

#PartiuViajar: Motivação e Comportamento das Mulheres no Motociclismo

#LetsHitTheRoad: Women's Motivation and Behavior in Motorcycle Tourism

Ana Laura Silveira Garcia

Mestra em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Itajaí/SC, Brasil.

E-mail: analaursilveiragarcia@gmail.com

Luiz Carlos da Silva Flores

Professor do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria – PPGTH-UNIVALI, Itajaí/SC, Brasil.

E-mail: luiz.flores@univali.br

Lígia Dalchiavon

Professora da Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Santa Vitória do Palmar/RS, Brasil.

E-mail: ligiadalchiavon@gmail.com

Artigo recebido em: 23-02-2026

Artigo aprovado em: 29-04-2026

RESUMO

Embora a participação feminina no motociclismo tenha crescido nos últimos anos, ainda são escassos os estudos que investigam o perfil, as motivações e os desafios enfrentados por essas mulheres, especialmente no contexto do mototurismo. Este estudo analisa o perfil e as motivações de mulheres motociclistas, com foco no empoderamento feminino e nos desafios vivenciados em um ambiente historicamente masculino. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem predominantemente quantitativa. Os dados foram coletados por meio de um questionário online aplicado a 147 mulheres motociclistas e analisados por estatística descritiva, com apoio de revisão da literatura sobre mototurismo, gênero e turismo. Os resultados mostram que as participantes são, em sua maioria, mulheres adultas, com elevado nível de escolaridade, renda estável e experiência consolidada no motociclismo, sendo a maternidade um fator que não impede a prática da atividade. As principais motivações identificadas foram a sensação de liberdade, a paixão pelas motocicletas, a aventura, a autonomia e o escape da rotina. Os moto clubes e eventos destacam-se como importantes espaços de socialização e pertencimento, embora persistam desafios relacionados à segurança, à infraestrutura e ao preconceito de gênero. Conclui-se que o motociclismo representa uma forma de empoderamento feminino, mas barreiras estruturais e culturais ainda restringem a plena participação das mulheres. O estudo contribui para ampliar o conhecimento sobre as mulheres motociclistas e fornece subsídios para o desenvolvimento de destinos, produtos e serviços turísticos mais inclusivos e seguros.

Palavras-chave: Mototurismo. Mulheres. Motivação. Segurança. Empoderamento.

ABSTRACT

Although women's participation in motorcycling has increased in recent years, studies examining their profile, motivations, and challenges, particularly in the context of motorcycle tourism, remain limited. This study examines the profile and motivations of women motorcyclists, with a focus on women's empowerment and the challenges they face in a traditionally male-dominated environment. The research is exploratory and descriptive, using a predominantly quantitative approach. Data were collected through an online questionnaire completed by 147 women motorcyclists and analyzed using descriptive statistics, supported by a review of the literature on motorcycle tourism, gender, and tourism. The findings show that most participants are adult women with a high level of education, stable income, and considerable experience in motorcycling. Motherhood was not found to prevent participation in the activity. The main motivations were the sense of freedom, passion for motorcycles, adventure, independence, and escaping daily routines. Motorcycle clubs and events were identified as important spaces for social interaction and a sense of belonging, although challenges related to safety, infrastructure, and gender prejudice remain. The study concludes that motorcycling can promote women's empowerment, but structural and cultural barriers still limit women's full participation. These findings contribute to a better understanding of women motorcyclists and provide insights for the development of more inclusive and safer tourism destinations, products, and services.

Keywords: Motorcycle Tourism. Women. Motivation. Safety. Empowerment.

1. INTRODUÇÃO

O ato de viajar é um fenômeno social sem distinções entre os gêneros, no entanto perpassa por perspectivas que envolvem o planejamento de viagem, o qual pode variar significativamente, especialmente em função das percepções de risco e segurança (dos Santos & Censon, 2023). Nesse sentido, dados da Safer Tourism Foundation (2024), menos da metade das mulheres se sente confiante para viajar sozinha ou apenas na companhia de outras mulheres. Além disso, três em cada quatro mulheres evitam retornar sozinhas à acomodação durante a noite, enquanto entre os homens esse percentual é de 43%. Esses dados evidenciam que, embora viajar seja uma prática sem distinções entre gênero, as percepções de insegurança influenciam diretamente os comportamentos e as escolhas das viajantes.

Além disso, esses riscos se tornam evidentes em uma simples pesquisa no Google, na qual é possível encontrar uma grande quantidade de materiais de notícias ou publicidades, que buscam classificar destinos considerados mais seguros para mulheres (dos Santos & Censon, 2023). Ou ainda documentos institucionais voltados à orientação de mulheres que viajam sozinhas ou ao aprimoramento do atendimento a esse público. Como exemplo, destacam-se dois documentos elaborados pelo Ministério do Turismo e UNESCO, o guia "Dicas para Atender Bem Turistas Mulheres" e o guia "Mulheres que Viajam Sozinhas" (Ministério do Turismo & UNESCO, 2025).

O mototurismo, por sua vez, caracteriza-se como um estilo de viagem em que a motocicleta é o principal meio de locomoção. Esta atividade destaca-se pela aventura, liberdade e descoberta, com ênfase no percurso, mais do que no destino final. O objetivo é explorar novos caminhos e viver experiências, que podem ser tanto planejadas quanto improvisadas, sendo a jornada a principal motivação (Monteiro, Gomes Silva, Peneirol, & Machado, 2021).

Historicamente, o motociclismo foi associado a homens, mas, com o passar do tempo, o número de mulheres envolvidas tem aumentado consideravelmente. Isso resultou no surgimento de grupos exclusivos para mulheres, refletindo uma mudança nas dinâmicas de gênero nesse ambiente. Com isso, o motociclismo mostra-se um ambiente mais inclusivo, permitindo que as mulheres encontrem espaços de pertencimento, segurança e troca de experiências, desafiando estereótipos e ampliando as possibilidades de vivenciar a liberdade e a paixão pela moto (Giroldo, 2020).

Destaca-se que embora, o perfil demográfico desse público é frequentemente analisado, e os homens geralmente dominam os resultados das pesquisas, as mulheres também têm ganhado destaque. Diversos estudos comprovam o aumento no número de mulheres adquirindo motos, viajando, participando de eventos e integrando grupos de moto clubes, no entanto ainda há necessidade de estudos sobre motivação e comportamento dessas mulheres no motociclismo (Flash; Blose, 2019, Cater, 2017; Merry, Bettinger, Siry, & Bowker, 2020).

De acordo com Cater (2017), o número de motociclistas e motocicletas tem aumentado, mas tanto o setor de turismo quanto as ciências sociais têm negligenciado esse crescimento, concentrando as pesquisas apenas em questões de segurança, impactos ambientais e na subcultura dos motociclistas. Para Flash e Blose (2019), é essencial que os pesquisadores compreendam as características e motivações que levam os motociclistas a adotar essa atividade como forma de lazer, uma vez que a maioria dos estudos existentes são isolados, etnográficos e baseados em amostras pequenas. Para futuras pesquisas, os autores sugerem analisar como as mulheres vivenciam o lazer sério em comparação aos homens, além de investigar a motivação e a intenção que as levam a participar do mototurismo. Também propõem identificar se existem subsegmentos dentro do turismo de motocicleta.

Nesse contexto, a presente pesquisa tem como propósito contribuir para o avanço do conhecimento sobre o motociclismo feminino, ampliando as investigações acerca do tema, com foco no empoderamento das mulheres. Além disso, o estudo contribui para o desenvolvimento do turismo, uma vez que a inclusão feminina nesse segmento pode trazer novas perspectivas e demandas, favorecendo o desenvolvimento de produtos e serviços mais diversificados, acessíveis e inclusivos.

Conhecer o perfil das mulheres motociclistas permite que empresários e gestores considerem suas necessidades, criando assim um ambiente mais acolhedor. Entender as motivações das mulheres que praticam motociclismo pode levar à criação de redes de apoio e segurança. Ao identificar suas inseguranças e necessidades, é possível propor iniciativas que melhorem a experiência. Conforme apontam Flash e Blose (2019), Cater (2017) e Merry *et al.* (2020), há uma necessidade contínua de mapeamento do perfil e das motivações do mototurista.

Assim, o objetivo desta pesquisa é analisar o perfil e as motivações das mulheres motociclistas. Para isso, foi utilizada uma metodologia predominantemente quantitativa, por meio de um questionário online, contendo perguntas abertas e fechadas. Para sustentar a análise

dos dados recorreu-se a pesquisa bibliográfica sobre a mulher, o motociclismo e mototurismo, utilizando bases dados CAPES, Scopus e Google Acadêmico.

A partir dessa análise, buscou-se compreender as experiências e desafios enfrentados pelas mulheres no motociclismo, destacando o impacto cultural e social dessa prática no universo feminino. Além disso, o estudo aborda os estudos de gênero em grupos historicamente dominados por homens, onde as mulheres eram vistas como "parceiras" e não como protagonistas. Conforme Zhang, Lai e Wong (2024), existe um crescimento no estudo do turismo feminino desde a década de 1980, o que reflete a preocupação com a compreensão das motivações, dos riscos e das experiências enfrentadas por viajantes femininas.

Apesar do crescimento dos estudos de gênero, a participação de mulheres no motociclismo e no mototurismo ainda é pouco abordada na literatura. Uma busca nos portais CAPES, Scopus e Google Acadêmico revela a escassez de publicações sobre o tema. Quando presentes, as mulheres geralmente são tratadas como dados demográficos, sem aprofundamento analítico. Identificou-se apenas quatro estudos que se aproximam dessa temática: Mesquita (2007), Luz (2009), Silva (2016) e Giroldo (2020). Embora nem todos tenham como foco principal a participação feminina no motociclismo, esses trabalhos oferecem contribuições teóricas relevantes e reforçam a importância de aprofundar esse campo de investigação.

Este artigo, portanto, apresenta um referencial teórico que aborda os desafios enfrentados pelas mulheres que viajam sozinhas, focando no mototurismo como um segmento em ascensão, enfatizando a experiência única proporcionada pelas viagens de motocicleta. Examina também o papel dos motos clubes e a inclusão das mulheres no motociclismo. Além disso, são analisados os estereótipos de gênero no motociclismo, com foco na objetificação das mulheres e como isso tem sido refletido na mídia e na cultura popular e os desafios para uma maior inclusão e igualdade de oportunidades neste campo. Em seguida, são apresentadas a revisão da literatura, os aspectos metodológicos adotados, seguidos dos resultados e considerações finais.

2. REVISÃO DE LITERATURA

O Turismo, conforme definido pela Organização Mundial do Turismo (OMT), é muito mais do que um simples deslocamento para fora do ambiente habitual. Desde 1975, a OMT

define o turismo como uma viagem realizada com duração maior de um dia e menor de um ano, realizada por motivos diversos como negócios, lazer, estudo ou outros.

O que reflete a importância do turismo não apenas como uma atividade de lazer, mas como um setor que impacta significativamente a economia global. Já que o mesmo, tem se consolidado como uma das principais atividades econômicas globais. Em 2019, representou 10,4% do PIB mundial e 10,5% dos empregos. Em 2023, respondeu por 9,1% do PIB, com uma queda de 4,1% em relação a 2019, mas gerou 27 milhões de novos postos de trabalho. Enquanto os gastos domésticos cresceram 18,1%, os internacionais aumentaram 33,1%, embora ainda estivessem 14,4% abaixo de 2019 (WTTC, 2025).

Já, o setor de transportes se destaca como elemento essencial para o desenvolvimento do turismo, pois possibilita o acesso aos destinos turísticos. Embora transporte e viagens possam ocorrer independentemente da atividade turística, o crescimento e a consolidação do turismo estão intrinsecamente ligados à realização de deslocamentos (Wirahaj, Suthanaya, & Wedagama Yana, 2023).

Entretanto, ao considerar o turismo não se pode ignorar os desafios enfrentados pelas mulheres que viajam sozinhas. A população mundial é composta por 49,6% de mulheres. No setor de turismo, atuando como turistas ou profissionais, as mulheres continuam a ter destaque. Nas universidades, as mulheres representam a maioria, já que 75% dos estudantes são do sexo feminino. No mercado de trabalho, 54% das mulheres estão empregadas. Em pesquisas realizadas nos Estados Unidos e no Reino Unido, as mulheres representam 72% e 55% dos viajantes solo, respectivamente. Mesmo assim, não são raros os relatos e as pesquisas que abordam os riscos de ser mulher e viajar sozinha (dos Santos & Censon, 2023)

A motivação no turismo está diretamente relacionada aos desejos, práticas e exigências dos sujeitos viajantes. Essas motivações, influenciam na criação de produtos e na estruturação de segmentos turísticos. Segundo Todorov e Moreira (2005), a motivação é uma força interna complexa e composto por múltiplos fatores, que impulsiona e direciona as ações do organismo, sendo subjetiva e difícil de estudar. Ela pode ser identificada a partir de comportamentos específicos e eventos de observação.

Além disso, destacam que a motivação está relacionada às interações entre o indivíduo e o ambiente, sendo indispensável para entender as ações humanas. Em vez de questionar o "por que?", eles sugerem que é mais útil reformular "como?", o que permite uma análise empírica e verificável das manifestações motivacionais. Em resumo, a motivação não é algo

facilmente delimitável, mas é uma força essencial que regula, sustenta e orienta nossas ações (Todorov; Moreira, 2005).

O mototurismo, por sua vez, caracteriza-se como um estilo de viagem em que a motocicleta é o principal meio de locomoção. Ele destaca a aventura, a liberdade e a descoberta, com ênfase no percurso, mais do que no destino final. O objetivo é explorar novos caminhos e viver experiências, que podem ser tanto planejadas quanto improvisadas, sendo a jornada a principal motivação (Monteiro *et al.*, 2021). Embora ainda não seja oficialmente reconhecido como segmento por organismos do turismo, o mototurismo apresenta características semelhantes a modalidades como o turismo de aventura e o ecoturismo, especialmente quanto às motivações e interesses de seus praticantes.

Segundo Ramoa e Pires (2018), diante da ausência de reconhecimento formal, o mototurismo se integra a segmentos já consolidados, como turismo de aventura e ecoturismo, pelo interesse dos praticantes em natureza, desafios ao ar livre e imersão cultural. Cater (2017) acrescenta que, assim como no turismo de aventura, os mototuristas buscam riscos percebidos e controlados, não perigos reais.

Embora algumas correntes considerem o mototurismo como um subsetor do turismo de carro, é essencial ressaltar a importância de observar que a moto, diferentemente do carro, estabelece uma relação de apego mais intensa com o condutor. Isso ocorre porque um dos principais aspectos desse público é que a experiência de pilotar é muito mais valorizada do que o destino em si (Cater, 2017; Frash; Bloise, 2019).

Mas quem é o mototurista? é aquele que utiliza a motocicleta em seu tempo livre para viajar. De acordo com Sykes e Kelly (2014), existem três características que são consideradas ao analisar o mototurismo. Em primeiro lugar, o mototurismo envolve viagens para destinos distantes de casa, com o objetivo de férias, lazer ou entretenimento. Esses princípios são semelhantes às definições tradicionais de turismo. Como já citado, a OMT define atividades turísticas como aquelas realizadas fora do ambiente habitual com motivações que podem incluir lazer, negócios, entre outras. Em segundo lugar, o mototurista pode ser tanto o piloto quanto o passageiro. No entanto, o uso da motocicleta no cotidiano não é considerado como mototurismo. Por fim, o terceiro fator é o uso do veículo, seja em estradas, fora delas ou com dupla finalidade (Sykes; Kelly, 2014).

Entre os diversos perfis de turistas, o mototurista ao contrário dos motociclistas, que utilizam a moto apenas para deslocamento, o mototurista a usa como parte de suas atividades

turísticas, realizadas longe de casa e com o principal objetivo de lazer. Além disso, é importante notar que o mototurista pode ser tanto piloto quanto passageiro. A duração da viagem pode variar, sendo de um dia ou envolvendo pernoite (Ramoá; Pires, 2018). De acordo com Sykes e Kelly (2016), os mototuristas apresentam comportamentos, desejos e necessidades distintas dos outros turistas quando tomam a decisão de realizar suas viagens. Por isso, é importante compreender os fatores motivacionais desse público para atrair esse segmento de maneira eficaz.

Dessa forma, os moto clubes desempenham um papel importante como meio de conexão entre os apaixonados por motos. Atualmente, os moto clubes são definidos como grupos sociais que surgem através do interesse em comum, como a paixão pela moto e desejo de pertencimento a um grupo demarcado por um espírito de irmandade, na qual em conjunto com o ato de andar de moto se associa a sensação de liberdade (Girollo, 2020).

Além disso, o motociclismo também pode ser entendido como uma manifestação cultural, pois seus praticantes se reúnem em moto clubes e compartilham performances e simbologias próprias, como por exemplo na maneira que se vestem, comportam-se e dialogam uns com os outros. Apesar de ser um universo complexo e marcado por estereótipos, a prática pode ainda ser vista como um estilo de vida que busca questionar padrões culturais (Girollo, 2020).

Os grupos de motociclistas, conhecidos atualmente como moto clubes, surgem no período pós Segunda Guerra Mundial, que também é conhecido como período da contracultura. No período da contracultura os motociclistas eram taxados pela sociedade norte-americana como marginais, no entanto, hoje em dia essa imagem já vem sendo resinificada, mas mantendo o propósito inicial já que o mesmo também pode ser visto como uma manifestação cultural (Girollo, 2020). Desta maneira, o movimento tinha como propósito questionar, contrariar e negar normas e padrões estabelecidos socialmente, que dominavam o período.

Cater (2017) sugere que o pouco interesse do setor pelo mototurismo decorre da imagem estereotipada dos motociclistas como jovens rebeldes, ideia que ele refuta ao mostrar que a maioria dos mototuristas tem mais de 45 anos. Flash e Bloise (2019) reforçam que o grupo é frequentemente mal compreendido pela forma como a mídia o retrata. Já Sykes e Kelly (2014) apontam que muitos estudos se limitam a públicos específicos, como fãs da Harley-Davidson ou participantes de eventos como *Sturgis* e o BBB. Como esses estudos se focam em um público

restrito, acabam sendo limitados e não conseguem refletir a realidade de todos os participantes ou situações

Já no Brasil, segundo Silva (2016), o primeiro moto clube foi o Moto Club do Brasil fundado em 1927 no Rio de Janeiro, seguido pelo Moto Clube de Campos em 1932. Contudo, foi nas décadas de 1980 e 1990 que houve maior expansão desses grupos, impulsionada pela liberação de importações de motocicletas e peças, o que fortaleceu a produção nacional e estimulou a criação de novos moto clubes.

No ano de 2020, havia 4.006 moto clubes registrados no Brasil, número que pode ser ainda maior ao considerar os não formalizados (Girollo, 2020). Apesar de historicamente dominados por homens e estruturados com base em modelos norte-americanos, que restringiam a participação feminina a convidadas ou grupos externos (Silva, 2016), observa-se um crescimento significativo da presença de mulheres nesse universo, ampliando a diversidade dentro desses clubes.

Apesar da presença de moto clubes tradicionais, o crescente interesse feminino impulsionou a criação de grupos mistos ou exclusivos para mulheres. Ainda assim, em alguns clubes, a participação feminina continua condicionada a vínculos afetivos com membros, reproduzindo estruturas patriarcais (Silva, 2016). Paralelamente, a inclusão das mulheres no setor tem avançado gradualmente, com empresas como a Harley-Davidson ampliando a oferta de motos, acessórios e roupas voltados ao público feminino. Entretanto, nem sempre foi assim.

A Harley-Davidson, fundada em 1903 em Milwaukee (EUA), é conhecida pela produção de motos de grande porte. Em 1912, nove anos após sua criação, a empresa passou a incluir mulheres em seus catálogos, inicialmente apenas como passageiras. Em 1921, elas passaram a ser representadas também como pilotos (Morilha, 2015).

Assim, persiste nesses espaços a ideia heteronormativa de que o lugar da mulher na motocicleta é na garupa, e não pilotando, o que historicamente as relegou à posição de acompanhantes e à objetificação. Essa violência simbólica se evidencia em discursos que afirmam que elas não pertencem aos clubes nem às motocicletas. Girollo (2020) destaca a importância de analisar a sexualização das mulheres no motociclismo, especialmente em propagandas que as objetificam e reforçam estereótipos de submissão. Pinto (2011) complementa ao mostrar que, enquanto o uso do couro simboliza força e coragem para os homens, para as mulheres ele é frequentemente associado a apelo sexual, evidenciando a desigualdade de representações no meio.

Conforme Silva (2016), o couro tornou-se um símbolo de status no motociclismo, difundido por filmes, músicas e ícones do rock, que usavam jaquetas, calças e botas de couro. Além disso, as produções cinematográficas contribuíram muito para esse imaginário social, com o uso de coletes e calças de couro, botas, barbas, bandanas, anéis e utensílios com caveiras, tatuagens, entre outros.

Contudo, por mais que haja um aumento na presença das mulheres no motociclismo, isso não é algo recente. Pelo contrário, existem registros da primeira mulher conhecida por viajar de moto. O nome dela era Clare Consuelo Sheridan. Em 1885, ela se tornou correspondente europeia do jornal *New York World* e passou a ser uma viajante incansável, sendo reconhecida anos depois, em 1922 (Girollo, 2020).

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, com abordagem predominantemente quantitativa, utilizando a estratégia de pesquisa de levantamento, com o objetivo de compreender o perfil e as motivações de mulheres praticantes do motociclismo.

A revisão da literatura, conduzida por meio das bases de dados do Portal CAPES, Scopus e Google Acadêmico, possibilitou a construção da base teórica para contextualizar o estudo, além de subsidiar a elaboração do questionário utilizado na coleta de dados. As palavras-chave utilizadas nas buscas incluíram “women”, “safety”, “motorcycle tourism”, “mototourism” e “motorcycling”.

A população da pesquisa foi composta por mulheres motociclistas identificadas nas redes sociais Facebook, Instagram e WhatsApp. No Facebook, o questionário foi divulgado em páginas, grupos e eventos relacionados ao motociclismo, incluindo grupos de moto clubes. No Instagram, as informações foram enviadas por meio de mensagens diretas para grupos e perfis vinculados a moto clubes e a motociclistas. No WhatsApp, o link da pesquisa foi compartilhado com a solicitação de divulgação em grupos e entre pessoas praticantes do motociclismo.

Inicialmente, foram identificados, na internet, grupos de motociclismo, moto clubes e coletivos de mulheres motociclistas. Em seguida, adotando critérios de amostragem não aleatória por conveniência, foram enviados convites para participação na pesquisa, mediante resposta ao questionário.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário online composto por 29 perguntas, sendo 4 abertas e 25 fechadas. Um grupo de questões abordou “Participação e percepções de mulheres no motociclismo”; o segundo grupo, “Perfil de viagens de motociclistas”; o terceiro grupo, “Segurança e percepção feminina em viagens de moto”; além das questões destinadas ao perfil das respondentes.

Após a construção do instrumento, o questionário foi divulgado nas redes sociais mencionadas, em páginas, grupos e eventos relacionados ao motociclismo e a moto clubes. A coleta de dados teve duração de vinte dias, iniciando em 28 de novembro de 2022 e encerrando em 17 de dezembro de 2022, totalizando 147 respondentes.

Para a análise dos dados, adotou-se abordagem descritiva, com uso de estatísticas básicas e categorização temática das respostas abertas. A organização e o tratamento dos dados foram realizados com o auxílio do *software* Microsoft Excel, seguindo as etapas de pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, com agrupamento em categorias temáticas emergentes. A partir disso, foram elaboradas tabelas com os dados coletados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados baseiam-se nas respostas de um questionário online aplicado durante 20 dias, divulgado nos principais canais de comunicação. Facebook, Instagram e WhatsApp, totalizando 147 respondentes válidos. Quanto ao perfil sociodemográfico, as respondentes foram questionadas sobre sua faixa etária, cor da pele/etnia, estado civil, grau de escolaridade, faixa salarial, se são mães e, em caso afirmativo, se isso dificulta a prática do motociclismo, e estão demonstrados na Tabela 1:

Tabela 1

Perfil sociodemográfico da amostra da pesquisa

Categoria	Subcategoria	Porcentagem
Faixa Etária	De 18 a 24 anos	6,8%
	De 25 a 35 anos	20,4%
	De 36 a 50 anos	46,9%
	A partir de 51 anos	25,9%
Cor/Raça	Branca	78,9%
	Negra	2,7%
	Parda	14,3%
	Amarela	3,4%
	Indígena	0,7%

Estado Civil	Solteira	34%
	Casada	38,1%
	Divorciada	17,7%
	Viúva	3,4%
	Outros	6,8%
Grau de escolaridade	Ensino fundamental completo	2%
	Ensino fundamental incompleto	2%
	Ensino médio completo	10,9%
	Ensino médio incompleto	0,7%
	Ensino superior completo	27,2%
	Ensino superior incompleto	16,3%
	Pós, especialização, mestrado ou doutorado completo	27,2%
	Pós, especialização, mestrado ou doutorado incompleto	12,9%
Faixa salarial	Até 2 salários-mínimos	37,4%
	De 3 a 5 salários-mínimos	32%
	De 6 a 10 salários-mínimos	19,7%
	Acima de 10 salários-mínimos	10,9%
Tem Filhos? No caso de ter, dificulta a prática do motociclismo?	Não	44,2%
	Tenho, mas não afeta a prática	45,6%
	Tenho e isso e dificulta a prática	10,2%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A maioria das respondentes tem entre 36 e 50 anos (46,9%) e 51 anos ou mais (25,9%). Por outro lado, a faixa etária de 18 a 24 anos representa o menor percentual (6,8%). A faixa de 25 a 35 anos (20,4%) também apresenta boa representação, mas ainda é menor do que a de 36 a 50 anos. Esses dados sugerem que mulheres entre 36 e 51 anos podem ter maior acesso a bens de consumo e, consequentemente, mais recursos e tempo para a prática do motociclismo. De acordo com Merry *et al.* (2020), observa-se um aumento na participação de motociclistas maduros, motivados principalmente pela disponibilidade de mais tempo livre.

Esse perfil etário também apresenta semelhanças com o observado entre as turistas brasileiras. Conforme pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo e pela UNESCO (2025), com 2.712 mulheres, em agosto de 2025, a maior parte das respondentes (34,6%) possui entre 35 e 44 anos, seguida pelas mulheres de 45 a 54 anos (22,1%). Já a faixa etária de 18 a 24 anos corresponde a apenas 3,0% das participantes. Ao comparar o perfil das motociclistas da presente pesquisa com o perfil das turistas brasileiras investigadas pelo Ministério do Turismo e pela UNESCO, observa-se uma concentração de participantes nas faixas etárias

intermediárias, enquanto as mulheres mais jovens apresentam menor representatividade em ambos os casos.

Em relação à cor da pele e etnia, destaca-se que a amostra foi majoritariamente composta por mulheres brancas (78,9%), seguidas por mulheres pardas (14,3%), amarelas (3,4%), negras (2,7%) e indígenas (0,7%). Resultado semelhante foi identificado na pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo e pela UNESCO (2025), na qual 58,9% das respondentes se autodeclararam brancas.

Embora o estudo ressalte que não é possível estabelecer relações causais a partir desses dados, os autores sugerem que essa predominância pode estar relacionada a desigualdades estruturais que influenciam o acesso à renda, ao tempo livre e às condições de segurança necessárias para a realização de viagens. Essa interpretação ganha relevância quando considerados os dados do IBGE (2022), segundo os quais a maior parte da população brasileira é composta por pessoas pardas e negras.

Além disso, o relatório destaca que mulheres negras e indígenas podem enfrentar vulnerabilidades adicionais durante suas viagens, uma vez que, além das preocupações relacionadas à segurança, frequentemente precisam lidar com situações de racismo, discriminação e assédio, fatores que podem influenciar suas experiências turísticas e sua participação na atividade. Quanto ao estado civil das respondentes, observa-se que 38,1% são casadas, 34% são solteiras, 17,7% são divorciadas, 6,8% se classificam como "outros" e 3,4% são viúvas (Ministério do Turismo & UNESCO, 2025).

Os dados sobre o grau de escolaridade mostram que a maioria das mulheres possui ensino superior completo (27,2%) ou pós-graduação (27,2%). Além disso, 16,3% não completaram o ensino superior, enquanto 12,9% estão em fase incompleta de pós-graduação. Somente 14,5% possuem escolaridade abaixo do ensino superior, o que sugere que essas mulheres têm, em sua maioria, maior estabilidade financeira.

Estudos anteriores apontaram que em geral o perfil do mototurista é composto, em sua maioria, por pessoas brancas, com idades variadas, mas predominantemente homens maduros, com nível superior e renda suficiente para custear suas viagens. Muitos também são aposentados, o que lhes permite dedicar mais tempo a essas atividades. (Flash; Blose, 2019, Cater, 2017; Merry *et al.*, 2020).

No presente estudo, investigou-se também a relação entre maternidade e prática do motociclismo. Os resultados indicam que 45,6% das mulheres têm filhos, mas a maternidade

não impacta suas atividades; 44,2% não têm filhos; e 10,2% têm filhos e enfrentam dificuldades para praticar o motociclismo.

Além disso, há um desdobramento da pergunta anterior, com uma questão aberta feita no caso das mães que têm filhos e que sentem que isso interfere, de alguma forma. Elas apontaram as seguintes causas principais: falta de rede de apoio, insegurança ao deixar os filhos com uma babá, falta de apoio do pai/parceiro, falta de acessibilidade nos eventos, falta de estrutura para crianças nos eventos, dificuldades em conciliar o calendário escolar e transportar os filhos devido à quantidade ou idade, e, por último, a dificuldade em realizar atividades de lazer devido ao fato de que, em sua maioria, os eventos acontecem nos finais de semana, momento em que as respondentes sentem ser sua responsabilidade dedicar o tempo aos filhos.

Isso sugere que as mulheres com filhos que conseguem praticar motociclismo contam com maior rede de apoio ou têm filhos mais velhos, que exigem menos cuidados, enquanto aquelas com dificuldades geralmente têm filhos pequenos, que demandam mais atenção.

Além disso, observa-se que muitas mulheres assumem, ainda que involuntariamente, a principal responsabilidade pelos cuidados dos filhos, enquanto os homens, socialmente, têm mais liberdade para praticar atividades de lazer, como o motociclismo, logo enfrentam barreiras para conciliar sua vida familiar com suas próprias atividades de lazer e hobbies.

Essa discussão também pode ser observada na pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo e pela UNESCO (2025), 66,7% das mulheres que viajam sozinhas não têm filhos. Ainda assim, quase um terço das viajantes solo é composto por mães. Entre elas, 77,2% já viajaram acompanhadas dos filhos, enquanto 22,8% nunca tiveram essa experiência. Esses dados reforçam que a presença de filhos influencia, nas decisões e no planejamento, especialmente em relação à segurança, acessibilidade e suporte local. Assim, a segunda parte da pesquisa investigou as práticas das respondentes no motociclismo, abordando participação em moto clubes, experiências em eventos e presença feminina no meio, com os resultados apresentados na Tabela 2.

Tabela 2

Participação e percepções de mulheres no motociclismo

Categoria	Subcategoria	Porcentagem
Piloto ou é Garupeira?	Piloto	58,5%
	Garupeira	10,2%
	Piloto e sou Garupeira	31,3%
	Sim	61,9%

Já fez ou faz parte de algum	Não	38,1%
Por que decidiu entrar para o moto clube?	Familiares já participavam	2,7%
	Cônjuge participava	6,8%
	Influência de amigos	12,9%
	Interesse em compartilhar a paixão por motocicletas	34,7%
	Outros motivos	6,1%
	Não participo de moto clube	36,7%
O moto clube é misto ou só de mulheres?	Misto	34%
	Somente de mulheres	27,2%
	Não participo de moto clube	38,8%
Participa ou já participou de eventos de moto clube?	Sim	91,2%
	Não	8,8%
Viaja para encontros fora do município?	Sim	78,9%
	Não	21,1%
Sua presença no motociclismo incentiva outras mulheres a praticarem?	Sim	92,5%
	Não	2%
	Nunca refleti sobre isso	5,4%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O perfil dos respondentes é predominantemente de condutoras de moto, sendo 58,5% pilotos e 31,3% garupeiras. Em relação à participação em moto clubes, 61,9% já fizeram ou fazem parte, enquanto 38,1% não participam desses grupos. Esses dados indicam um alto nível de engajamento das respondentes em grupos de motociclismo. Moto clubes são espaços importantes de socialização. Por outro lado, a não participação, pode refletir falta de interesse, oportunidades ou preferência por atividades independentes.

Embora moto clubes e eventos sejam importantes espaços de socialização, o motociclismo também está associado à busca por liberdade, autonomia e experiências pessoais, frequentemente percebidas como atividades individuais (Prabowo, Sulthoni & Dewi, 2020). Nesse sentido, a não participação em clubes ou encontros pode refletir preferência por práticas independentes, além de diferenças nas motivações dos motociclistas (Kruger, Viljoen & Saayman, 2014).

Isso vai de acordo com Monteiro, Bernardo, Gomes, Silva, Peneirol & Machado (2021), que afirmam haver dois perfis de motociclistas: os que participam de eventos e motoclubes, priorizando o convívio social, e os que preferem explorar rotas e experiências de forma informal, com amigos ou familiares, sem envolvimento em grandes encontros.

Quanto à motivação para participar, a mais comum (34,7%) é o interesse em compartilhar a paixão por motocicletas, o que pode indicar que muitas pessoas entram nos

grupos de moto clubes pela afinidade com a atividade, e não apenas por influência de amigos, cônjuges ou familiar. A influência de cônjuge (6,8%) e o fato de amigos estarem envolvidos (12,9%) também são fatores que parecem ter um peso, embora menor. Uma parcela significativa (36,7%) não participa de moto clubes, talvez, embora interessados na atividade, prefiram não se associar a um grupo.

Em relação à participação nos grupos moto clubes, 34% das respondentes participam de grupos mistos, o que demonstra a aceitação da presença de mulheres em muitos moto clubes. E, 27,2% dos respondentes participam em grupos exclusivos para mulheres, o que ajuda a promover uma identidade própria. Porém, outros 38,8% dos respondentes não participam de grupos, preferindo terem autonomia nas suas decisões de viagem.

Ainda sobre a participação social delas em atividades destinadas ao motociclismo, perguntou-se se elas participavam de eventos de moto clube. Nesse sentido, 91% participam de eventos, o que sugere que, além de ser um *hobby*, o motociclismo também é uma atividade social. Apenas 8,8% não participam, o que é uma porcentagem pequena, indicando que os eventos são acessíveis e atraentes para a maioria. Além disso, 78,9% viajam para encontros fora de seus municípios, o que demonstra que estão dispostas a viajar para se reunir com outros motociclistas, indicando um forte senso de pertencimento. Já 21,1% não viajam, talvez, por encontrar obstáculos para participar.

Segundo Casoli, Corsini, Presutti e Magnini (2023), fatores como falta de apoio social, saúde, condicionamento físico, responsabilidades pessoais, custos logísticos e a sensação de não se encaixar no perfil dos outros participantes podem limitar a participação em eventos. No entanto, os autores mencionam que motociclistas que fazem parte de um moto clube e possuem uma identificação com o grupo social dentro dele tendem a minimizar as restrições percebidas.

Adicionalmente, foi questionado sobre como percebem sua presença no motociclismo e a influência sobre outras mulheres. Para 92,5% das respondentes indicaram que a sua participação influencia outras mulheres na prática do motociclismo. Isso sugere que elas se veem como modelo ou referência.

Essa percepção dialoga com as recomendações do Ministério do Turismo e da UNESCO (2025), que destacam a importância da representatividade feminina em diferentes espaços. Assim como as motociclistas podem inspirar outras mulheres, uma maior presença feminina no setor turístico contribui para ampliar a visibilidade das mulheres, fortalecer a diversidade e promover ambientes mais inclusivos e diversos. Na terceira parte da pesquisa, o objetivo foi

investigar de forma mais detalhada os hábitos de viagem, como a frequência das viagens, como são planejadas e os tipos de destinos escolhidos. As informações obtidas foram organizadas e apresentadas na Tabela 3.

Tabela 3

Perfil de viagens de motociclistas

Categoria	Subcategoria	Porcentagem
Frequentemente faz viagens longas de moto?	Sim	83%
	Não	17%
As viagens de moto foram feitas sozinho ou acompanhado?	Sozinha	21,1%
	Com cônjuge	35,4%
	Acompanhada de outras mulheres	9,5%
	Com um grupo misto	25,9%
	Com o moto clube	8,2%
Como planeja suas viagens?	Não há planejamento	20,4%
	Sozinha	51,7%
	Com o moto clube	27,9%
	Com agências de viagens	0%
Quantas viagens de moto você faz por ano, em média?	Uma viagem	12,9%
	De 2 a 4 viagens	45,6%
	De 6 a 8 viagens	19,7%
	Mais de 10 viagens	21,8%
Quais são os principais destinos?	No meu próprio estado	66,7%
	Outras regiões do país	29,3%
	Destinos internacionais	4,1%
Que tipo de destino costuma visitar?	De natureza	26,5%
	Históricos	10,2%
	Gastronômicos	1,4%
	Sol e praia	6,8%
	Eventos de motociclismo	29,9%
	Destinos especiais para motociclistas	25,5%
Qual a duração média das viagens?	De 1 a 3 dias de duração	77,6%
	De 5 a 10 dias de duração	18,4%
	De 10 a 15 dias de duração	2%
	Mais de 20 dias de duração	2%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Na primeira linha da tabela, observa-se que 83% das respondentes realizam viagens longas com frequência, enquanto apenas 17% não fazem. Indicando o quanto o público é engajado em viagens. Na sequência, em relação a companhia para viagem, a maioria prefere

estar acompanhada, especialmente pelo cônjuge (35,4%) ou em grupos mistos (25,9%). No entanto, 21,1% realizam as viagens sozinhas. Conforme o estudo realizado pelo Ministério do Turismo e pela UNESCO (2025), 63,2% das mulheres consideram importante sentir-se seguras durante a viagem. Além disso, 62,1% afirmaram já ter deixado de realizar viagens por motivos de segurança. Essa preocupação se justifica, uma vez que, no mesmo estudo, 60,6% das mulheres que viajaram sozinhas relataram ter vivenciado alguma situação de insegurança. Entre os tipos de violência mais temidos, destacam-se a violência sexual e a violência física.

Ainda de acordo com o estudo do Ministério do Turismo e da UNESCO (2025), em entrevista concedida pela professora Márcia Veiga, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), destaca-se que a sociedade ainda reproduz padrões de uma cultura predominantemente machista, na qual as mulheres são frequentemente percebidas como mais seguras ou legítimas quando acompanhadas por homens. Tal contexto ajuda a compreender por que muitas mulheres ainda demonstram receio em viajar sozinhas e por que a segurança permanece como um fator central no planejamento de suas viagens.

Quanto ao planejamento das viagens, a maioria (51,7%) organizam de forma independente, enquanto 27,9% contam com o apoio do moto clube. Apenas 20,04% não realizam nenhum tipo de planejamento prévio, e nenhuma respondente utiliza agência de viagem, o que reforça a afirmação de Monteiro *et al.* (2021) que esses viajantes valorizam a liberdade, a aventura e a descoberta, priorizando o percurso mais do que o destino final.

Além disso, em relação ao uso de empresas especializadas, Cater (2017) menciona que, apesar de a internet ser uma fonte importante de informação para o planejamento de suas viagens, os motociclistas preferem confiar em outros membros da comunidade. Ou seja, para planejar suas viagens, eles optam por recomendações de outros motociclistas, acessando sites especializados em motociclismo, *weblogs*, fóruns de discussão e revistas.

Já em termo de frequência de viagens é outro ponto relevante, a maioria faz de 2 a 4 viagens por ano (45,6%), mas é importante destacar que mais de 21% fazem mais de 10 viagens, demonstrando um comprometimento significativo com esse estilo de vida. Apenas 12,9% se limitam a uma única viagem no período, o que pode indicar motociclistas ocasionais ou com menos disponibilidade.

No que diz respeito a destino, 66,7% preferem viajar dentro do próprio estado, Outros 29,3% exploram regiões mais distantes no país, enquanto viagens internacionais são raras (4,1%). Em relação ao tipo de destino, eventos de motociclismo (29,9%) e locais voltados

especificamente para motociclistas (25,5%) lideram as preferências, seguidos por destinos de natureza (26,5%). Já opções como praias (6,8%) ou roteiros gastronômicos (1,4%) têm pouca relevância, indicando que o foco principal está em experiências relacionadas ao universo das motos e ao contato com a estrada.

Por fim, a duração média das viagens também revela um padrão interessante: 77,6% duram de 1 a 3 dias, sugerindo que a maioria das viagens acontece em finais de semana ou feriados, com menor frequência de viagens mais longas. Viagens mais extensas, entre cinco e dez dias, são menos comuns (18,4%), e apenas 2% dos entrevistados se aventuram em roteiros com mais de 20 dias de duração. Colarič-Jakše e Ambrož (2015), destaca que, para esse público, as viagens funcionam como uma forma de fugir da rotina, relaxar e buscar prestígio social. Esses motociclistas valorizam experiências autênticas e significativas, indo além do turismo convencional.

Adicionalmente, com o objetivo de compreender os principais motivos que despertaram o interesse pelo motociclismo, foi realizada uma pergunta aberta. As respostas indicaram que a sensação de liberdade e a paixão pelo motociclismo foram os motivos mais citados, frequentemente associados à ideia de escape da rotina e conquista de autonomia.

A segunda motivação mais recorrente refere-se à influência familiar e de parceiros, uma vez que muitas participantes relataram ter sido introduzidas ao universo do motociclismo por pais, maridos ou namorados desde a infância ou adolescência. Outros fatores mencionados incluem o desejo por aventura, o sentimento de pertencimento a um grupo (irmandade), a quebra de estereótipos de gênero, além de aspectos relacionados ao bem-estar psicológico, como cura e saúde mental. Ramoa (2021) reafirma, em suas pesquisas, que estar em contato com a natureza, experimentar a sensação de liberdade, buscar adrenalina, socializar com amigos e alcançar a realização pessoal são aspectos destacados como principais motivos que despertam o interesse pelo motociclismo.

Colarič-Jakše e Ambrož (2015), também define o turismo de motocicleta como uma prática que vai além do deslocamento e da interação com as pessoas ou ambientes, mas uma experiência que favorece a sensação de liberdade e escape da rotina, além de ser impulsionada pela busca de um “verdadeiro eu”, buscando um significado ou realização espiritual. A Tabela 4 apresenta uma análise dos hábitos de viagem das mulheres motociclistas, com foco em segurança, gênero e experiências relacionadas à estrada e aos serviços de apoio.

Tabela 4*Segurança e percepção feminina em viagens de moto*

Categoria	Subcategoria	Porcentagem
A segurança é um fator na escolha do destino?	Sim	85%
	Não	2%
	As vezes	12,9%
Sente-se segura na estrada?	Sim	42,9%
	Não	10,9%
	Depende do destino	46,3%
Os locais visitados em viagens de moto são pensados para as mulheres?	Sim	17%
	Não	40,1%
	Alguns serviços	42,9%
Já sofreu preconceito por ser mulher em eventos ou na estrada com moto?	Sim, na estrada	12,2%
	Sim, em eventos de moto	5,4%
	Tanto na estrada quanto nos eventos	20,4%
	Não	40,8%
	Não, mas conheço mulheres que já	21,1%
Já enfrentou preconceito ao procurar manutenção para a moto?	Sim	19,7%
	Não	80,3%

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Conforme demonstrado na tabela 4, a segurança é um fator decisivo para que essas mulheres escolham um lugar como seu destino de viagem, 85% das respondentes afirmam que é um critério importante, enquanto apenas 2% não consideram esse aspecto. No entanto, a sensação de segurança na estrada é bastante variável: 42,9% se sentem seguras, enquanto 46,3%, afirmam que depende do local visitado, evidenciando que a percepção de segurança varia bastante conforme o local. Esses resultados reforçam os achados da pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo e pela UNESCO (2025), que indicam que a percepção das mulheres sobre viajar sozinhas no Brasil é majoritariamente neutra (53,1%). Além disso, 21,2% consideram o país inseguro para esse tipo de viagem, enquanto apenas 16,3% o avaliam como seguro. Esses dados reforçam que a questão da segurança permanece como um aspecto relevante no planejamento e na experiência das mulheres viajantes.

Além disso, esses resultados sugerem que as preocupações relacionadas à segurança influenciam não apenas a escolha dos destinos, mas também os comportamentos adotados

durante as viagens. Conforme, os dados da Safer Tourism Foundation (2024), as mulheres tendem a adotar mais estratégias preventivas do que homens, como evitar deslocamentos em determinados horários ou locais, reduzir interações com desconhecidos, limitar a exposição em redes sociais e adotar cuidados adicionais no uso de transportes. Esses comportamentos evidenciam uma maior preocupação com a segurança pessoal e mostram como a percepção de risco impacta diretamente suas práticas de viagem.

Quando questionadas se os destinos e serviços são pensados para mulheres, 40,1% acreditam que não há estrutura adequada, enquanto 42,9% veem adaptações apenas em alguns casos. Apenas 17% consideram que há uma boa preparação para o público feminino. Esses dados revelam que destinos turísticos e negócios voltados ao motociclismo sejam planejados de forma mais inclusivas, pensando no público feminino.

Os dados obtidos evidenciam que o preconceito ainda é uma realidade para muitas motociclistas: 20,4% já sofreram discriminação tanto na estrada quanto em eventos, enquanto 12,2% relataram situações apenas no trânsito e 5,4% em eventos. Apesar disso, 40,8% nunca passaram por isso, mas 21,1% conhecem outras mulheres que já enfrentaram. Por fim, quando o assunto é manutenção da moto, 19,7% relataram já ter enfrentado preconceito ao buscar serviços, embora a maioria (80,3%) não tenha passado por esse problema.

Esses achados dialogam com a literatura, que aponta que, embora a prática de viajar represente uma forma de autonomia e busca por realização pessoal, mulheres ainda enfrentam estigmas associados à sua presença em espaços tradicionalmente masculinos. Nesse sentido, Hamid, Ali e Azhar (2021) destacam que tais experiências podem variar conforme o contexto cultural, mas frequentemente estão associadas a percepções sociais que limitam a liberdade feminina no turismo e na mobilidade.

De forma convergente, Mario *et al.* (2021) identificam que a insegurança constitui a principal dificuldade enfrentada por mulheres que viajam sozinhas pelo Brasil, sendo mencionada por 76,9% das participantes. Além disso, 17,4% indicaram o preconceito em relação à mulher viajante desacompanhada como uma desvantagem significativa, reforçando a permanência de barreiras sociais que influenciam diretamente a experiência turística feminina.

Ainda foram realizadas duas perguntas com o intuito de identificar as necessidades para uma viagem mais segura, bem como os pontos que mais causam insegurança na prática do motociclismo. Em relação às necessidades para uma viagem segura, o principal ponto destacado

foi a infraestrutura e segurança das estradas, como melhor iluminação e sinalização, mais policiamento e pontos de apoio, como banheiros, áreas de descanso e telefones de emergência.

O segundo ponto foi o respeito e a igualdade de gênero no trânsito. Motoristas e caminhoneiros precisam respeitar as mulheres motociclistas. Também é necessário haver mais representatividade feminina nos postos de apoio, conscientização sobre a capacidade das mulheres e tratamento diferenciado, além de ações que discutam sobre o assédio. O terceiro aspecto envolve o planejamento da rota, incluindo a revisão do veículo, conhecimento básico de mecânica e o uso de equipamentos adequados. Também foi sugerido viajar em grupo ou acompanhada, para reduzir o risco de assaltos e criar uma rede de apoio. Além disso, destacou-se a importância da educação no trânsito, com respeito à sinalização, empatia, prudência e responsabilidade ao dirigir.

Entre os fatores que causam mais insegurança, os principais são o machismo e o desrespeito no trânsito, como imprudência, assédio, olhares invasivos e subestimação por ser mulher. A infraestrutura precária das estradas e a falta de pontos de apoio. O medo da violência, seja patrimonial, física ou sexual, assim como a falta de confiança nos serviços de manutenção mecânica, muitas vezes pouco acolhedores. Por fim, as condições climáticas, como chuva, vento, pistas escorregadias ou a presença de animais na estrada, também são preocupações.

De acordo com Hamid *et al.*, (2021), as percepções de riscos percebido pelas mulheres são diferentes dos homens, e as principais preocupações são a violência sexuals apesar dos medos as mulheres veem os riscos e os desafios como oportunidades de se sentirem independentes criando estratégias e comportamentos para evitar perigos e se protegerem.

5. CONCLUSÃO

Este estudo analisou o perfil e a motivação de mulheres motociclistas, especialmente daquelas que viajam sozinhas ou acompanhadas, com ou sem vínculo a moto clubes. A maioria das participantes tem entre 36 e 50 anos, possui alto nível de escolaridade, com ensino superior completo e pós-graduação, branca, casada, ganham até 2 salários-mínimos e são mães, mas isso não impede na prática.

Enquanto a principal motivação para a prática do motociclismo é a sensação de liberdade, a paixão pelas motos, o desejo de autonomia, o escape da rotina e o gosto pela aventura. A participação em moto clubes e eventos é relevante, apesar de persistirem desafios

como a insegurança e o preconceito de gênero. Os dados confirmam que o motociclismo representa uma forma de empoderamento para as mulheres, mas também evidenciam barreiras estruturais e culturais que limitam sua plena participação. O que vai ao encontro do estudo de Giroldo (2020), que ressalta que, enquanto os homens frequentemente associam o motociclismo à competição ou ao status, as mulheres destacam sentimentos de libertação e autoconfiança.

Estudos como os de Ramoa (2021) e Colarič-Jakše e Ambrož (2015), reforçam que o mototurismo transcende o simples deslocamento, configurando-se como uma busca por significado emocional e espiritual, o que está alinhado aos achados desta pesquisa.

Os resultados demonstram que as participantes possuem experiência consolidada no mototurismo, visto que 83% realizam viagens longas com frequência e mais de dois terços efetuam pelo menos duas viagens por ano. Esse dado pode contribuir para compreender a percepção de segurança observada na amostra. Embora a segurança seja considerada um fator decisivo na escolha dos destinos (85%), apenas 10,9% afirmaram não se sentir seguras na estrada, enquanto 42,9% relataram sentir-se seguras e 46,3% indicaram que essa percepção depende do destino. Esses resultados corroboram a ideia de Cabral, Borges e Silva (2025), mulheres que viajam com frequência apresentam menor percepção de risco e maior tranquilidade durante as viagens, enquanto viajantes de primeira viagem percebem mais riscos.

Além disso, observa-se que a preferência por viagens acompanhadas, especialmente para eventos motociclísticos e destinos naturais, bem como o planejamento realizado de forma autônoma com apoio de moto clubes, pode reforçar essa percepção de segurança. O suporte oferecido pelas redes de sociabilidade construídas no meio motociclístico tende a contribuir para a troca de informações, auxílio em situações adversas e fortalecimento do sentimento de pertencimento ao grupo, fatores que podem influenciar positivamente a experiência de viagem das mulheres motociclistas.

Esta pesquisa contribui para o debate sobre a igualdade de gênero em atividades historicamente masculinas, ao evidenciar a presença e as experiências das mulheres no motociclismo, promovendo maior inclusão e reconhecimento desse público, além de ampliar a compreensão sobre sua participação em viagens e no turismo. O estudo também reforça o papel do turismo na implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU, especialmente no que se refere à promoção da igualdade de gênero e ao empoderamento feminino, destacando seu potencial para reduzir desigualdades, promover inclusão social e contribuir para o desenvolvimento sustentável (United Nations, 2015).

No campo dos estudos do turismo, este trabalho amplia o conhecimento sobre as mulheres motociclistas enquanto um segmento turístico específico, evidenciando características relevantes desse público. Os resultados apontam a importância da segurança na escolha dos destinos, a preferência por viagens de curta duração e o interesse por experiências relacionadas à natureza e ao motociclismo. Além disso, destacam a necessidade de desenvolvimento de produtos, serviços e destinos mais inclusivos e alinhados às demandas dessas viajantes.

Nesse sentido, para os destinos turísticos, os achados reforçam a relevância da implementação de estratégias que tornem os espaços mais seguros, atrativos e preparados para atender às necessidades das mulheres motociclistas. Investimentos em infraestrutura, sinalização, segurança e acolhimento podem contribuir para uma experiência turística mais satisfatória e para o fortalecimento desse segmento de mercado.

No âmbito dos eventos motociclísticos, os organizadores podem ampliar a participação feminina por meio da criação de espaços mais seguros, inclusivos e representativos. Ações como campanhas de conscientização, maior presença de mulheres na organização dos eventos e infraestrutura adequada para famílias e crianças podem contribuir para uma experiência mais positiva.

Os equipamentos turísticos podem utilizar os resultados desta pesquisa para desenvolver produtos e serviços mais alinhados às necessidades das mulheres motociclistas. Isso inclui a oferta de atendimento qualificado, a disponibilização de equipamentos adequados ao público feminino, a capacitação de equipes para evitar práticas discriminatórias.

No campo da ciência e do mototurismo, esta pesquisa contribui para o preenchimento de uma lacuna na literatura, uma vez que a maioria dos estudos se concentra no perfil geral dos motociclistas ou em recortes predominantemente masculinos. Nesse sentido, amplia-se o conhecimento sobre a participação feminina no motociclismo, considerando suas motivações, experiências, desafios e formas de inserção no turismo. Assim, o estudo insere-se em um campo ainda com produção científica limitada, no qual, embora existam pesquisas sobre motociclismo e turismo, poucas abordam especificamente a perspectiva das mulheres. Isso reforça a relevância desta investigação e sua contribuição para o avanço do conhecimento acadêmico sobre o tema.

Para futuras pesquisas, sugere-se compreender o perfil de consumo dessas mulheres, como valores gastos e preferências. Como limitação, o questionário online não permite verificar a identidade dos respondentes, não sendo possível garantir que todas sejam mulheres. Além

disso, pesquisas realizadas pela internet e redes sociais podem apresentar viés de amostragem, pois atingem principalmente usuárias dessas plataformas. No Facebook, ainda houve remoção da pesquisa em algumas páginas, o que dificultou ampliar o número de respondentes.

REFERÊNCIAS

- Cabral, B. N. R., Borges, A. L. M., & Silva, R. C. D. (2025). Segurança Turística: a Experiência da Mulher Enquanto Viajante Solo. *Turismo: Visão e Ação*, 27, e20696.
- Casoli, D., Corsini, N., Presutti, M., & Magnini, V. (2023). Why (Not) Participate in an Adventure Motorcycle Tourism Event?. *Tourism Analysis*, 28(4), 587-602.
- Cater, C. I. (2017). Tourism on two wheels: Patterns of motorcycle leisure in Wales. *Tourism Management*, 61, 180-189.
- Colarič-Jakše, L. M., & Ambrož, M. (2015). Motorcyclist–Tourist’s corporeal and spiritual experiences. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(3), 358-366.
- dos Santos, I. S., & Censon, D. (2023). Best Destinations for Women: Uma análise das 100 primeiras listas de indicações de destinos para mulheres na plataforma Google. *Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade*, 15(3).
- Frash Jr, R. E., & Blose, J. E. (2019). Serious leisure as a predictor of travel intentions and flow in motorcycle tourism. *Tourism Recreation Research*, 44(4), 516-531.
- GIROLDO, A. L. (2020). Corpos femininos sobre rodas: Um estudo de gênero sobre mulheres motociclistas, representações e resistências em movimento (Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, Brasil).
- Hamid, S., Ali, R., Azhar, M., & Khan, S. (2021). Solo travel and well-being amongst women: An exploratory study. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 2(1), 1-13.
- IBGE. (2022). Panorama do Censo 2022. <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/?localidade=BR>
- Kruger, M., & Saayman, M. (2014). What drives bikers? An exploratory study of visitors to a South African motorcycle event. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3(1), 1–21.
- LUZ, C. (2009). Sobre duas rodas: emoções e consumo no motociclismo (Dissertação de mestrado, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil).
- M. Sykes, D., & G. Kelly, K. (2014). Motorcycle tourism demand generators and dynamic interaction leisure. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 92-102.
- Mario, L. R., Nagano, C. M., Cuzziol, E. C., & Borges, G. (2021). Turismo e tendências contemporâneas: Mulher como viajante solo. Cenário: *Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 9(3), 272-288.
- Merry, K., Bettinger, P., Siry, J., & Bowker, J. M. (2020). Preferences of motorcyclists to views of managed, rural southern United States landscapes. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 29, 100259.
- Mesquita, M. E. A. (2007). Territórios e territorialidades urbanas em Goiânia: as tribos dos moto clubes. *Boletim Goiano de Geografia*, 27(3), 125-142.
- Ministério do Turismo & UNESCO. (2025). Dicas para atender bem turistas mulheres. Ministério do Turismo. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ministerio-do-turismo-lanca->

[guia-201cdicas-para-atender-bem-turistas-mulheres201d-no-salao-do-turismo/guiaturistasmulheres_051.pdf](#)

- Ministério do Turismo & UNESCO. (2025). Guia para mulheres que viajam sozinhas. Ministério do Turismo. https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ministerio-do-turismo-lanca-guia-inedito-para-mulheres-que-viajam-sozinhas-e-revela-o-perfil-das-viajantes-brasileiras/mulheresviajamsozinhas_digital_02.pdf
- Monteiro, A., Bernardo, A., Gomes, C., Silva, F., Peneirol, J., & Machado, S. (2021). Moto Turismo, uma cultura de aposta como produto turístico. *Tourism and Hospitality International Journal*, 16(2), 59-66.
- Morilha, A. D. M. (2015). A estética feminina sobre duas rodas: uma proposta de vestuário para motociclistas (Bachelor's thesis, Universidade Tecnológica Federal do Paraná).
- Organização Mundial do Turismo. (2024). Tourism highlights. Organização Mundial do Turismo. Disponível em <http://www.unwto.org>. Acesso em 18 març. 2025.
- Prabowo, H., Sulthoni, M. I., & Dewi, M. P. (2020, February). The Meaning of Membership in Motorcycle Community in the Campus. In 2nd International Symposium on Transportation Studies in Developing Countries (ISTSDC 2019) (pp. 67-71). Atlantis Press.
- Ramoa, C. E. A., Pires, P. S., & Añaña, E. S. (2021). Motorcycle tourism and nature: An analysis of motorcyclists motivations to travel. *Leisure Studies*, 40(3), 407-423.
- Ramoa, C. E. D. A., & Pires, P. D. S. (2019). O mototurismo e a sua relação com o turismo de aventura e o ecoturismo. *Turismo: Visão e Ação*, 21(2), 195-216.
- Safer Tourism Foundation. (2024.). She travels safe. <https://www.safertourism.org.uk/she-travels-safe>
- Silva, K. L. D. (2016). "Isso é coisa pra macho"-a construção de masculinidade nos encontros de motociclistas em Goiânia. (Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Goiás).
- Sykes, D., & Kelly, K. G. (2016). Motorcycle drive tourism leading to rural tourism opportunities. *Tourism Economics*, 22(3), 543-557.
- Todorov, J. C., & Moreira, M. B. (2005). O conceito de motivação na psicologia. *Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva*, 7(1), 119-132.
- United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Wirahaji, I. B., Suthanaya, P. A., Wedagama, D. M., & Yana, A. A. (2023). The effect of car and motorcycle ownership on traffic flow in tourism area in Kuta Bali. *Civil Engineering and Architecture*, 11(6).
- World Travel & Tourism Council. (2024). Economic impact research. World Travel & Tourism Council. Disponível em <https://wttc.org/research/economic-impact>. Acesso em 18 març. 2025.
- Zhang, J., Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C. (2024). Female travellers in hospitality and tourism industry: *A systematic literature review*. *Heliyon*, 10(5).

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

Garcia, A. L. S., Flores, L. C. S., & Dalchiavon, L. (2026). #Partiu Viajar: Motivação e Comportamento das Mulheres no Motociclismo. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 14(2), 1422-1449. DOI 10.21680/2357-8211.2026v14n2ID43083
