

VIAGEM FEMININA

Women's travel

Júlia Fonseca de Castro¹

RESUMO: a partir de um *workshop* de viagens direcionado a mulheres, que ocorreu em 2017, na cidade de Porto, Portugal, o artigo discute o sentido feminino atribuído à viagem. Mulheres em Viagem, um entre tantos eventos que relacionam o ato de viajar ao discurso do empreendedorismo, do marketing digital e do jornalismo de viagem, proporciona reflexões. Indaga-se sobre os ajustes discursivos realizados no caso da enunciação da viagem pela identidade feminina, já que o discurso dominante ocidental de viagem é constituído preferencialmente a partir da identidade masculina. A partir das narrativas orais de interação entre organizadoras do evento (uma coach de viagens, uma líder de viagens e uma empresária nômade) e participantes, alguns sentidos para a viagem são abordados: viagem como projeto (passo a passo para a concretização de um empreendimento), como uma arte planejada, como projeto de mudança interior que inclui a transformação de um aspecto da identidade pessoal.

Palavras-chave: Viagem; Discurso Ocidental; Narrativa Oral; Sentido de Viagem

ABSTRACT: From a travel workshop aimed at women, which happened in 2017, in the city of Porto, Portugal, the text discusses the feminine meaning attributed to travel. Women in Travel, one among so many events that relate the act of traveling to the discourse of entrepreneurship, digital marketing and travel journalism, provides reflections. It is inquired about the discursive adjustments made in the case of the enunciation of the travel by the female identity, since the dominant Western discourse of travel is constituted preferentially from the male identity. Based on the oral narratives of interaction between event organizers (a travel coach, a travel leader and a nomadic businesswoman) and participants, some meanings for the trip are addressed: travel as a

¹ Doutora em Geografia pela Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail: juliafcastro@gmail.com

project, (step by step for the realization of a enterprise), as a planned art, as an interior change project that includes the transformation of an aspect of personal identity.

Keywords: Travel; Western discourse; Oral narrative; Meaning of Travel

1. INTRODUÇÃO

O texto que será central no presente artigo é parte de um percurso de pesquisa de doutorado sobre narrativas de viagem. A tese, defendida no ano de 2019, foi motivada pela reflexão crítica sobre a forte associação existente entre o ato de viajar e o ato de narrar. Buscou-se discutir diferentes sentidos atribuídos à ideia de viajar, a partir de um percurso exploratório por livros, narrativas digitais (em blogs e redes sociais), eventos, palestras e *workshops* sobre viagem. Um desses eventos, o *Workshop Mulheres em Viagem*, que ocorreu na cidade do Porto, em 2017, será discutido no presente artigo.

Eventos sobre viagem, seja no formato de *workshop* ou outros formatos, se multiplicaram nos últimos anos, na medida em que formas de trabalho associadas ao empreendedorismo digital se tornaram populares, como os termos: *nômade digital*, *work traveller*, *instagramer* de viagens, dentre outros. A viagem é significada em discursos em prol de formas de trabalho qualificadas como alternativas em razão da associação delas à noção de aventura, de liberdade com relação a horários e outras possibilidades de trabalho sem “base fixa” que são

vinculadas ao marketing digital e ao jornalismo de viagens.

Em cursos de formação de empreendedores digitais no universo das viagens e do turismo direcionados às mulheres, discutem-se ferramentas de gestão associadas ao trabalho em ambiente digital (e aos princípios de empreendedorismo já desgastados com o uso excessivo e indiscriminado de categorias como o trabalho de *coach*), formação de redes e outras articulações coletivas. Além disso, gostaríamos de destacar o espaço e a importância concedida nesse tipo de evento e/ou reunião sobre viagens para o público feminino ao aspecto pessoal e subjetivo relacionado à identidade de viajante. Entram em pauta questões relacionadas ao ato de viajar como parte de um rito de ruptura com padrões sociais e consequente reelaboração da identidade da mulher enquanto viajante.

No presente artigo, apresentaremos um relato sobre um *workshop* para mulheres viajantes para discutir alguns sentidos contemporâneos dados à viagem. Gostaríamos de partir da reflexão sobre a possibilidade de se pensar a viagem a partir de um aspecto feminino, ou em pensar o modo feminino

de se viajar. Pensar sobre uma viagem no gênero feminino.

Propomos a consideração da viagem para além do uso da palavra como metáfora para uma narrativa sobre a história das mulheres — uma incursão por personagens mulheres que fizeram história e foram negligenciadas, como nos textos reunidos no livro *História das Mulheres no Brasil* (2000). Da mesma forma, pretendemos pensar além de estudos que elencam personagens que, por questões históricas, não podiam exercer a profissão de viajante tal como os homens, embora o fizessem por meio de vários mecanismos, como discute Sônia Serrano, no livro *Mulheres Viajantes* (2014), ao apresentar diversos perfis de mulheres que viajaram em diferentes períodos históricos tendo em perspectiva uma história das viagens. Gostaríamos de extrapolar a tendência de se pensar em viagens como exercício de poucos personagens, a partir de personagens excêntricos ou cientistas dedicados, ou mesmo literatos que desenvolveram esteticamente dilemas existenciais europeus — como destaca Mary Louise Pratt (1999, p. 50).

A perspectiva que aqui gostaríamos de abordar, as viagens femininas, ou viagens no feminino, é

baseada na viagem como uma narrativa antiga que se tornou um discurso dominante. Pensamos a viagem como um tipo de história contada há muito tempo e presente em mitos de sociedades diferentes, cuja estrutura narrativa foi utilizada para diversos fins. Para justificar projetos de poder, que incluíram avanços territoriais, para representar o domínio cultural (durante o Imperialismo e o Colonialismo); e, atualmente, para justificar a mobilidade espacial na forma da compressão espaço-tempo como benefício para determinados grupos, em detrimento de outros, já que, como destaca Bauman (1999), a compressão espaço-tempo é realizada a partir de uma hierarquia social. A viagem foi inventada e reinventada, e, em alguma medida, desenvolvida por discursos institucionais e seus projetos — como, por exemplo, pelo projeto expansionista europeu que resultou na colonização de parte do mundo (nesse sentido discutem Edward Said e Mary Louise Pratt). Condicionaram-se visões acerca da própria viagem (o que é, para que serve e quem está mais apto ou preparado a realizá-la), além de visões sobre os mundos “descobertos” e inventariados com ela ao longo da história.

Nesse sentido, aqui se pensa a viagem como um discurso sobre exploração socioespacial cuja enunciação pertence preferencialmente aos homens. Como destaca James Clifford (2000, p. 65), a história das viagens foi constituída como uma “[...] história de significados e práticas europeias, literárias, masculinas, burguesas, científicas, heroicas e recreativas”. Nesse conjunto de práticas organizadas como discurso de viagem, não estão contempladas práticas socioespaciais de mobilidade de grupos subalternos, como questionou Clifford (2000), porque o trabalho dos guias, dos ajudantes, dos empregados e escravos de expedições de viajantes europeus no Novo Mundo não era concebido também como viagem. Levi-Strauss, em *Tristes Trópicos* (1996), também questiona a miopia do conceito de viagem, pois o mesmo foi associado às práticas de exploradores em lugares longínquos cujas relíquias eram apresentadas em conferências na Europa, mas que não foi alargado a ponto de contemplar os deslocamentos constituintes de ritos de iniciação de jovens em tribos indígenas ameríndias. Os dois autores questionam por que determinadas práticas espaciais envolvendo mobilidade e deslocamento

são historicamente consideradas viagem e outras não o são.

No que se refere à viagem de mulheres, gostaríamos de iluminar, neste artigo, a prática de mulheres comuns, “anônimas”, para refletir sobre discursos gerais associados à viagem. Consideramos que, em termos simbólicos, o deslocamento do discurso narrativo da viagem, que historicamente foi enunciado preferencialmente por homens, para a perspectiva da mulher, é uma operação que requer ou que acolhe, mesmo agora em época de condições ampliadíssimas de mobilidade espacial, algum grau de ajuste. É sobre esse tipo de ajuste ou adaptação que gostaríamos de discutir por meio de um relato do *workshop* Mulheres em Viagem.

Um sentido para a *viagem feminina* seria o que relaciona a atividade de se viajar ao ciclo de transformação subjetiva e pessoal. A viagem em feminino seria uma intensificação subjetiva das sensações de viagem que impactariam as identidades de quem viaja. A mulher, imaginada como um ser cíclico, que dá a vida a outro ser humano, e, por isso, é potente em transformar-se física e emocionalmente, viajaria de outra forma, de uma forma particular. Essa

conotação, embora imediata, e, por isso, passível de ser uma reprodução de esquemas autoritários e reducionistas da noção de mulher e, portanto, do feminismo, é repetida intensivamente nas adjetivações da viagem como feminina. O ato de viajar é associado à

dose extra de coragem para se lançar pelo mundo, pois a ruptura com as expectativas sobre os padrões sociais é mais forte para as mulheres do que para os homens. Assim, a viagem feminina seria impulsionada e motivada também pela ruptura de expectativas.

2. METODOLOGIA

O exercício metodológico da mencionada pesquisa (tese) contemplou a criação de textos de viagem, de modo a favorecer a reflexão sobre a estrutura narrativa a partir da qual a ideia de viagem foi criada e reproduzida no

decorrer da História. No decorrer da pesquisa, uma das etapas metodológicas consistiu na participação em um workshop de viagens que será narrado. A narração desta etapa foi incorporada à reflexão da tese e será apresentada a seguir.

2.2 Ir ao encontro

Um *workshop* de viagens chamou minha atenção em razão de o convite ser direcionado a mulheres que desejavam realizar *as viagens de suas vidas*. Pensei que talvez encontraria um grupo de experimentadas viajantes que já se reunia com frequência para mostrar fotografias e contar a respeito de viagens, nos moldes de encontros sobre os quais já escutei referências em Minas Gerais (Brasil) e reúnem grupos de montanhistas, de espeleólogos. Em meu imaginário, também surgiu a memória de clássicos encontros de viajantes na

França que Lévi-Strauss, na década de 1960, disse odiar em razão do caráter exibicionista das fotografias e artefatos recolhidos de outros países. Pensei que encontraria viajantes mulheres de várias nacionalidades que passavam pela cidade do Porto, em Portugal. Curiosidade à parte, considere que observar tal encontro poderia abrir novas chaves de reflexão sobre a criação de sentido para a viagem por parte de um público específico e voltado a uma faceta profissionalizante e produtiva do ato de viajar anunciada pela palavra *workshop*.

Mulheres em viagem aconteceu

em um ambiente misto de bar, café, galeria de arte e espaço para eventos chamado Casa da Espiga. De acordo com o convite divulgado (figuras 1 e 2), haveria três módulos ministrados por três *anfitriãs viajantes* — uma *coach-travel*, uma líder de viagens em agência e uma psicóloga, doutora em psicologia positiva, e empresária. Propunham encorajar a concretização de viagens, explorar a arte de viajar e os ganhos da viagem no momento de retorno ao lar.

O grupo reuniu mulheres entre 35 e 60 anos, somando sete pessoas, contando comigo. A atividade teve início em um sábado, às 10 horas, e se prolongou até as 19 horas, com intervalo para almoço. Durante a parte da manhã, foi realizado um tipo de roda de apresentação e, à tarde, um trabalho de consultoria orientado à única das participantes que havia pagado o valor da inscrição e que permaneceu até o final do evento. Ela apresentou um projeto pessoal que envolvia fotografias de viagem, e as três profissionais envolvidas prestaram uma consultoria de estruturação de projeto.

Nos diferentes momentos vivenciados, sobressaiu o caráter confessional nas exposições orais que descreviam o momento de vida das

participantes, momentos em que dificuldades foram narradas com emoção e os desejos e sonhos, também. Parte do grupo já se conhecia — as anfitriãs e outras participantes que já conheciam alguma das organizadoras (uma delas era filha de uma participante) —, mas à medida que cada uma se apresentava, era possível notar um esforço de expressão pessoal e de destaque de determinados traços de personalidade que visavam delimitar os contornos de uma identidade que se assumia frente àquele grupo.

Em princípio, eu havia imaginado ser observadora, sem desempenhar ativamente nenhuma função no processo, mas, quando a roda de conversa foi iniciada, fui convidada a participar. De modo espontâneo, a minha apresentação superou uma descrição formal das minhas atividades profissionais e dos objetivos desta pesquisa, pois acompanhei o movimento do grupo, expondo aspectos particulares da minha vida, etc. Houve um momento de diálogo intergeracional, pois a idade das participantes variava dos 30 aos 60 anos. Os diálogos contemplaram temas como casamento, filhos e projetos profissionais, além dos desafios em equilibrar tantos compromissos e áreas

da vida e, também, viagens, conforme a expectativa do convite e do título do evento.

O tema da viagem foi abordado mais como metáfora para os ciclos relacionados à idade que se encerram as crises, ao resgate de desejos e sonhos anteriores e ao início de uma nova fase de vida do que como uma proposta de atividade. Diálogos específicos sobre viagens realizadas, os processos envolvidos, os lugares visitados não foram a ênfase das conversas.

Das sete mulheres participantes, duas buscavam saídas para realizar antigos desejos profissionais, três, as viajantes anfitriãs, compartilhavam as histórias pessoais, em que as viagens eram determinantes para o estilo de vida que levavam e para os projetos que possuíam. Durante a apresentação, algumas participantes se emocionaram ao contar as histórias de vida, e o ambiente de apoio se formou sem que nenhuma questão, tal como cerceio ou tentativa de organização da conversa, fosse interposta pelas organizadoras. Próximo ao horário do almoço, o grupo parecia mais entrosado e renovado, como se os diálogos tivessem produzido a sensação de bem-estar geral.

Na segunda parte do *workshop*, à tarde, conversei com as consultoras, ou viajantes anfitriãs, e disse que gostaria de observar as discussões e fazer anotações, e elas me deram liberdade de atuação. Enquanto as três profissionais assessoravam a participante que apresentava um projeto pessoal, eu observava a forma com a qual a ideia de viagem era construída por elas a partir de um olhar sobre um projeto profissional que envolvia fotografia e viagens.

A participante não tinha uma ideia clara do projeto que iria desenvolver, mas, ao responder às perguntas das consultoras, que pareciam estimulá-la a uma definição, buscou dar corpo à principal motivação que tinha, que era assumir-se como fotógrafa. Outro ponto de interesse era fotografar idosos em lugares pitorescos. A princípio, a importância da viagem não estava evidente no projeto, mas ela buscou associar a viagem ao interesse estético por fotografias de pessoas idosas de outras culturas, pois se sentia atraída por essas imagens. As consultoras exploraram esse interesse, perguntando se o objetivo era se assumir como fotógrafa de viagem em um projeto de fotografia de idosos. No entanto, a participante não se sentia contemplada

nessa ideia e buscava encontrar o real interesse que a motivava.

Contou sobre a primeira exposição de fotografia que realizou e que se chamou “Viagem em minha casa”, criada a partir da ideia de que é possível “viajar na cabeça, no coração, em casa”¹. Distribuiu algumas fotografias nas paredes da residência em que vive e convidou os amigos para uma festa. Gostaria de investir mais na ideia de ser fotógrafa de viagem, pela relação inusitada com o ambiente e com as pessoas, pois “em viagem, quanto menos se espera, mais se surpreende”. Quando chega a um lugar, gosta de ver pessoas, gosta das histórias, de ver o cotidiano.

Eu gosto de ver como é o acordar em uma cidade, o cheiro, as árvores, sou louca por árvores. Gostava de registrar isso, que está a se perder, conhecer o Portugal profundo, as pessoas, seus objetos. Realçar Portugal, seja na região de Coimbra, Lisboa, Algarve. (PARTICIPANTE, 2017)

Após alguns diálogos, parece encontrar o que gostaria de fazer: fotografar o modo de vida rural, os idosos e a vida nas vilas interioranas de Portugal, de realizar um trabalho de valorização da memória social, enfocando os idosos. Os incêndios ocorridos no mês de junho de 2017, em Pedrógão Grande, no distrito de Leiria, com cerca de 60 vítimas mortais, das quais a maioria era composta por idosos, haviam acentuado o desejo e a certeza da relevância de fazer tal trabalho. Uma das consultoras menciona projetos semelhantes, sobre os quais tem conhecimento, para inspirar a participante.

Em seguida, uma das anfitriãs inicia intervenção, dizendo que, entre o sonho e a realização, é fundamental a etapa de definição, e pergunta à participante: “Quando irá realizar esse projeto? Em que mês, em que dia vai começar? Para onde vai exatamente, com quem irá? Como tornará isso um negócio, um meio de vida?”. A participante tenta responder às perguntas, mas acaba divagando um pouco mais. “Não sei ao certo, eu gostaria de pegar o mapa e pensar com calma. Adoro mapas.” A consultora

insiste na importância de ela definir onde, quando e como irá realizar o projeto. “É um propósito para a sua vida, é mais do que uma viagem, é a sua vida”, diz a consultora. E continua: “Eu consigo visualizar muitas mudanças que irão gerar recursos para a sua vida, mas é necessário que você se concentre em pensar em como tornar o seu projeto uma realidade”.

Outras questões são discutidas, como o público visado. Uma das anfitriãs pergunta sobre o objetivo do projeto: “Você quer passar qual mensagem para qual público?”⁷ As indefinições da participante continuam, enquanto as consultoras se alternam. Em alguns momentos, encorajam a participante a continuar. Uma delas cita um fotógrafo que fez uma viagem sem grandes pretensões e que teve as fotografias premiadas, mas que declarou que, ao início da viagem, não tinha esse objetivo definido. Em outros momentos, uma das consultoras, cujo trabalho é definido como *travel coaching*, pressiona a participante por uma definição e, por fim, lhe entrega um material impresso intitulado: “Quando a viagem começa dentro de ti, o mundo aguarda-te.”.

No momento seguinte, uma consultora inicia uma exposição oral sobre a arte de viajar. Trata-se de uma *líder em viagens* em uma agência chamada Wanderlust e parece seguir um roteiro planejado. Se anteriormente estava ocorrendo um diálogo com a participante, a partir desse momento seguinte, a consultora toma o espaço de fala, discorrendo sobre tipos de viagem — que se alternam entre descanso, diversão, encontro consigo — e sobre a necessidade de articulá-los em níveis práticos na escolha do destino da viagem, no itinerário e em outros detalhes. Afirma que geralmente a questão financeira é superdimensionada nas viagens, já que existem alternativas de hospedagem e transporte que não envolvem trocas monetárias.

Segue mencionando questões triviais, como a importância dos meios de comunicação para manter contato com a família e os amigos, questões de segurança. Diz sobre a própria experiência de viagem à Costa Rica, em que chegou a trabalhar como garçoneiro em um *resort*, já que a empresa necessitava de um profissional que se comunicasse em inglês, e ela possuía tal requisito.

A exposição oral seguiu, mas era perceptível a inadequação de determinadas colocações para a participante em função da diferença de idade – a consultora é uma mulher na faixa dos 30 anos e a participante na faixa dos 50 –, e em função da obviedade de algumas informações ou mesmo da desconsideração do que havia sido discutido sobre o projeto de fotografias ser realizado em Portugal, e não em território estrangeiro.

Uma das consultoras interrompe a fala da líder em viagens e se dirige à participante: “Você certamente sabe bem a arte de viajar, parece precisar de assessoria em outros aspectos. Nos diga do que você precisa para saber como podemos auxiliá-la.”

Nesse momento, a participante colocou algumas perguntas sobre divulgação do trabalho que realiza, sobre portfólio. Daí em diante, a conversa se tornou um pouco dispersa, houve discordâncias entre as três e a participante acerca da questão do portfólio.

Uma das consultoras, que é psicóloga e empresária, parece assumir o momento da intervenção dela de forma mais focada, tal como tinha sido realizado pelas duas outras anfitriãs

anteriormente. Diz que visualizava vários projetos executáveis pela participante e discorre sobre os passos para a formatação de ideias: do desejo à pesquisa, à sistematização da ideia e à visualização do projeto pronto. Conta também sobre a própria história de vida, que está sempre em mobilidade, já morou em vários países e passa pequenas temporadas em cidades diferentes. Diz que está sempre recomeçando e fazendo novos amigos.

As três anfitriãs parecem conversar mais entre si do que com a participante.

A empresária que vive em mobilidade, morando em diversas cidades, afirma achar interessante o fato de a viagem ter deixado de ser algo alternativo, como já foi há 20, 30 anos, já que hoje há uma aceitação social para o fato de um jovem fazer uma viagem de um ano por vários países, e isso ser considerado importante e benéfico para o desenvolvimento da pessoa. Acredita, contudo, que é preciso acontecer outra revolução, aquela que levará a mentalidade da viagem aos lugares, já que o que as pessoas realmente desejam não está longe, mas perto de casa. Que é preciso se abrir para viver de outro modo e estar mais perto das pessoas, abrir-se à

convivência e à troca. E, para isso, não é preciso estar longe ou fora de casa.

Nesse momento, parece haver um consenso entre as anfitriãs, fruto da reflexão sobre a condição de o projeto proposto pela participante ser o de uma viagem interna, por dentro do Portugal profundo, e sobre a questão da intuição e da predisposição para o contato durante a viagem. Uma das consultoras, a que é *travel coaching* e se define como apaixonada pelo Brasil, já havia mencionado, no horário do almoço, as situações em que fez amizades de modo espontâneo em viagens pelo território brasileiro, de um modo que não conseguia fazer estando na cidade em que vive, Porto. Nesse momento, ela ressalta a vivência que possui e reafirma: “a viagem começa dentro de ti”.

A líder em viagens parece discordar e diz que, se as pessoas viajassem mais, haveria menos preconceito, pois a viagem permite a libertação pessoal com relação a preconceitos. Parece não convencer as duas outras consultoras. A empresária diz: “É a curiosidade de dentro de nós que nos permite viajar. Fiz minha primeira viagem aos 21 anos, mas já

nasci com os olhos enormes, cheios de curiosidade.”

A *travel coaching*, que estava em silêncio, intervém na discussão, dizendo que, quando a viagem se torna um estilo de vida, ela não é bem aceita socialmente. Diz que as pessoas a consideram uma sonhadora, fora da realidade, uma “louca”, por acreditar que é possível construir uma vida e um negócio por meio da viagem. Afirma que é muito criticada por ousar ter uma vida sem a ilusão da estabilidade e da segurança e que é difícil assumir o lado viajante.

Em função do horário e do cansaço de todas, decide-se pelo fim do *workshop* e propõe-se que cada uma fale algo relativo ao dia, ao que considerou mais relevante. “Você pode realizar o seu projeto de diversas maneiras, e tem experiência, capacidade e talento para isso. Basta definir o que quer!”, uma das anfitriãs diz à participante. Outra anfitriã diz: “Vá em frente e vença seus medos, saiba bem o que quer.” A terceira delas diz que o mais importante já aconteceu, que a participante iniciou a viagem interior, e agora é preciso foco e trabalho para realizar o sonho.

3. DISCUSSÃO

O workshop Mulheres em Viagem, embora não tenha ocorrido com número considerável de participantes, e, portanto, tenha sido um tipo de teste para as organizadoras da proposta de assessorarem mulheres a empreenderem viagens, deu espaço à consideração sobre a amplitude da proposta. As organizadoras criaram uma reunião na qual a viagem foi qualificada como projeto (passo a passo para a concretização de um empreendimento), como uma arte planejada, como projeto de mudança interior. Utilizaram-se da associação de suas identidades pessoais à de viajante (*coach* de viagens, líder de viagens e empresária nômade) para engajar participantes a realizarem movimento semelhante.

A dimensão pessoal, no âmbito da identidade de viajante, foi uma das tônicas do encontro, que abrangeu a noção de feminilidade em associação à ideia de mudança e de transformação, a partir da concepção de viagem como movimento integrado às etapas da vida. Tais etapas da vida de uma mulher foram abordadas no *workshop* considerando os ciclos reprodutivos e a vivência da maternidade, mas a grande ênfase esteve relacionada aos desejos de transformação do estilo de vida, para um

modo de viver, visto pela sociedade e pela família, como alternativo. A transformação compreendida pela viagem envolveria as dificuldades em conciliar papéis sociais (de esposa e de mãe) com o de viajante, ou mesmo em romper com tais expectativas de cumprimento desses papéis e em obter reconhecimento social por estilo de vida de viajante.

A aproximação entre a ideia de vida e a de viagem esteve presente nas intervenções orais como associação das fases cíclicas da mulher com os ciclos da viagem como partida, percurso e retorno. As falas de apresentação das participantes e das organizadoras contemplaram o encontro como um momento especial que poderia levar as participantes a uma grande travessia – remetendo à simbologia que envolve a viagem. Nesse sentido, as falas foram carregadas da simbologia da viagem como travessia, ou seja, como passagem/mudança, como amplo ciclo que abarca os pontos de partida e de chegada fundamentados no desejo de mudança.

A questão da interioridade da mudança funcionou como um alicerce do sentido de viagem-travessia ensaiado na reunião. O espaço interior foi

representado como a base de partida para as viagens, tal como repetiu algumas vezes uma das organizadoras: “Quando a viagem começa dentro de ti, o mundo aguarda-te.” Por esse ponto de partida, as organizadoras propuseram o desenvolvimento de capacidades para viajar que incluiu a superação de medos e de bloqueios pessoais.

A noção de interioridade não se restringiu ao elemento psíquico do espaço qualificado como interior, mas também abrangeu o próprio direcionamento do percurso das viajantes, cujo alvo não estaria no território estrangeiro, ao contato com “o mundo”, com o outro. O fato de a única participante que efetivamente pagou pela

inscrição no evento – e por isso e por possuir um projeto a ser debatido pelas consultoras ter demonstrado comprometimento com a proposta – ser alguém que não se propunha uma viagem “para fora”, mas uma viagem para dentro do próprio país, da própria cultura, surpreendeu as organizadoras. Uma delas disse à participante que recebia a consultoria: “Só poderia ser tu a pessoa ideal para a primeira versão deste *workshop* em que esperávamos pessoas querendo viver a viagem de suas vidas, pelo mundo todo, a desbravar, mas quem apareceu foi tu, uma mulher que sonha viajar para 30 quilômetros daqui do Porto.”

4. RESULTADOS

A partir do exercício de entendimento sobre a proposta de um evento para mulheres que operacionalizou o termo viagem em sentidos específicos, é possível ampliar a reflexão. Propomos a consideração de dois movimentos discursivos que associaram o termo viagem ao âmbito do evento realizado.

Um deles estaria relacionado à operacionalização da viagem como projeto aplicado, como plano

desenvolvido em etapas e aplicado ao empreendedorismo. Tal como pensa Boaventura de Sousa Santos acerca da globalização, é possível pensar a viagem como discurso alinhado ao global produzido multidirecionalmente. Nesse sentido, o discurso de viagem teria sido produzido de cima para baixo — como imposição de modos de ver —, e de baixo para cima — como busca pela quebra da hegemonia de um viés narrativo centralizador, autoritário, “superior”. Pensar o caráter histórico do

discurso de viagem inclui pensar a produção de tal discurso por instituições — da Ciência Moderna ao Estado Colonial e Imperial, dos Estados-nação interconectados na Era Global aos mercados promotores da mobilidade espacial. A viagem é assunto que interessa em discursos gerais do Estado, em enunciados diplomáticos e voltados à globalização, quando o tema é afastado do teor protecionista e ambíguo relacionado às migrações.

A proposta do *workshop* de associação da viagem a uma atuação profissional nos moldes do mercado do empreendedorismo pode ser pensada como parte da produção do discurso de viagem pelo mercado turístico, indústria cultural e jornalismo de viagem que concorrem para impor uma ideia de viagem comercializável e mobilizadora de uma cadeia de atores sociais. Nesse sentido, nas discussões durante o evento em questão, os aspectos da viagem que surgiam nas considerações das participantes como devaneio, como um vagar sem objetivos definidos, eram rapidamente interditados pelas organizadoras que buscavam conduzir o trabalho delas enquanto assessoras de mulheres viajantes como parte de um projeto “concreto”/realizável.

Despontou, na atuação das organizadoras, uma associação da viagem ao léxico do empreendedorismo e, portanto, do produtivismo em um discurso pragmático.

A despeito da pressão por definição da viagem como projeto, outro movimento discursivo foi realizado na reunião em questão. Talvez, o desacerto entre a pragmática do empreendedorismo contemporâneo com a proposta de assessoria para um público feminino diverso em termos de geração, nível cultural, classe social, vínculos culturais, nível de escolaridade dentre tantos outros aspectos tenha sido uma das razões de haver pouca adesão à proposta. Também é possível pensar que o discurso da viagem em feminino esteja ainda em processo de construção. Esse processo seria múltiplo em termos de conceito do ato de viajar, que admite, inclusive, o descolamento da ideia da viagem como trânsito e exploração espacial e a aproximação da viagem como movimento subjetivo de transformação de um aspecto da identidade pessoal.

Nesse sentido, é interessante pensar o percurso criativo para a formatação do projeto fotográfico da participante do *workshop*. De início, o

desejo pessoal era se estabelecer como fotógrafa, e o interesse estético voltava-se para imagens de idosos de outras culturas. Aos poucos, o interesse por outras culturas foi deslocado para o território interior de Portugal, à medida que as consultoras a incentivaram a definir objetivos. Nesse deslocamento, dos desejos aos objetivos pragmáticos solicitados pelas organizadoras, um episódio do passado é lembrado, justamente a exposição *Viagem na minha casa*, e, dessa relação com a memória, o objetivo de fotografar os

idosos como guardiões da memória social foi delimitado. A inversão na direção esperada da viagem, como busca pela alteridade localizada no espaço longínquo e distante que, por meio da viagem, é possível ter acesso, exemplifica como os sentidos para o ato de viajar podem ser diversificados e destoantes do discurso dominante. Sobretudo quando é um discurso enunciado por uma identidade outra que não as identidades historicamente associadas ao ato de viajar.

5. CONCLUSÃO

A busca do viajante pelo outro está sempre alicerçada em uma questão interior de condição psíquica e simbólica, mesmo que esse aspecto do vagar e da busca não seja explícito na enunciação do viajante. O que difere esse movimento de viagem é a forma com que o viajante objetifica o próprio desejo por meio do discurso e da escolha pelo itinerário que fará.

A questão vai um pouco além, já que, mesmo procurando o outro, estamos também procurando a nós mesmos. A viagem que nos motiva a procurar algo estranho ou diferente nos faz encontrar uma ligação obscura com o familiar em

nós, não por contraste, mas por rememoração de algo que foi escondido. Julia Kristeva (1994), em conhecido texto, faz alusão a um escrito de Sigmund Freud chamado *O estranho*, para remeter à sensação de estranheza causada pelo outro, ou seja, aquilo que causa estranheza, como um processo de identificação com um material simbólico negado no passado, mas que ainda sobrevive na psique, mesmo que recalado.

Nesse sentido, a participante quer se deslocar, mas para um espaço próximo ao da cidade em que habitou por toda a vida e que é, por um aspecto, um território interior, em termos culturais e

geográficos, pensando nos limites nacionais de Portugal. Ela procura a si mesma? Certamente, sim, já que afirmou querer resgatar algo de si que foi abandonado durante a vida.

A criação da viagem fotográfica de idosos entendidos como guardiões da

memória é um modo de se alcançar o passado (mirar outros tempos) e, também, o futuro (em que serão necessárias a memória e a sensação de continuidade).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BASSANEZI, Carla; DEL PRIORE, Mary. **Historia das mulheres no Brasil**. 3. ed. São Paulo: Contexto: Ed. da UNESP, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

CLIFFORD, James. Culturas viajantes. In: ARANTES, Antonio Augusto (Org.). **O espaço da diferença**. São Paulo: Papirus, 2000. p. 50-79.

KRISTEVA, Julia. **Estrangeiros para nós mesmos**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LEVI-STRAUSS, Claude. **Tristes trópicos**. Tradução Rosa Freire de Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

PRATT, Mary Louise. **Os olhos do império: relatos de viagem e transculturação**. Tradução de Jésio Hernani B. Gutierrez Bauru: EDUSC, 1999.

SAID, Edward W. **Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SAID, Edward W. **Cultura e imperialismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SERRANO, Sónia. **Mulheres Viajantes**. Lisboa: Tinta da China, 2014.