

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES

DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

YASMIN KATHARINE ABREU DA SILVA

**O MERCADO DE AFROTURISMO NO BRASIL: caminhos para a igualdade racial e
inclusão social**

Trabalho de Conclusão de Curso

São Paulo

2024

YASMIN KATHARINE ABREU DA SILVA

**O MERCADO DE AFROTURISMO NO BRASIL: caminhos para a igualdade racial e
inclusão social**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Turismóloga.

Orientador(a): Prof(a). Dr(a) Debora Cordeiro Braga.

São Paulo

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Silva, Yasmin Katharine Abreu da
O MERCADO DE AFROTURISMO NO BRASIL:
caminhos para a igualdade racial e
inclusão social / Yasmin Katharine Abreu
da Silva; orientadora, Debora Cordeiro
Braga. - São Paulo, 2024.
52 p.

Trabalho de Conclusão de Curso
(Graduação) - Departamento de Relações
Públicas, Propaganda e Turismo / Escola
de Comunicações e Artes / Universidade
de São Paulo.
Bibliografia

1. Contextualização sobre o
afroturismo . 2. O mercado do
afroturismo. 3. Resultados das
entrevistas com empreendedores. I.
Braga, Debora Cordeiro. II. Título.

CDD 21.ed. - 910

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi
Maldonado - CRB-8/6194

As ocasiões fazem as revoluções.
Machado de Assis

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha sincera gratidão a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho e para a conclusão bem-sucedida do meu curso.

Primeiramente, gostaria de agradecer à minha orientadora Debora Cordeiro Braga, cuja orientação, apoio e confiança foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho. Sua dedicação e orientação foram inestimáveis e contribuíram significativamente para o meu crescimento acadêmico e profissional.

Agradeço também aos professores Reinaldo Teles e Clarissa Gagliardi, cujas aulas e orientações foram essenciais para a minha formação ao longo deste curso. Seus conhecimentos e experiências compartilhadas foram de grande valor para o meu aprendizado.

À minha família, namorado e amigos próximos, expresso minha profunda gratidão pelo amor, apoio e incentivo incondicionais ao longo desta jornada. Seu apoio emocional e encorajamento foram fundamentais para que eu pudesse superar os desafios e alcançar meus objetivos acadêmicos. Um destaque para minha avó Tereza Cristina, que, mesmo não tendo tido tempo para ver o encerramento desse ciclo, esteve presente me apoiando em cada passo dessa trajetória.

Aos meus amigos, Emilly Santiago, Giovanna Yokoyama, Lorenza Barbosa, Lucas Hazuma e Raul Julius, agradeço pela troca de experiências, pelos momentos de estudo conjunto e pelo apoio mútuo ao longo desses anos. Suas contribuições e amizade tornaram esta jornada acadêmica mais significativa e memorável.

Por fim, gostaria de agradecer a todas as demais pessoas que de alguma forma contribuíram para este trabalho, mesmo que não mencionadas nominalmente. Cada palavra de incentivo, conselho e apoio foi fundamental para o meu sucesso.

RESUMO

SILVA, Yasmin Katharine Abreu. *O mercado de afroturismo no Brasil: caminhos para a igualdade racial e inclusão social*. 2024, 52p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Departamento de Relações Públicas, Publicidade e Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

Resumo:

O turismo é uma atividade em constante evolução, moldada pelas demandas dos viajantes e pelas tendências socioeconômicas globais. Este tem o objetivo de fornecer uma visão abrangente do mercado de afroturismo no Brasil, destacando suas implicações para o desenvolvimento sustentável do turismo e para a promoção da igualdade racial e inclusão social. O afroturismo no Brasil é um segmento em ascensão que se concentra em promover a valorização da cultura afro-brasileira e impulsionar o turismo em áreas historicamente ligadas à herança africana. Este segmento se destaca por oferecer experiências autênticas, permitindo aos visitantes um mergulho profundo na cultura afro-brasileira, de forma que incluem visitas a terreiros de candomblé, comunidades quilombolas, festas religiosas e outros locais e eventos de relevância cultural negra. Essa pesquisa tem caráter de exploratório descritivo, por meio de uma abordagem qualitativa, empregando técnicas de revisão bibliográfica, acesso à conteúdos de mídias sociais e entrevistas semiestruturadas com afroempreendedores do setor. Entre os benefícios, destacam-se a capacidade impulsionar o desenvolvimento econômico e social do Brasil, podendo gerar empregos e renda, promovendo a inclusão social e o desenvolvimento sustentável ao promover a cultura negra e valorizar as tradições afro-brasileiras, oferecendo a oportunidade aos visitantes de vivenciar experiências genuínas e enriquecedoras, ao mesmo tempo em que contribui para o fortalecimento da identidade nacional e o combate ao racismo e à discriminação. Diante das limitações, estão a falta de infraestrutura adequada, o acesso limitado a financiamento e políticas públicas insuficientes para promover o desenvolvimento sustentável desse setor. Portanto, torna-se essencial a implementação de políticas públicas que apoiem o crescimento do afroturismo, incentivando o investimento em adequação dos espaços, qualificação de profissionais e promoção dos destinos para então fortalecer a cadeia produtiva da comunidade negra e promovendo a diversidade cultural brasileira. Os achados indicam que investimentos em capacitação, parcerias e a adoção de uma narrativa turística mais inclusiva podem impulsionar o crescimento sustentável do afroturismo, contribuindo para um turismo mais justo e culturalmente enriquecedor no Brasil.

Palavras chaves: Turismo étnico, Afroturismo, Diáspora, Afroempreendedorismo, Negros no Turismo.

ABSTRACT

Tourism is an activity in constant evolution, shaped by travelers' demands and global socioeconomic trends. This aims to provide a comprehensive overview of the afrotourism market in Brazil, highlighting its implications for sustainable tourism development and the promotion of racial equality and social inclusion. Afrotourism in Brazil is a growing segment that focuses on promoting the valorization of Afro-Brazilian culture and boosting tourism in areas historically linked to African heritage. This segment stands out for offering authentic experiences, allowing visitors to delve deep into Afro-Brazilian culture, including visits to Candomblé terreiros, quilombola communities, religious festivals, and other culturally significant black events and locations. This research is exploratory and descriptive in nature, using a qualitative approach, employing techniques such as literature review, access to social media content, and semi-structured interviews with afro-entrepreneurs in the sector. Among the benefits, it highlights the capacity to drive Brazil's economic and social development by generating jobs and income, promoting social inclusion and sustainable development through the promotion of black culture and the valorization of Afro-Brazilian traditions, offering visitors the opportunity to experience genuine and enriching experiences while contributing to strengthening national identity and combating racism and discrimination. Limitations include inadequate infrastructure, limited access to financing, and insufficient public policies to promote sustainable development in this sector. Therefore, it is essential to implement public policies that support the growth of afrotourism, encouraging investment in space adaptation, professional training, and destination promotion to strengthen the productive chain of the black community and promote Brazilian cultural diversity. Findings indicate that investments in training, partnerships, and the adoption of a more inclusive tourism narrative can drive sustainable growth in afrotourism, contributing to a fairer and culturally enriching tourism sector in Brazil.

Keywords: Ethnic Tourism, Afrotourism, Diaspora, Afro entrepreneurship, Blacks in Tourism.

SUMÁRIO

RESUMO	6
INTRODUÇÃO	9
OBJETIVO GERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
METODOLOGIA	10
1. CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE O AFROTURISMO	12
1.1. O desenvolvimento dos movimentos negros no Brasil	12
1.2. Turismo étnico e o surgimento do Afroturismo.	15
2. O MERCADO DO AFROTURISMO.....	18
2.1. Entendendo a oferta do afroturismo	18
2.2. Os afroempreendedores no Brasil.	18
3. RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES	23
3.1. Definição e Contextualização do Afroturismo	23
3.2. Dificuldades enfrentadas no Afroturismo	24
3.3. Roteiros ofertados e experiências.....	25
3.4. Principais públicos e segmentação de mercado	26
3.5. Impactos do afroturismo.....	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS	34
APÊNDICE	38

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país marcado pela diversidade cultural, onde a influência africana desempenha um papel fundamental na formação da identidade nacional. O afroturismo surge como uma vertente do turismo que busca valorizar e promover os aspectos culturais, históricos e religiosos ligados à herança africana presente no país. Esta modalidade de turismo se destaca por oferecer experiências únicas que são genuínas, refletindo com precisão a cultura e práticas das comunidades pretas e pardas, e enriquecedoras, adicionando valor e profundidade ao conhecimento e compreensão dos visitantes sobre a rica história e tradições dessas comunidades.

No entanto, apesar do potencial econômico e social do afroturismo, ainda há desafios a serem superados. A falta de políticas públicas específicas voltadas para o desenvolvimento deste segmento, juntamente com a ausência de infraestrutura adequada e acesso limitado a investidores, são algumas das barreiras que impedem o pleno crescimento do afroturismo no Brasil.

Neste contexto, esta pesquisa propõe fornecer uma visão abrangente desse mercado nacionalmente, destacando suas implicações para o desenvolvimento sustentável do turismo e para a promoção da igualdade racial e inclusão social no Brasil.

Ao explorar essa temática, espera-se não apenas contribuir para o avanço do conhecimento acadêmico sobre o afroturismo, mas também fornecer subsídios para a formulação de políticas públicas mais eficazes e inclusivas, capazes de impulsionar o crescimento desse setor e promover a equidade e diversidade cultural no Brasil.

OBJETIVO GERAL

Este estudo tem como objetivo geral apresentar uma análise ampla do mercado de afroturismo no Brasil, enfatizando suas repercussões no desenvolvimento sustentável do turismo e na promoção da igualdade racial e inclusão social no país, visando compreender como as políticas governamentais podem contribuir para o fortalecimento e expansão do afroturismo, promovendo o desenvolvimento sustentável das comunidades afrodescendentes e a valorização da cultura negra brasileira.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Compreender como o afroturismo pode contribuir para o fortalecimento e expansão da cultura negra brasileira, promovendo o desenvolvimento sustentável das comunidades afrodescendentes no país.

Realizar entrevistas com stakeholders relevantes, como representantes e empresários do setor de afroturismo, para obter insights sobre percepções, desafios e oportunidades relacionadas ao afroturismo e às políticas públicas.

Analisar documentos oficiais, relatórios governamentais e legislação relacionada ao turismo e políticas públicas no Brasil, a fim de compreender o panorama atual das políticas governamentais em relação ao afroturismo.

METODOLOGIA

Esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório descritivo utilizando técnicas de coleta de dados como revisão bibliográfica, acesso de conteúdo de redes sociais e análise de resultados de entrevistas semiestruturadas. A escolha por uma abordagem qualitativa se justifica pela natureza exploratória do estudo, que busca compreender as relações entre o afroturismo e as políticas públicas a partir das perspectivas dos diferentes atores envolvidos nesse contexto.

A revisão bibliográfica foi realizada para explorar a literatura existente sobre afroturismo, políticas públicas de turismo e questões relacionadas à cultura afro-brasileira. Esta etapa permitiu a compreensão dos principais conceitos, teorias e debates que permeiam o tema, bem como identificar lacunas e oportunidades para a pesquisa. O acesso de redes sociais e mídia envolveu a investigação de reportagens, relatórios, diários oficiais e gravações relacionadas ao turismo e políticas públicas no Brasil. Essa consulta foi crucial para compreender o panorama atual das políticas governamentais em relação ao afroturismo e identificar possíveis lacunas ou áreas de melhoria.

Por fim, foram conduzidas entrevistas com três empresários do setor turístico e um membro de organizações da sociedade civil ligadas à promoção da cultura afro-brasileira. Essas entrevistas permitiram obter insights valiosos sobre as percepções, desafios e oportunidades relacionadas ao afroturismo e às políticas públicas no Brasil. Foram realizadas quatro entrevistas, com a duração total de 02:05 horas, cujo as características dos entrevistados são:

- Entrevistado 01 – Hubber Clemente, empreendedor negro e fundador do Afroturismo Hub, especialista na área de capacitação de empresas do setor turístico;

- Entrevistado 02 – Gabriela Palma, negra, fundadora da agência de viagens Sou mais carioca, especializada em afroturismo e roteiros não-convencionais no Rio de Janeiro;
- Entrevistado 03 – Guilherme Dias, negro, empreendedor e fundador do blog e agência de turismo Guia Negro com foco no afroturismo em nível nacional, direcionado às grandes capitais do Brasil; e por fim;
- Entrevistado 04 – Cristiane dos Santos, negra, sócia-fundadora da agência de turismo Bráfika Viagens, direcionada ao afroturismo e aos negros em diáspora com roteiros na América Latina, África e Europa.

A análise dos dados coletados será realizada por meio de técnicas de análise de conteúdo, permitindo a identificação de padrões, tendências e temas emergentes. Com base nos resultados obtidos, serão elaboradas conclusões e recomendações para orientar a formulação de políticas públicas mais eficazes e inclusivas para o desenvolvimento do afroturismo no Brasil.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE O AFROTURISMO

1.1. O desenvolvimento dos movimentos negros no Brasil

A escravização dos negros se tornou efetiva e lucrativa devido a habilidade dos africanos como agricultores, construtores e entre outros “que os faziam mão de obra adequada para a colonização do novo mundo, bem como, os interesses econômicos das nações colonizadoras.” (Silva; Silva, 2015)

Até a abolição da escravidão, que no Brasil ocorreu no ano de 1888, os movimentos realizados pela população negra eram considerados clandestinos, e exibiam caráter específico na busca pela libertação dos negros escravizados.

Os negros eram capturados em diversos locais do continente africano, arrancados de suas casas, famílias, transportados em navios, em condições subumanas, numa viagem sem volta e levados para terras distantes, vendidos e obrigados a executar toda espécie de atividade no cativeiro. A condição de escravo era repassada aos seus descendentes e perpassou pelo Brasil Colônia e Império. Estavam presentes no campo e nas cidades, desenvolvendo trabalhos forçados nos engenhos, minas, lavouras, agricultura de subsistência, criação de gado, produção do charque, comércio, nos ofícios manuais e serviços domésticos. Nas cidades, eram eles que se encarregavam do transporte dos objetos de pessoas e constituíam a mão-de-obra mais numerosa empregada na construção das casas, pontes, estradas e diversos serviços urbanos. (Albuquerque; Fraga Filho, 2006).

Anjos (2014) reforça que “O Brasil, tornou-se a segunda maior nação do planeta com população de ascendência na África, representando a maior estatística de importação forçada de africanos, ultrapassando a casa dos quatro milhões de seres transportados.” Diante da situação em que os negros se encontravam, os movimentos na época eram baseados na quilombagem, sendo a rebeldia organizada por líderes na busca pela liberdade da escravidão. Damasceno (2015) explica que, “Os quilombos eram centros que recebiam os escravos fugidos e englobam várias formas de protesto, como insurreições e bandoleirismo que correspondiam aos grupos de guerrilha de escravos fugidos contra povoados e viajantes.” De forma que, os mesmos são considerados elementos de extrema importância na história do Brasil por conta do seu significado de resistência a escravidão, e hoje se tornou um espaço de resistência cultural.

Após a abolição, os negros passaram a habitar guetos e comunidades, motivado por diversas formas de expulsão dos territórios negros, com a gentrificação do espaço e políticas públicas, tendo como um dos fatores a falta de oportunidades. Entre as reivindicações do movimento negro hoje em dia está a compensação por todos os anos de trabalho forçado e à falta de inclusão social após esse período; a falta de políticas públicas destinadas a maior

presença do negro no mercado de trabalho e nos campos educacionais. Também, a efetiva aplicabilidade das leis que buscam a criminalização do racismo e a plena aceitação e respeito à cultura e herança histórica. O Movimento Negro não é algo isolado do conjunto de manifestações de massas. Dele se alimenta, alimentando-o, participa de suas derrotas e de suas vitórias.

Em todo o país surgem novos grupos e entidades em defesa das reivindicações da população negra, e já começam a surgir grupos organizados de negros e categorias importantes como bancários, metalúrgicos e no funcionalismo público.”

A elaboração da Constituição de 1988 foi fortemente marcada pelo debate sobre a chamada dívida social, refletida na desigualdade que marcava a sociedade brasileira, na parca distribuição de riqueza derivada do crescimento econômico e na precária cobertura das políticas sociais. De fato, o combate à pobreza e a promoção da democracia apareciam no discurso político oposicionista dos anos 1980 – e, posteriormente, no discurso consagrado pelo texto constitucional – como as duas faces da mesma moeda. Neste discurso, definia-se a pobreza como um processo de exclusão dos benefícios do desenvolvimento econômico enquanto a cidadania era definida por uma dupla característica: a participação nas decisões públicas e o acesso a direitos sociais. Direitos políticos e direitos sociais seriam, pois, complementares. Viabilizar-se-ia, assim, o combate à situação de exclusão sofrida por parte significativa da população: exclusão do processo político-decisório e do processo de desenvolvimento econômico. Os direitos sociais e a proteção social, que se organizaria sob o manto da seguridade social, deveriam garantir o acesso das camadas mais pobres da população aos benefícios do desenvolvimento econômico e à própria democracia (Jaccoud, 2008. p. 57).

Como citado anteriormente, as políticas sociais universais são imprescindíveis para o combate às desigualdades raciais em um país com histórico de racialização da pobreza, como no Brasil.

Nos últimos 20 anos elas foram, progressivamente, deixando de ser consideradas como os únicos instrumentos necessários a serem adotados face ao objetivo de redução das desigualdades raciais. Nesse sentido, a discriminação racial e o racismo, atuando de forma a restringir a igualdade de oportunidades e alimentando o processo de manutenção da população negra nas piores posições da sociedade brasileira, passaram a ser objeto cada vez mais presente em debates e foco de proposições.

Esses debates ganharam corpo através da realização da Marcha Zumbi contra o racismo, pela cidadania e pela vida, em 1995. Essa discussão ganhou corpo na cena.

Foi realizada em Brasília em 1995, teve a participação de 30 mil pessoas, despertando a necessidade de políticas públicas destinadas aos negros, como forma compensatória e de inclusão nos campos socioeducativos. Com dados alarmantes do IBGE e IPEA, um decreto do presidente Fernando Henrique

Cardoso instituiu o Grupo de Trabalho Interministerial para a Valorização da População Negra. Porém, a instauração de medidas práticas passa a ser realizada só após a Conferência Mundial Contra o Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Formas Correlatadas de Intolerância (Durban, África – 2001). A partir desse momento, o governo brasileiro passa a ter interesse em demonstrar, efetivamente, o cumprimento de resoluções determinadas internacionalmente pelos órgãos de Direitos Humanos. Desse momento em diante, são criados programas de cotas raciais, iniciativas estaduais e municipais, e em 2003, a Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República (SEPPIR) (Ministério da Igualdade Racial, Online)

A diversidade racial propõe também ações para o acesso a cursos profissionalizantes e às universidades.

As demandas por políticas específicas se aprofundaram durante o processo de preparação da participação do Brasil na III Conferência Mundial de Combate ao Racismo, Discriminação Racial, Xenofobia e Intolerância Correlata.²⁰ Sua consolidação como pauta do Movimento Negro levou, em 2003, à criação da Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Ministério da Educação, 2007)

A ideia de poder colonial está diretamente relacionada à globalização. Esse fenômeno surgiu essencialmente do processo de constituição da América e da disseminação do capitalismo eurocêntrico, com classificação por raça como medida de poder (Quijano, 2005). Isso porque, na América Latina, a ideia de raça era uma forma de legitimar a relação de dominação europeia, visto que o padrão dos homens europeus era visto como superior e dotado de uma estrutura biológica / racial diferenciada (Quijano, 2005).

Nesse sentido, para Carvalho (2001), o colonialismo do poder consiste na identificação dos povos segundo certos fenótipos estabelecidos e impostos pelo pensamento ocidental. Observa-se que a raça se tornou o instrumento de dominação mais eficaz e duradouro, influenciando outros aspectos utilizados na propagação da modernidade e do pensamento eurocêntrico, como gênero, sexualidade, conhecimento, relações políticas, ambientais e econômicas.

Quijano (2005) reforça que a ideia de raça, em seu sentido moderno, não tem história conhecida antes da América. Pode ter se originado como uma referência às diferenças fenotípicas entre os conquistadores e os conquistados, mas o que é importante é que foi construída desde muito cedo como uma referência às supostas estruturas biológicas distintas entre esses grupos, ou seja, o denominado racismo científico, que segundo o Congresso Nacional (PROJETO DE LEI Nº 3292/2023 , DE 2023), são teorias que se camuflam sob uma argumentação supostamente neutra e imparcial, baseada ideia da supremacia racial branca e na inferioridade de outras raças, perpetuando o racismo e a discriminação. Em outras palavras,

raça e identidade racial foram estabelecidas como instrumentos de classificação social básica da população.

1.2. Turismo étnico e o surgimento do Afroturismo.

O turismo étnico é motivado pela procura dos turistas por experiências culturais através da interação com grupos minorizados distintos e pelo desejo desses grupos de utilizar aspectos da sua cultura para criar oportunidades económicas, oferecendo aos turistas a oportunidade de vivenciar aspectos de culturas, paisagens e modos de vida únicos. Tem sido amplamente adotada e promovida como uma estratégia para o desenvolvimento económico e a preservação cultural em muitos países em todo o mundo, especialmente porque muitos desses grupos socialmente minorizados estão relativamente desfavorecidos quando comparados com uma parcela da população, devido às ações preconceituosas e racistas da sociedade.

Cardozo (2004) explica que o turismo étnico é o turismo motivado pela busca do visitante por experiências culturais, incluindo o consumo de artefatos, performances e outros produtos ou serviços. Um grupo étnico é um grupo socioculturalmente distinto de pessoas que compartilham uma história, cultura, língua, religião e modo de vida comuns. Em muitos países em desenvolvimento, o governo não é apenas o principal interveniente no desenvolvimento do turismo, mas também emite políticas relativas à etnicidade. Os governos também podem utilizar imagens étnicas na promoção do turismo e basear os planos turísticos no desenvolvimento de recursos, tradições e artefatos étnicos.

O turismo pode não só reforçar a identidade nacional, como também conferir privilégios às minorias e promover a diversidade cultural. Na verdade, a expressão de um sentido étnico de identidade pode ser vista como uma ameaça à unidade de uma nação. Hoje, a etnia é comumente utilizada por aqueles envolvidos no turismo como um recurso para gerar renda, divisas e criar empregos em comunidades que sofrem com alto desemprego. No entanto, ao fazê-lo, também devem ser examinados os impactos sociais da utilização de imagens, recursos e tradições étnicas por um governo nas próprias comunidades (Henderson, 2003, p.12).

Na realidade brasileira atual, o uso de imagens étnicas no turismo reflete uma tentativa de valorizar e promover a diversidade cultural do país, especialmente de comunidades indígenas e afro-brasileiras. Segundo o Ministério do Turismo, iniciativas são desenvolvidas para integrar esses grupos na indústria do turismo, destacando suas tradições, artesanatos e culinária como atrativos para visitantes nacionais e internacionais.

Como um desdobramento do turismo étnico, em 2018, o termo Afroturismo passou a ser utilizado por diversos empresários brasileiros para qualificar suas atividades, neste caso a

comercialização de “roteiros afrocêntricos”, significando a oferta de roteiros em que as experiências turísticas giravam em torno da Cultura Afrodiaspórica Brasileira e a oferta de experiências em países na diáspora negra na América Latina, Europa, continente africano etc.

O afroturismo é interseccional e pode ser realizado em ambientes urbanos e rurais e com diferentes perspectivas sobre a História da África e da Cultura Afro-Brasileira, podendo ter caráter pedagógico, artístico, cultural, científico, rural, comunitário e gastronômico. Uma afirmação disso é a crescente valorização das culturas afro no Brasil e no mundo, ao lado da estruturação de roteiros e destinos turísticos baseados especialmente na etnia e na cultura, (Trigo; Panosso, Netto, 2011).

Segundo Fernandes et al. (2022) o Afroturismo no Brasil representa uma abordagem emergente dentro da indústria do turismo, caracterizada pela valorização da cultura negra e pela exploração de destinos e experiências que celebram a herança africana no país. Essa modalidade de viagem vai além do simples turismo convencional, buscando oferecer aos visitantes uma imersão autêntica na rica diversidade cultural e histórica das comunidades afro-brasileiras.

Com suas raízes profundamente entrelaçadas na história do Brasil, o Afroturismo oferece aos viajantes a oportunidade de explorar locais e tradições que remontam à época da escravidão, quando milhões de africanos foram trazidos para o país para trabalhar nas plantações e nas minas, e vai além, abordando uma outra perspectiva daquilo que foi invisibilizado e que o turismo 'convencional' acaba não exaltando.

Esses locais históricos incluem antigas fazendas de cana-de-açúcar, quilombos, centros culturais e museus que preservam a memória e o legado da população afrodescendente.

Além disso, o Afroturismo destaca as contribuições dos afro-brasileiros para a cultura do país, desde a música e a dança até a culinária e as tradições religiosas. Os viajantes têm a oportunidade de participar de festivais culturais, como o Carnaval e as festas de Candomblé, explorar mercados de artesanato local, experimentar pratos típicos da culinária afro-brasileira e aprender sobre as práticas espirituais e rituais das religiões de matriz africana.

No entanto, apesar do potencial e da riqueza cultural das manifestações afro-brasileiras, ainda existem desafios a serem enfrentados. A falta de infraestrutura turística em muitas comunidades afrodescendentes, associados a falta de representatividade nas agências de viagens e na mídia são alguns dos obstáculos que limitam o desenvolvimento pleno desse setor (Oliveira, 2022).

Por outro lado, o Afroturismo oferece oportunidades significativas de desenvolvimento econômico e social para as comunidades afrodescendentes, promovendo o empoderamento

local, gerando empregos e estimulando o empreendedorismo. Além disso, ao promover a valorização da diversidade cultural e o respeito à identidade afro-brasileira, o Afroturismo desempenha um papel importante na promoção da igualdade racial e na construção de uma sociedade mais inclusiva e justa.

O termo Afroturismo é uma concepção inovadora que ainda carece de definições estabelecidas, especialmente no âmbito do Ministério do Turismo (Brasil, 2010), o qual ainda se baseia no conceito de Turismo Étnico, definido como "atividades turísticas derivadas da imersão em experiências de contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos". Nesse contexto, as atividades centradas na cultura afro-brasileira emergem como uma vertente desse segmento.

O surgimento de agências de turismo especializadas, como Bitonga Travel, Brafrika, Conectando Territórios, Sol Babosa Turismo e Cultura, Diaspora.Black, entre outras, reflete as inovações e tendências de mercado associadas ao crescimento da representatividade das pessoas negras. Essas agências estão se destacando e se tornando referências tanto para futuros empreendedores quanto para os próprios viajantes, ampliando as oportunidades de experiências autênticas e culturalmente enriquecedoras no contexto do Afroturismo.

Farias, Pimentel e Santos (2021) buscam caracterizar a atividade, destacando que no contexto do turismo étnico-afro, também conhecido como afroturismo, é possível identificar iniciativas voltadas para o resgate da cultura africana e afrodescendente. Essas atividades englobam roteiros que oferecem aos visitantes experiências gastronômicas autênticas, visitas a terreiros de candomblé, quilombos, museus, igrejas barrocas e uma variedade de outros atrativos que refletem a riqueza e a diversidade da cultura afro-brasileira.

A atividade turística é fundamentalmente um deslocamento, impulsionado por motivações individuais que podem abranger uma variedade de significados. Segundo Moesch (2002), a prática do turismo, inserida dentro de um contexto social mais amplo, reflete as necessidades e particularidades da sociedade contemporânea, manifestando-se de forma singular em cada indivíduo e grupo social. Essa força impulsionadora para o deslocamento é composta por um conjunto de ideais que podemos definir como subjetividade. De acordo com Oliveira (2021), o resgate da memória do povo negro por meio de narrativas dentro do turismo é também expor o apagamento sofrido pelo grupo social diante dos discursos dos grupos sociais mais favorecidos. É preciso que o povo negro seja protagonista e conte sua própria história.

2. O MERCADO DO AFROTURISMO

2.1. Entendendo a oferta do afroturismo

O mercado de afroturismo no Brasil está em crescimento, refletindo uma crescente demanda por experiências que valorizam a cultura afrodescendente e celebram a herança africana no país. Esta modalidade de turismo vai além das viagens convencionais, buscando proporcionar aos visitantes uma imersão autêntica nas tradições, história e vivências das comunidades afro-brasileiras.

Uma das características distintivas do mercado de afroturismo é a diversidade de atrativos oferecidos aos viajantes. Desde visitas a quilombos, comunidades rurais formadas por descendentes de escravizados que preservam suas tradições culturais, até passeios por museus e centros culturais que destacam a contribuição dos afrodescendentes para a identidade nacional. Além disso, roteiros gastronômicos que exploram a culinária afro-brasileira, com suas influências africanas marcantes, também têm ganhado popularidade entre os turistas interessados em experiências autênticas.

Segundo Oliveira (2021), o turismo, enquanto fenômeno social, implica o encontro entre pessoas de diferentes origens. Esse contato proporciona não apenas a troca de conhecimento e experiências, mas também pode estar permeado por desconfiança, hostilidade, preconceito e racismo. O turismo convencional, que geralmente envolve visitas a destinos turísticos populares entre a grande massa, predominantemente composta por pessoas brancas, pode promover momentos hostis impulsionados por uma sociedade racista e preconceituosa. Muitos relatos de turistas negros descrevem experiências negativas dentro desse contexto turístico, devido às questões anteriormente mencionadas.

É fundamental considerar que em um turismo que inclui negros tanto como profissionais quanto como turistas, centralizando a atividade em torno da cultura afrodescendente, podemos combater ativamente e não nos omitir diante de situações racistas. Isso possibilita a toda a comunidade turística uma troca de experiências valiosas, capazes de promover o conhecimento e de se tornarem ferramentas na luta contra o racismo.

2.2. Os afroempreendedores no Brasil.

O crescimento de afroempreendedores no segmento do Turismo no Brasil é refletindo a luz da realidade não tão recente que aflorou na América, alguns estados brasileiros já introduziram o segmento na realidade turística local. O afroempreendedorismo é um campo crescente de prática e foco de pesquisa. No entanto, os próprios investigadores variam nas suas

perspectivas deste termo e no seu significado relacionado com empresas de propriedade de negros ou empreendedorismo negro.

Afroempreendedorismo, o empreendedorismo realizado por pessoas negras que produzem da e para a cultura negra, isto é, estabelecem relações comerciais que dão visibilidade a essa cultura e nela se apoiam, formando uma rede de negócios que compõe um ecossistema de produção e consumo feita por negros para negros (Oliveira, 2022).

O mercado de afroturismo no Brasil ainda enfrenta desafios significativos, sendo essencial abordar questões de representatividade e inclusão, garantindo que as comunidades pretas e pardas sejam reconhecidas e beneficiadas de forma justa pelo crescimento do afroturismo.

Muitas cidades brasileiras têm testemunhado um crescimento significativo do turismo afrocentrado, e o estado de São Paulo é um exemplo proeminente dessa tendência. O setor turístico está cada vez mais interessado em contar essas histórias, e já está colocando produtos relacionados nas prateleiras, pois há uma infinidade de atrações e personagens emblemáticos que remetem à cultura afro-brasileira e que, somente agora, estão começando a ser incluídos em roteiros de viagem e guias turísticos.

O Guia Negro é reconhecido como um dos principais promotores do Afroturismo, oferecendo uma plataforma que organiza experiências turísticas em diversas cidades do Brasil. Além disso, atua fornecendo consultoria, produzindo conteúdo independente sobre viagens, cultura negra, Afroturismo, movimentos sociais e negócios voltados para a comunidade negra.

O afroturismo pode consistir na popularização de narrativas afrocêntricas, bem como de experiências, hospedagem e serviços associados à cultura negra. As atividades geradoras de receitas destas empresas podem incluir passeios, viagens pedagógicas e alojamento em locais históricos importantes para os negros. Além disso, esta abordagem pode incluir alterações no processo de recrutamento de pessoal e na distribuição de lucros para investir nas comunidades negras (Trigo & Panosso Netto, 2011).

Uma tendência crescente entre os afroempreendedores no Brasil, o afroturismo desafia as narrativas dominantes da negritude e contribui para reduzir as desigualdades raciais históricas. O fortalecimento da identidade negra é crucial para reescrever as narrativas sociais de exclusão, exotização e marginalização dos negros ao longo da história brasileira. O afroturismo é uma atividade fundamental para descobrir histórias ocultas e aumentar a popularidade de atrações turísticas normalmente relegadas a uma notoriedade secundária. Além

disso, criar uma indústria para os empreendedores negros se orgulharem da sua identidade contraria a narrativa social de que distanciar-se da negritude coloca os indivíduos em níveis mais elevados de hierarquias sociais. Este efeito altera a imagem dos negros na indústria do turismo e serve como ferramenta pedagógica para as gerações mais jovens como um todo. Embora o afroempreendedorismo seja um fenômeno relativamente novo no Brasil e a pesquisa disponível seja limitada, este artigo serve como uma exploração inicial crítica desta tendência crescente em uma das indústrias mais lucrativas do Brasil (Oliveira, 2021).

Diaspora.Black, um mercado de viagens online, ajuda empreendedores negros de viagens em todo o Brasil a alcançar um público mais amplo. Foi inicialmente fundado em 2016 como um *Airbnb* Negro com moradias fornecidas por proprietários Negros. Um de seus cofundadores, Carlos Humberto, havia vivenciado um incidente racista ao alugar um apartamento no *Airbnb*. Então ele procurou criar uma plataforma para os negros brasileiros listarem suas acomodações para viajantes negros. Desde então, expandiu-se para incluir pacotes turísticos, passeios pela cidade e até experiências culturais online. Para ele, o movimento de viagens negras no Brasil reflete o avanço social e político dos negros brasileiros nos últimos 20 anos. As políticas públicas ajudaram a aumentar o acesso dos afro-brasileiros ao ensino superior e a empregos públicos. Isso, por sua vez, resultou em maior mobilidade social e esclarecimento sobre raça (Freelon, 2023).

Além das grandes cidades do Brasil, há um crescente interesse dos turistas negros em pequenas comunidades rurais conhecidas como quilombos, que oferecem passeios e oficinas para atender à demanda por turismo sustentável e comunitário. Um exemplo notável é a Rota da Liberdade, localizada no Vale do Paraíba, em São Paulo, onde ancestrais de negros escravizados trabalhavam nas plantações de café. Essas comunidades autossustentáveis permaneceram relativamente intocadas até a década de 1970. Por meio da Rota da Liberdade, Solange Cristina Virgínio Barbosa criou uma oportunidade para visitantes explorarem as comunidades, interagirem com os moradores locais e participarem de oficinas de artesanato.

A Embratur informou na Fitur 2024 (Feira Internacional de Turismo) que o foco do Brasil para 2024 é defender sua herança negra e promover o afroturismo para criar mudanças sociais, incentivar o turismo sustentável e de base comunitária e contribuir para o combate ao racismo. O afroturismo no Brasil inclui a promoção de destinos, experiências e roteiros que homenageiam e celebram a história e a cultura do povo negro no Brasil. Além do Cristo Redentor e das praias tranquilas de Ipanema, o Rio também abriga um lugar conhecido como Pequena África, uma comunidade que remete à escravidão e, posteriormente à abolição. Em

um passeio a pé pela Pequena África, os visitantes podem conhecer figuras menos conhecidas da história brasileira, incluindo o engenheiro, abolicionista e inventor André Rebouças; a cozinheira e figura chave no desenvolvimento do samba, Tia Ciata; e o romancista e poeta Machado de Assis.

A Caminhada Negra de São Paulo revive e reconta histórias negras brasileiras, encontradas na maior cidade da América do Sul. Uma visita a São Paulo oferece uma experiência imersiva e única que leva você dos Quilombos Urbanos (povoados fundados por pessoas de origem africana que eram escravos fugitivos), passando pela Igreja Nossa Senhora Rosário dos Pretos, até a Liberdade (que significa 'liberdade'), um bairro reconhecido com uma conexão cultural sombria, mas importante, com a história negra. No nordeste do Brasil, no estado do Maranhão, a cidade de São Luís é conhecida como a capital brasileira do reggae. Um passeio a pé centrado no legado do povo negro africano para conhecer a identidade cultural local, onde guias dão visibilidade à história de um povo que contribuiu significativamente para a formação da cultura maranhense. Essa cultura inclui o Complexo Cultural do Bumba-meu-boi, prática ritualística que mistura música, coreografia e performance, reconhecida pela UNESCO como Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade.

O colorido e tropical estado da Bahia possui algumas das praias mais imaculadas do Brasil e oportunidades de imersão na natureza. A Bahia também abriga a rítmica e histórica cidade de Salvador, onde você pode aprender e saborear comidas brasileiras de influência africana, como o acarajé (bolinhos de feijão fradinho recheados com frutos do mar) e visitar o mercado de alimentos de São Joaquim. A área histórica da cidade do Pelourinho, reconhecida pela UNESCO, não é apenas fascinante em termos arquitetônicos, mas também é um lugar importante para aprender sobre a prática afro-brasileira da capoeira e dos ritmos musicais do axé. Também na Bahia, a Chapada Diamantina tem uma história fascinante e abriga diversas comunidades tradicionais, tendo como herança o Jarê, uma religião de matriz africana, mais especificamente um candomblé de caboclo, exclusivo da Chapada Diamantina. Uma de suas principais particularidades é o grande sincretismo religioso e a presença de signos característicos da cultura local (Jare Rede Livre, Online), além do samba de roda, uma dança típica da região, que envolve movimentos ritmados e coreografias elaboradas. A região também possui algumas das paisagens naturais mais impressionantes do Brasil, incluindo montanhas, rios, cavernas e cachoeiras.

Queiroz (2008) complementa ainda que o turismo de raízes, segmento similar ao turismo étnico, é um amálgama de todas as torneiras da sociedade baiana, da religião à comida e à dança.

Em particular, o turismo étnico afro, que é o turismo que traz turistas afro-americanos para a Bahia, prospera na interação afro-americana com essas torneiras e, mais importante, com o povo afro-brasileiro. Embora seja uma grande experiência cultural, pesquisas anteriores discutem como o turismo, e especificamente o turismo étnico, é uma versão moderna do imperialismo, à medida que os turistas objetificam e romantizam o país anfitrião, o povo e a cultura.

Rodrigues (2021) conceitua o afroturismo como uma atividade é entendida como práticas de resgate, valorização, preservação, reconexão com a identidade e história por meio dos bens culturais, materiais e imateriais, quais têm os sujeitos negros como protagonistas.

O afroturismo desempenha um papel fundamental no mercado turístico, oferecendo uma oportunidade única de promover a valorização da cultura afrodescendente e impulsionar o desenvolvimento econômico e social das comunidades negras. Este segmento emergente do turismo não apenas destaca a rica herança africana presente no Brasil, mas também promove a inclusão e a representatividade dentro da indústria do turismo, Guilherme Soares, fundador do Guia Negro, exemplifica que:

O afroturismo vem como vertente do turismo que foca no conhecimento da cultura e história negra, além do incentivo ao consumo de afroempreendedores se unindo a outros movimentos como o turismo consciente, comunitário, sustentável e também ao LGBTQIAP+, que já ocupavam eventos do setor e tem seu nicho do mercado consolidado (Dias, Guilherme. ABBV, 2022)

Uma das principais características do afroturismo é sua capacidade de proporcionar experiências autênticas e enriquecedoras aos viajantes, permitindo-lhes explorar a história, a arte, a gastronomia e as tradições culturais das comunidades afro-brasileiras. Ao fazê-lo, o afroturismo contribui para a preservação e divulgação do patrimônio cultural afrodescendente, promovendo o respeito e a valorização da diversidade étnica do país.

Além disso, o afroturismo tem um impacto positivo no desenvolvimento econômico das comunidades negras, ao incentivar o empreendedorismo e o crescimento de negócios locais, como agências de viagens, restaurantes, artesanato e hospedagem. Ao direcionar o fluxo de turistas para áreas anteriormente negligenciadas, o afroturismo estimula a criação de empregos e oportunidades de renda para os residentes, contribuindo para a redução das desigualdades sociais e econômicas.

O afroturismo está ganhando destaque em diversas regiões do país, estimulando debates e iniciativas voltadas para o fomento e a implementação de políticas públicas direcionadas ao seu desenvolvimento sustentável. A parceria estratégica entre instituições como a Embratur e o Banco de Desenvolvimento da América Latina - Corporación Andina de Fomento (CAF), assume um papel fundamental nesse cenário, ao direcionar esforços para impulsionar o afroturismo no Brasil e reconhecê-lo como uma vertente significativa do turismo nacional. Além de enaltecer a diversidade cultural, essa colaboração visa também fortalecer a economia em comunidades afrodescendentes, gerando oportunidades concretas de progresso econômico e social (CAF, online).

O Estado de São Paulo oferece um cenário propício para o desenvolvimento do afroturismo, proporcionando experiências enriquecedoras tanto para os visitantes quanto para as próprias comunidades locais. Recentemente, debates promovidos pela Comissão Extraordinária de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo, do Lazer e da Gastronomia têm destacado o potencial do afroturismo na cidade, reconhecendo-o como uma ferramenta poderosa para impulsionar a economia local e valorizar a riqueza da cultura afrodescendente.

Essas discussões ressaltam a necessidade de iniciativas voltadas para a promoção do turismo afro-brasileiro, enfatizando a importância de destinos e experiências autênticas que ofereçam aos visitantes uma imersão genuína na diversidade cultural do país. Salienta-se que, apesar da existência de iniciativas isoladas, como o projeto interministerial Rotas Negras, cooperação entre o Ministério de Turismo, Ministério da Igualdade Racial e criação da coordenação de Diversidade, Afroturismo e povos originários, da Embratur, Comissão de apoio ao Afroturismo no Rio de Janeiro, Rotas Negras em São Luis, entre outras, atualmente não há dados e/ou resultados efetivos em relação às políticas públicas, comissões e ações voltados para o afroturismo. Devido à carência de pesquisas específicas e dados concretos sobre esse segmento, ainda não é possível antecipar com precisão quaisquer projeções ou impactos financeiros diretos, refletindo em inúmeras questões sistêmicas que contribuem para a falta de priorização de políticas específicas que abordem as necessidades do afroturismo (Souza, 2022).

3. RESULTADOS DAS ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES

3.1. Definição e Contextualização do Afroturismo

O afroturismo é uma modalidade específica de turismo que se concentra na valorização da cultura afrodescendente e no reconhecimento de suas contribuições para a identidade

nacional. Segundo o referencial teórico, o afroturismo busca oferecer experiências autênticas aos viajantes, enquanto promove o desenvolvimento econômico e social das comunidades envolvidas. Ele é caracterizado pela participação ativa das comunidades locais no processo, garantindo a autenticidade e relevância cultural das experiências oferecidas. Além disso, o afroturismo muitas vezes adota práticas sustentáveis, como a preservação do patrimônio cultural e o uso responsável dos recursos naturais.

De acordo com as entrevistas realizadas, os entrevistados percebem o afroturismo como uma oportunidade única de valorizar e preservar a cultura afrodescendente do Brasil. Eles destacam a importância de oferecer experiências que permitam aos viajantes conhecerem de perto a história, as tradições e os costumes das comunidades afro-brasileiras. Além disso, os entrevistados enfatizam a relevância do afroturismo como uma ferramenta de inclusão social e desenvolvimento econômico para essas comunidades.

Os entrevistados também mencionam a importância de uma abordagem sustentável no afroturismo, destacando a necessidade de preservar o meio ambiente e o patrimônio cultural enquanto se promove o turismo. Eles ressaltam a participação ativa das comunidades locais na criação e oferta de experiências autênticas, enfatizando o dever de ouvir e respeitar as perspectivas e necessidades dessas comunidades.

Os entrevistados percebem o afroturismo como uma oportunidade de promover a valorização da cultura afrodescendente, gerar desenvolvimento econômico e social e promover a sustentabilidade ambiental e cultural. Suas percepções e entendimentos estão alinhados com os princípios e objetivos do afroturismo conforme definidos no referencial teórico.

3.2. Dificuldades enfrentadas no Afroturismo

Os entrevistados destacaram várias dificuldades enfrentadas no desenvolvimento e promoção do afroturismo no Brasil. Entre essas dificuldades, uma das mais citadas foi a falta de reconhecimento e apoio por parte das autoridades públicas e do setor privado. Segundo os entrevistados, a falta de políticas e investimentos adequados dificulta o crescimento e a sustentabilidade das iniciativas de afroturismo, limitando seu potencial de impacto econômico e social.

Os entrevistados mencionaram a perpetuação de estereótipos e preconceitos em relação à cultura afro-brasileira como por exemplo a associação com a violência, exotismo e sexualização, especialmente em contextos urbanos ou de pobreza, sendo uma barreira significativa para o desenvolvimento do afroturismo. Eles destacaram a necessidade de

desconstruir esses estereótipos e promover uma imagem mais positiva e inclusiva do afroturismo por meio da educação, conscientização e desconstrução da narrativa do colonizador, a fim de atrair mais viajantes e investimentos para o setor.

Outra dificuldade mencionada pelos entrevistados foi a falta de infraestrutura e recursos nas comunidades afrodescendentes para desenvolver e promover experiências autênticas de afroturismo. Eles apontaram a indispensabilidade de investimentos em capacitação, infraestrutura turística e marketing para tornar o afroturismo mais acessível e atrativo para os viajantes.

Os entrevistados destacaram a importância de garantir que o afroturismo beneficie verdadeiramente as comunidades afrodescendentes, proporcionando oportunidades reais de emprego, renda e desenvolvimento. Eles ressaltaram a imprescindibilidade de criar parcerias sólidas entre todos os atores envolvidos no setor e de garantir a participação ativa das comunidades locais no processo de desenvolvimento e promoção do afroturismo.

Ao comparar essas dificuldades com as discussões teóricas apresentadas, é possível observar algumas semelhanças e diferenças. Por exemplo, tanto os entrevistados quanto os autores teóricos destacaram a falta de reconhecimento e apoio por parte das autoridades e do setor privado como uma barreira para o desenvolvimento do afroturismo. No entanto, os entrevistados também enfatizaram a urgência de superar estereótipos e preconceitos, bem como a necessidade de investimentos em infraestrutura e recursos nas comunidades afrodescendentes, aspectos que nem sempre são abordados de forma tão detalhada na literatura teórica.

3.3. Roteiros ofertados e experiências

Durante as entrevistas, foram mencionados diversos tipos de roteiros e experiências de afroturismo oferecidos nas comunidades afrodescendentes do Brasil. Entre esses roteiros, destacam-se as visitas a comunidades quilombolas, onde os viajantes têm a oportunidade de conhecer de perto a cultura e o modo de vida dessas comunidades historicamente marginalizadas. Essas visitas incluem atividades como apresentações culturais, workshops de artesanato e culinária tradicional, além de passeios pela natureza e visitas a locais históricos relacionados à resistência quilombola.

Além das comunidades quilombolas, também foram mencionados roteiros que exploram a rica herança cultural afro-brasileira nas cidades, como Salvador, Rio de Janeiro e Recife. Esses roteiros incluem visitas a museus, centros culturais, templos religiosos afro-

brasileiros e bairros históricos, onde os viajantes podem aprender sobre a história da diáspora africana no Brasil e participar de rituais e festividades tradicionais.

Outra experiência de afroturismo mencionada durante as entrevistas foi o turismo étnico-gastronômico, que oferece aos viajantes a oportunidade de experimentar a diversidade da culinária afrodescendente brasileira. Esses roteiros incluem visitas a restaurantes, feiras de alimentos orgânicos e workshops de culinária, onde os participantes podem aprender a preparar pratos tradicionais e experimentar sabores autênticos da cozinha afro-brasileira.

Em relação à variedade e atratividade desses roteiros, é possível observar que há uma ampla gama de experiências disponíveis para os viajantes interessados em explorar a cultura afrodescendente do Brasil. Esses roteiros oferecem uma combinação única de história, cultura, gastronomia e natureza, que atende às expectativas e demandas de um público cada vez mais interessado em experiências autênticas e significativas.

No entanto, é importante ressaltar que a atratividade desses roteiros pode variar dependendo do perfil do público-alvo. Enquanto alguns viajantes podem estar interessados principalmente em aprender sobre a história e cultura afro-brasileira, outros podem estar mais interessados em experiências gastronômicas ou em atividades ao ar livre. Portanto, é essencial que os roteiros de afroturismo sejam diversificados e adaptados para atender às diferentes preferências e interesses dos viajantes.

3.4. Principais públicos e segmentação de mercado

Durante as entrevistas, foram identificados diversos públicos interessados no afroturismo, cada um com diferentes motivações e interesses. Entre os principais públicos mencionados pelos entrevistados estão:

Viajantes em busca de experiências culturais autênticas: Este público valoriza a oportunidade de mergulhar na história e na cultura afrodescendente do Brasil, buscando experiências autênticas e significativas que permitam uma compreensão mais profunda da diáspora africana e suas contribuições para a identidade nacional.

Turistas interessados em ecoturismo e turismo de aventura: Para esse grupo, o afroturismo oferece a oportunidade de explorar a natureza e as paisagens exuberantes das comunidades afrodescendentes, participando de atividades ao ar livre como trilhas, passeios de barco e observação da fauna e flora locais.

Amantes da gastronomia e da culinária regional: Esse público se interessa pela rica diversidade da culinária afro-brasileira e está disposto a participar de experiências

gastronômicas, como workshops de culinária, degustações de pratos tradicionais e visitas a feiras de alimentos orgânicos.

Pesquisadores e estudantes interessados em história e cultura afro-brasileira: Esse público busca aprofundar seus conhecimentos sobre a diáspora africana no Brasil, participando de visitas a museus, centros culturais e sítios históricos relacionados à escravidão e à resistência quilombola.

Com base nessa segmentação de mercado, as estratégias de atendimento às diferentes demandas e interesses dos públicos identificados podem incluir:

Desenvolvimento de roteiros e pacotes turísticos diversificados, que ofereçam uma variedade de experiências culturais, gastronômicas, históricas e de natureza, para atender às diferentes preferências e interesses dos viajantes;

Parcerias com agências de viagens especializadas em ecoturismo, turismo cultural e turismo gastronômico, para promover os roteiros de afroturismo e alcançar públicos específicos interessados nessas modalidades de viagem;

Promoção de eventos e festivais culturais, como festas religiosas afro-brasileiras, festivais de música e dança, e feiras de artesanato, para atrair turistas interessados em vivenciar a cultura e as tradições afrodescendentes;

Investimento em marketing digital e mídias sociais, para alcançar públicos mais jovens e conectados, que buscam experiências autênticas e compartilháveis em suas redes sociais;
Capacitação e treinamento de guias turísticos e profissionais da área de turismo, para garantir a qualidade e autenticidade das experiências oferecidas aos viajantes, independentemente de seus interesses e motivações.

3.5. Impactos do afroturismo

Durante as entrevistas, foram destacados uma série de impactos tanto positivos quanto negativos do afroturismo nas comunidades locais e na sociedade em geral. Analisou-se esses impactos em relação às expectativas e propostas de desenvolvimento sustentável discutidas no referencial teórico.

Três temas foram apontados como impactos positivos, como detalhado a seguir:

Desenvolvimento Econômico: Os entrevistados reconheceram que o afroturismo pode gerar oportunidades de emprego e renda para as comunidades afrodescendentes, através da criação de negócios locais, como hospedagem, restaurantes e lojas de artesanato.

Preservação Cultural: O afroturismo pode contribuir para a preservação e valorização da cultura afrodescendente, ao promover práticas culturais tradicionais, como danças, músicas, religiões e artesanato, e ao incentivar o resgate e a manutenção das tradições locais.

Inclusão Social: O afroturismo pode promover a inclusão social das comunidades afrodescendentes, ao oferecer oportunidades de participação ativa na economia local e ao proporcionar visibilidade e reconhecimento para suas culturas e identidades.

Os impactos negativos comentados pelos entrevistados também foram reunidos em três categorias, como segue:

Descaracterização Cultural: Alguns entrevistados expressaram preocupação com o potencial de descaracterização cultural das comunidades afrodescendentes, decorrente da comercialização excessiva de suas tradições e do aumento da influência de padrões turísticos externos.

Gentrificação: Houve menção ao risco de gentrificação em algumas áreas turísticas, onde o aumento do interesse pelo afroturismo pode resultar na expulsão das populações locais de baixa renda devido ao aumento dos preços dos imóveis e serviços.

Impactos Ambientais: Embora não tenha sido tão destacado, o aumento do turismo pode gerar impactos negativos no meio ambiente, como poluição, degradação de ecossistemas frágeis e consumo excessivo de recursos naturais.

Para consolidar os resultados elaborou-se o Quadro 1 com as percepções e principais colocações dos entrevistados acerca dos temas abordados.

Quadro 1: temas tratados e opinião dos entrevistados.

1. Desafios enfrentados	
Afroturismo Hub	<p>Desafios de divulgação: Enfrentamos principalmente dificuldades na divulgação, especialmente em espaços tradicionais de promoção turística, onde muitas vezes não temos recursos financeiros para competir. No entanto, acredito que a falta de guias não seja o problema, pois há guias negros com capacidade para atender a várias cidades no país. O que precisamos é melhorar nossa estratégia de divulgação e estar mais presentes onde nosso público-alvo está, para alcançar todo o nosso potencial.</p> <p>Desafios do afroturismo como negócio: O afroturismo é um segmento relativamente novo no mercado do turismo. Ao introduzir esse conceito em diversos lugares, frequentemente precisamos começar explicando o que é e como funciona antes de chegarmos à etapa de contratação. A demanda por afroturismo é crescente, tanto por parte de pessoas negras que desejam</p>

	<p>praticá-lo quanto por parte de outros grupos aliados. Como resultado, muitas vezes precisamos aproveitar as oportunidades que surgem, mesmo sem alcançar a perfeição, e focar em fazer o negócio acontecer. A principal dificuldade atualmente é consolidar o mercado de afroturismo, garantindo que possamos atender a essa demanda em constante crescimento.</p>
Sou Mais Carioca	<p>Desafios da diversidade e da percepção racial: Um dos maiores desafios atuais é fazer com que pessoas brancas compreendam que o afroturismo não se trata delas, mas sim de explorar um passado influenciado pela colonização europeia. Isso pode gerar desconforto em certas situações, como em grupos onde há uma pessoa branca entre várias pessoas negras, podendo levar a mal-entendidos e até mesmo a avaliações negativas, não relacionadas ao trabalho realizado, mas sim a sentimentos pessoais.</p> <p>Limitações das plataformas online: Embora plataformas como o Airbnb proporcionem visibilidade, também podem tornar o serviço refém das avaliações subjetivas dos clientes, muitas vezes baseadas em sentimentos pessoais em vez da qualidade do trabalho prestado.</p> <p>Competição e apropriação: Na realidade do Rio de Janeiro, há uma crescente competição entre guias brancos e negros no mercado do afroturismo, com alguns guias brancos buscando se inserir em uma narrativa que não lhes pertence, muitas vezes motivados pela percepção de que os guias negros estão sendo mais bem remunerados pelo mesmo trabalho. Essa migração de guias brancos para o afroturismo pode distorcer a autenticidade e a integridade da narrativa e do serviço oferecido.</p>
Entrevistado 3	<p>Desafios financeiros e investimentos: O principal desafio enfrentado pelo afroturismo atualmente é o financeiro. Embora tenhamos visto uma evolução significativa desde 2018, com o termo "afroturismo" ganhando mais destaque e reconhecimento, muitas empresas ainda são pequenas e enfrentam dificuldades diárias para crescer. Para superar esses desafios e alcançar um maior desenvolvimento, é crucial o apoio financeiro do poder público e o investimento de grandes agências no setor. Além disso, a produção de dados é limitada, o que representa outro obstáculo a ser superado para entender melhor o impacto e as necessidades do afroturismo.</p>
Bráfika Viagens	<p>Desafios no mercado turístico tradicional: O mercado turístico tradicional ainda é visto como fechado e elitista, com progressos lentos em relação à diversidade e equidade. É essencial buscar parceiros que compreendam a importância do afroturismo como um movimento e um novo setor dentro do turismo. Considerando que pessoas negras movimentam uma quantia significativa de dinheiro no Brasil anualmente, é surpreendente que não se vejam representadas no setor do turismo, mesmo sendo 55% da população, de acordo com o IBGE. Chegou a hora de o mercado reconhecer esses dados e capitalizar as experiências do afroturismo.</p>

2. Roteiros e serviços ofertados	
Afroturismo Hub	Meu negócio está centrado no afroturismo e na promoção da inclusão racial no setor. Trabalho principalmente com empresas do turismo interessadas em abordar a inclusão racial em suas operações, incentivando a implementação de diversas ações nesse sentido. Além disso, colaboro com empreendedores negros na indústria do turismo, ajudando-os a compreender como podem melhor atender o turista negro, que é o principal foco de suas atividades.
Sou Mais Carioca	Estamos concentrados exclusivamente no Rio de Janeiro e estamos felizes em abraçar a diversidade dessa cidade. Nosso objetivo é mostrar o Rio de Janeiro para além dos pontos turísticos tradicionais, como o Cristo Redentor e o Pão de Açúcar. Queremos explorar e destacar as diferentes facetas e experiências que esta cidade incrível tem a oferecer.
Guia Negro	Atualmente, temos uma atuação nacional. No ano passado, realizamos tours em 30 cidades brasileiras, abrangendo 21 estados, e nossa meta para este ano é alcançar os 27 estados da federação. Estamos concentrados principalmente no mercado nacional, mas não descartamos explorar outras possibilidades de turismo no futuro.
Bráfika Viagens	Operamos em diversas localidades, incluindo Salvador, Maceió, São Luís do Maranhão, Rio de Janeiro e São Paulo no Brasil, além de Paris na Europa e África do Sul no continente africano. Também oferecemos o produto de Teste de DNA em parceria com o laboratório da Genera.
3. Principais públicos e segmentação de mercado	
Afroturismo Hub	Empresas do turismo com interesse em diversidade e inclusão, captação por meio de divulgação e carteira de contatos próprios.
Sou Mais Carioca	Atualmente, nosso público-alvo continua sendo principalmente moradores locais, mas também alcançamos pessoas de outros estados e países através das redes sociais e do nosso site. Em termos percentuais, estimamos que 60% são moradores do Rio, 20% são turistas nacionais e 20% são internacionais.
Guia Negro	Nosso público-alvo abrange aqueles interessados em explorar as histórias da cidade, independentemente de raça, gênero ou origem. Notamos uma predominância feminina, com cerca de 60% do público sendo mulheres. Além disso, aproximadamente 55% são negros, refletindo a diversidade da população brasileira. Embora as pessoas brancas sejam bem-vindas, observamos um aumento no interesse e busca pelo tour por parte da comunidade negra nos últimos anos.
Bráfika Viagens	Nosso público-alvo inclui tanto pessoas negras quanto não negras interessadas em explorar a verdadeira história do país através do afroturismo. Independentemente da cor da pele, gênero, raça ou religião, qualquer pessoa que deseje aprender mais sobre essa história é bem-vinda.

4. Impactos	
Afroturismo Hub	<p>Transformação interna: Aumento da felicidade, ânimo e autoestima na comunidade atendida, combatendo o medo e a solidão.</p> <p>Diversidade no ambiente de trabalho: Maior representatividade é transformadora após anos de isolamento profissional, promovendo conexão e pertencimento.</p> <p>Impacto pessoal: Após mais de 25 anos em ambientes pouco diversificados, a mudança para espaços predominantemente negros gera uma nova visão de mundo, liberdade e autoestima.</p> <p>Realização pessoal: A liberdade de não ter medo, expressada na frase de Nina Simone, permite sonhar e realizar viagens sem preocupações, sendo a maior conquista pessoal.</p>
Sou Mais Carioca	<p>Impacto econômico: Ao atrair turistas locais, impactamos positivamente a economia da região, gerando movimento em estabelecimentos como restaurantes e museus próximos aos nossos roteiros, como na Pequena África, Santa Teresa ou Urca.</p> <p>Impacto social: Além do aspecto econômico, nossas atividades também geram um impacto social significativo, promovendo interação entre os moradores locais e os visitantes, fortalecendo os laços comunitários e proporcionando uma experiência enriquecedora para ambos.</p>
Guia Negro	<p>Transformação de perspectivas: Nossos tours têm o poder de mudar a percepção dos lugares, como o Grajaú em São Paulo, que muitas vezes é estigmatizado como pobre e violento. Ao destacarmos sua importância e potencial, promovemos uma mudança positiva na forma como é visto.</p> <p>Valorização de empreendedores negros: No Pelourinho, privilegiamos empreendedores negros, proporcionando-lhes uma fonte de renda importante. Muitos deles relatam que os tours são economicamente significativos, já que os visitantes compram seus produtos. Além disso, a reflexão crítica estimulada durante os tours incentiva as pessoas a continuarem questionando e aprendendo após a experiência.</p>
Bráfika Viagens	<p>Promoção do protagonismo feminino e empreendedorismo negro local: Valorizamos mulheres e negros em nossas atividades, impulsionando o "Black Money" e destacando suas contribuições para a comunidade.</p> <p>Respeito às dinâmicas locais: Durante nossas visitas a terreiros e comunidades quilombolas, respeitamos suas atividades e não interferimos em sua rotina. Nosso objetivo é integrar de maneira harmoniosa, sem interrupções indesejadas.</p> <p>Sustentabilidade e responsabilidade ambiental: Ao visitar terreiros ou comunidades quilombolas, priorizamos o consumo de produtos locais e realizamos ações sustentáveis, como oficinas de oferendas ecologicamente corretas para preservar o meio ambiente, como as oferendas a Iemanjá em Salvador, que são realizadas de forma a não poluir os mares</p>

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado de afroturismo no Brasil emerge como uma vertente promissora da indústria do turismo, oferecendo uma oportunidade única de valorizar a rica herança cultural afrodescendente do país e promover a inclusão social e econômica das comunidades negras. Ao longo deste trabalho, examinamos os diversos aspectos que moldam esse mercado, desde suas raízes históricas até suas tendências contemporâneas.

O objetivo de fornecer uma visão abrangente do mercado do afroturismo no Brasil, destacando suas implicações para o desenvolvimento sustentável do turismo e para a promoção da igualdade racial e inclusão social, foi atingido, uma vez que os resultados a partir da análise do referencial bibliográfico e a visão de afroempreendedores demonstra que o afroturismo apresenta um potencial significativo de consolidação de forma consistente e sustentável, através de subsídios para a formulação de políticas públicas mais eficientes e inclusivas, capazes de impulsionar o crescimento desse setor e promover a equidade e diversidade cultural no Brasil.

As iniciativas de destaque, como agências de viagens especializadas, plataformas de turismo cultural e experiencial, e a crescente inclusão de destinos afrocentrados nos roteiros turísticos, demonstram um interesse crescente por parte dos viajantes e do setor turístico como um todo.

Os impactos positivos do afroturismo, como o desenvolvimento econômico e a preservação cultural, estão alinhados com as expectativas de desenvolvimento sustentável discutidas no referencial teórico, que enfatizam a importância de promover o crescimento econômico de forma equitativa e preservar o patrimônio cultural das comunidades locais.

Por outro lado, os impactos negativos, como a descaracterização cultural e a gentrificação, destacam a necessidade de implementar políticas e estratégias de gestão do turismo que protejam os interesses das comunidades locais e garantam a sustentabilidade social e cultural do afroturismo. Além disso, os impactos ambientais também requerem uma abordagem de turismo responsável, que minimize o impacto negativo no meio ambiente e promova a conservação dos recursos naturais.

É fundamental, portanto, investir em iniciativas que promovam a inclusão e a valorização da cultura afro-brasileira no setor do turismo. Isso inclui o apoio a projetos de capacitação e empreendedorismo nas comunidades afrodescendentes, o estabelecimento de

parcerias entre o governo, o setor privado e as organizações da sociedade civil, e a promoção de uma narrativa turística mais diversificada e inclusiva.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BLOGS DE VIAGEM (ABBV). Afroturismo cresce e se consolida como nova vertente do mercado de viagens. 2022. Disponível em: <https://abbv.net.br/2022/05/afroturismo-cresce-e-se-consolida-como-nova-vertente-do-mercado-de-viagens/>. Acesso em: 07/07/2024.

ALBUQUERQUE, Wlamyra; FRAGA FILHO, Walter. Uma história do negro no Brasil. Salvador: Centro de Estudos Afro-orientais; Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2006.

ANJOS, R. S. A. Geografia, Cartografia e o Brasil africano: Algumas representações. Revista do Departamento de Geografia, (spe.), p. 332-350, 2014.

CAF - Banco de Desenvolvimento da América Latina. "Pelo incremento do afroturismo no Brasil, CAF e Embratur assinam acordo de cooperação". Disponível em: <https://www.caf.com/pt/presente/noticias/2024/01/pelo-incremento-do-afroturismo-no-brasil-caf-e-embratur-assinam-acordo-de-cooperacao/>. Acesso em: 03/03/2024.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO. Afroturismo e suas possibilidades em São Paulo são pauta da Comissão de Turismo". Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.leg.br/blog/afroturismo-e-suas-possibilidades-em-sao-paulo-sao-pauta-da-comissao-de-turismo/>. Acesso em: 22/03/2024.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Lei nº 3292/2023. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=2294200&filename=Tramitacao-PL%203292/2023. Acesso em: 05/07/2024.

CARDOZO, Poliana Fabíula. Possibilidades e limitações do turismo étnico - Aula 2, Turismo Étnico: discutindo conceitos: a presença árabe em Foz do Iguaçu. Programa de Pós-graduação em Turismo. Universidade de Caxias do Sul, 2004.

CARVALHO, J. J. A experiência histórica dos quilombos nas Américas e no Brasil. Ceao/EDUFBA, 1988.

CARVALHO, J. M. Cidadania no Brasil: o Longo Caminho. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2008.

DAMASCENO, F. A. A ocupação das terras dos Palmares de Pernambuco (séculos XVII e XVIII). Tese (Doutorado em História Social). Instituto de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2015

FARIAS, João Paulo Bloch; PIMENTEL, Juliana Maria Vaz; SANTOS, Letícia Cassiano. Turismo étnico-afro: uma possível alternativa para empreendedorismo e empoderamento negro no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 21, n. 2, 2021.

FERNANDES, Larissa Regis et al. AFROTURISMO COMO PRODUTO TURÍSTICO: Um estudo sobre as agências de viagens de Balneário Camboriú. **Anais da Feira de Iniciação Científica e Extensão (FICE) Campus Camboriú**, 2022.

FREELON, Kiratiana. Brazil's Black travel movement embraces heritage and promotes Black entrepreneurship, 2023. Disponível em: <https://thegrio.com/2023/05/27/brazils-black-travel-movement-embraces-heritage-and-promotes-black-entrepreneurship/> Acesso em: 24/03/2024

Governo Federal (BR). Linha do Tempo - PL de Cotas no Serviço Público. Disponível em: <https://www.gov.br/igualdaderacial/pt-br/assuntos/pl-de-cotas-no-servico-publico-1/linha-do-tempo>. Acesso em: 26/02/2024.

HENDERSON, Vernon. The urbanization process and economic growth: The so-what question. **Journal of Economic growth**, v. 8, p. 47-71, 2003.

JACCOUD, L. Racismo e República: o debate sobre o branqueamento e a discriminação racial no Brasil. In: THEODORO, M. (Org.). As políticas públicas e as desigualdades raciais no Brasil 120 anos após a abolição Brasília: IPEA, 2008. p.49-68.

Ministério da Educação (BR). Ações Afirmativas para o Combate ao Racismo nas Américas, 2007. Disponível em: https://etnicoracial.mec.gov.br/images/pdf/publicacoes/acoes_afirm_combate_racismo_america.pdf. Acesso em: 26/02/2024.

Ministério do Turismo. Marcos Conceituais. Disponível em: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf. Acesso em: 26/02/2024.

MOESCH, Marutschka; BENI, Mário Carlos. Do discurso sobre a ciência do turismo para a ciência do turismo. Recuperado jan, v. 2, p. 2020, 2012.

OLIVEIRA, Natália Araújo de. Afroempreendedorismo no turismo, desigualdade racial e fortalecimento da identidade negra: Afro-entrepreneurship in tourism, racial inequality and strengthening of black identity. Revista de Turismo Contemporâneo, v. 9, n. 1, p. 42-63, 2021.

OLIVEIRA, Natália Araújo de. Afroempreendedorismo e responsabilidade social/corporativa: turismo e cultura afrodiaspórica no Brasil. RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo, v. 12, n. 02, p. 4-23, 2022.

QUEIROZ, Mércia Maria Aquino de. Turismo de Raízes na Bahia: Um estudo sobre a dinâmica do Turismo Étnico (Afro) na Bahia: os casos do Pelourinho / Salvador e da Festa da Boa Morte / Cachoeira. Salvador: Universidade Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, 2008.

QUIJANO, Aníbal. Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina¹. A Colonialidade do Saber: etnocentrismo e ciências sociais–Perspectivas Latinoamericanas. Buenos Aires: Clacso, p. 107-126, 2005.

RODRIGUES, Denise dos Santos. Cidade em preto e branco: turismo, memória e as narrativas reivindicadas da São Paulo Negra. 2021. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100140/tde-23042021-120824>

SILVA, Vanderléia Ricardo da. A inserção do Festival Feira Preta no calendário de turismo de eventos na cidade de São Paulo: o capital intelectual como força propulsora na "difusão" do movimento da população negra afroempreendedora. 2021. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100140/tde-15082021-215712/>. Acesso em: 15 jul. 2024

SOUZA, Julia Pontes de. O afroturismo no mercado brasileiro. São Paulo: Monografia de Conclusão de Curso. ECA USP, 2022.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi; PANOSSO NETTO, Alexandre. Turismo étnico afro no Brasil. VIII Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Balneário Camboriú. <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/8/10.pdf>, 2011.

APÊNDICE

BLOCO 1 - EMPREENDEDORES	
Qual é a sua formação e como isso influencia seu trabalho no afroturismo?	
Afroturismo Hub	Eu sou da Hotelaria de formação, e tenho outras complementares, como diversidade e inclusão, gestão de viagens, design thinking, big data, que me ajudaram dentro de um contexto a aplicar Tudo isso para o meu negócio, e também para aquilo que a gente está fazendo, para o movimento do afroturismo, nessas técnicas todas que eu adquiri, ajudam a pensar melhor essas estratégias, tanto para o negócio, que é focado no afroturismo, que é o principal, e também para os movimentos que a gente está fazendo coletivo.
Sou Mais Carioca	A minha formação é a administração, tenho uma pós-graduação em gestão empresarial e sou formada pelo Senac, no curso técnico de guia de turismo. Eu não tenho formação de turismo ou de gestora de turismo, mas eu sou formada no curso técnico de guia de turismo pelo Senac. A segunda parte (influência no trabalho em afroturismo), tendo uma formação em administração e uma pós em gestão empresarial, me deu uma vantagem um pouco maior, e por ter essa formação básica em administração de gestão empresarial e em gestão de marketing também, me ajudou um pouquinho.
Guia Negro	Eu sou jornalista, então eu acho que eu vejo o afroturismo como um setor que já existia, mas que está em crescimento. Então como jornalista eu vejo como que o conteúdo é essencial para produzir vontade, desejo das pessoas em estarem praticando o afroturismo. Eu acho que hoje a gente tem essa criação de cenário, não é? Ah, eu posso viajar para Palmares, eu posso ir para Salvador, eu posso conhecer Paris do ponto de vista preto. A gente está construindo isso e a gente tem feito isso por mim também, então acho que é a minha visão como jornalista ela ajuda nesse sentido, de ver é com a que precisa ser comunicado ainda as pessoas, né? As pessoas ainda é formar as pessoas para praticarem o turismo.
Bráfika Viagens	Sou Turismóloga formada pela Universidade Bandeirantes de São Paulo em 2011. Minha vasta experiência no mercado tradicional do turismo influencia em estar mais engajada a mostrar que contar a história preta do Brasil é fundamental para que o mercado abra os olhos para esse movimento e que seja mais inclusivo, plural e diverso.
Como você começou no afroturismo (O que o motivou?)	
Afroturismo Hub	Meu pai é hoteleiro, eu resolvi seguir na carreira de hotelaria. Porque eu comecei trabalhando mesmo, né, dentro do da parte, tendo básica assim, da hotelaria e depois de um tempo, eu já atuava no setor e resolvi seguir a formação e continuar a carreira. Então, quando eu me vi, já tinha já mais de 20 anos trabalhando dentro da hotelaria. Demanda você, e quando eu parei para pensar, eu falei, nossa, já trabalhou por todo esse tempo?
Sou Mais Carioca	Enquanto eu estava fazendo o curso de guia de turismo, a gente fez uma visita técnica exatamente naquela região da pequena África, no Rio de Janeiro e durante a visita técnica, eu sendo uma mulher preta, mas uma mulher preta que não tem a pele

	<p>escura, e na minha família, todo mundo ser assim também. A gente nunca parou para conversar de determinados assuntos, como racismo, racismo estrutural. Nada disso se passava em uma mesa de jantar ou numa conversa informal dentro da minha família. Então eu cresci, trabalhei multinacionais, eu nunca consegui observar as formas de racismo velado que aconteciam comigo ao longo do tempo, sempre foi um véu aqui, né? Que se colocava na minha frente. E quando eu fiz aquele tour a ficha caiu porque eu consegui entender o que eu era o lugar que eu estava ocupando e ali eu entendi que existia uma história e uma narrativa muito poderosa que não estava sendo contada por pessoas que precisavam contar essa narrativa. A narrativa que era contada da cidade era uma narrativa euro, centrada, era uma narrativa de colonização, era uma narrativa de endeusamento de Portugal. Em uma visita, eu aprendi tantas histórias e conheci tantos nomes que foram tão importantes para a sociedade. Não só no Rio de Janeiro, mas no Brasil, como tinha João Cândido, André Rebouças, sabe, que são pessoas pretas, mas que nunca tinham passado pela minha história em algum momento, muito menos dentro da sala de aula, e aí quando eu entendi aquilo ali e o poder que aquilo tinha de impactar outras pessoas da mesma forma que eu estava sendo. Naquele momento eu decidi que eu não ia ser uma guia de turismo que ia trabalhar com o circuito tradicional da cidade, né? Com Cristo Redentor, nem com Pão de Açúcar. O que eu queria fazer mesmo era levar as pessoas para aquele local, né? Na Pedra do Sal, Cais do Valongo, do Jardim suspenso, Morro da Conceição, Praça Mauá, e poder falar daquelas pessoas, daquelas histórias de um tempo que não foi bom. É, mas de como, né? Houve resistência ali, e quais foram esses impactos positivos e negativos, como o samba, por exemplo? E aí foi o que me deu ali o gancho de querer contar isso para outras pessoas e que as outras pessoas ficassem sem impactadas também, e foi assim que eu comecei a trabalhar com isso.</p>
Guia Negro	<p>Eu fiz um mochilão em 2016 e nesse mochilão eu percebi que tinha poucas pessoas negras viajando, tinha muita gente que estava fazendo viagens como a minha, que era uma viagem longa, mas tinha poucas pessoas negras. Então eu resolvi fazer um conteúdo para que mais pessoas negras pudessem viajar e construir também esses roteiros para que elas possam chegar nos lugares e realizarem.</p>
Bráfika Viagens	<p>Em 2021 através de uma postagem no Instagram, descobri a Brafrika Viagens, agência pioneira no segmento do afroturismo com uma abordagem leve e criativa que me chamou a atenção ao brilhar meus olhos trazendo um conteúdo sobre turismo com narrativas de histórias negras. Comecei a acompanhar o trabalho da Brafrika e depois fui convidada a fazer parte do time.</p>
Quais as principais funções você desempenha no afroturismo?	
Afroturismo Hub	<p>Na Afroturismo Hub, eu sou fundador, CEO e executo praticamente todas as estratégias que a gente tem dentro da empresa que é focada muito em interações, soluções de letramento racial e uma série de coisas para o mercado como um todo. Ela também ajuda os empreendedores no desenvolvimento dos seus negócios para estarem conectados com as oportunidades que são gerados. Então ele tem esses 2 eixos principais de atuação, né, que são serviços profissionais contratados com consultorias, palestras, ações, enfim, principalmente nessa inclusão, nessa diversidade racial.</p>
Sou Mais Carioca	<p>Bom, então eu tenho uma agência que é a Sou Mais Carioca, uma agência de turismo receptiva e por ser uma agência online a gente não tem um local físico, né? Então, todo o atendimento é feito pela internet. Tanto nas mídias sociais, quanto no</p>

	<p>WhatsApp, quanto no nosso próprio site. Então eu fico muito com a parte de atendimento, de envio de orçamento, e a minha sócia fica agora mais com a parte financeira e captação de cliente. A gente tem uma pessoa específica responsável atualmente, que começou a desenvolver ali a parte de mídia social, produção de conteúdo, para divulgar o espaço. Mas até pouco tempo, até 2 semanas atrás, quem fazia essa função também era eu.</p> <p>Mas eu não tenho só a agência, eu tenho um canal no YouTube, o Airbnb Experience, então eu gerencio essa experiência também, mesmo de longe. Eu tenho o mesmo pessoal que trabalha comigo na agência, é a galera também é o que eu chamo de hub, no Airbnb experience, então, assim, mesmo estando longe, morando em outro país atualmente a experiência não para. A experiência continua ativa, mas não sou eu que estou fazendo, são os meus coworking.</p> <p>Além disso, eu dou mentoria para as pessoas que estão entrando agora no mercado de turismo, tanto de guia quanto de agente de viagem. Então, eu já dei aula no Senac, e muitas coisas que eu faço, todas se voltam para o mercado de turismo mesmo.</p>
Guia Negro	Eu acho que hoje tem ainda a execução dos passeios, como prioridade. Mas eu acho que hoje tem muito um lobby com o governo, com agências de viagens, para que esse seja um setor que tenha prioridade. E também construir essa política institucional do afroturismo.
Bráfika Viagens	Atualmente atuo como Gestão, Consultoria e Produção de conteúdo.
Você acha necessário alguma formação específica para o afroturismo?	
Afroturismo Hub	Eu acho que sim, porque é fundamental que as pessoas que vão atuar no afroturismo, elas tenham prioritariamente, uma formação ligada a qualquer setor do turismo, né? Porque por mais que a gente incentive que pessoas negras, profissionais negras, estejam à frente de negócios ligados ao afroturismo e não é de uma área correlata ao turismo ou totalmente ou do turismo, gastronomia, eventos, hotelaria, aviação, locação de carros e etc, né? É mais difícil a gente conseguir fazer com que essa pessoa se envolva bem dentro do turismo, né? E consequentemente, também dentro do afroturismo. Então, preferencialmente, a gente vai sempre priorizar pessoas que são formadas em qualquer setor ali do turismo.
Sou Mais Carioca	<p>Eu acho que não necessariamente uma formação. Vamos colocar assim, se você é turismólogo, você pode trabalhar com afroturismo? Claro que pode, mas eu não acho que é a formação de forma tradicional que vai te capacitar para trabalhar com afroturismo. É muito mais um letramento racial, um entendimento de diferença de classe, de como esses 400 anos de escravidão impactaram na formação de sociedade da forma que a gente conhece hoje, é muito mais sobre isso.</p> <p>Porque eu, pelo menos, acho muito difícil alguém que tenha qualquer tipo de pensamento contrário a isso, consiga trabalhar com afroturismo. Não tem como, não bate a narrativa. E se essa pessoa se forçar a trabalhar com isso, sem ter todo esse entendimento, sem ter esse letramento racial, pode? Ela pode até conseguir trabalhar 1,2,3 vezes, mas não vai conseguir trabalhar mais. Porque hoje em dia a gente, principalmente no turismo, principalmente quem é guia, a gente tem as avaliações, né?</p>
Guia Negro	Com certeza. Estamos tentando construir isso também grande pensando em cursos específicos ou alguma capacitação para estar na área, isso é uma posição que a gente

	tem. Também, então a gente percebe que hoje, quem atua no afroturismo são profissionais do setor é gente que trabalha, gente da hotelaria também, então tem essa diversidade.
Bráfika Viagens	Turismólogos, historiadores e pessoas que tenham vivências em turismo comunitário são sempre bem-vindas, não sendo exigida uma formação prévia.
Bloco 2 - Empresa	
Sua empresa oferece roteiros/ serviços de afroturismo em quais locais?	
Afroturismo Hub	Como eu já vinha da área, nesse caso eu tive um pouco de vantagem, porque como eu era de dentro do setor do turismo, né, como eu era de uma parte ligada a negócios, A área que eu mais atuei foi vendas, na hotelaria, que foram 12 anos, negociações nacionais, internacionais, por grandes empresas, grandes redes hoteleiras, grandes hotéis. Então, essa visibilidade eu já tinha. O meu negócio é focado no afroturismo como um todo, na inclusão, né? E na diversidade racial de pessoas negras no turismo. Eu simplesmente consegui já ter esses acessos, as empresas, as pessoas que eram interessadas. Então isso, mas prioritariamente as minhas soluções são para as empresas do turismo que desejam trabalhar com a pauta da inclusão racial, né? E aí estímulo elas a terem as mais diversas ações focadas no tema. E tenho me conectado muito com empreendedores que hoje empreendedores negros não é que atuam dentro do plano turismo. Para desenvolvimento de negócios, ações para entender como o negócio dele pode saber qual o máximo possível para atender esse turista negro que hoje vai ser o principal foco.
Sou Mais Carioca	Apenas no Rio de Janeiro e está bem assim. A gente está feliz em abraçar só o Rio de Janeiro, mas abraçar o diferente do Rio de Janeiro. Mostrar o Rio de Janeiro, literalmente, além do Cristo e do Pão de Açúcar também.
Guia Negro	Hoje o Guia negro, ele tem uma atuação nacional. O ano passado fizemos tours em 30 cidades brasileiras, 21 estados, então a tentativa nesse ano é de chegar nos 27 estados da federação. E hoje a gente está muito focado no Brasil, então a gente está olhando muito para o mercado nacional. Mas a gente não descarta promover outras possibilidades de turismo também.
Bráfika Viagens	A Brafrika atua nos estados de Salvador, Maceió, São Luis do Maranhão, Rio de Janeiro e São Paulo. E fora no Brasil, na Europa (Paris) e continente africano (África do Sul) e também no produto Teste de DNA em parceria com o laboratório da Genera.
Sua empresa tem CADASTUR?	
Afroturismo Hub	Não se aplica.
Sou Mais Carioca	Sim.
Guia Negro	Sim.

Bráfika Viagens	Sim.
Você tem algum parceiro estratégico ou sócio? Tem alguma outra empresa que trabalhe com afroturismo que você indica?	
Afroturismo Hub	Não, as minhas parcerias estratégicas vão tratar sempre conectados ao projeto no qual eu vou estar tocando. Então como eu sou um hub de soluções, isso depende de qual contrato que eu fecho, de qual negociação que eu vou fechar, enfim, eu vou estar tendo essa parceria como a pessoa que vai estar ali junto comigo no projeto, na ação ou no desenvolvimento específico que a gente vai estar tocando.
Sou Mais Carioca	Sócia Renata e parceiros estratégicos pontuais.
Guia Negro	A gente faz parcerias pontuais. Não temos empresas ou uma sociedade, mas a gente faz parcerias pontuais para projetos em realização e buscamos sim investidores, mas hoje a gente não tem essa parceria.
Bráfika Viagens	Temos diversos parceiros que colaboram para o fomento do afroturismo: GUIA NEGRO (São Paulo), AFRO TRIP, (Salvador) ROTA DA LIBERDADE (Santana De Parnaíba - SP), SOU + CARIOCA (Rio De Janeiro, AFRO TOURS (Salvador), CURIOCITY (África Do Sul)
Desde quando sua empresa atua no mercado de afroturismo e quais são seus diferenciais?	
Afroturismo Hub	Vai fazer um ano e meio assim, efetivamente que eu estou no mercado. Comecei em janeiro do ano passado e eu estou há um ano e meio com ela. O CNPJ, porque a empresa já existia há mais de 3 anos, mas de atuação mesmo no mercado há 1 ano e meio.
Sou Mais Carioca	Então a gente começou como um projeto em 2015, né? Um projeto da turma. Mas em 2018, então, se passaram 3 anos, para a gente se colocar como uma microempresa. Então, desde 2018, a gente é uma microempresa como CNPJ e cadastur. Antes a gente era basicamente um projeto. A gente tinha um cadastur que estava atrelado a um MEI da minha sócia, da Renata, porque eu já tinha um MEI de uma empresa. Mas aí depois a gente encara, não tem como. Aí eu e a Renata, a gente entra como sócia da empresa de fato e segue a empresa assim até hoje. Os diferenciais eu acho que é de fato sair do circuito tradicional do Rio de Janeiro, mostrar para as pessoas que existe vida além do Cristo. Acho que um outro diferencial que ajudou muito a gente também no crescimento foi entender que o morador da cidade, ele também é um turista em potencial.
Guia Negro	A gente começou em 2017 produzindo texto e em 2018 realizando os tours. Então em 2018 foi quando a gente se profissionalizou, tirou cadastur e fez o CNPJ. Foi o ano que a gente fez essa profissionalização do guia negro. Primeiro que a gente tem uma atuação nacional que é uma diferenciação em relação aos outros. Segundo que a gente tem esse braço de produzir conteúdo e tem realizado isso de forma consistente desde 2017. Então hoje a gente tem podcast, a gente tem livro, a gente tem programa no YouTube, então a gente foi além do site, né? e foi trazendo esse conteúdo pro campo do imaginário das pessoas, né?

Bráfika Viagens	<p>A Brafrika está no mercado desde 2019, são apenas 05 anos de mercado, mas já com bastante expressividade. Fomos eleitas pela Editora PANROTAS maior veículo de comunicação do mercado turístico por 02 anos consecutivos como uma das empresas mais PODEROSAS DO TURISMO por inovação e criatividade, estivemos presentes na WTM a maior feira de turismo da América Latina no painel sobre Afroturismo, onde eu Cristiane dos Santos fui mediadora junto com outros atores importantes do setor. E trazemos com exclusividade o PAINEL DNAfro desenvolvido em parceria com a Genera Laboratório trazendo um painel pensado para medir a saúde da população negra no Brasil através do teste de DNA de ancestralidade.</p>
Quais os principais desafios enfrentados no mercado?	
Afroturismo Hub	<p>Primeiro que o afroturismo como negócio, como se como segmento do turismo que vai gerar negócios, é muito novo, não é? É um mercado novo. Muitas vezes, quando a gente vai falar de afroturismo, está em alguns lugares. A gente primeiro tem que apresentar o que é, apresentar o conceito, falar do mercado, falar de como uma questão mercadológica para depois chegar na contratação. Então é muito novo. Só que como também tem demandas muito urgentes que são pessoas pretas querendo praticar turismo, né? Pessoas negras querendo praticar e os outros aliados também querendo praticar essa modalidade de turismo. A gente muitas vezes tem que ir aproveitando as oportunidades, não desejando muito a perfeição, né? A gente tem que ir fazendo acontecer então, acho que a dificuldade que a gente tem hoje é de conseguir tornar o nosso mercado mais consolidado. Não é como afroturismo mesmo em termos de negócios. E consegui atender essa demanda que cada vez mais cresce. Não é dessas pessoas negras que querem praticar o turismo. E como apresentando essa opção de turismo para elas, então, é meio que uma demanda crescente versus uma estruturação de mercado que se torna cada vez mais urgente.</p>
Sou Mais Carioca	<p>Olha, eu acho que atualmente o maior desafio é fazer a pessoa branca entender que não estamos falando dela? Estamos falando de um passado, né? Estamos falando de um fato que aconteceu por conta de uma influência portuguesa, espanhola, britânica, francesa, entende? E às vezes, principalmente no Airbnb, a gente vê muito mais isso. Como a gente não tem o controle, né? E a gente também não quer ter esse controle. Quem é que está reservando? A gente precisa ter muito cuidado.</p> <p>Chega até a ser meio desanimador, gente tem um grupo de 5 pessoas pretas e uma pessoa branca, e aí eu uma pessoa branca, ela pode se sentir ofendida, ela pode se sentir desrespeitadas, mesmo que no início do tour, todos os guias, mesmo eu, quando estou no Rio, a gente pelo menos alinha uma expectativa ali. Normalmente o que as pessoas pretas respondem é, ah, eu estou aqui porque eu quero entender um pouco mais, ou eu tenho estudado, eu tenho lido sobre diáspora africana, tenho ouvido um pouco mais sobre isso, quero entender um pouco mais isso fora do meu país. A pessoa branca, quando chega “ah, eu estou aqui porque eu quero aprender” E aí quando você está ali, né? O guia, principalmente quem trabalha com afroturismo, é um guia mais politizado, ele é um guia que vai se posicionar mais, e tudo bem. Aí é você vai ficar numa posição do tipo que guia ruim, entendeu? Não sabe nada. E essa única pessoa, branca, às vezes contamina um monte de gente que nem estava indo para esse caminho, sabe? E é muito complicado. Então assim, no Airbnb, principalmente com o público internacional, eu tenho visto um pouco mais desse. Essa única avaliação tem a ver com o sentimento dela e não necessariamente sobre o trabalho que foi realizado, porque o guia chegou na hora, o guia fez o tour da forma que tem que fazer, o guia passou por todos os lugares que a gente falou que</p>

	<p>passaria e terminou na hora. Ela vai avaliar isso? Não, ela vai avaliar o que é que ela sentiu.</p> <p>Entende que por um lado é ótimo trabalhar com as plataformas, porque a gente consegue ter essa visibilidade, mas a gente fica refém. E o maior problema disso também é que a gente precisa ter um maior cuidado quando tem essas pessoas brancas? A gente deixa de impactar da forma que a gente gostaria de ter impactado essas pessoas pretas, porque no fundo, no fundo, é para elas que a gente quer fazer esse passeio. É para é para a conexão delas, é para entendimento delas no fundo que a gente gostaria era isso. Mas como a gente não tem como a gente vem, recebe todo mundo de super braços abertos.</p> <p>Outra coisa é o guia de turismo branco, né? Sim, de ascendência portuguesa, espanhola, italiana e tal, que com muitas das vezes tem até a dupla cidadania. Ele quer entrar nesse mercado porque ele está vendo esse hype, porque ele está ficando para trás, porque ele é o guia que só trabalha com Cristo, com pão. Mas ele começa a ver, né? Esse pessoal, guias pretos sendo bem remunerados, trabalhando menos e sendo mais bem remunerados que ele, que trabalhando 8, 10 horas. Então tem algo errado que não está certo, eu vou entrar também. Aí a gente começa a ver essa migração, né? Desses guias brancos querendo se apropriar de uma narrativa que não é deles.</p>
Guia Negro	<p>Eu acho que o desafio é sempre financeiro, né? A gente ainda precisa de investidores. Eu acho que a gente teve uma evolução de 2018 para cá, que foi ter o termo afroturismo sendo mais falado, né? Antes era um termo que não existia, no imaginário do turismo a gente tinha o turismo ético, mas ele não era tão forte assim. E hoje a gente tem isso mais consolidado, a gente ainda percebe que as empresas do afroturismo ainda são pequenas. Elas têm ainda seus desafios, né? No dia a dia, de crescimento. Então eu acho que hoje, com a após a consolidação do afroturismo, a gente precisa realmente ter esse investimento do poder público, de investimento das grandes agências também no setor. Então acho que é tem esse desafio mesmo, né? Produzir dados eu acho que a gente ainda são muitos poucos dados então é esse é o desafio hoje que a gente enfrenta.</p>
Bráfika Viagens	<p>O mercado turístico tradicional ainda é muito fechado e elitista, percebemos claramente o quanto o tema diversidade e equidade ainda está caminhando a passos lentos. Nosso trabalho tem sido procurar parceiros que entendam a importância do afroturismo enquanto movimento e enquanto um novo setor no turismo. Pessoas negras movimentam cerca de R\$704,00 bilhões por ano no Brasil, onde essas pessoas estão no turismo? Como elas não se veem representadas em um país onde somos 55% da população segundo o IBGE? Está mais do que na hora do mercado enxergar esses dados e potencializar experiências de afroturismo no setor.</p>
BLOCO 3 - PRODUTOS	
Quais cidades você atua?	
Afroturismo Hub	<p>Eu não tenho essa limitação de espaço, eu conseguiria chegar a todos os lugares que eu quisesse quando eu estava pelo mundo, né? Eu acho que, assim, a gente consegue muito, principalmente com a diáspora, né? Africana, a gente consegue ver conexão com vários outros lugares, mas o meu foco principal de atuação é Brasil. Primeiro, porque é o país onde a gente tem a maior parte da população (preta fora da África). Segundo, que o turismo aqui no Brasil ainda é muito restrito, né? Tem um potencial enorme como um todo, mas ainda é muito pouco estruturado para que esse potencial</p>

	<p>seja equivalente. Sim, e terceiro porque é, eu acho que se a gente consegue. Mostrar para as pessoas negras que hoje não praticam turismo de lazer com potencial que elas têm para praticar, que o afroturismo existe internamente. Eu acho que a gente vai conseguir movimentar aí um mercado com potencial enorme, que hoje ele não existe, praticamente. Então, traduzindo, se eu consigo falar para essa pessoa negra que é mais importante ela conhecer, é Salvador ou Palmares. Porque ela desejava fazer uma viagem Internacional antes. Isso eu acho que a gente consegue consolidar mais o segmento e fortalecer mais aqui, internamente.</p>
Sou Mais Carioca	Rio de Janeiro
Guia Negro	<p>São Paulo e Salvador com certeza são hoje nossos principais mercados. É, a gente tem uma parceria no Rio também com a sua mais carioca, e o Rio, hoje é o lugar que mais tem tour de afroturismo, mais que Salvador, porque tem várias agências atuando. A gente tem o Cais do Valongo ali, que virou um ponto de visitação com esse foco no afroturismo. Eu acho que Brasília BH E, São Luís e Olinda entram também nesse ranking das que são mais procuradas e do nosso mercado ser mais forte, né? E assim eu digo isso muito por conta também da estrutura das empresas nesses lugares. Então, são lugares onde as empresas estão mais estruturadas, onde a gente tem uma maior procura dos turistas. Então acaba sendo também os lugares onde a gente fica mais forte.</p>
Bráfika Viagens	A Brafrika atua nos estados de Salvador, Maceió, São Luís do Maranhão, Rio de Janeiro e São Paulo. E fora no Brasil na Europa (Paris) e continente africano (África do Sul)
Quais são os principais roteiros/trabalhos oferecidos pela sua empresa?	
Afroturismo Hub	<p>Hoje o meu carro chefe principal são as palestras de conscientização de introdução, enfim, dentro das empresas do setor, porque o tema do racismo, e da necessidade de ações de inclusão dentro do turismo ainda é muito novo, e o setor ainda é muito resistente. Então é prioritariamente as pessoas, as empresas nem procuram para essas palestras. Esse perfil de ação, entender o que retrata o afroturismo e como ele combate ao racismo no turismo. E aí vai demandando para várias outras ações, como letramento das lideranças, como ações de inclusão, é de mais profissionais negros no turismo, nas empresas, é de um desenvolvimento de produtos mesmo, de serviços focados nesse público. Então, a partir do momento que faz a primeira ação, a conscientização de introdução do tema começa a ir para a dor.</p>
Sou Mais Carioca	<p>Ah, o mais famoso de fato é a Pequena África. Foi o primeiro roteiro que a gente fez. Dali para frente o Pequena África, se tornou nosso xodó assim, sabe? E tem trazido muitas alegrias para a gente. Esse é um dos roteiros que mais saem, tanto no roteiro regular, que são os que você vê com data pré-agendada no site, quanto os de formato privativo também, tanto nacional quanto Internacional.</p>
Guia Negro	<p>As caminhadas pelo centro da cidade, então, aqui em São Paulo a gente tem a Caminhada São Paulo Negra, que é o nosso principal roteiro, é o nosso primeiro roteiro e ainda é o que mais sai, ainda é o mais procurado. E ele também tem uma curiosidade, que além de ser um roteiro turístico, ele virou um roteiro que é usado pelas empresas e pelas escolas para falar sobre antirracismo. Então, a gente tem hoje uma característica de ter um roteiro que nasceu pensando no turismo, mas que ele é também usado para formação de profissionais e de alunos nessa visão antirracista.</p>

	Em Salvador, é a caminhada Salvador Negra, que é do Pelourinho, a gente tem também um centro histórico ali que tem muitos turistas, então as pessoas acabam procurando a gente para conhecer mais essa história do ponto de vista do negro e isso para a gente é bastante positivo. E a gente tem então ali também um centro histórico que é bastante limitado e que também vem se tornando lembrado quando a gente pensa na história negra, e em Olinda também, né o centro histórico, a gente olha pra ele e do destaque para ela nos nossos roteiros.
Bráfika Viagens	Nosso carro chefe no Brasil é a Expedição ao Quilombo dos Palmares em Maceió e fora do Brasil temos o Intercâmbio de Inglês e roteiros de viagem em grupo para África do Sul. E o Teste de DNA para descobrir mais sobre nossa ancestralidade.
Como seu roteiro/trabalho se diferencia dos outros do mercado?	
Afroturismo Hub	Acho que a minha principal diferenciação é que assim eu sou de dentro do turismo, então por mais que uma consultoria de fora, ela venha trabalhar com uma empresa do turismo. As pessoas vão ter que compreender o que é turismo primeiro, qualquer uma das vertentes, para depois conseguir aplicar uma consultoria com uma eficiência maior. Então eu acho que vai dar um. Vai ser um retrabalho e muitas vezes a visão que ela vai ter para aplicar essa técnica porque é melhor que ela seja, né? Quando a gente está falando dessa inclusão racial, ela não vai tocar em pontos tão profundos quanto eu toco por ser um profissional do setor, por já saber a vivência, por ter ali, a para entender que como eu posso aplicar aquele letramento, aquela palestra, aquela ação de uma maneira mais eficiente.
Sou Mais Carioca	Entendendo que o morador da cidade, ele também é um turista em potencial. Quando a gente entendeu isso, que esse morador, também atuava como um consumidor turístico, porque ele consumia esses atrativos turísticos, essa infraestrutura turística, os museus, os parques, os centros culturais, e, muitas das vezes ele não ia nesses lugares. 1 porque não sabia chegar, 2 porque não queria ir sozinho, e 3 porque ninguém nunca tinha falado que aquele lugar existia, sim. Então quando a sou mais entra com esse diferencial de cara, eu vou olhar, não estou olhando para o turista, inicialmente, realmente a gente não olhava, estou olhando para quem mora aqui. A gente coloca esses lugares que são direcionados só para o turista, mas a gente traz o morador para se ocupar desses lugares que pertence a ele. Foi passando o tempo e esses turistas nacionais e turistas internacionais começam a chegar também. A gente foi um tempo também da gente botar no nosso site a bandeirinha do inglês e traduzir o site para o inglês. Então, outras pessoas começam a entender também o que é que a gente faz.
Guia Negro	Eu acho que tem uma coisa que a gente busca para além de contar a história do passado, falar do presente. Então, todo o roteiro do guia negro vai falar do período da escravidão, vai falar do período de dor, mas ele vai contar sobre como está a população negra hoje. A gente vai mostrar como é a cultura negra daquele lugar, como estão os movimentos negros organizados. Então, acho que é um roteiro muito mais leve, muito mais saboroso, a pessoa que está fazendo turismo, ela não quer sofrer. E os nossos guias sempre estão muito antenados na cultura desses lugares e querem é vivenciar um pouco daquilo com o turista, então a gente olha para as pessoas, mas pela conexão e menos como cliente.
Bráfika Viagens	Com nossa especialização em afroturismo, trazemos uma narrativa de empoderamento aos empreendedores negros e potencialização das histórias negras

	que não são contadas no turismo tradicional. Costumamos dizer que "Quem faz afroturismo não volta a mesma pessoa pra casa" e nossos clientes nos contam relatos emocionantes das experiências e vivências que tiveram ao viajarem sobre essa ótica.
Existe dificuldade para conseguir guias/destinos especializados? Você exige que sejam pretos?	
Afroturismo Hub	Eu acho que a dificuldade não existe, eu acho que a gente consegue ter uma dificuldade de divulgação que hoje não tem. Principalmente em lugares que falam sobre turismo, que divulgam turismo e a gente nem tem verba nem orçamento para também chegar nesses lugares. Então eu acho que não é falta de guias, né? Assim, tem um guia negro que consegue hoje atender acho que mais de 25 cidades no país, né? Com potencial para ir para mais regiões. Então, a gente só precisa mesmo ter essa estrutura de conseguir divulgar mais, estar mais presente onde tem esse consumidor para a gente conseguir. É ter esse potencial maior sendo atingido, né?
Sou Mais Carioca	No Rio de Janeiro. Não vou dizer que é difícil, mas é restrito. Por exemplo, se você não está dentro do afroturismo, você não vai saber. Mas se você tá, você sabe quem são os guias, quem é que trabalha com o que. A gente que trabalha com afroturismo tem uma rede informal de contatos, então eu sei quem é que trabalha com afroturismo em São Paulo, em Brasília, Mato Grosso, Natal, mas um leigo, talvez não vá saber, até porque a maioria dessas pessoas está posicionada na internet, mas de repente só tem uma mídia social, não tem um site. Então não é de eu não diria que é difícil, eu diria que é mais restrito. Para fazer o pequeno África? Sim, é necessário se negro. Qualquer roteiro que a gente tem aqui é o roteiro afro-centrado que a gente não tem. Só o pequeno África a gente tem que falar sobre a história da abolição, que inclusive é um tour que a gente fez uma parceria com o Tiago André, que tem um podcast chamado história preta, é foi muito legal ter esse tour. A gente tem um tour que fala só sobre o João Cândido, a gente tem um tour que fala só das mulheres, do samba. A gente tem um tour em Madureira. Então todos esses roteiros, que são roteiros que a gente entende que são afrocentrados.
Guia Negro	Com certeza. Eles não existem, na verdade, mas a gente tem feito essa formação que a gente foi construindo essas parcerias em diferentes cidades. Tem sido muito gratificante perceber que esses atores têm trabalhado com a gente, eles são pessoas empoderadas que tem criado sua voz e tem feito atuações que são muito importantes para esse crescimento do afroturismo. Os Guias são sempre negros, a gente não trabalha com guias brancos. Então a gente não tem nenhum roteiro que a gente trabalhe com pessoas brancas à frente, a gente sempre vai privilegiar as pessoas negras. É a nossa condição nº1 para trabalhar com a gente.
Bráfika Viagens	Sim existe essa dificuldade pois o afroturismo ainda é de certa forma uma novidade no mercado. Antes chamado de turismo étnico englobava diversas narrativas o que não dava destaque e protagonismo para histórias pretas, então é necessária uma especialização nesse sentido. Não exigimos guias pretos, mas nossa prioridade será sempre o empreendedor negro local seja um restaurante, uma loja de artesanato, um guia (muitos moradores sabem a narrativa e personagens importantes das cidades, mas não tem o treinamento qualificado e exigido para serem guias) acreditamos que o trabalho do afroturismo também vem para capacitar essas pessoas.

Quem é o público-alvo dos seus roteiros/trabalho e quais ações você faz para captar clientes?	
Afroturismo Hub	Empresas do turismo com interesse em diversidade e inclusão, captação por meio de divulgação e carteira de contatos próprios.
Sou Mais Carioca	Então, inicialmente o público-alvo era um morador da cidade. Atualmente, a gente ainda continua tendo esse morador como público-alvo. Mas a gente já entende que pelo não só no crescimento das nossas mídias sociais e do alcance do nosso site, a gente consegue impactar as pessoas de outros estados e de outros países, então, atualmente, se eu fosse falar em percentual, eu diria que 60% é o morador do Rio, 20% do turista nacional e 20% Internacional.
Guia Negro	O nosso público-alvo é todo mundo que se interessa por conhecer mais as histórias da cidade, sejam pessoas Brancas e negras, sejam homens ou mulheres de diferentes cidades. O que a gente percebe é que hoje o nosso público é majoritariamente feminino, então cerca de 60% do nosso público é de mulheres e a gente tem também um público majoritariamente ainda negro então, cerca de 55% das pessoas que fazem são pessoas negras, é bem parecido com a população brasileira. E as pessoas brancas são sempre bem-vindas, mas são as pessoas negras que acabam desejando e procurando mais o tour nesses últimos anos.
Bráfika Viagens	Nosso público-alvo são pessoas pretas e também não pretas, pois entendemos que qualquer pessoa independentemente da cor da pele, gênero, raça ou religião que quer saber mais sobre a verdadeira história do país pode fazer afroturismo. Nosso maior público hoje são 95% de mulheres pretas que se identificam com nossa narrativa. A Bráfika é uma empresa fundada por uma mulher negra jovem e que experienciou diversas situações onde não se sentia representada enquanto mulher preta viajante. Dessa dor ela transformou em empoderamento e levou ao mercado uma empresa jovem, com uma comunicação leve, divertida mostrando que pessoas pretas podem viajar e podem ser #gentepretacurtindoavida também!
BLOCO 4 - IMPACTO	
Como sua empresa contribui para as comunidades locais?	
Afroturismo Hub	É fundamental, um ponto essencial, porque a partir do momento em que a afroturismo no hub, a brafika viagens, guia negro, eu sou mais carioca e muito mais. Quanto mais essas empresas elas conseguem é desenvolver bem os seus trabalhos, mais acontece a inclusão racial, social e financeira desses profissionais negros, desses empreendedores negros. Quando uma empresa me contrata para um trabalho, e eu preciso entregar 1,2,3,4 pessoas para desenvolver esse trabalho, eu estou gerando essa inclusão. Não é que seja um dos corpos principais do afroturismo, quando eu consigo ter um trabalho desenvolvido. Hoje mesmo eu fiz uma postagem de um restaurante que é de uma família negra em Salvador, ofertando uma degustação de vinho sul africanos. Então assim, quanto mais eu consigo fazer com que essa negociação tenha lotação máxima, que as pessoas marquem, que pessoas gostem, mais degustações como essas, mais eventos como esses que vão acontecer, então é muito nesse sentido. Quanto mais bem-sucedido são os nossos negócios, melhor. É para a comunidade como um todo, dos clientes, que a gente luta dessa experiência e para os profissionais que trabalham no setor.

Sou Mais Carioca	Eu acho que pelo fato da gente entender que esse morador, ele é um possível consumidor turístico de serviços e produtos turísticos, a gente acaba impactando, não tem como. A gente acaba movimentando a economia local de qualquer lugar fechado. Então, mesmo fazendo pequena África, cara, quantos restaurantes não tem ali no entorno e que as pessoas, depois que terminam o tour vai e almoça naqueles lugares, sabe? Ou vai visitar o museu que está ali próximo e por aí vai. Para qualquer roteiro nosso que a gente faça, seja na edição de Santa Teresa, seja na Urca, a gente está ali de fato, fazendo essa movimentação. Existe um impacto econômico nesse sentido, mas acredito que exista um impacto muito também um impacto social no sentido.
Guia Negro	A gente consegue uma mudança no que é considerado por regime nos lugares. Então a gente tem um grande impacto para a gente transformar os lugares. Por exemplo, o Grajaú é um lugar em São Paulo que é periférico e é visto como pobre, como violento, e a gente vai falar que esse é um lugar importante, esse lugar potente, então essa é uma primeira mudança. E uma segunda mudança que a gente recebe, é privilegiar empreendedores negros, no Pelourinho, a gente vai ficar com empreendedores negros e muitas deles falam que a caminhada é muito importante economicamente pra eles, porque as pessoas comprem, as pessoas geram uma renda ali pra eles que eles não teriam sem a caminhada, e também eu acho que o que a gente gera é a partir desse desses tours é que a gente vai provocando também as pessoas a continuarem essa visão crítica depois do tour, né?
Bráfika Viagens	Fortalecendo o afro empreendedor local. Em nosso roteiro a Maceió, nós priorizamos a viagem para acontecer na mesma época do festival Vamos Subir a Serra que é uma feira que acontece em Maceió onde tem música, dança e afro-empreendedorismo.
Que medidas sua empresa adota para garantir a sustentabilidade ambiental/social durante os roteiros de afroturismo?	
Afroturismo Hub	Eu acho que o primeiro ponto assim é a gente começa dentro do afroturismo a ter uma percepção de precificação dos nossos serviços, né? Então eu acho que é muito importante a gente ter noção de valores mesmo compatíveis com o mercado e compatíveis com que o mercado pede. Ou às vezes até um pouco maior, porque ele trata de um de um nicho específico e um movimento de envolvimento de intelectualidade, de material e pesquisa. Até a gente conseguir realmente ter uma sustentabilidade financeira mesmo e gerar essa inclusão financeira, que é super importante. No caso do social, a gente começa a possibilitar uma modalidade de turismo que elimina um preconceito, né? O que elimina a maneira como hoje a gente ainda pratica turismo e aquele receio de sofrer alguma situação de racismo, algum problema de preconceito, que acontece pela estrutura que temos no mundo hoje. Então, quando eu falo que eu tenho um hotel. Eu trabalhei lá com atendimento que eu fiz o letramento e que os líderes que o atendimento tudo está conscientizado de como é não ser racista no atendimento, não ter atitudes racistas. E no seu entorno, como um todo, eu gero para essa pessoa essa inclusão, que é de viajar sem esse temor. E ambientalmente a gente começa a gerar uma consciência melhor, né? Como um todo. Porque geralmente as nossas práticas, quando a gente está falando de movimento, de diversidade e inclusão, vem acompanhada dessa consciência, Como um todo, em saber que você está praticando um turismo que é bom para a comunidade.

Sou Mais Carioca	A gente tem uma quantidade de limites de pessoas, para fazer os passeios, e mesmo que, por exemplo, a gente entende que um guia ele consegue atender num Walk tour até 25 pessoas e se passar disso, a gente já pega mais um guia. Então é mais uma oportunidade de trabalho para uma pessoa. Ao invés de dar 60 pessoas para um guia só cuidar, eu vou fazer essa distribuição ali para mais de um guia da minha equipe. E a gente toma o cuidado de, por exemplo, se for um grupo grande, além de dividir o grupo em 2 ou 3 guias, dependendo da necessidade, a gente faz circuitos que começam e terminam de forma diferentes. Vão ser os mesmos lugares que as pessoas vão, mas para não haver ali a concentração de pessoas num lugar ao mesmo tempo, até para todo mundo ter uma melhor experiência nesse guiamento, a gente faz essa diferenciação de um começar na Praça Mauá, o outro começa lá no caso do Valongo, e depois volta. E o outro começa lá no IPM, continua dali.
Guia Negro	Os nossos roteiros são a pé, então a gente já tem esse impacto da sustentabilidade que é muito visível, né? A gente não faz uso de nenhum transporte que gera poluição e a gente tem também o setor social, com essa predileção não é para as pessoas negras, nós temos os nossos guias que são da periferia, pessoas que acreditam nisso, mas que são pessoas também que precisam, desse trabalho para que tenha ali a sua fonte de renda
Bráfika Viagens	Visitas a locais onde se respeitam a dinâmica local. Por exemplo, nossas visitas aos terreiros ou comunidades Quilombolas ocorrem de acordo com o que o local nos oferta sem atrapalhar a dinâmica do lugar ou as atividades serem interrompidas pela visita do nosso grupo.
Como os turistas percebem o impacto social e ambiental das atividades?	
Afroturismo Hub	Sim, porque geralmente vai estar ligado a uma percepção de valores que muda a maneira como muitas vezes a pessoa está vivendo estruturalmente. Então, quando você frequenta um restaurante, você vai ver mais pessoas negras naquele restaurante, não só trabalhando, mas também frequentando e desfrutando daquela experiência. Você vai enxergar aquele ambiente com um ambiente sem preconceito, de boa convivência no ambiente onde você está. Uma comunidade como um todo vivendo de maneira mais harmônica quando você está em um voo e você vê mais pessoas negras, ou o pessoal que trabalha lá, os comissários de bordo também, o piloto, enfim, sendo negros, você se enxerga ali naquele ambiente e aquela pessoa que está ao redor também. Claro, os preconceituosos vão se sentir intimidados, mas aí justamente é o que a gente quer, é um ambiente em que o preconceituoso se sinta mal em ser preconceituoso, e que as pessoas que estão ao redor olhem cada vez mais decidem ter um ambiente como esse. E a gente estimula que tenha mais pessoas negras e um lugar preparado para recebê-las, que são conectadas com a nossa cultura. Para nossa história, a gente faz com que o acolhimento aconteça sim, é porque é muito complicado ainda. A gente se vê em ambientes, muita gente não vê praticamente nenhum semelhante a nós, então é realmente quando a gente está falando de um, de uma prática de quando você se vê ali como maioria, como pertencente, como protagonista, tudo ao redor, a maneira como você pensa, o que você está praticando cada atividade turística muda, sim.
Sou Mais Carioca	Eu não sei se ele percebe na real, sendo muito sincera, não sei se ele consegue perceber esse impacto. A pessoa está ali na rua, vendo o local, vendo um grafite, uma arte, tudo é conteúdo para quem trabalha na rua até o grafite de uma parede é

	um museu, uma parede cheia de ladrilho que forma uma imagem, um cartaz, simplesmente que tem um negócio escrito sim. Então não importa, tudo que faz com que a gente se conecte com a história que a gente está contando, é diferente, mas é isso, o impacto que as pessoas veem. Não sei se elas conseguem ver isso no macro, mas no micro, falando delas mesmo, esses impactos são externalizados. Já teve gente chorando no final do tour e falando “Nossa, quão importante que é isso que está me falado” E isso é muito bonito, é o que a gente vê assim no final, sabe?
Guia Negro	Eles ficam impressionados com essa nova possibilidade, que existe que é de criar uma transformação também para ele de como fazer o turismo. Eles são os nossos aliados, né, as pessoas que fazem caminhada. A gente fala que elas viram nossas parceiras, porque são elas que vão nos ajudar a divulgar, que vão nos ajudar a que chegue a mais pessoas. Então, é sempre muito prazeroso perceber isso, de que é essa boca a boca que vai fazer a gente crescer. Pessoas que já fizeram e que passam a ser nossos aliados nessa luta de fazer com que mais gente venha, né?
Bráfika Viagens	Com a preocupação de visitas a terreiros ou comunidades quilombolas evitando desperdícios, consumindo produtos locais, efetuando ações sustentáveis como oficinas de oferendas a Iemanjá em Salvador pensadas em uma forma ecologicamente correta para não poluir os mares.
Como a comunidade local dos roteiros são impactados pelas experiências proporcionadas pelo afroturismo?	
Afroturismo Hub	Eu acho que primeiro, muda internamente, a felicidade, o ânimo, a autoestima muda daquela comunidade, porque é muitas vezes, quando a gente está lidando com serviços, a gente está lidando ali com uma realidade que hoje existe na nossa sociedade, do medo, daquele cliente que está ali, que você está atendendo, dele ter alguma atitude, mas você precisa manter o emprego e não poder fazer nada. E, muda muito com a questão de tipo você muitas vezes sentindo um ambiente em que você estava solitário, você vê que você está ali, só e trabalhando, mas sem se entregar, sem se ver, sem notar que as pessoas estão ao seu redor, são seus semelhantes. Então isso tudo é transformador quando você tem isso na prática. Então eu estou falando com uma vivência minha, então durante mais de 25 anos de carreira, eu praticamente só vivia com pouquíssimas pessoas parecidas comigo, com pouquíssimas pessoas negras, com pouquíssimas pessoas que entendiam da temática do que é ser um negro trabalhando no turismo. E hoje eu costumo dizer que eu fico mal-acostumado, porque a maioria dos ambientes dos quais eu frequento, né? O que eu estou hoje pertencente? A maioria são pessoas negras, são compostas de pessoas negras. Então é. Muda muito assim a sua visão de mundo, né? e de Felicidade, de autoestima, enfim, gera realmente isso, essa Liberdade, né? A Nina Simone tem uma frase fundamental que eu acho que é muito legal, que assim a “Liberdade é você não ter medo”. E quando você não tem medo de estar em algum lugar, de se movimentar e de simplesmente acordar e falar assim, “quero fazer uma viagem”, você saber que você só pode sonhar com aquela viagem só sendo feita, não tenho receio, não tenho preocupações, isso que é a minha maior realização. Então o meu foco quando eu estou meio cansada do trabalho, de coisas que estão acontecendo e depois não estão acontecendo. Eu lembro muito dessa Felicidade que a gente consegue gerar.
Sou Mais Carioca	Eu acho que tem 2 lados. Para quem tem negócio é ótimo porque, a gente movimenta a economia local, não só a nossa empresa, mas todas as outras, estão ali movimentando lojas e restaurantes, já abriram coisas por conta do aumento do fluxo do movimento na área, tanto de turista nacional quanto o Internacional. E isso é

	<p>muito bom de ver. Em contrapartida, a gente passa por algumas áreas que a gente tem um cuidado ao passar, né? Então, quando a gente está ali na parte onde tem a moradias a gente passa e os guias que fazem parte da sou mais, passam cuidadosos. Então a gente tem esse respeito, mas tem guia e tem empresa que não está nem aí, que guia grupo de 70, 80 de uma vez só no lugar, e aí é claro que aquele morador, ele vai ter um impacto negativo em relação àquilo do que está acontecendo.</p>
Guia Negro	<p>Eu acho que é uma comunidade que está ali presente no tour, e que ganha economicamente e socialmente, porque a gente vai divulgar aquele lugar como um lugar turístico, um lugar a ser visitado e acho que é isso.</p>
Bráfika Viagens	<p>Visibilidade e protagonismo de mulheres, fomento do empreendedorismo negro local movimento o black Money.</p>
Quais empresas você indica para que eu converse sobre esse trabalho?	
Afroturismo Hub	<p>Bráfika Viagens, na casa super florista, guia negra, Afrotours, sou mais carioca e rotas afro</p>
Sou Mais Carioca	<p>Bráfika, Guia Negro, Hubber Clemente, Raquel (Sou + Carioca), Luana Ferreira</p>
Guia Negro	<p>Afrotours, Hubber Clemente (Afroturismo Hub), Diaspora.Black</p>
Bráfika Viagens	<p>Guia Negro, Afrotours, Hubber Clemente (Afroturismo Hub).</p>