquisa foram considerados oito fatores, tais como: a violência contra as atitudes das mulheres, o índice de desigualdade de gênero, a diferença global de gênero, a discriminação legal, a violência conjugal, a agressão física, o homicídio intencional de mulheres e a segurança para andar sozinha à noite.

Sendo assim, vamos abordar um pouco sobre o estado de Pernambuco e sua capital, Recife, que é o campo deste projeto, com a finalidade de entregar uma melhor visão para a leitora e o leitor sobre a cidade e, com isso, aprofundar sobre o turismo para mulheres que viajam sozinhas em Recife.

4.2 O destino Pernambuco e a capital “Veneza Brasileira – Recife”

O estado de Pernambuco está localizado no centro-leste do nordeste brasileiro e possui 185 municípios, incluindo a capital, Recife, incluindo o arquipélago de Fernando de Noronha, que também faz parte do território pernambucano. O estado faz fronteira com a Paraíba, Ceará, Alagoas, Bahia e Piauí.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2020), o estado de Pernambuco possui extensão territorial de 98.067,881 quilômetros quadrados, e ainda que seja um dos menores estados do país quando se trata de extensão territorial, Pernambuco goza de paisagens diversificadas, bem como, praias, planaltos, semiáridos, brejos e serras. O relevo pernambucano⁶ é linear, sendo assim, no interior de Pernambuco existem picos que ultrapassam os 1000 metros de altitude. O último censo do IBGE no ano de 2010 aponta Pernambuco como o sétimo estado mais populoso do Brasil, com uma população de 8.796.448 milhões de habitantes, o que equivale em média 4,6% da população brasileira para aquele ano, logo, mais da metade desta população é formada por mulheres, sendo este número de 4.565.767

⁶ Disponível em: < <https://www.pe.gov.br/portal-governo-pe/geografia>>. Acesso em: Abril de 2021.

(IBGE, 2010). O mesmo documento⁷ aponta que em 2010, Pernambuco possuía densidade demográfica de 89,5 hab./km² e desfrutava de uma formação étnica constituída por pardos (53,3%), brancos (40,4%), negros (4,9%) e índios (0,5%), sendo esses autodeclarados. A estimativa populacional do IBGE é que até o ano de 2020 totalize 9.616.621 habitantes no estado (IBGE, 2020).

No que diz respeito ao turismo⁸, a atividade é considerada uma das principais fontes econômicas de Pernambuco, gerando empregos e sustento para os habitantes de todas as regiões do estado. Por conta de sua diversidade, possui equipamentos, destinos e espaços turísticos que contemplam os distintos segmentos do turismo, tais como, o turismo de sol e mar, gastronomia, cultural, religioso, dentre outros. Por dispor de uma faixa litorânea com cerca de 187 km de extensão, entre zonas urbanas e rurais, o turismo de sol e mar é bastante desenvolvido no estado, praias como Boa viagem, Porto de Galinhas e Tamandaré, incluindo o arquipélago de Fernando de Noronha fomentam esta categoria de turismo no estado.

Segundo informações do Portal Cultura PE, Pernambuco também usufrui de um amplo acervo cultural, dentre eles, podemos destacar a Casa da Cultura de Pernambuco, que no ano de 1850 foi inaugurado como uma Casa de Detenção, hoje figura-se como um dos maiores polos de comercialização de artesanato, sendo também um dos cartões postais do estado Também se destaca o Museu do Estado de Pernambuco (MEPE), um palacete que atua desde 1940 e conta com um acervo que possui mais de 14 mil peças, onde se enquadram nas categorias de: Arte Sacra, Arqueologia, Cultura Indígena, Cultura Afro-brasileira, Porcelana, Cristais, Pinturas em tela, entre outros.⁹

Além disso, há o centro histórico de Olinda, que é um dos mais importantes conjuntos arquitetônicos do país e recebeu o título de Patrimônio Cultural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO).

⁷ Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/aspectos-populacao-pernambuco.htm>>. Acesso em: abril de 2021.

⁸ Disponível em: <<https://www.pe.gov.br/portal-governo-pe/turismo>>. Acesso em abril de 2021.

⁹ Disponível em: <<http://www.cultura.pe.gov.br/pagina/patrimonio-cultural/acervo/cds/>>. Acesso em: abril de 2021.

De acordo com o Guia do Turismo (C2021), na gastronomia, os pratos típicos locais mais conhecidos são: a peixada pernambucana, a galinha à cabidela, o cuscuz e o arrumadinho. Também é possível encontrar uma diversidade de frutas e os doces trazem um registro vivo do período chamado Ciclo do Açúcar e dos Engenhos, em evidência, o tão apreciado Bolo de Rolo e o Bolo Souza Leão, ambos são reconhecidos como patrimônio cultural e imaterial de Pernambuco.¹⁰

De acordo com o site da Prefeitura do Recife [s.d.], no turismo religioso, o visitante pode conhecer o projeto Recife Sagrado. Iniciativa da Secretaria de Turismo e Lazer, o projeto possui o principal objetivo de apresentar não só aos turistas, mas também aos recifenses, o conjunto da arquitetura Sacra da cidade, sendo ele um dos mais ricos do país. Oito templos fazem parte do Recife Sagrado, são eles: Madre de Deus, Capela Dourada, Nossa Senhora do Rosário dos Homens Pretos do Recife, Basílica de Nossa Senhora da Penha, Santa Tereza D'Ávila da Ordem Terceira do Carmo, Basílica de Nossa Senhora do Carmo, Concatedral de São Pedro dos Clérigos e a Sinagoga Kahal-Zur Israel. Em todos os templos, estudantes do curso de Turismo e História acompanham os visitantes e contam um pouco da história dos monumentos.

Recife, a capital do estado de Pernambuco, é considerada a porta de entrada para o nordeste brasileiro, com uma população estimada pelo IBGE 2020 de 1.653.461 habitantes e área territorial de aproximadamente 218.843 quilômetros quadrados (IBGE, 2020). No censo de 2010 do IBGE foi possível obter a visualização da maioria do público feminino, a população recifense foi de 1.537.704, a feminina de 827.885, sendo 118 mil mulheres a mais que os homens na capital pernambucana (IBGE, 2010).

Segundo a Prefeitura do Recife, o município é tido como o primeiro polo gastronômico do Nordeste e o segundo polo médico do País, assim como, possui o maior Parque de Ciência e Tecnologia do Brasil, intitulado Porto Digital. Além disso, Recife é repleta de rios, manguezais, pontes, praias, entre outros fatores que contribuem para o fator turístico no município. As diversas manifestações culturais que são encontradas em Recife atraem milhares de turistas ao ano. Algumas dessas atividades são o foco da cultura e atraem turistas de todo o mundo. O carnaval do

¹⁰ Disponível em: <<https://www.guiadoturismobrasil.com/gastronomia/3/PE/recife/977>>. Acesso em: abril de 2021.

Recife, maior manifestação cultural da cidade, tem reconhecimento pelo Brasil por possuir uma variedade de ritmos, sendo eles: o maracatu, caboclinhos, coco-de-roda, ciranda, samba, afoxé e o frevo, dessa maneira, traz uma presença forte da cultura popular local.¹¹

No ano de 2015, o Ministério do Turismo categorizou a capital pernambucana como o destino mais competitivo do Nordeste. A cidade ficou em 6º lugar no ranking de melhores destinos do país, obtendo a média de 77,6 passando a frente de capitais como Salvador e Florianópolis. De acordo com informações da Prefeitura do Recife (2015), os aspectos utilizados para realizar a média desta pesquisa foram: Infraestrutura Global, Acesso, Serviços e Equipamentos, Atrativos Turísticos, Marketing e Promoção do Destino, Práticas Públicas, Cooperação Regional, Monitoramento, Economia Local, Capacidade Empresarial, Aspectos Sociais, Aspectos Ambientais e Aspectos Culturais. Esse dado demonstra que a cidade possui tudo que é preciso para se tornar um grande destino turístico.

4.3 Os encantos do Recife e o Turismo

A cidade do Recife, conhecida como Veneza brasileira, por ser recortada por rios, canais e pontes que ligam um bairro ao outro (FUNDAJ, 2019), é porta de entrada do Nordeste brasileiro, sendo bastante conhecida pelo turismo de sol e mar, que atrai turistas do mundo todo, entretanto, não se resume a apenas isso. A capital pernambucana também é destaque pela gastronomia, cultura e inovação.

Recife também é considerada como berço da cultura popular, que se manifesta na dança, no artesanato, no teatro, na música, na culinária, no modo de vida e na religião. No ano de 2012, o Sebrae realizou uma pesquisa com turistas que estavam visitando a cidade, cujo resultado evidencia que a característica que mais chamou a atenção dos visitantes foi a hospitalidade do povo recifense.

A prefeitura do Recife criou um *website* nomeado de Visit Recife¹², onde pode ser encontrado roteiros e programações para visitar a cidade. Nesse site, são

¹¹ Prefeitura do Recife. Disponível em: <<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/cidade-1?op=NTMwMg==>>. Acesso em: 15 de maio de 2021.

¹². Visit Recife. Disponível em: <https://visit.recife.br/>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

mencionados diversos atrativos turísticos, entre eles o Marco Zero, que conta a história da ascensão do Recife, e alguns museus, como o Paço do Frevo, que conta a história do surgimento do frevo, e o Cais do Sertão, contando a vida dos sertanejos no estado.

Durante o carnaval, a cidade do Recife, bem como grande parte dos estados brasileiros apresenta um forte potencial turístico. Segundo o portal de notícias G1, Recife ocupa o 4º lugar no *ranking* de maior carnaval do país¹³. O Galo da Madrugada, um bloco carnavalesco que acontece no Recife desde 1972, foi eleito pelo *Guinness Book* como o maior bloco carnavalesco do planeta ao reunir 1,5 milhão de foliões em 1979.

Localizada no Recife, a Rua do Bom Jesus foi eleita a terceira rua mais bonita do mundo pela revista *Architectural Digest* (2019), perdendo apenas para a *Setenil de Las Bodegas* na Espanha e a *Washington Street* em Nova York (EUA). Atualmente é um dos principais pontos turísticos do município e que carrega a história da ocupação holandesa no nordeste brasileiro. Além disso, a Rua do Bom Jesus dá espaço para vários museus, teatros, centros culturais, oficinas de artesanato, restaurantes, pubs, entre outros atrativos, segundo o blog Bonas Histórias¹⁴.

Segundo informações no site da Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer do Recife (2018), a cidade vem se destacando do mesmo modo com o turismo criativo, que consiste em proporcionar experiências inovadoras e diferentes ao turista, fugindo dos circuitos turísticos padrões. Foi criado, em 2018, o Plano de Turismo Criativo do Recife, cuja implementação se deu no período de três anos de 2019 a 2021. O objetivo do plano consiste em orientar o desenvolvimento turístico de Recife, com o propósito de tornar a cidade como uma das principais referências nacionais e internacionais em relação ao turismo criativo.

Segundo a Folha de Pernambuco (2018), no ano de 2017, houve um registro, de um recorde na movimentação de passageiros no Aeroporto Internacional do Recife. Chegando a atingir a marca de 7,77 milhões de usuários, de acordo com a secretaria

¹³ G1 Globo. Disponível em: <<https://g1.globo.com/carnaval/2020/noticia/2020/02/19/blocos-publico-vestimento-ambulantes-veja-numeros-grandiosos-do-carnaval-de-rua-pelo-pais.ghtml>>. Acesso em: 13 de maio de 2021.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.bonashistorias.com.br/single-post/2020/08/12/passeios-rua-do-bom-jesus-a-terceira-rua-mais-bonita-do-mundo>>. Acesso em: junho de 2021.

de Turismo, Esporte e Lazer de Pernambuco, esse crescimento está atrelado a questões das atrações turísticas que a cidade tem a oferecer.¹⁵

4.4 Recife e as mulheres

Nesta subseção apresentaremos uma breve incursão sobre a vida das mulheres na cidade do Recife e, para tanto, faremos um apanhado histórico de suas construções coletivas e lutas individuais por empoderamento na vida cotidiana na cidade do Recife. Iniciamos esse texto com a citação de Oliveira (1912).

A Elevação da Mulher¹⁶

*“A mulher era escrava antigamente,
Hoje as dores sem fim não a consomem,
Porque igualou-se logo de repente!
Cristo pregando a crença verdadeira,
Disse ao eterno revoltado – ó homem,
Não dou-te serva, dou-te companheira!”*

As mulheres pernambucanas começaram a ganhar espaço na vida pública e nas lutas políticas e sociais no final do século XIX e no início do século XX, através do movimento abolicionista. Com o crescimento desse movimento, elas ganharam espaço em jornais da cidade para publicar artigos e poemas, dentre alguns nomes, podemos destacar: Maria Amélia de Queiroz, pernambucana que foi um importante figura na luta pela abolição da escravatura, de acordo com as autoras Alcileide Nascimento e Nomeia Luz (2014).

Nesta mesma época, vários jornais e revistas eram dirigidos e escritos por mulheres, um exemplo foi o jornal periódico *A Mulher*, criado em 7 de maio de 1875, sendo o primeiro jornal em Recife, dedicado às mulheres, trazendo reflexões sobre o papel da mulher na sociedade e protestos contra as injustiças, segundo a autora June Hahner (2003, p. 84).

¹⁵ Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/economia/aeroporto-do-recife-tem-aumento-de-11-na-movimentacao-em-junho/190920/>>. Acesso em: Fevereiro de 2021.

¹⁶ OLIVEIRA. A Elevação da mulher. *O Altaneiro*. Recife, ago. 1912. p. 2.

Já no ano de 1864, com a chegada de escolas não religiosas em Recife, a profissão de professora se consolidou cada vez mais. Além disso, segundo a Revista da Instrução Pública de Pernambuco¹⁷, o número de homens que eram matriculados e que se formaram começou a decair, enquanto o número de mulheres crescia cada vez mais.

Entre os anos de 1901 a 1915, as mulheres recifenses assumiram vários trabalhos e profissões como: proprietárias de estabelecimentos comerciais, professoras, médicas, advogadas, cozinheiras, costureiras, entre outros. Elas começaram a ocupar e transitar na cidade. Neste período, a realidade das mulheres que trabalhavam era de salários baixos, longa jornada de trabalho e tratamento social desigual.

Com as mulheres conquistando cada vez mais espaço no mercado de trabalho, surgiu uma certa inquietude nos homens que, através de prosas, mostraram sua insatisfação pelas mulheres estarem trabalhando na rua, em vez de estarem cuidando da casa e dos filhos, como podemos observar no poema abaixo:

Art-nouveante¹⁸

*Gritos e choros, sempre alaridos
De qualquer lado sempre aperreios
E o triste esposo, Sr. Feio,
Prega os botões que já lhe hão caídos.
O chapéu bota, bem decidida
A mulherzinha...para rua ganha
Ouvindo choros ela se assanha
E vai pra rua fazer a vida...*

¹⁷ Instrução Pública. *Revista de Instrução Pública de Pernambuco*. Recife, 15 de dez 1899. p. 1

¹⁸ Art- noveante. *O Papagaio. Periódico ilustrado, Humorístico e Noticioso*. Recife, 24 de set. 1910. p. 1.

Em 1922 chegou ao Recife a autora Clarice Lispector, que viveu sua infância e parte de sua adolescência na capital pernambucana. Durante o seu ensino primário, ela estudou na Escola João Barbalho, onde aprendeu a ler e escrever. Com 12 anos, foi estudar no Ginásio Pernambucano, onde decidiu se tornar escritora.

Segundo a pesquisadora Amélia Reynaldo (2020), embora Clarice não tenha passado muito tempo morando em Recife, a autora se considerava pernambucana e em diversas obras o Recife é citado, como no livro “Felicidade Clandestina”, lançado em 1971. Ainda segundo Amélia, o cenário político e cultural do Recife na década de 1920 teve influência direta na formação de Clarice Lispector, influenciando assim toda a sua escrita. No ano de seu centenário, em 2020, Clarice Lispector recebeu o Título Honorífico de Cidadã Pernambucana *post mortem* concedido pela Assembleia Legislativa do Estado de Pernambuco (ALEPE).

Outra mulher que se destacou em Recife foi a cantora e compositora Selma do Coco, cuja figura desde criança teve contato com a música tradicional pernambucana, especialmente o coco de roda. Aos 30 anos, Selma mudou-se para Olinda, onde começou a vender tapioca, com o intuito de atrair clientes e aumentar as vendas, começou a cantar o coco. Em 1996, com a primeira apresentação de Selma no festival Abril Pro Rock, sua carreira cresceu consideravelmente e a artista foi convidada para realizar shows em São Paulo e na Europa. Considerada um patrimônio da cultura do estado de Pernambuco, Selma do Coco foi bastante importante para a consolidação do Coco no estado.

As novas relações de trabalho, a autonomia feminina e o acesso à educação foram alguns fatores que ajudaram as mulheres a conquistarem cada vez mais o espaço público. O empreendedorismo feminino também é outro fator que vem se destacando atualmente e que dá cada vez mais autonomia para as mulheres.

Um grande exemplo desse empreendedorismo feminino é Negra Linda, chef de cozinha que possui o Instituto NegraLinda, cujo propósito consiste em ser referência do empoderamento e empreendedorismo feminino na Ilha de Deus, localizada entre os bairros da Imbiribeira e do Pina. Além disso, estimula o turismo de base comunitária da Ilha e é responsável por grande parte da captação de renda dentro da comunidade. A principal missão do instituto é justamente empoderar as mulheres da Ilha, transformando-as em protagonistas da sua própria história. Essas mulheres são

capacitadas profissionalmente por meio de oficinas e cursos para impulsionar a criação de seus próprios negócios.

Todavia, é importante destacar que, mesmo que as mulheres tenham conquistado maior inserção no mercado de trabalho, se profissionalizando e se qualificando, maior a escala de desigualdade de gênero nas oportunidades de emprego e renda. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto de Políticas de Transporte e Desenvolvimento (ITDP) no ano de 2018, o acesso às oportunidades de emprego e renda se refletem da seguinte maneira:

Figura 1 - Acesso às oportunidades de emprego e renda



Fonte: ITPD Brasil através da pesquisa Retrato das desigualdades de gênero e raça - 1995 - 2015. IPEA, 2017.

A partir da figura acima, podemos concluir que antes da mulher branca, o homem branco é prioridade e que, antes da mulher negra, o homem negro também vai ser prioridade. Analisando apenas no âmbito feminino, a mulher negra além de estar atrás do homem negro também está atrás da mulher branca, sendo assim as mulheres negras possuem ainda menos acesso às oportunidades de emprego e renda.

Além do mais, a diferença de horas trabalhadas e do salário recebido por homens e mulheres são diferentes. Segundo a pesquisa realizada pelo IPEA (2015),

as mulheres brasileiras trabalhavam em média 7,5 horas a mais que os homens por semana. Essa média se refere ao trabalho remunerado, pois, devido ao acúmulo de funções que foram atribuídas às mulheres, surgiu o termo tripla jornada de trabalho.¹⁹

Ainda segundo a pesquisa realizada pelo IPEA (2017), dados mostram que quanto menor a renda, maior é a desigualdade entre homens e mulheres em relação aos afazeres domésticos, como podemos observar na seguinte tabela:

Tabela 1 - Diferença da renda e horas dedicadas aos afazeres domésticos entre homens e mulheres

Faixa de renda	Homens	Mulheres
Até 1 SM	10,6 horas	23,8 horas
Mais de 1 a 3 SM	10,0 horas	19,0 horas
Mais de 3 a 5 SM	9,5 horas	16,8 horas
Mais de 5 a 8 SM	9,4 horas	15,5 horas
Mais de 8 SM	8,3 horas	12,9 horas

Fonte: Retrato das Desigualdades de Gênero e Raça - 1995 - 2015, IPEA, 2017.

No último censo, realizado pelo IBGE no ano de 2010, foi levantado a quantidade de mulheres recifenses sem cônjuge e com filhos e suas respectivas rendas mensais, como podemos analisar na tabela abaixo:

¹⁹ A tripla jornada de trabalho inclui as atividades relativas ao trabalho remunerado, o trabalho doméstico não remunerado e os cuidados com a família. ITPD Brasil, p, 16, 2018.

Tabela 2 - Quantidade de mulheres sem cônjuge com filho(s) e sua renda mensal

Renda Mensal	Quantidade de mulheres sem cônjuge com filho(s)
Sem renda	7.298
Até ¼ de salário mínimo	5.516
Mais de ¼ a ½ salário mínimo	5.356
Mais de ½ a 1 salário mínimo	4.561
Mais de 1 a 2 salários mínimos	1.852
Mais de 2 a 3 salários mínimos	445
Mais de 3 a 5 salários mínimos	313
Mais de 5 salários mínimos	198

Fonte: Autoria própria, 2021 com base nos dados do IBGE 2010.

Com os dados apresentados acima, percebemos a dimensão do número de mulheres que são chefes de família, além disso, a maior parte delas possui de renda mensal um valor insuficiente para sustentar um ou até mais filhos.

A ITDP, ano de 2018, realizou uma pesquisa voltada para o acesso de mulheres e crianças na cidade do Recife. Para a realização dessa pesquisa foi selecionado dois grupos de mulheres com idade entre 17 e 35 anos, que moram em bairros ou comunidades de Recife; dois grupos com mulheres a partir de 40 anos de idade, que moram em bairros ou comunidades de Recife e um grupo com mulheres com idade entre 17 e 35 anos que moram em bairros ou comunidades da Região Metropolitana de Recife.²⁰ É válido ressaltar que todas as mulheres presentes nos grupos são usuárias do transporte público (metrô, BRT, ônibus convencional ou vans), bicicleta ou que caminham para realizar suas atividades. As participantes não poderiam ter ou usar carro e/ou moto nos deslocamentos no dia a dia. A violência o fator mais apontado por todas as mulheres, e entre os tipos de violência se destacaram o roubo e a violência sexual — assédio e estupro. Muitas mulheres que já passaram por esses tipos de violência, afirmam que está presente em praticamente todos os lugares da

²⁰ A Região Metropolitana de Recife abrange os municípios de: Ilha de Itamaracá, Itapissuma, Igarassu, Araçoiaba, Abreu e Lima, Paulista, Olinda, Recife, Camaragibe, São Lourenço da Mata, Moreno, Jaboatão dos Guararapes, Cabo de Santo Agostinho e Ipojuca.

cidade, no trabalho, nas paradas de ônibus, nas estações e terminais do transporte público, dentro dos veículos coletivos e no espaço público, como praças e ruas.

Uma pesquisa realizada em 2017 pela Uninassau²¹, promovida pelo LeiaJá em parceria com o Jornal do Commercio, mostra que de 621 mulheres entrevistadas, 46% afirmaram terem sido assediadas sexualmente, sendo 64% destas entre 16 e 24 anos e 55% de 25 a 34 anos. Nesta pesquisa, alguns homens também foram entrevistados e as estatísticas apontaram que 54% dos entrevistados acham que às vezes as mulheres são responsáveis por fazer o homem perder a cabeça e ser agressivo. Quando questionados em qual ambiente essas mulheres foram vítimas de assédio sexual, a resposta “trabalho” foi a mais citada (23,5%). Em segundo lugar veio “na rua”, com quase 22%, e “ônibus/metrô” em terceiro, com mais de 16% das respostas.

Em relação aos transportes de aplicativos, conforme mostra a pesquisa realizada pelo Diário de Pernambuco, no ano de 2019, uma em cada quatro mulheres, que totaliza 75%, afirmaram que se sentem seguras ao usar transportes por aplicativos. Em entrevistas, 55% dessas mulheres consideram, em caso de assédio no transporte por aplicativo, que o assediador tem mais chances de ser punido e com muito mais rapidez.

De acordo com uma matéria do jornal G1, no ano de 2018, houve 228 assassinatos de mulheres e, destes, 75 foram por questões de gênero. Além disso, de acordo com a matéria, Pernambuco ocupa o sétimo lugar entre os estados com o maior número de assassinatos de mulheres e o quarto lugar no ranking das unidades federativas que mais tiveram casos de feminicídios no ano de 2018.

Em meio a tantos obstáculos, as mulheres encontram forças para lutar e exercer seu direito básico de ir e vir. No ano de 2018, as mulheres promoveram um protesto no Recife com a intenção de evidenciar o que sofrem todos os dias com o machismo, o feminicídio e a desigualdade de gênero. Algumas das reivindicações foi cobrar mais atenção do governo e cobrar soluções em relação à segurança e à asseguaração dos direitos das mulheres. Pode-se constatar o quanto as mulheres

²¹ Disponível em: <<https://www.brasil247.com/geral/no-recife-46-das-mulheres-dizem-ter-sofrido-assedio-aponta-pesquisa>>. Acesso em: junho de 2021.

ainda não estão totalmente inseridas na sociedade e a grande falta de representatividade das mulheres nos espaços.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E DIAGNÓSTICO

Neste trabalho o tipo de pesquisa utilizado foi a de Janete Bertucci (2008), sendo ela de cunho exploratório, que aborda determinado problema de pesquisa, de forma pioneira e que busca descrever situações e estabelecer relações com outras variáveis. O nosso principal objetivo foi identificar o perfil das mulheres que viajam sozinhas e compreender a dinâmica social na qual essas viagens acontecem.

Inicialmente, foi estabelecido um cronograma, que contempla todas as etapas que realizamos para a execução e conclusão desta pesquisa e da cartilha. De acordo com esse cronograma, definimos o tipo da nossa pesquisa, quais ferramentas de coleta utilizamos para obter os dados necessários, a forma de análise e seleção de todo o material que coletamos, em seguida, a compilação de todos esses dados e, por fim, a elaboração da cartilha.

Para alcançar esses objetivos, utilizamos a técnica de estudo de caso que, segundo Bertucci (2008, p. 52), se caracteriza como uma pesquisa que possui como objeto de estudo uma unidade que é analisada profundamente e que tende a detalhar uma situação em particular. Através dessa técnica, realizamos uma pesquisa Quantitativa, na qual os dados foram coletados por meio de fontes secundárias, que incluem documentos que já foram disponibilizados para o acesso público.

Sendo assim, a unidade de análise utilizada nesta pesquisa, caracterizada em nível da organização, é a cidade do Recife, capital do estado de Pernambuco, localizada no Nordeste brasileiro, amplamente descrita na seção 4.2 deste documento. Recife, foi a localidade escolhida para ser o campo de estudo do trabalho devido a vivência no local, por sermos mulheres recifenses e por reconhecermos as dificuldades diárias do âmbito feminino, sejam essas mulheres turistas ou não.

Como instrumento de coleta, elaboramos e aplicamos um questionário cujas questões foram elaboradas pelas autoras na plataforma do Google Formulário e foi aplicado com as mulheres que viajaram para Recife sozinhas, sem a companhia

masculina. O questionário em questão foi publicado nas redes sociais das autoras no período de 10 dias consecutivos, do dia 06 de abril de 2021 a 15 de abril de 2021, a sua propagação se deu pela técnica da bola de neve²², obtendo o quantitativo de 193 respondentes. Após a aplicação do questionário, houve a compilação dos dados obtidos e, com a técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016), elaboramos um quadro com as principais respostas, que está localizado na seção 5.1.2 deste trabalho.

Na subseção a seguir, faremos uma breve discussão dos resultados da pesquisa, podendo, assim, explanar os dados obtidos durante esse processo, com a finalidade de fundamentar a proposta da Cartilha.

5.1 Diagnóstico

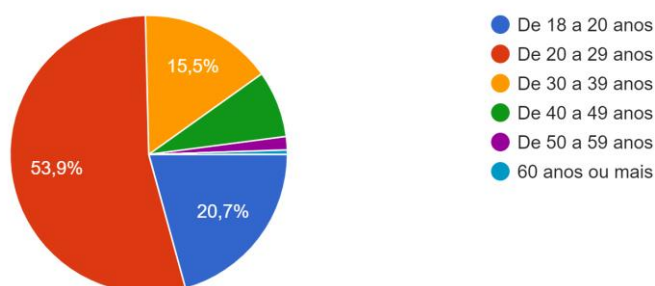
A vivência no local de estudo foi enriquecedora para o trabalho, pois foi possível explorar, obter um olhar crítico da cidade estudada e analisar a infraestrutura do Recife, com a finalidade de apresentar uma cartilha que atenda aos anseios das mulheres que chegam à nossa cidade, mas também para aquelas que aqui residem.

Uma das primeiras perguntas do nosso questionário foi em relação a idade das mulheres. A partir dessa pergunta, foi possível identificar a faixa etária das mulheres que visitam Recife e qual faixa etária viaja com mais frequência. Como podemos analisar no gráfico abaixo, as mulheres com 20 a 29 anos são as que mais visitam a cidade:

Gráfico 1 - Idade das participantes do formulário

²² A técnica metodológica Snowball (“Bola de Neve”) É uma técnica altamente utilizada em pesquisa sociais, um vez que, corresponde em os membros originários de um projeto indicam novos componentes, que por sua vez, indicam novos componentes, assim progressivamente, até que chegue em um resultado satisfatório.

Qual a sua idade?
193 respostas



Fonte: As autoras.

Das 193 mulheres que responderam ao questionário, 46,1% se autodeclararam parda, 39,4% branca, 13,5% preta e 1% amarela. Já em relação ao estado civil, 8% das mulheres são solteiras, 16,1% casadas, 2,6% divorciadas e apenas 0,5% viúvas.

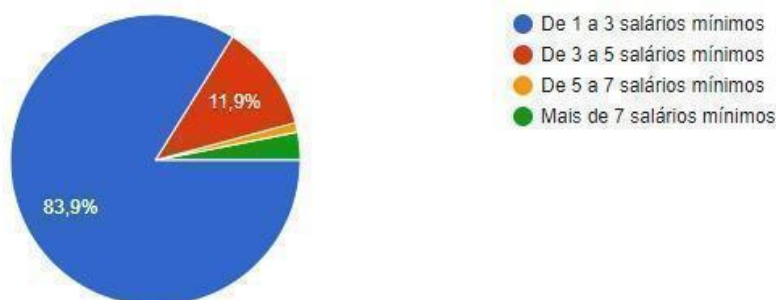
Quanto ao nível de escolaridade das mulheres, 39,4% possuem ensino superior incompleto, 33,7% ensino superior completo, 22,3% ensino médio completo, 4,1% ensino médio incompleto e apenas 0,5% fundamental completo. Dentre as 193, apenas 19,2 % possuem filhos, 50% possuem apenas um filho, 37,5% possuem dois filhos e 12,5% possuem 3 ou mais filhos.

No que diz respeito à renda mensal, como podemos analisar no gráfico abaixo 83,9% recebem de 1 a 3 salários-mínimos, 11,9% de 3 a 5 salários-mínimos, 3,1% recebem mais de 7 salários-mínimos e por fim, 1% de 5 a 7 salários-mínimos:

Gráfico 2 - Renda mensal das participantes do formulário

Quanto em média é sua renda mensal?

193 respostas



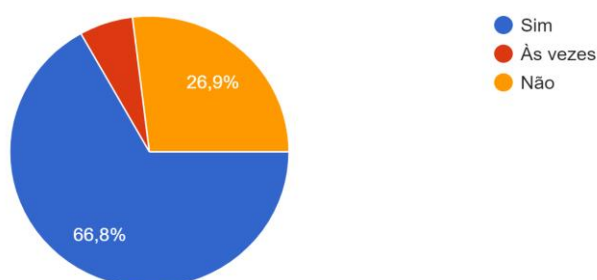
Fonte: As autoras.

No que diz respeito à questão sobre exercer alguma função remunerada, podemos observar que das 193 mulheres que participaram do questionário, 66,8% exercem alguma função remunerada e por exercerem tal função é possível supor que possuem condições financeiras para viajar. Segundo Piscitelli (2017), a independência financeira feminina vem carregada por muitos anos de luta, e ao fim, as inclui no direito ao lazer, sendo esse lazer, o turismo.

Gráfico 3 - Se as participantes do formulário exercem função remunerada

Você exerce alguma função remunerada?

193 respostas



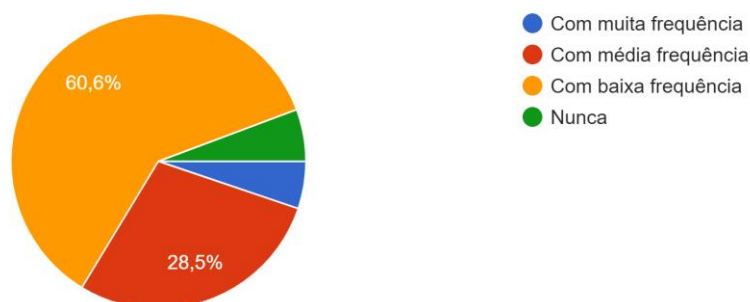
Fonte: As autoras.

Muito embora a pesquisa tenha apontado que as mulheres tenham condições financeiras de viajar, nessa questão em específico pode ser observado que 60,6% afirmam que viajam com baixa frequência e mais à frente vai ser possível entender o porquê disso.

Gráfico 4 - Frequência de viagem das participantes do formulário

Com que frequência você viaja?

193 respostas



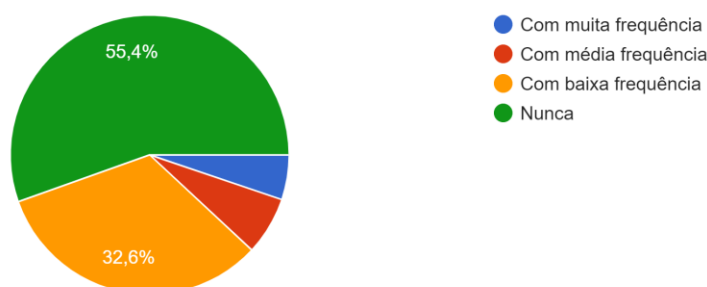
Fonte: As autoras.

Seguindo a linha da pergunta anterior, mas com o intuito de saber a frequência com que essas mulheres costumam viajar sozinhas. 55,4% deixaram claro que nunca viajam sozinhas. Segundo Paulo de Assunção (2012), o turismo se baseia em três importantes elementos, todos interligados: tempo livre, rendimento e se o local permite a atividade turística. Observamos que mesmo as mulheres possuam esses elementos a seu favor, ainda há uma certa resistência em viajar sozinhas, seja pelo sentimento de insegurança ou pelo patriarcado enraizado. O patriarcado se encontra presente desde os primeiros desenvolvimentos do turismo, pois a sociedade era regida por homens e apenas eles tinham a oportunidade de viajar. Com isso, existe toda uma pressão ideológica em torno das mulheres, que as coloca como sendo somente “do lar” e negando o deslocamento livre, segundo Kellen Follador (2009).

Gráfico 5 - Frequência de viagem sozinha das participantes do formulário

Com que frequência você viaja sozinha?

193 respostas



Fonte: As autoras.

Ainda neste quesito, ocasionalmente, algumas mulheres não viajam totalmente sozinhas. Elas têm preferência por viajar com mulheres da família ou de fora do seu convívio. Na questão, é possível visualizar que 55,9% dessas mulheres costumam viajar acompanhadas de outras mulheres. Mas, por outro lado, 44% afirmam que não costumam viajar sozinhas e nem com grupo de mulheres.

Gráfico 6 - Frequência de viagens sozinhas ou com grupo de mulheres

Você costuma viajar sozinha ou com grupo de mulheres? (podendo ser amigas, familiares, parentes e/ou mulheres fora do seu convívio)

193 respostas



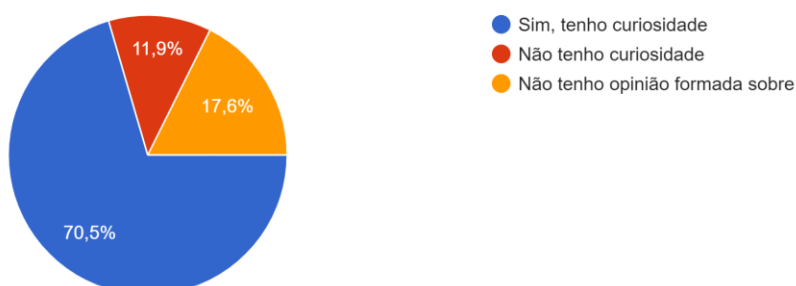
Fonte: As autoras.

O gráfico abaixo mostra que, das 193 respondentes, 70,5% têm curiosidade em viver a experiência de viajar sozinha. É um dado que se mostra positivo, pois afirma que existe interesse por parte das mulheres em viajar sozinhas, como afirma também a pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo em 2017, que mostra que cerca de 18% das mulheres brasileiras estão preferindo viajar sozinhas.

Gráfico 7 - Se as participantes têm curiosidade de viajar sozinha

Caso nunca tenha viajado sozinha, tem curiosidade em viver essa experiência?

193 respostas



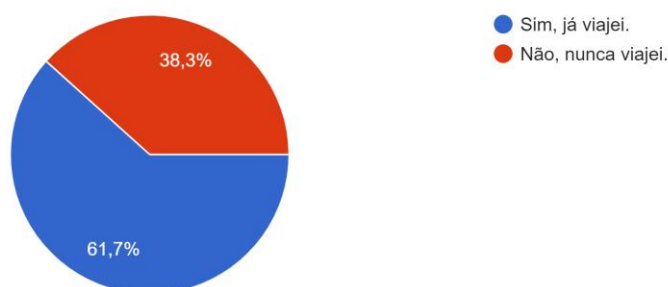
Fonte: As autoras.

Nessa questão, observamos que o destino Recife recebe muitas mulheres que viajam sozinhas, e por essa razão, torna-se de extrema necessidade a criação da cartilha como forma de auxiliar essas mulheres durante sua visita na cidade.

Gráfico 8 - Se as participantes do formulário já viajaram sozinhas a Recife

Você já viajou sozinha para Recife?

193 respostas



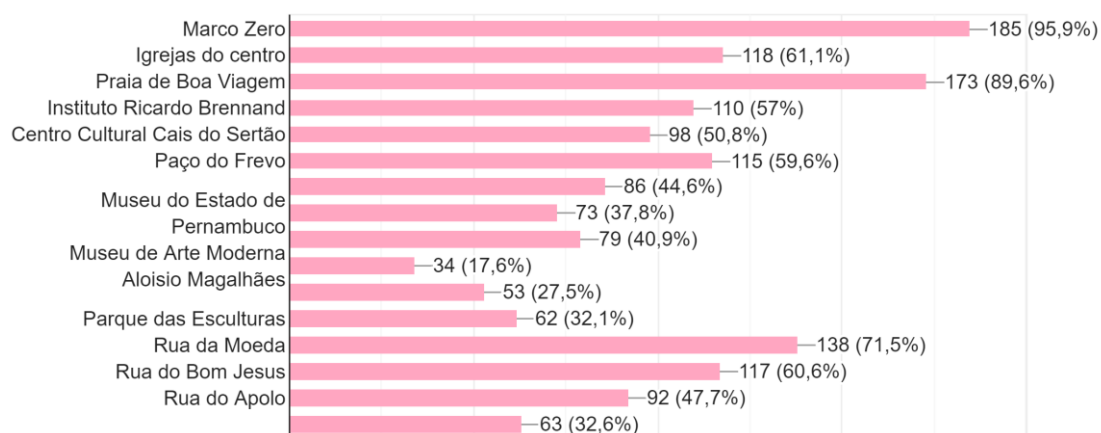
Fonte: As autoras.

No que se refere aos pontos turísticos da Cidade do Recife, os mais visitados pelas mulheres são: Marco Zero (95,9%), Praia de Boa Viagem (89,6%) e Rua da Moeda (71,5%). Por serem cartões postais da cidade, acabam tendo uma maior circulação de turistas para visitação.

Gráfico 9 - Os pontos turísticos visitados pelas participantes do formulário

Quais pontos turísticos você visitou? (Esta pergunta pode ter mais de uma resposta)

193 respostas

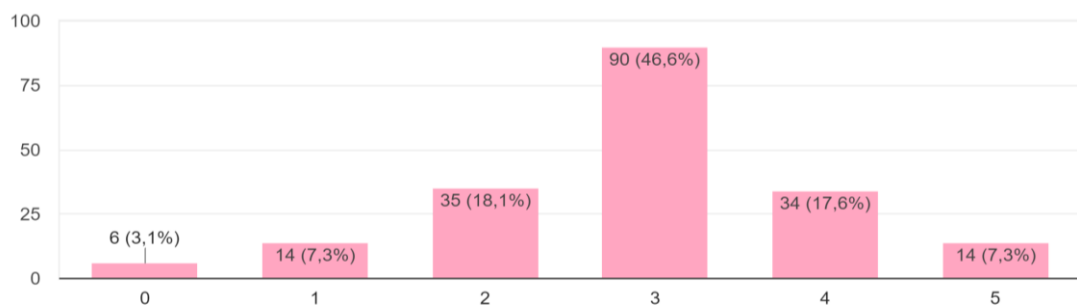


Fonte: As autoras.

Na pergunta anterior, observamos os pontos turísticos mais visitados pelas viajantes, mas queríamos compreender o quão seguras elas se sentiam em uma escala de 1 a 5. As respostas retrataram que 46,6% pontuaram com nota 3,0. Consideramos uma boa nota, mas que precisa de atenção, pois mostra que mesmo que os números de visitantes nos pontos turísticos sejam grandes, a segurança ainda precisa melhorar.

Gráfico 10 - Escala do sentimento de segurança nos pontos turísticos de Recife

De 0 a 5 quanto você se sentiu segura visitando os pontos turísticos?
193 respostas



Fonte: As autoras.

Como já foi visto anteriormente no trabalho, o destino Recife possui inúmeros atrativos e pontos turísticos a serem visitados. Sendo assim, torna-se relevante para as mulheres turistas terem conhecimento sobre quais locais as participantes se sentiram mais seguras. Com 28,3%, os museus foram escolhidos como os mais seguros, pelo fato de serem locais fechados e que em sua maioria, contam com seguranças dentro e fora do local.

Gráfico 11 - Qual dos pontos turísticos as participantes do questionário consideram mais seguros

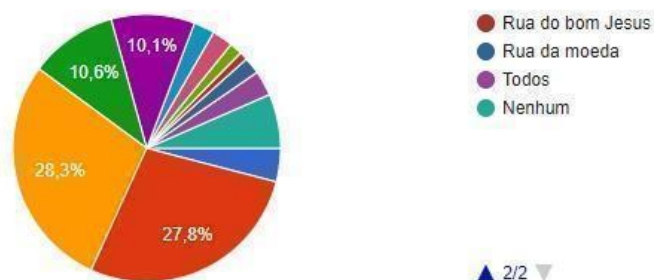
Qual ponto turístico você se sentiu mais segura?

198 respostas



Qual ponto turístico você se sentiu mais segura?

198 respostas



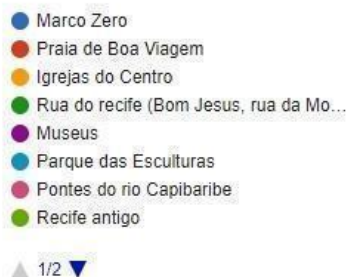
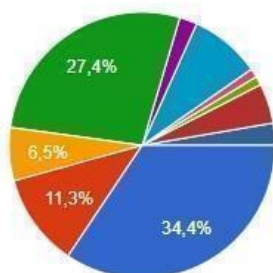
Fonte: As autoras.

Seguindo a ideia da pergunta anterior, também foi pedido para que elas marcassem o lugar que se sentiram menos segura. Cerca de 34,4% das mulheres escolheram o Marco Zero como o ponto turístico menos seguro. Mesmo sendo um ponto que recebe um número considerável de turistas todos os dias, por ser um local aberto, ainda assim, as mulheres sentem medo de situações como assalto, agressões, assédio, entre outras formas de violência. Além do Marco Zero, algumas ruas do Recife também foram citadas pelas mulheres como menos seguras, dentre elas estão: Rua do Bom Jesus, Rua da Moeda e Rua do Apolo, que também são locais que mesmo sendo bastante visitados, para as mulheres, representam insegurança e medo.

Gráfico 12 - Qual dos pontos turísticos as participantes do questionário consideram menos seguros

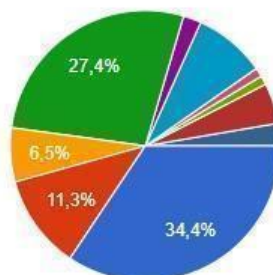
Qual se sentiu menos segura?

186 respostas



Qual se sentiu menos segura?

186 respostas



▲ 2/2 ▼

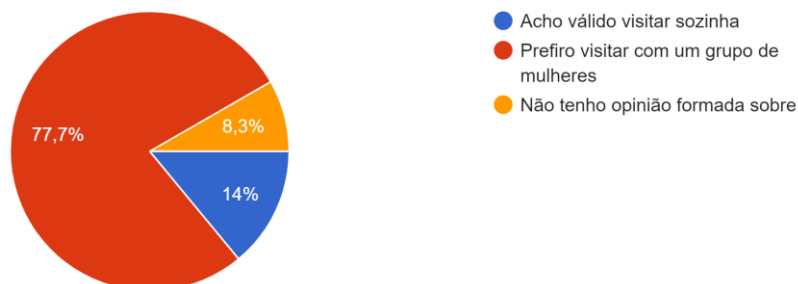
Fonte: As autoras.

De acordo com as mulheres, elas consideraram válido visitar o destino Recife, mas só se estivessem acompanhadas por outras mulheres, ou seja, em grupo. Isso mostra que ainda existe uma insegurança por parte do público feminino, por estarem totalmente sozinhas e usufruindo dos pontos turísticos da Cidade do Recife.

Gráfico 13 - Se as participantes do questionário consideram válido visitar Recife sozinhas

Você considera válido viajar sozinha ao destino Recife ou se sentiria mais segura se estivesse em grupo de mulheres? (podendo ser amigas, familiares, parentes e/ou mulheres fora do seu convívio)

193 respostas



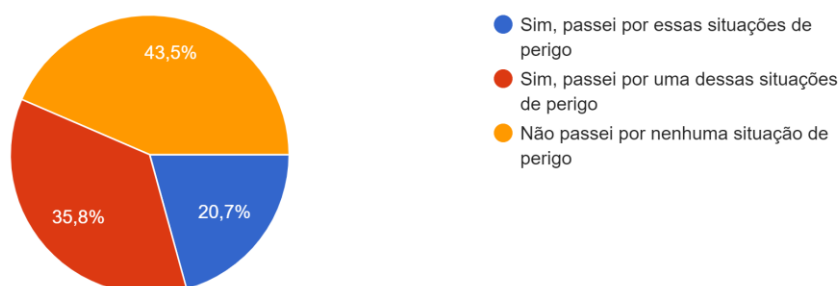
Fonte: As autoras.

Nesse gráfico, podemos observar de forma direta que as mulheres já passaram por alguma situação de perigo na cidade do Recife, onde, 56,5% afirmam que já passaram por assalto, assédio ou agressões. As outras 43,5% afirmaram que não passaram por nenhuma situação de perigo, o que também pode significar uma normalização da violência.

Gráfico 14 - Questionamento sobre ter passado por situações de perigo na cidade do Recife

Você passou por alguma situação de perigo enquanto visitava a cidade do Recife? (assalto, assédio, agressões):

193 respostas



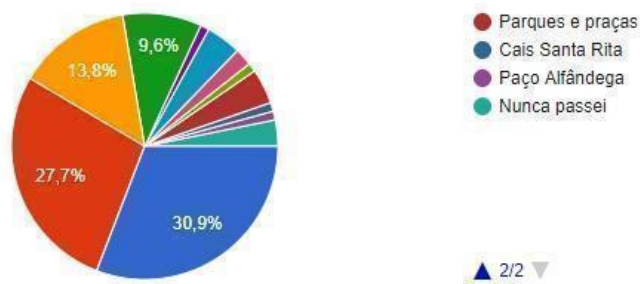
Fonte: As autoras.

Os locais em que as mulheres relataram ter sofrido alguma situação de perigo com as maiores porcentagens foram: transportes públicos (30,9%) e as ruas do Recife (27,7%). Com isso, podemos confirmar o que foi dito anteriormente, que, em lugares abertos, o sentimento de insegurança é constante entre as mulheres.

Gráfico 15 - Locais que passaram por tais situações de perigo

Caso tenha passado por alguma situação de perigo, qual foi o local? (Ponto turístico, rua, transporte público).

94 respostas



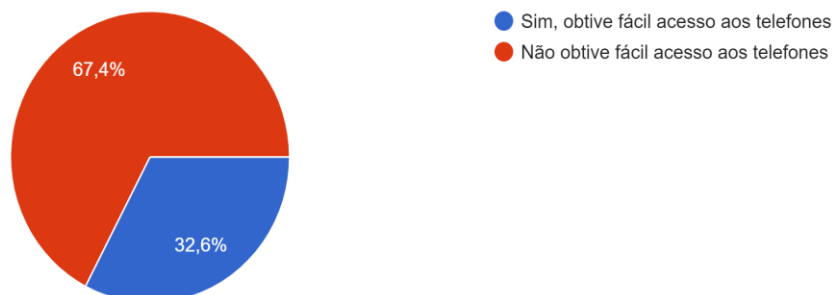
Fonte: As autoras.

Como podemos observar no gráfico abaixo, 67,4% das participantes não obtiveram fácil acesso aos telefones de segurança pública, quando estiveram na cidade, o que acaba sendo um problema, pois em alguma situação de risco ou perigo essas mulheres não sabem a quem recorrer e acabam ficando sem assistência no momento.

Gráfico 16 - Facilidade no acesso aos telefones de segurança pública

Você obteve fácil acesso aos telefones de segurança pública? (Polícia, Delegacia da mulher, Delegacia do turista)

193 respostas



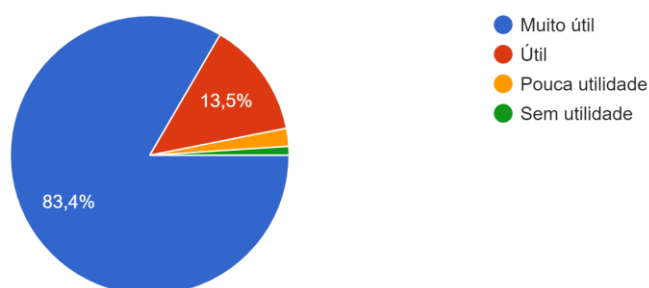
Fonte: As autoras.

Das 193 respostas obtidas, 83,4% consideraram que a cartilha será muito útil e 13,5% consideraram útil, caso venham a visitar o destino Recife sozinha. Isso nos leva a concluir que essas mulheres querem aproveitar os destinos sozinha ou com outras mulheres, mas também querem ter a segurança de que vão poder usufruir de tudo, sem que precisem passar por algum desconforto e, caso venha a ocorrer, saber como agir e o que fazer.

Gráfico 17 - Nível de utilidade da cartilha

Qual o nível de utilidade você considera de uma cartilha com dicas voltadas para o público feminino?

193 respostas

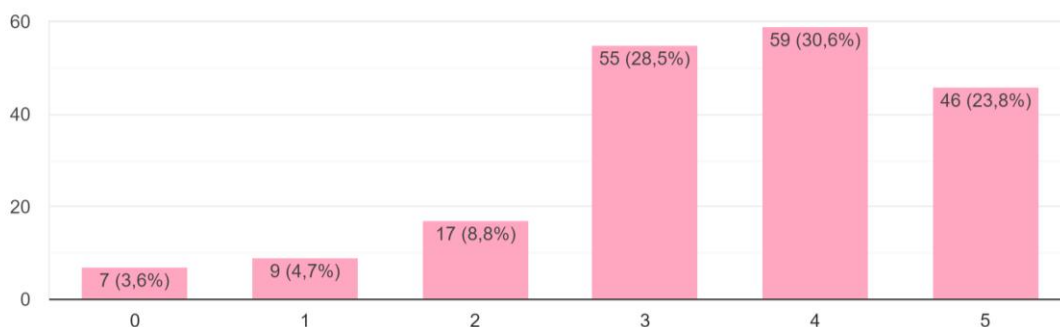


Fonte: As autoras.

Na escala de 0 a 5, que podemos localizar abaixo, é visto que as mulheres escolheram 4, com 30,6%, considerando que elas indicariam o destino Recife para outras mulheres que viajam sozinhas. Com os indícios de insegurança citados pelas próprias mulheres, torna-se indispensável a criação de um mecanismo que as auxilie e traga mais segurança, nesse caso, uma cartilha. Com a cartilha, será possível ter acesso rápido a números de emergência e, assim, ser capaz de evitar casos de violência e assédio na cidade do Recife. Contudo, vale ressaltar que o Recife continua sendo um destino que possui suas qualidades e suas belezas, e pode proporcionar uma experiência positiva para essas mulheres.

Gráfico 18 - A possibilidade de indicar o destino Recife para outras mulheres viajantes

De 0 a 5 qual a chance de você indicar o destino Recife para outras mulheres que viajam sozinhas?
193 respostas



Fonte: As autoras.

5.1.2 – Discussão dos dados com a aplicação da técnica Análise de Conteúdo de Laurence Bardin

Neste momento, criamos um quadro baseado nas respostas recebidas através do formulário e da técnica de análise de conteúdo da autora Laurence Bardin (2016), que consiste em uma técnica metodológica para a realização de análises de qualquer tipo de comunicação. O método é bastante utilizado em pesquisas qualitativas e tem como objetivo a clareza nas respostas da pesquisa, podendo, assim, se certificar das respostas e do que foi questionado.

No quadro a seguir, selecionamos uma parte das respostas que foram obtidas no questionário anteriormente citado, na qual foi possível localizar três pontos importantes, sendo eles: a “naturalização” da violência sofrida por parte das mulheres, a sensação de insegurança em espaços públicos e o interesse das mulheres em viajarem sozinhas.

Quadro 1 - Análise de conteúdo do questionário.²³

A “naturalização” da violência.	Insegurança nos transportes públicos.	O interesse das mulheres em viajar sozinhas.
<p>Foi observado, em algumas respostas, uma certa “naturalização” da violência por parte das mulheres que visitam/moram em Recife, como podemos ver nas seguintes respostas:</p>	<p>Em relação ao local em que as mulheres passaram por uma situação de perigo, das 89 respostas, 41 foram relacionadas aos transportes públicos. Abaixo estão algumas das respostas:</p>	<p>Com a análise das respostas, foi possível notar que as mulheres mostram que têm vontade de viver a experiência de viajarem sozinhas, e mesmo portando de todas as condições necessárias para isso, acabam por desistir, pelo medo e insegurança.</p>
<p>“Assédio é algo constante em Recife. Infelizmente, é só andar no centro para sofrer isso”;</p> <p>“Marco Zero e quase sempre nos transportes públicos”;</p> <p>“Assalto, conde boa vista, mas é normal, é do mundo”.</p>	<p>“Transporte público: assédio”;</p> <p>“Tentativa de assalto na rua das calçadas, assédio no ônibus”;</p> <p>“Marco zero, rua do bom Jesus, conde da boa vista, dentro dos ônibus e metrô”;</p> <p>“Marco Zero e quase sempre nos transportes públicos”.</p>	<p>Segundo uma pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo em 2017, as mulheres possuem a vontade de conquistar o mundo e essa vontade tem inspirado cada vez mais mulheres a viajarem sozinhas. Para elas, o desejo de viver novas aventuras independe de ter ou não uma companhia. Desta forma, no gráfico 7, 70,5% das mulheres afirmaram ter curiosidade em viajar sozinhas.</p>
<p>“Igrejas no Centro, devido ao centro do Recife ocorrer muito assalto”;</p> <p>“As ruas e os pontos públicos como as igrejas eu não me sinto muito segura não. Parece que vou ser assaltada a qualquer hora”.</p>	<p>“Transportes públicos, ao andar pelas ruas e até em ambientes fechados”;</p> <p>“Ponto turístico, rua e transporte público”;</p> <p>“No transporte público e nas ruas do Recife”.</p>	<p>Mesmo com o ponto positivo citado acima, existe o agravante da insegurança. No gráfico 14, 56,5% das mulheres afirmaram já ter passado por alguma situação de perigo enquanto visitava o destino Recife sozinha. Ao final, sempre o que vai ter peso é a segurança, que no caso, para mulheres que viajam sozinhas, é sempre o ponto decisivo.</p>

²³ No quadro sinalizamos alguns elementos textuais em negrito. A partir dessa sinalização discutimos como algumas situações se tornam naturalizadas na prática social e discursiva da sociedade recifense.

Ao final, após feito o quadro e as considerações através da técnica de análise de conteúdo de Bardin (2016), citado anteriormente, foi possível ter uma visão ampla de três pontos importantes abordados neste trabalho. A naturalização da violência, que se dá pelo fato de ser algo enraizado no cotidiano das mulheres, que, em uma visão errônea, o estranho seria não passar por alguma violência ou perigo em algum lugar. Segundo Paulo Queiroz (2017), doutor em Direito, essa normalização se dá com a validação de atos violentos, mas vem seguida de uma linguagem aparentemente neutra ou inocente. Ao fim, se torna uma cultura ou uma possível forma de cultura.

A insegurança nos transportes públicos foi apontada pelas mulheres como algo que ocorre com bastante frequência, fazendo com que elas tenham cautela quando estiverem nos ônibus ou metrô e por muitas vezes, tendo como preferência o uso de transportes privados como Uber, táxi, entre outros. Por último, as mulheres demonstram e afirmam ter bastante interesse em viajarem sozinhas, não só como forma de conhecer lugares novos e ter novas experiências, mas também como forma de usufruir da sua liberdade com segurança.

6 CARTILHA NÓS POR NÓS, POR RECIFE

Nesta seção serão abordados os procedimentos utilizados para a criação da cartilha “Nós por nós, por Recife” e todo seu material de divulgação, além da apresentação do material final do projeto, que poderá ser visualizado sem interrupções no apêndice deste trabalho.

Todo processo criativo da cartilha foi realizado no site *Canva.com*, pois, por possuir multifunções, nos permitiu executar o projeto de forma manual e gratuita, cabe

ressaltar que todas as ilustrações utilizadas na elaboração deste projeto são gratuitas e estão disponíveis no site para todo o público.

As imagens utilizadas são do site oficial da Prefeitura do Recife para os turistas, o *Visit.recife*, e foram utilizadas para a complementações de informações. Desse modo, faremos um breve mapeamento da cartilha, expondo as imagens finais do projeto e justificando cada elemento nela posicionado.

Figura 2 - Capa da cartilha



Fonte: Autoria própria, 2021.

Para compor a capa da cartilha, utilizamos a imagem de mulheres se abraçando, fazendo assim ligação com o título “Nós por Nós”, pois, no questionário aplicado, evidenciou-se a preferência de mulheres que gostam/gostariam de viajar sozinha com outros grupos de mulheres e usamos isso como justificativa para a escolha da imagem. Mulheres juntas sentem mais segurança e se sentem mais acolhidas também por estarem em um círculo onde seguem o mesmo propósito.

Todas as cores utilizadas na cartilha são em tons pastéis e a cor escolhida para ser a essência da cartilha, é a cor azul claro, indo de encontro às regras estabelecidas na sociedade desde a segunda guerra mundial de que azul é cor de menino, pois segundo a autora americana Jo Paoletti (2012), antes da segunda guerra, eram privilegiados os tons pastéis, e o rosa seria a cor associada à masculinidade por ser vista como um vermelho mais claro e o vermelho estaria associado ao sangue nas guerras e a bravura do homem. Após a segunda guerra, o conceito de igualdade de gênero se fortaleceu e com isso, começou a ser mais questionado está divisão de cores e a cor rosa, passou a ser mais utilizados por mulheres. Anos mais tarde, de acordo com o jornal O Globo²⁴ (2019), mais precisamente em 1980, quando se tornou possível visualizar o sexo do bebê antes do seu nascimento nos ultrassons, esse conceito foi enraizado de vez na sociedade até os dias atuais.

Segundo o site Psicanálise clínica, embasado na psicologia das cores, a cor azul foi escolhida por passar a sensação de confiança e segurança, que é justamente o que queremos que as mulheres sintam quando fizerem uso da cartilha ao visitar o destino Recife. Na questão do marketing, a cor azul é utilizada para promover companhias aéreas, aeroportos e destinos de sol e mar e com isso, acentuar ainda mais o desejo das mulheres viajarem e sentirem confiança em si mesmas.²⁵

Figura 3 - Guia conteúdo da cartilha

²⁴ O Globo. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/entenda-como-rosa-se-tornou-cor-de-menina-o-azul-de-menino-23343773>>. Acesso em: 13 de julho de 2021.

²⁵ Disponível em: <<https://www.psicanaliseclinica.com/psicologia-das-cores/>>. Acesso em: janeiro de 2021.



Fonte: Autoria própria, 2021.

A formatação escolhida para a cartilha partiu do preceito de abordar o assunto usando uma variação linguística de fácil entendimento e com letra e fonte legíveis, facilitando assim, a leitura. Juntamente com os textos, foram usados imagens e ícones para dinamizar e reafirmar toda a composição. Como também sabemos que a cartilha é um instrumento que deve ser de fácil acesso e de rápida compreensão, a limitação de páginas trouxe a ideia de um guia rápido, fazendo com que quando a mulher tiver acesso, ela terá a informação completa e de forma objetiva.

Figura 4 - Flor tema cartilha



Fonte: Autoria própria, 2021.

“Não sou sempre flor. Às vezes, espinho me define tão melhor. Mas só espeto os dedos de quem acha que me tem nas mãos” (QUEIROZ, 2008, np). Em concordância com essa frase, utilizamos flores como marca d'água em todas as páginas da cartilha, com o intuito de complementar o azul suave e trazer leveza, mas também para mostrar que as mulheres são como as flores, pois exalam beleza e delicadeza, porém seus espinhos também são fortes, prontos para enfrentar tudo o que está por vir.


Figuras 5 e 6 - Conheça Recife

CONHEÇA RECIFE

Recife, a capital de Pernambuco, é considerada o berço da cultura popular e se manifesta nas mais diversas formas: dança, artesanato, teatro, música e culinária.


O Recife conta com diversos atrativos turísticos. Alguns deles são: Marco Zero, museus, igrejas e cada um deles fazem parte da construção da história da cidade.

Com toda sua cultura e beleza, se torna indispensável conhecer o destino Recife. Um lugar que chama a atenção pela hospitalidade e a diversidade cultural.



MARCO ZERO

O CARTÃO POSTAL DA CAPITAL PERNAMBUCANA É CONHECIDO COMO PRAÇA DO MARCO ZERO POR POSSUIR O QUILOMETRO ZERO DAS ESTRADAS DO ESTADO.



Fonte: Visit.Recife

ENDEREÇO: AV ALFREDO LISBOA, BAIRRO DO RECIFE

FONE: +55 81 4042-0484
INSTAGRAM: @CAISDOSERTAO

Fonte: Autoria própria, 2021.

Na primeira seção da cartilha foi colocada o “Conheça Recife”, a qual apresenta uma visão geral sobre a cidade e alguns dos principais pontos turísticos, entre eles estão: o Marco Zero, a Praia de Boa Viagem, os museus Cais do Sertão e Paço do Frevo, Francisco e Ricardo Brennand e as igrejas Capela Dourada e Madre de Deus, como é mostrado na imagem 6 e em toda cartilha que pode ser localizada no apêndice deste trabalho. É válido ressaltar que os pontos turísticos citados foram escolhidos como mais seguros de acordo com as respostas do questionário realizado para a construção da cartilha.

Figura 7 - Números úteis

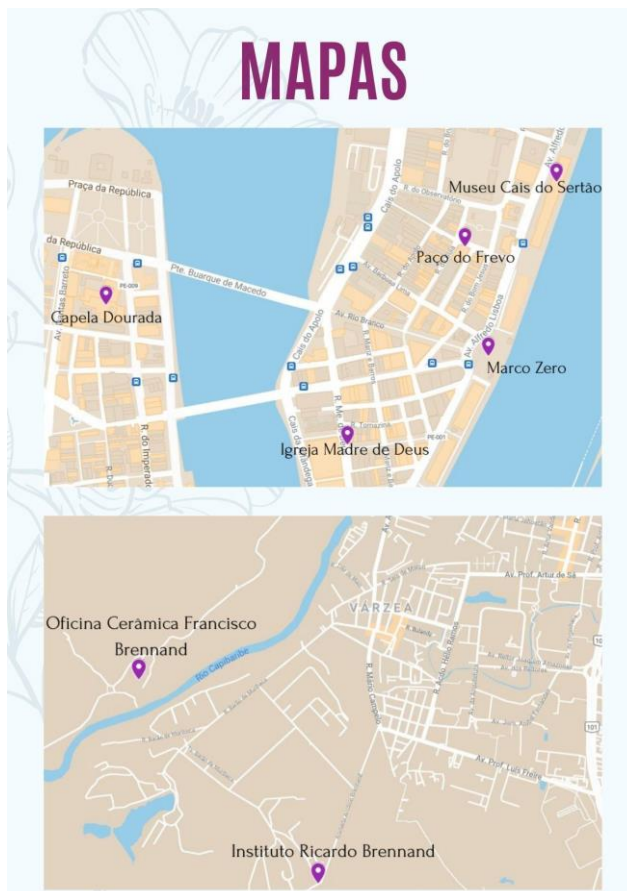
Fonte: Autoria própria, 2021.

Para a construção dessa seção, foram selecionados os telefones que eventualmente serão necessários às mulheres que visitam Recife e que precisam ter fácil e rápido acesso em algum momento ou situação de risco. Portanto, os telefones presentes na cartilha são de órgãos de segurança pública, pronto socorro e do aeroporto e rodoviária.

Figura 8 - Lugares mais seguros

Fonte: Autoria própria, 2021.

Também foi inserido na cartilha um Top 3 dos lugares mais seguros de Recife, escolhidos pelas respondentes da pesquisa direta. Foram eles: os museus em geral (por serem um ambiente fechado), o Marco Zero e a Praia de Boa Viagem.

Figura 9 - Mapas

Fonte: Autoria própria, 2021.

Para finalizar a cartilha foi criada uma seção com mapas que mostram a localização dos pontos turísticos citados na cartilha, com o intuito de mostrar a distância entre cada ponto.

Na subseção a seguir, abordaremos um pouco sobre a apresentação visual e divulgação da cartilha, assim como a sensação de que gostaríamos de transmitir para as nossas leitoras.

6.1 Identidade visual e Plano de divulgação

Conforme mencionado anteriormente na Seção 6 deste trabalho, a cartilha é desenhada em tons pastéis e em cores análogas²⁶, trazendo uma linguagem mais acessível e clara para nosso público.

Sendo assim, optamos por um formato de logomarca com imagem mais nítida e com menos informação, com a finalidade de transmitir uma sensação de tranquilidade ao projeto, desta forma, priorizamos dar um destaque à flor que está presente em toda a cartilha, porém, em formato de marca d'água, centralizando a flor juntamente com o título da cartilha. Por fim, de forma minimalista e simples, designamos a logomarca do projeto.

Figura 10 – Logotipo do projeto



Fonte: Autoria própria, 2021.

²⁶ “As cores análogas estão dispostas bem próximas umas das outras dentro do círculo cromático. Elas também são chamadas de análogas, porque apresentam a mesma cor básica em meio à composição, a exemplo do amarelo-ouro e laranja-avermelhado que têm a cor laranja presente em cada uma” (Educa mais Brasil, 2019). Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/cores-analogas>>. Acesso em: 19 de agosto de 2021.

Assim sendo, definimos outros modelos para o designer da logomarca, para que, em momentos futuros, caso seja necessário, termos mais opções de escolha, como, ocasionalmente, a implementação deste projeto e o desejo dos patrocinadores e apoiadores

Cartilha Nós por nós, por Recife!

Se você é mulher, junte-se a nós.

- 1 Uma cartilha idealizada por mulheres, para as mulheres!
- 2 Dicas dos pontos turísticos mais seguros de Recife.
- 3 Numeros das autoridades responsáveis pela segurança das mulheres.

**Baixe agora
através do nosso
QRcode.**

PORQUE VIAJAR SOZINHA TAMBÉM
UM DIREITO NOSSO!

 [@nosporecife](https://www.instagram.com/nosporecife)



nas redes sociais do projeto, para compartilhar o conceito da cartilha, que é um direito das mulheres a seguir:

Fonte: Autoria p
Portar
projeto, carta
cartilha, que

Figura 12 – Cartaz de divulgação do projeto

Fonte: Autoria própria, 2021.

7 PLANO DE DIVULGAÇÃO

Toda a divulgação desta cartilha teve como foco um objetivo principal, que é a aderência do nosso público-alvo ao projeto, tornando-o cada vez mais informativo e útil para as mulheres residentes ou turistas na cidade do Recife. Isto posto, utilizamos alguns meios para que o objetivo pudesse ser alcançado.

Assim como outrora mencionado, as mídias sociais serão carregadas do conceito da cartilha, com publicações dinâmicas e atualizadas sobre viagens, mulheres viajantes, sobre o grande Recife e informações que os profissionais responsáveis considerem necessárias e importantes para o público-alvo ou persona, tal qual conseguimos constatar na rede social abaixo:

Figura 13 – Instagram do projeto



Fonte: Autoria própria, 2021.

De acordo com Kotler e Keller (2018, p. 683), mídias sociais “são um meio para os consumidores compartilharem textos, imagens e arquivos de áudio e vídeo entre si e com empresas, ou vice-versa”. Ou seja, as redes sociais são um ambiente que pode ser utilizado para trabalho ou lazer. Em 2020, a Agência Visia divulgou os dados da pesquisa *Global Digital Overview 2020*, realizada pelo site *We Are Social* em cooperação com a *Hootsuite*, onde foi mostrado que os brasileiros passam em média 3 horas e 31 minutos nas redes sociais todos os dias.

Diante disso, decidimos que a maior parte da divulgação será feita de forma on-line, através de estratégias pensadas por uma equipe de publicitários e designers gráficos para a divulgação do projeto, cujas estratégias, serão discutidas na seção 9.2 deste trabalho.

8 ORÇAMENTO²⁷

Com relação à execução do projeto tornou-se necessário a realização de orçamentos detalhados do que será preciso para a efetivação da cartilha, como podemos observar nos quadros abaixo:

Tabela 2 - Design da Cartilha

Serviço	Quantidade	Valor
Identidade visual básica (apenas logo)	1	R\$ 12.000,00
Identidade visual completa 01 (branding virtual completo)	1	R\$ 39.000,00

Fonte: Autoria própria, 2021.

Identidade visual básica (apenas logomarca): a logo faz parte da construção da parte visual do projeto, por isso é tão importante, pois cria uma conexão do consumidor com o projeto, além de tornar a imagem do projeto conhecida nas redes sociais.

Identidade visual completa 1 (*branding* virtual completo): neste primeiro momento do projeto a cartilha será inteiramente no âmbito digital e, por este motivo, utilizaremos o *branding* virtual completo.

²⁷ Os números apresentados nesta seção foram estimados com base em pesquisas de valores reais (de acordo com o mercado), consultados via internet, diretamente com uma profissional da área de publicidade e design gráfico, os valores detalhados encontram-se em quadros ao longo da seção.

Tabela 3 - Peças Avulsas e Mídias Impressas

Serviço	Valor	Quantidade	Custo Total
Cartaz (A4 ou A3)	R\$ 1.700,00	9	R\$ 15.300,00
Outbus	R\$ 2.600,00	10	R\$ 26.000,00

Fonte: Autoria própria, 2021.

Em relação às peças avulsas e mídias impressas iremos utilizar os seguintes serviços:

Cartaz A4 ou A3: que será utilizado para divulgar a cartilha nos principais pontos turísticos de Recife. Nos cartazes estará um *QR Code* para as mulheres terem um acesso rápido ao material. Os locais que selecionamos para ter o cartaz foram: Museu Cais do Sertão, Francisco Brennand, Ricardo Brennand, Museu Paço do Frevo, Capela Dourada, Igreja Madre de Deus, Aeroporto, Rodoviária e o Centro de Atendimento ao Turista da Praça do Arsenal.

Outbus: optamos também pelo *outbus*, para a cartilha ter mais visibilidade pela cidade, devido a grande circulação dos ônibus.

Tabela 4 - Audiovisual

Serviço	Quantidade	Valor
Filme publicitário (30")	1	R\$ 9.500,00
Storyboard	1	R\$ 1.800,00

Fonte: Autoria própria, 2021.

Filme publicitário (30"): um vídeo rápido de 30 segundos que seja transmitido nas principais redes sociais, *Instagram*, *Facebook*, entre outras. Objetiva-se, assim, que o referido vídeo chegue nas mulheres que mais pesquisam sobre assuntos de viagens, como um algoritmo.

Storyboard: essa função nada mais é que uma sequência de imagens com a função de ser uma pré-visualização de informações importantes que, ao final, levam o consumidor a usufruir do serviço apresentado. No caso da cartilha, essa sequência seria locada na conta do *Instagram* exclusiva do projeto, fazendo com que cause um interesse nas mulheres de conhecerem melhor o projeto e conseqüentemente, usufruam dele.

8.1 Orçamento total

Abaixo, podemos observar o orçamento e custo total da cartilha, com as especificações e valores de cada serviço no seu determinado período de tempo.

Tabela 5 - Custo Total do Projeto

ORÇAMENTO TOTAL DA CARTILHA NÓS POR NÓS, POR RECIFE			
	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1 Desing da Cartilha			R\$ 51.000,00
1.1 Identidade visual básica (apenas logo)	1	R\$12.000,00	R\$ 12.000,00
1.2 Identidade visual completa 01 (branding virtual completo)	1	R\$39.000,00	R\$ 39.000,00
2 Peças Avulsas e Mídias Impressas			R\$ 41.300,00
2.1 Cartaz (A4 ou A3)	9	R\$1.700,00	R\$ 15.300,00
2.2 Outbus	10	R\$2.600,00	R\$ 26.000,00
3 Audiovisual			R\$ 11.300,00
3.1 Filme publicitário (30")	1	R\$9.500,00	R\$ 9.500,00
3.2 Storyboard	1	R\$1.800,00	R\$ 1.800,00
4 Profissionais			R\$ 10.725,00
4.1 Turismólogas	3	R\$ 1.975,00	R\$ 5.925,00
4.2 Designer Gráfico	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
4.3 Profissional de Marketing	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
5 Recursos Materiais			R\$ 4.756,00
5.1 Notebook	1	R\$ 2.184,00	R\$ 2.184,00
5.2 Celular	1	R\$ 2.572,00	R\$ 2.572,00
6 Propaganda e Marketing			R\$ 272.000,00
6.1 Planejamento de comunicação	1	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
6.2 Plano de mídia	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
6.3 Campanha publicitária (apenas mídia online)	6	R\$ 15.000,00	R\$ 90.000,00
6.4 Criação de anúncios para mídia digital	6	R\$ 10.000,00	R\$ 60.000,00
6.5 Criação de conteúdos para redes sociais	6	R\$ 4.000,00	R\$ 24.000,00
6.6 Monitoramento de redes sociais	6	R\$ 3.000,00	R\$ 18.000,00
7 Custo Total do Projeto			R\$391.081,00

Fonte: Autoria própria, 2021.

Os custos em relação à Propaganda e Marketing serão abordados na seção seguinte.

9 ESTRATÉGIAS E PROPOSTAS PRELIMINARES

9.1 Atividades, ações, recursos humanos, físicos e materiais necessários para operacionalizar os objetivos do projeto

9.1.1 Recursos humanos

Turismólogas (3): acompanhar toda a idealização, criação e confecção da cartilha, com uma percepção não só de turismólogas, mas também de mulheres que se preocupam em proporcionar viagens e experiências mais seguras e satisfatórias para as mulheres do Brasil e do mundo ao destino Recife.

Designer gráfico (1): será responsável por toda a elaboração visual do projeto, criará o logo para determinar uma identidade visual para nosso público-alvo, planejar o plano de marketing e produzirá toda a parte visual da cartilha.

Profissional de Marketing (1): este profissional trabalhará para elaborar e desenvolver as campanhas publicitárias no âmbito digital ideais para nosso público-alvo, com o intuito de atingir o máximo de mulheres que tenham o interesse de viajarem sozinhas e despertar o interesse nas mulheres que desejam novas experiências turísticas.

9.1.2 Recursos físicos

Gráfica especializada para a impressão dos pôsteres de divulgação.

Principais pontos turísticos de Recife: nos quais estarão um pôster de divulgação com *QR Code* para garantir o acesso à cartilha.

Centro de Atendimento ao Turista (CAT): Praça do Arsenal, Parque Dona Lindu, Mercado de São José e Pátio de São Pedro.

Aeroporto do Recife: ponto principal da chegada do público-alvo, mulheres turistas, onde irá conter em pontos de informações os pôsteres de divulgação com o *QR code*, para garantir o acesso à cartilha.

Delegacia do Turista: além de tratar de situações e ocorrências que se referem diretamente ao turista, também é um canal para divulgação da cartilha para as mulheres viajantes, pois, foi comprovado pela pesquisa de campo que a maioria das mulheres não viaja sozinha por não se sentirem seguras.

Terminal integrado de passageiros: assim como o aeroporto, o terminal rodoviário também é transitado por turistas e, assim, também poderá atender uma demanda de mulheres viajantes para destinos locais e que poderão acessar o *QR code* com a cartilha.

Rede hoteleira: com a parceria de hotéis, as mulheres poderiam ter acesso à cartilha no momento do *check-in* ou até recebê-la no momento da reserva.

9.1.3 Recursos materiais

- Notebook ou Computador: Para criação da arte das cartilhas e para a divulgação;
- Celular: para realizar o monitoramento das redes sociais do projeto. (1)

9.2 Estratégias de Comunicação e Marketing

A cartilha será inteiramente digital, portanto, as estratégias e comunicação de marketing estarão voltadas para o formato digital. Pretendemos utilizar propagandas nas redes sociais, como o *Instagram*, com o intuito de alcançar o público-alvo e tornar a cartilha um produto eficiente. Com isso, também realizamos um orçamento de mercado para as estratégias de comunicação e marketing da cartilha, como podemos analisar no quadro a seguir:

Tabela 5 - Propaganda e Marketing²⁸

²⁸ Neste quadro os custos serão gastos apenas uma vez.

Serviço	Quantidade	Valor
Planejamento de comunicação	1	R\$ 50.000,00
Plano de mídia	1	R\$ 30.000,00

Fonte: Autoria própria, 2021.

Tabela 6 - Propaganda e Marketing²⁹

Serviço	Valor	Quantidade	Custo total
Campanha publicitária (apenas mídia online)	R\$ 15.000,00	6	R\$ 90.000,00
Criação de anúncios para mídia digital	R\$ 10.000,00	6	R\$ 60.000,00
Criação de conteúdos para redes sociais	R\$ 4.000,00	6	R\$ 24.000,00
Monitoramento de redes sociais	A partir de R\$ 3.000,00	6	R\$ 18.000,00

Fonte: Autoria própria, 2021.

O serviço de planejamento de comunicação será essencial no início do projeto, pois através dele será criado um roteiro onde se refletirá a forma que iremos nos comunicar com o nosso público e atingir nossos objetivos.

O plano de mídia também será realizado no início do projeto, pois, por meio dele serão determinadas as principais plataformas de divulgação da campanha. O planejamento de mídia considera fatores como o canal que chamará mais atenção do público-alvo, qual o melhor horário para a veiculação da campanha, o melhor custo-benefício, entre outros.

A divulgação do projeto e dos meios de comunicação que vão chegar diretamente para as mulheres, deverá obrigatoriamente conter clareza e um direcionamento para o produto, neste caso, a cartilha. Se torna indispensável que a cartilha seja compatível com todo tipo de sistema ou mobile: IOS, Android, Notebook, Tablet, Macbook, trazendo assim uma amplitude para o acesso à cartilha.

Em relação às redes sociais, especificamente, além da divulgação, também é um meio de descobrir formas de aprimorar as informações de acordo com as necessidades das mulheres, por exemplo, podemos usar o *Instagram* como uma ferramenta de enquete e saber o quão útil está sendo o projeto/cartilha, se as mulheres estão se identificando e entender diretamente por elas o que pode ser melhorado.

²⁹ No quadro 7, os custos foram projetados para o período de 6 meses de uso.

O fato de se unir com outras causas semelhantes à nossa e colocar nosso projeto em pauta dentro de outros grupos, também trará uma visibilidade positiva além disso, alcançará um grupo maior de mulheres e até mesmo incentivá-las a viajarem sozinhas ou em grupos de mulheres.

9.3 Possíveis apoios, patrocínios e parcerias

Entre os nossos possíveis apoiadores está a Secretaria de Esportes, Turismo e Lazer de Recife, cujo órgão é responsável pelo planejamento das ações voltadas para o turismo da cidade e, por este motivo, é um apoio em potencial para nosso projeto, já que iremos propor uma cartilha voltada para as mulheres que viajam sozinhas.

Outro possível apoiador seria a Delegacia da Mulher do Recife, pois é um ponto de apoio às mulheres que necessitam de alguma ajuda, caso venham a sofrer qualquer tipo de perseguição, assédio ou violência de qualquer instância. Ainda como possível apoiador, temos a Secretaria da Mulher, cujo propósito é promover ações voltadas para as mulheres, a cartilha seria de extrema importância, como parte dessas ações. Também é um local onde as mulheres que visitam a cidade do Recife podem pedir ajuda, caso precisem.

No que diz respeito à parceria, a rede hoteleira de Recife é uma parceria em potencial, pois através desta parceria iremos realizar uma troca de benefícios para ambos os lados. Alguns hotéis seriam recomendados para as mulheres que visitam a cidade sozinhas se hospedarem e no próprio hotel elas iriam ter conhecimento da cartilha. Outra possível parceria são os restaurantes, que poderão divulgar a cartilha para as mulheres e serão importantes para que as mulheres conheçam a culinária local.

Os aplicativos de transportes como a Uber, 99 Pop, entre outros, serão de suma importância tanto para a divulgação da cartilha, como também para as mulheres se sentirem mais seguras no deslocamento pela cidade. Além disso, os aplicativos poderiam mapear motoristas mulheres, como forma de garantir que mulheres se sintam mais seguras ao utilizar esse transporte.

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo criar uma cartilha com informações turísticas para mulheres que viajam sozinhas à cidade do Recife. O primeiro passo foi referenciar sobre o turismo no geral, utilizando a literatura acadêmica, com base em dados estatísticos e mercadológicos para adentrar posteriormente no que diz respeito à temática das mulheres no turismo.

Paralelamente, foi estudado como a construção social do patriarcado sempre teve uma ligação direta com o turismo, fazendo com que as mulheres sintam medo de viajarem sozinhas. Contudo, com o passar dos anos, o turismo teve significativas mudanças e as mulheres foram exercendo seus direitos e praticando sua independência, tanto no seu dia a dia, quanto no lazer e no âmbito turístico.

Com a unidade de análise escolhida, sendo ela a cidade do Recife, partimos do pressuposto de ser nosso local de vivência, e por sermos mulheres recifenses, além de haver um reconhecimento e semelhança com as dificuldades enfrentadas diariamente por nós mulheres, podendo ser turistas ou não.

Partindo do propósito de saber quem são essas mulheres viajantes, suas características e o que esperam ao visitar o destino Recife, foi aplicado um questionário que, em seguida, foi respondido somente por mulheres que já haviam visitado o destino Recife sozinhas ou acompanhadas por outras mulheres e por mulheres que nunca tinham viajado sozinhas, mas que tinham interesse em viver essa experiência.

Após análise das respostas coletadas do questionário, foi possível fazer algumas observações pertinentes, destacando-se, assim, a informação de que as mulheres tendem a preferir viagens acompanhadas em grupos de mulheres, por se sentirem mais invulneráveis. Seguindo essa ideia, o número de mulheres que têm

interesse em viajar sozinha chega aos 70%, confirmando, dessa maneira, o estudo de que as mulheres cada vez mais estão usufruindo da sua independência.

No que diz respeito ao destino Recife, observamos nas respostas coletadas, que a cidade recebe muitas mulheres que viajam sozinhas, mostrando a importância de um mecanismo como forma de auxiliar as mulheres durante a viagem, neste caso, a cartilha.

A cartilha foi pensada e criada para ser algo prático, mas que pudesse ajudar as mulheres que viajam sozinhas ao Recife. Por conta da pandemia da COVID-19, a cartilha foi contemplada em formato digital como forma de evitar qualquer contato direto e por motivos de praticidade, uma vez que a maioria das pessoas dispõe algum aparelho eletrônico em mãos, seja ele um smartphone, notebook, tablet, entre outros dispositivos. A cartilha conta com informações úteis e objetivas para as mulheres que viajam sozinhas ao Recife, como: pontos turísticos da cidade, números úteis caso precise de ajuda em questão de segurança e mapas com a localização dos pontos turísticos.

O último objetivo específico do trabalho tornar defende a utilização da cartilha como um mecanismo prático para as mulheres utilizarem no destino, para que possam visitar com segurança.

É possível afirmar que o objetivo citado acima foi alcançado, porém, com limitações. Mesmo sabendo do poder de divulgação das redes sociais, seguido por um bom trabalho de marketing, o produto, neste caso, a cartilha, fica em circulação somente nas redes sociais, que foi a maneira mais segura diante da pandemia que estamos enfrentando.

Ao final, as expectativas para o futuro é que esse material seja divulgado e entregue por meios físicos, entregue em mãos nos aeroportos, rodoviárias, pontos turísticos e demais ambientes, já citados ao longo deste trabalho. Objetiva-se também que, além disso, venha a alcançar um maior número de mulheres, tanto as que já têm o hábito de viajarem sozinhas, quanto as que ainda não tem, mas desejam viver experiências novas.

11 REFERÊNCIAS

60% das mulheres brasileiras viajam sozinhas pela independência e liberdade.

Nossa UOL, 10 de outubro de 2018. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/nossa/viagem/noticias/2018/10/10/60-das-mulheres-brasileiras-viajam-sozinhas-pela-independencia-e-liberdade.htm>>. Acesso em: 10 de março de 2021.

A Cidade. **Prefeitura do Recife**. Disponível em:

<<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/cidade-1?op=NTMwMg==>>. Acesso em: 15 de maio de 2021.

ALVES, Pedro. Centenário de Clarice Lispector: escritora que teve vida e obra ligadas a Recife se torna cidadã pernambucana, **G1 Pernambuco**, Recife, 10 de fevereiro de 2020. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2020/12/10/centenario-de-clarice-lispector-escritora-que-teve-vida-e-obra-ligadas-ao-recife-se-torna-cidada-pernambucana.ghhtml>>. Acesso em: 29 de março de 2021.

ART- Noveante. *O Papagaio. Periódico ilustrado, Humorístico e Noticioso*. Recife, 24 de set. 1910. p. 1.

BAIRRO do Recife. **Visit Recife**. Disponível em: <<https://visit.recife.br/o-que-fazer/roteiros/bairro-do-recife>>. Acesso em: 25 de março de 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Traduzido por Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. **Snowball (Bola de Neve)**: uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. Fundo de Apoio à Pesquisa – FAP – Univille, Paran

BERTUCCI, Janete Lara de Oliveira. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos (TCC)**: ênfase na elaboração de TCC de pós-graduação Lato Sensu. São Paulo: Atlas, v. 1, 2009.

BARRETO, Margarita. Manual de iniciação ao estudo do turismo. Campinas, SP – Papyrus, 1995.

BLOCOS, PÚBLICOS. **G1 Globo**. Disponível em:

<https://g1.globo.com/carnaval/2020/noticia/2020/02/19/blocos-publico-investimento-ambulantes-veja-numeros-grandiosos-do-carnaval-de-rua-pelo-pais.ghhtml>. Acesso em: 13 de maio de 2021.

BOA viagem e arredores. **Visit Recife**. Disponível em: <<https://visit.recife.br/o-que-fazer/roteiros/boa-viagem-e-arredores>>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

BONACORCI, R. Passeios: Rua do Bom Jesus - A terceira rua mais bonita do mundo, **Bonas Histórias**, 12 de agosto de 2020. Disponível em:

<<https://www.bonashistorias.com.br/single-post/2020/08/12/passeios-rua-do-bom-jesus-a-terceira-rua-mais-bonita-do-mundo>>. Acesso em: 09 de abril de 2021>.

CENSO POPULACIONAL. **IBGE**, 2017. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/recife/panorama>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2020.

CIDADES E ESTADOS. **IBGE**, 2010. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/recife.html>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2020.

CIDADES E ESTADOS. **IBGE**, 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe.html>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2020.

CIRCUITO das Igrejas de Pernambuco: Cultura, História e Religião em um mesmo roteiro. **Ministério do Turismo**, 04 de fevereiro de 2010. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/circuito-das-igrejas-de-pernambuco-cultura-historia-e-religiao-em-um-mesmo-roteiro>>. Acesso em: 17 de maio de 2021.

CORES análogas. **Educa mais Brasil**, 05 de maio de 2019. Disponível em: <<https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/artes/cores-analogas>>. Acesso em: 19 de agosto de 2021.

CRESCER o número de turistas no Recife. **Folha de Pernambuco**, 18 de janeiro de 2018. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/economia/cresce-o-numero-de-turistas-no-recife/55933/>>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2021.

CULTURA. **Prefeitura do Recife**. Disponível em: <<http://www2.recife.pe.gov.br/pagina/cultura#>>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2021.

DE ASSUNÇÃO, Paulo. **História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: viagens, espaço e cultura**. Editora Manole Ltda, 2012.

DEL PRIORE, Mary; BASSANEZI, Carla Beozzo (Ed.). **História das mulheres no Brasil**. Unesp, 2004.

DELPHY, Christine et al. **Dicionário crítico do feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009. p. 173-178.

EM vídeo, Damares diz que “nova era” começou: “Meninos vestem azul e meninas vestem rosa”, **G1 Globo**, 03 de janeiro de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2019/01/03/em-video-damares-alves-diz-que-nova-era-comecou-no-brasil-meninos-vestem-azul-e-meninas-vestem-rosa.ghtml>>. Acesso em: 13 de julho de 2021.

ENTIERRAN a las dos turistas argentinas que fueron asesinadas en Ecuador. **BBC News**, 2016. Disponível em: <https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160401_entierran_dos_turistas_argentinas_asesinadas_montanita_ecuador_dgm>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2020.

ESTADO de Pernambuco. **Toda Matéria**, 2016. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/estado-de-pernambuco/>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2020.

EVOLUÇÃO da população, por sexo em Pernambuco. **BDE**, 2010. Disponível em: <http://www.bde.pe.gov.br/visualizacao/Visualizacao_formato2.aspx?CodInformacao=546&Cod=3>. Acesso em: 29 de novembro de 2020.

FEMINICÍDIO representa 32,9% dos assassinatos de mulheres em Pernambuco em 2018. **G1 Pernambuco**, 08 de março de 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2019/03/08/um-em-cada-dez-assassinatos-de-mulheres-em-pernambuco-em-2018-foi-feminicidio.ghtml>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2020.

FREVO. **IPHAN**, 2014. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/62>>. Acesso em: 05 de abril de 2021.

GASTRONOMIA – Recife – PE. **Guia do turismo Brasil**, 2021. Disponível em: <<https://www.guiadoturismobrasil.com/gastronomia/3/PE/recife/977>>. Acesso em: 25 de março de 2021.

GILL, Aisha K.; HEATHCOTE, Gina; Williamson, Emma. Introduction, Violence. *Feminist Review*, 112, 2016, pp.1-10.

GRANDELLE, R. Entenda: como o rosa se tornou “cor de menina” e o azul, “de menino”. **O Globo**, 03 de janeiro de 2019. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/entenda-como-rosa-se-tornou-cor-de-menina-o-azul-de-menino-23343773>>. Acesso em: 13 de julho de 2021.

GUERRA, F. Um batuque doce sobre o Patrimônio Imaterial em Pernambuco. **Revista Noctua**, v. 1, n. 2, p. 62–66, 2018.

HAHNER, June. Emancipação do sexo feminino. Florianópolis: Mulheres, 2003. p.84.

HISTÓRIA – Galo da Madrugada. **Galo da Madrugada**, 2018. Disponível em: <<http://www.galodamadrugada.com.br/historia-br/>>. Acesso em: 06 de setembro de 2020.

HONORATO, Camila. Os 14 Patrimônios Culturais da Humanidade que ficam no Brasil, **Viagem e Turismo**, 25 de julho de 2018. Disponível em: <<https://viagemeturismo.abril.com.br/materias/patrimonios-culturais-da-humanidade-unesco-brasil/>>. Acesso em: 06 de setembro de 2020.

ITDP BRASIL. **O acesso de mulheres e crianças à cidade**. Instituto de Políticas de Transporte e Desenvolvimento, janeiro de 2018.

IBGE divulga as estimativas da população dos municípios para 2019. **IBGE - Agência notícias**, 28 de agosto de 2019. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/25278-ibge-divulga-as-estimativas-da-populacao-dos-municipios-para-2019>>. Acesso em: 08 de fevereiro de 2021.

EMPODERAMENTO e empreendedorismo feminino. **Instituto Negra Linda**. Disponível em: <<https://www.institutonegralinda.org.br/about>>. Acesso em: 11 de março de 2021.

FOLLADOR, Kellen Jacobsen. A mulher na visão do patriarcado brasileiro: uma herança ocidental. **Revista fato & versões**, v. 1, n. 2, p. 3-16, 2009.

KERDINA. Brasil Colônia, **Brasil Colônia**. Disponível em: <<https://brasil-colonia.info/>>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2020.

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 15 ed. Sonia Midori Yamamoto (trad). São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

LOPEZ, Alberto. **Jeanne Baret, a primeira mulher a circum-navegar o mundo, no século XVIII, por seu amor à botânica**. El País. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/internacional/2020-07-27/jeanne-baret-a-primeira-mulher-a-circum-navegar-o-mundo-no-seculo-xviii-por-seu-amor-a-botanica.html>>. Acesso em: 30 de março de 2021.

LUZ, Noemia Maria Queiroz Pereira da; NASCIMENTO, Alcileide Cabral do. O debate em torno da emancipação feminina no Recife (1870-1920). **Cadernos Pagu**, Número 42, jan./junho 2014, pp. 341-370. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/0104-8333201400420341>>. Acesso em: 11 de março de 2021.

MAFI, N. **Most Beautiful Streets in the World Every Traveler Must Visit**, 26 de novembro de 2019. Disponível em: <<https://www.architecturaldigest.com/gallery/most-beautiful-streets-in-the-world>>. Acesso em: 30 de abril de 2021.

MAIS coisas para fazer em Recife. **Trip Advisor**. Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/>>. Acesso em: 20 de outubro de 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 5ª edição, São Paulo: Atlas, 2002.

MINISTRO do turismo fala sobre o papel da mulher no turismo e dados sobre o número de viajantes no país. **Ministério do Turismo**, 2017. Disponível em: <<http://antigo.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7573-artigo-mulheres-pelo-brasil.html>>. Acesso em: 6 de junho de 2021.

MINISTÉRIO do Turismo classifica Recife como destino mais competitivo do Nordeste. **Prefeitura do Recife**, 2015. Disponível em: <<http://www2.recife.pe.gov.br/node/34389>>. Acesso em: 6 de junho de 2021.

MORENO, Diego. Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais. **Agência Visia**. Disponível em: <<https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/>>. Acesso em: 06 de setembro de 2021.

MULHERES lutam por igualdade, mas problemas históricos persistem. **Agência Brasil**, 2016. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2016-03/mulheres-lutam-por-igualdade-mas-problemas-historicos-persistem>>. Acesso em: 24 de agosto de 2021.

NASCIMENTO, Alcileide Cabral do; LUZ, Noemia Maria Queiroz Pereira. **As mulheres na cidade do Recife**: feminismo, cultura e transgressão (1870-1935). Recife: EDUFRPE, 2015.

NASCIMENTO, Luís do. História da Imprensa em Pernambuco. **Periódicos do Recife de 1901-1915 v. VII**. Recife UFPE. Ed. Universitária, 1975. p. 36- 39.

NO Recife, 46% das mulheres dizem ter sofrido assédio, aponta pesquisa. **Brasil 247**, 22 de abril de 2017. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/geral/no-recife-46-das-mulheres-dizem-ter-sofrido-assedio-aponta-pesquisa>>. Acesso em: 15 de fevereiro de 2020

O local, Recife. **Turismo em Recife**, 2017. Disponível em: <<https://www.turismoemrecife.com.br/historia-dicas-atracoes-recife.php.html>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2020.

OLIVEIRA. A Elevação da mulher. *O Altaneiro*. Recife, ago. 1912. p. 2.

O poder das mulheres no turismo. **Coluna de Turismo**, 2019. Disponível em: <<http://www.colunadeturismo.com.br/2019/02/04/artigo-de-marta-rossi-o-poder-das-mulheres-no-turismo/>>. Acesso em: 13 de março de 2020.

OS 50 países mais visitados, de acordo com a Organização Mundial do Turismo. **UOL**, 2015. Disponível em: <<https://www.bol.uol.com.br/listas/2015/11/24/os-50-paises-mais-visitados-de-acordo-com-a-organizacao-mundial-do-turismo.htm?mode=list&foto=14>>. Acesso em: 11 de fevereiro de 2020.

PAOLETTI, J. B. Front Matter. In: **Pink and Blue**. [s.l.] Indiana University Press, 2012. p. I–VI.

PATRIMÔNIO cultural. **Portal da cultura pernambucana**. Disponível em: <<http://www.cultura.pe.gov.br/pagina/patrimonio-cultural/acervo/cds/>>. Acesso em: 09 de dezembro de 2020.

PERNAMBUCO anuncia nova fase do Bora Pernambucar para incentivar a retomada do turismo. **SETUR**, 12 de junho de 2021. Disponível em: <<http://www.empetur.pe.gov.br/web/setur/home>>. Acesso em: 10 de dezembro de 2020.

PSICOLOGIA das cores. **Psicanálise clínica**. Disponível em: <<https://www.psicanaliseclinica.com/psicologia-das-cores/>>. Acesso em: 05 de janeiro de 2021.

POPULAÇÃO residente em 2000 e população residente em 2010. **IBGE**, 2010. Disponível em:

<<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=29&uf=26>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

POPULAÇÃO residente, por situação do domicílio e localização da área, segundo os municípios e o sexo. **IBGE**, 2010. Disponível em:

<<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=210&uf=26>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

POPULAÇÃO. **IBGE**, 2010. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/panorama>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

PRODUTO interno bruto dos municípios. **IBGE**, 2018. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/recife/pesquisa/38/47001>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2021.

QUEIROZ, Marla. **Flores de dentro**. 1ª Edição. Rio de Janeiro: Amuletra-Lisboa. 2008.

QUEIROZ, Paulo. **Normalização da crueldade**, 19 de janeiro de 2017. Disponível em: <<https://www.pauloqueiroz.net/normalizacao-da-crueldade/>>. Acesso em: 10 de junho de 2021.

RECIFE Sagrado. **Prefeitura do Recife**. Disponível em:

<<http://www2.recife.pe.gov.br/servico/recife-sagrado-0>>. Acesso em: 16 de junho de 2021.

REDAÇÃO PSICANÁLISE CLÍNICA. **Psicologia das cores: 7 cores e seus significados**, 2019. Disponível em: <https://www.psicanaliseclinica.com/psicologia-das-cores/#O_azul>. Acesso em: 17 de julho de 2021.

SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. **Revista Brasileira de História**, v. 22, n. 44, p. 289–310, 2002.

THE 50 WORST (AND SAFETY) COUNTRIES FOR SOLO FEMALE TRAVEL.

Asher & Lyric, 2019. Disponível em: <<https://www.asherfergusson.com/solo-female-travel-safety/>>. Acesso em: 12 de fevereiro de 2020.

VERARDI, Cláudia Albuquerque. Recife (cidade): a “Veneza brasileira”. Pesquisa Escolar Online, **Fundação Joaquim Nabuco**, Recife. Disponível em:

<<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php>>. Acesso em: 11 mar. 2021.

VERARDI, Cláudia Albuquerque. Selma do coco: cantora e compositora - patrimônio da cultura de Pernambuco. Pesquisa Escolar Online, **Fundação Joaquim Nabuco**, Recife. Disponível em: <<http://basilio.fundaj.gov.br/>>. Acesso em: 21 de março de 2021.

WILSON, Erica Christine. ‘A journey of her own?’ **The impact of constraints on women’s solo travel**. PhD thesis, Griffith University, Brisbane, Australia, 2004.

12 APÊNDICE

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO PARA MULHERES QUE JÁ VISITARAM RECIFE SOZINHAS

1- Você é de qual estado: _____

2- Qual a sua idade?

De 18 a 20 anos

De 20 a 29 anos

De 30 a 39 anos

De 40 a 49 anos

De 50 a 59 anos

60 anos ou mais

3- Como você se autodeclara?

Amarela

Branca

Indígena

Parda

Preta

4- Qual seu estado civil?

Solteira

Casada

Divorciada

Viúva

5- Qual seu nível de escolaridade?

Fundamental Completo

- Fundamental Incompleto
- Ensino médio Completo
- Ensino médio Incompleto
- Ensino superior Completo
- Ensino superior Incompleto

6- Você exerce alguma função remunerada?

- Sim
- Às vezes
- Não

7- Se sim, qual? _____

8- Quanto em média é sua renda mensal?

- De 1 a 3 salários mínimos
- De 3 a 5 salários mínimos
- De 5 a 7 salários mínimos
- Mais de 7 salários mínimos

9- Você tem filhos?

- Sim
- Não

10- Caso tenha filhos, quantos?

- 1
- 2
- 3 ou mais

11- Com que frequência você viaja?

- Com muita frequência

Com média frequência

Com baixa frequência

Nunca

12- Com que frequência você viaja sozinha?

Com muita frequência

Com média frequência

Com baixa frequência

Nunca

13- Você costuma viajar sozinha ou com grupo de mulheres? (podendo ser amigas, familiares, parentes e/ou mulheres fora do seu convívio)

Sim, costumo viajar sozinha

Sim, costumo viajar com grupo de mulheres

Sim, costumo viajar sozinha e em grupo de mulheres

Não costumo viajar sozinha

14- Caso nunca tenha viajado sozinha, tem curiosidade em viver essa experiência?

Sim, tenho curiosidade

Não tenho curiosidade

Não tenho opinião formada sobre

15- Você já viajou sozinha para Recife?

Sim, já viajei

Não, nunca viajei

16- Quais pontos turísticos você visitou? (Esta pergunta pode ter mais de uma resposta)

Marco Zero

Igrejas do centro

- Praia de Boa Viagem
- Instituto Ricardo Brennand
- Centro Cultural Cais do Sertão
- Paço do Frevo
- Museu da Cidade do Recife - Forte das Cinco Pontas
- Museu do Estado de Pernambuco
- Oficina Cerâmica Francisco Brennand
- Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães
- Museu do Homem do Nordeste
- Parque das Esculturas
- Rua da Moeda
- Rua do Bom Jesus
- Rua do Apolo
- Passeio no Rio Capibaribe pelas principais pontes do Recife

17- De 0 a 5 quanto você se sentiu segura visitando os pontos turísticos?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

18- Qual ponto turístico você se sentiu mais segura? _____

19- Qual se sentiu menos segura? _____

20- Você considera válido viajar sozinha ao destino Recife ou se sentiria mais segura se estivesse em grupo de mulheres? (podendo ser amigas, familiares, parentes e/ou mulheres fora do seu convívio)

- Acho válido visitar sozinha
- Prefiro visitar com um grupo de mulheres
- Não tenho opinião formada sobre

21- Você passou por alguma situação de perigo enquanto visitava a cidade do Recife? (assalto, assédio, agressões)

- Sim, passei por essas situações de perigo
- Sim, passei por uma dessas situações de perigo
- Não passei por nenhuma situação de perigo

22- Caso tenha passado por alguma situação de perigo, qual foi o local? (Ponto turístico, rua, transporte público): _____

23- Você obteve fácil acesso aos telefones de segurança pública? (Polícia, Delegacia da mulher, Delegacia do turista)

- Sim, obtive fácil acesso aos telefones
- Não obtive fácil acesso aos telefones

24- Qual o nível de utilidade você considera de uma cartilha com dicas voltadas para o público feminino?

- Muito útil
- Útil
- Pouca utilidade
- Sem utilidade

25- Sobre o formato da cartilha você optaria por que formato?

- Formato digital
- Formato impresso

26- De 0 a 5 qual a chance de você indicar o destino Recife para outras mulheres que viajam sozinhas?

0

1

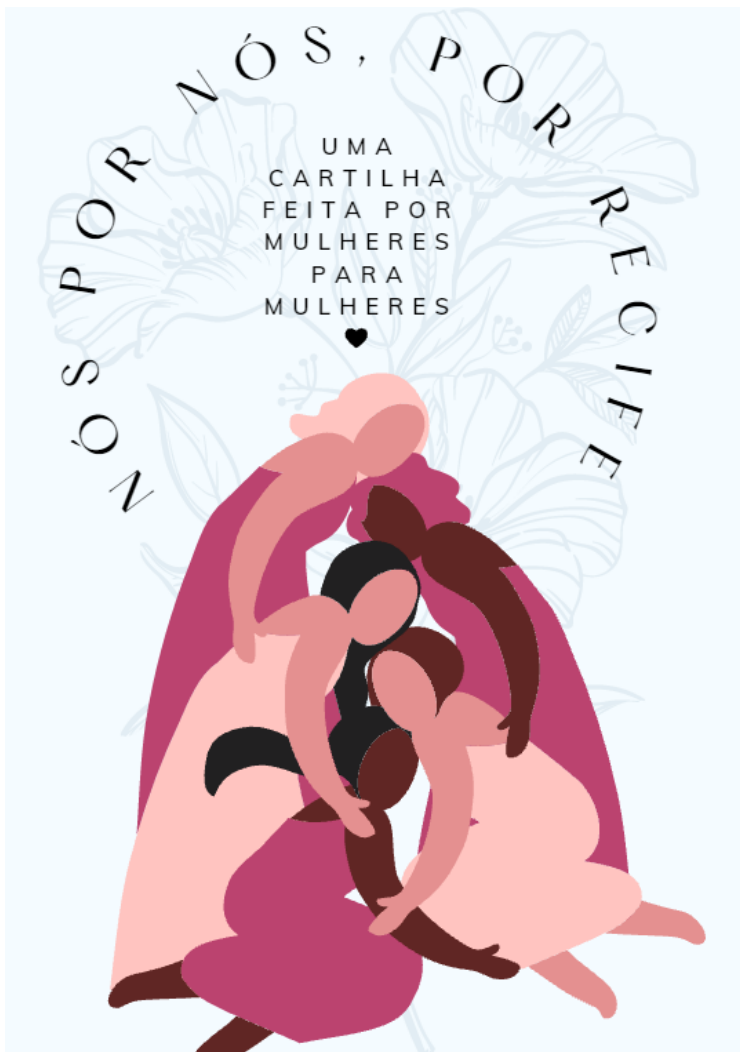
2

3

4

5

APÊNDICE B - CARTILHA “NÓS POR NÓS, POR RECIFE” COMPLETA.



CONHEÇA RECIFE

Recife, a capital de Pernambuco, é considerada o berço da cultura popular e se manifesta nas mais diversas formas: dança, artesanato, teatro, música e culinária.

O Recife conta com diversos atrativos turísticos. Alguns deles são: Marco Zero, museus, igrejas e cada um deles fazem parte da construção da história da cidade.

Com toda sua cultura e beleza, se torna indispensável conhecer o destino Recife. Um lugar que chama a atenção pela hospitalidade e a diversidade cultural.



MARCO ZERO

O CARTÃO POSTAL DA CAPITAL PERNAMBUCANA É CONHECIDO COMO PRAÇA DO MARCO ZERO POR POSSUIR O QUILOMETRO ZERO DAS ESTRADAS DO ESTADO.



Fonte: Visit.Recife

**ENDEREÇO: AV ALFREDO LISBOA,
BAIRRO DO RECIFE**

FONE: +55 81 4042-0484
INSTAGRAM: @CAISDOSERTAO



PRAIA DE BOA VIAGEM

CONHECIDA COMO A PRAIA URBANA MAIS FAMOSA DA CIDADE DO RECIFE, POSSUI CERCA DE OITO QUILÔMETROS DE EXTENSÃO.

OFERECE PICINAS NATURAIS DE ÁGUAS MORNAS FORMADAS PELOS ARRECIFES.



Fonte: TripAdvisor

ENDEREÇO: BOA VIAGEM, RECIFE



MUSEU CAIS DO SERTÃO

O MUSEU É DEDICADO A FESTEJAR A CULTURA, A VIDA E A HISTÓRIA DO SERTÃO NORDESTINO. ESTÁ ENTRE OS MAIS MODERNOS EQUIPAMENTOS CULTURAIS DO BRASIL.



Fonte: Visit.Recife

**ENDEREÇO: AV ALFREDO LISBOA, 11,
BAIRRO DO RECIFE**

FONE: +55 81 4042-0484
INSTAGRAM: @CAISDOSERTAO



FRANCISCO BRENNAND

A OFICINA CERÂMICA FRANCISCO BRENNAND É UM MUSEU DE ARTE BRASILEIRO. TRATA-SE DE UM COMPLEXO MONUMENTAL COM APROXIMADAMENTE 2 MIL OBRAS, ENTRE ESCULTURAS, MURAI, PAINÉIS, PINTURAS, DESENHOS E OBJETOS CERÂMICOS.



Fonte: Visit.Recife

**ENDEREÇO: PROPRIEDADE SANTOS
COSME E DAMIÃO, S/N, VÁRZEA**

FONE: +55 81 3271-2466
SITE: [HTTP://WWW.BRENNAND.COM.BR/](http://www.brennand.com.br/)
INSTAGRAM: @OFICINABRENNAND



RICARDO BRENNAND

POSSUI UMA DAS MAIS MODERNAS INSTALAÇÕES MUSEOLÓGICAS DO BRASIL, ABRANGENDO UM COMPLEXO DE EDIFICAÇÕES CONSTITUÍDO PELO MUSEU CASTELO SÃO JOÃO (MUSEU DE ARMAS BRANCAS).



Fonte: Visit.Recife

**ENDEREÇO: ALAMEDA ANTÔNIO
BRENNAND, S/N VÁRZEA**

FONE: +55 (81) 2121-0352
SITE: [HTTP://INSTITUTORICARDOBRENNAND.ORG.BR/](http://institutoricardobrennand.org.br/)
INSTAGRAM: @INSTITUTORB



PAÇO DO FREVO

É UM LOCAL QUE PROPÕE A PERPETUAÇÃO DO RITMO DO FREVO ATRAVÉS DE GERAÇÕES. POSSUI EXPOSIÇÕES E ENSINO DA DANÇA E MÚSICA. UM ESPAÇO QUE CONGREGA A HISTÓRIA DA MAIS ILUSTRE MANIFESTAÇÃO CULTURAL DO PERNAMBUCANO POR MEIO DE SUA HISTÓRIA E O CONTO DE SUAS MEMÓRIAS.



Fonte: Visit.Recife

ENDEREÇO: PRAÇA DO ARSENAL DA MARINHA, S/N, BAIRRO DO RECIFE

FONE: +55 81 3355-9500
SITE: [HTTPS://WWW.PACODOFREVO.ORG.BR/](https://www.pacodofrevo.org.br/)
INSTAGRAM: @PACODOFREVO



CAPELA DOURADA

UM DOS MONUMENTOS BARROCOS MAIS IMPORTANTES DO BRASIL, A CAPELA DOURADA É INTEIRAMENTE COBERTA DE FINAS CAMADAS DE OURO EM SEU INTERIOR.

PERTENCE A ORDEM TERCEIRA DE SÃO FRANCISCO DE ASSIS E TEVE SUA CONSTRUÇÃO FINALIZADA EM 1724.



Fonte: Visit.Recife

ENDEREÇO: RUA DO IMPERADOR DOM PEDRO II, S/N, SANTO ANTÔNIO

FONE: +55 81 3224-0530



IGREJA MADRE DE DEUS

FOI CONSTRUÍDA NO SÉCULO XVII PELOS PADRES ORATORIANOS DA ORDEM DE SÃO FILIPE NÉRI. POSSUI ESTILO BARROCO.

ATUALMENTE É FAMOSA POR CERIMÔNIAS DE CASAMENTO.



Fonte: Visit.Recife

**ENDEREÇO: CAIS DA ALFÂNDEGA -
BAIRRO DO RECIFE**

FONE: +55 (81) 3224-5587

VOCÊ SABIA?

CERCA DE

18%

das mulheres brasileiras estão preferindo viajar sozinhas (Ministério do Turismo, 2017).

APROXIMADAMENTE

70,5%

Das mulheres das entrevistadas nesta pesquisa possuem interesse em viajar sozinhas.

A tendência de viajar sozinha cresce cada vez mais entre as mulheres brasileiras e por isso nossa cartilha foi criada como forma de incentivo e apoio para todas as mulheres!



NÚMEROS ÚTEIS

1 Delegacia da Mulher:
55 (081) 3184-3352 - aberto 24h

2 Delegacia do Turista:
55 (081) 3322-4867 - aberto 24h

3 Policia Civil:
197 - funciona 24h

4 Policia Militar:
190 - funciona 24h

5 SAMU:
192 - funciona 24h

NÚMEROS ÚTEIS

6 Aeroporto
55 (81) 3182-8299

7 Terminal Integrado de Passageiros
55 (81) 3182-8298

LUGARES MAIS SEGUROS DA CIDADE

1º Museus

2º Marco Zero

3º Praia de Boa Viagem

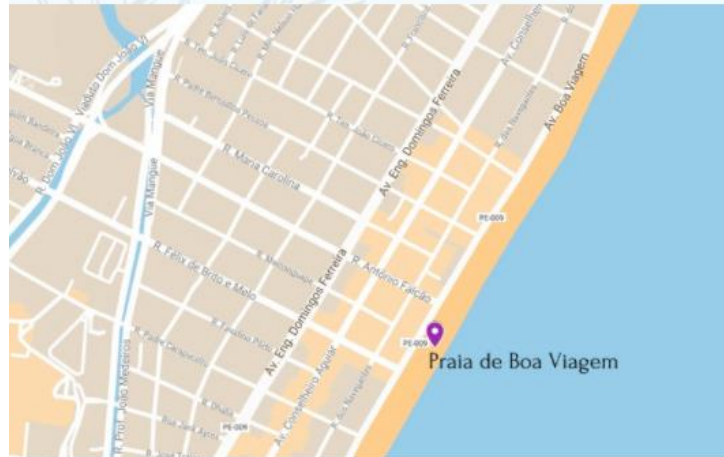
60%

das respostas apontam os museus como lugares mais seguros

MAPAS



MAPAS



APÊNDICE C - CUSTO TOTAL CARTILHA NÓS POR NÓS, POR RECIFE

ORÇAMENTO TOTAL DA CARTILHA NÓS POR NÓS, POR RECIFE			
	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
1 Desing da Cartilha			R\$ 77.000,00
1.1 Identidade visual básica (apenas logo)	1	R\$12.000,00	R\$ 12.000,00
1.2 Identidade visual completa 01 (branding virtual completo)	1	R\$39.000,00	R\$ 39.000,00
1.3 Identidade visual completa 02 (branding para mídias on e off)	1	R\$26.000,00	R\$ 26.000,00
2 Peças Avulsas e Mídias Impressas			R\$ 41.300,00
2.1 Cartaz (A4 ou A3)	9	R\$1.700,00	R\$ 15.300,00
2.2 Outbus	10	R\$2.600,00	R\$ 26.000,00
3 Audiovisual			R\$ 11.300,00
3.1 Filme publicitário (30")	1	R\$9.500,00	R\$ 9.500,00
3.2 Storyboard	1	R\$1.800,00	R\$ 1.800,00
4 Profissionais			R\$ 10.725,00
4.1 Turismólogas	3	R\$ 1.975,00	R\$ 5.925,00
4.2 Designer Gráfico	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
4.3 Profissional de Marketing	1	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00
5 Recursos Materiais			R\$ 4.756,00
5.1 Notebook	1	R\$ 2.184,00	R\$ 2.184,00
5.2 Celular	1	R\$ 2.572,00	R\$ 2.572,00
6 Propaganda e Marketing			R\$ 272.000,00
6.1 Planejamento de comunicação	1	R\$ 50.000,00	R\$ 50.000,00
6.2 Plano de mídia	1	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
6.3 Campanha publicitária (apenas mídia online)	6	R\$ 15.000,00	R\$ 90.000,00
6.4 Criação de anúncios para mídia digital	6	R\$ 10.000,00	R\$ 60.000,00
6.5 Criação de conteúdos para redes sociais	6	R\$ 4.000,00	R\$ 24.000,00
6.6 Monitoramento de redes sociais	6	R\$ 3.000,00	R\$ 18.000,00