

Coleção Travessias

UMATALHI

Cocriando futuros para o Turismo Responsável no Brasil

Organização

Helena Costa David Bouças Rayane Ruas Iara Brasileiro

2025

Instituto Vivejar + LETS/UnB

Instituto Vivejar + LETS/UnB

UMATALHI

Cocriando futuros para o Turismo Responsável no Brasil

Organização: Helena Costa, David Bouças, Rayane Ruas, Iara Brasileiro

Universidade de Brasília

Brasília

2025

Instituto Vivejar

CEO

Marianne Costa

Equipe

Matheus Bonati

Weslley Carlos

LETS/UnB

Coordenação

David Bouças

Helena Costa

Rayane Ruas

Selo Editorial LETS/UnB

Editora-chefe

Helena Costa

Comitê Editorial

Camila Rodrigues (UFRRJ)

David Bouças (UFMA)

João Paulo Faria Tasso (UnB)

Susy Simonetti (UEAM)

Conselho Científico

Carlos Costa (Universidade de Aveiro)

Cláudia Leitão (UECE)

Elimar Nascimento (UnB)

Kathleen Andereck (Arizona State University)

Marcus Polette (UNIVALI)

Marta Irving (UFRJ)

Rita de Cássia Ariza da Cruz (USP)

Revisão Técnica

David Bouças

Helena Costa

Iara Brasileiro

Projeto Gráfico e Arte da capa

Raquel Abe

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca Central da Universidade de Brasília - BCE/UNB)

U48 Umatalhi [recurso eletrônico] : cocriando futuros
para o turismo responsável no Brasil /
organização: Helena Costa ... [et al.]. – Brasília
: Universidade de Brasília, Laboratório de
Estudos de Turismo e Sustentabilidade, 2025.
111 p. – (Coleção Travessias).

Inclui bibliografia.

Modo de acesso: World Wide Web.

ISBN 978-65-998233-4-3.

1. Turismo - Brasil. 2. Turismo sustentável. 3.
Cultura e turismo. I. Costa, Helena (org.). II.
Série.

CDU 338.482(81)

Sumário

Apresentação.....	7
Palavras iniciais Instituto Vivejar.....	8
<i>Marianne Costa - Grupo Vivejar</i>	
Palavras iniciais LETS/UnB.....	9
<i>Helena Costa, David Bouças e Rayane Ruas</i>	
 PARTE I AMPLIANDO O OLHAR	 10
 1. Escutar para reparar: como a escuta pode fortalecer a justiça e inspirar um turismo mais humano e responsável?.....	 11
<i>Ana Tereza Ribeiro Salles Giacomini</i>	
 2. Certificação no Turismo: desvendando caminhos a seguir.....	 15
2.1. Certificar o Turismo: em favor de uma trajetória coletiva que transborda impactos positivos	15
<i>Helena Costa</i>	
2.2. Certificação como Caminho de Transformação Sistêmica no Turismo Brasileiro.....	18
<i>Daniela Meres Silva Concatto</i>	
2.3. Passos responsáveis na Certificação Carbono Neutro: governança multinível, inovação e sustentabilidade em Bonito -MS	24
<i>Bruno Wendling</i> <i>Flávia Neri de Moura</i>	
2.4. Turismo Responsável e Ação Climática: A Urgência da Descarbonização no Turismo Brasileiro	28
<i>Vilena Silva</i>	
 3. Bioeconomia e o Turismo: convergências e oportunidades.....	 32
3.1. Um pacto com a vida: que a sociobioeconomia tem a oferecer ao turismo e vice versa.....	32
<i>Prof. Dr. Elimar Nascimento -LETS/UnB</i>	
3.2. Ser ou não ser bioeconomia no turismo: eis a questão.....	33
<i>Pedro Meloni Nassar</i>	
3.3. Do Biohub à Biorregião: Caminhos da Bioeconomia e do Turismo Regenerativo para o Enfrentamento das Mudanças Climáticas no Recôncavo da Guanabara.....	36
<i>Thais Corral</i>	

4. Turismo Responsável: Resultados que Inspiram.....	42
4.1. Turismo Responsável – Turismo Sustentável:prática e inspiração.....	42
<i>Iara Brasileiro</i>	
4.2. Turismo Responsável: entre a pressa do mundo e a urgência do cuidado	44
<i>Camilla Gonçalves</i>	
4.3. Turismo Responsável no DF: a Experiência do Turismo Fora dos Eixos – Conectando Pessoas e Lugares.....	47
<i>Nathália Hallack Fabrino</i>	
4.4. Caminhos para Desenvolver o Turismo Responsável em Nísia Floresta (RN): Desafios e Esperança.....	50
<i>Solange Araújo Portela</i>	
4.5. Turismo e Propósito de Desenvolvimento Local: o caso do Parque Engenho Triunfo (Areia, Paraíba).....	54
<i>Maria Julia de Albuquerque Baracho</i>	

PARTE II AVANÇOS NECESSÁRIOS NO TURISMO RESPONSÁVEL 58

5. A Promoção Internacional do Turismo como Ferramenta para o Turismo Responsável.....	59
<i>Alexandre Nakagawa Paula Schulz dos Santos</i>	
6. Comunicar para incluir, inspirar e engajar: reflexões sobre o poder da comunicação no fortalecimento do Turismo Responsável no Brasil.....	62
<i>Lira Turrer Dolabella</i>	
7. Visitação Turística em Terras indígenas: fundamentos e perspectivas de futuro.....	68
7.1. Visitação turística em terras indígenas: introdução à Instrução Normativa nº 03/2015/Funai.....	68
<i>Ivan Abreu StibichMaurício Fiorito de Almeida</i>	
8. Trilhas de Afroturismo: Desenvolvimento da América Latina e Caribe.....	72
8.1. Afroturismo: um caminho incontornável para o Turismo Responsável.....	72
<i>Vitória C. S. Maurício Natália A. de Oliveira Hubber Clemente Tânia Neres Natália Dominga dos Santos Adriano P. da Silva Bianca D'Aya Dias Peixoto Julia Cohen Ribeiro</i>	
8.2. Guia prático sobre igualdade racial e turismo responsável: ideias que convergem a um turismo inclusivo.....	75
<i>Natália Araújo de Oliveira Vitória Camillo da Silva Maurício Hubber Clemente Tânia Neres</i>	
8.3. Tour Brasília Negra: Técnicas de <i>Storytelling</i> para promover o Afroturismo e planejamento de experiências culturais autênticas e inclusivas.....	77
<i>Bianca D'Aya Dias Peixoto</i>	

8.4. Casos de boas práticas internacionais em Afroturismo: suas estratégias de promoção e comercialização internacional	80
<i>Julia Cohen Ribeiro</i>	
9. Entre vozes e territórios: reflexões a partir do 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável.....	83
<i>Aline Santos Bispo</i>	
10. Aprendizados e vivências de Turismo Responsável no Território Kalunga.....	85
<i>Solange Barbosa Vitória Camillo Natália Oliveira Tânia Neres</i>	
11. O turismo em que eu acredito.....	87
<i>Cecília Araújo</i>	

PARTE III COCRIANDO FUTUROS PARA O TURISMO RESPONSÁVEL NO BRASIL 90

12. Turismo Responsável no Brasil: Desafios, Soluções e Encaminhamentos	91
<i>David Bouças Helena Costa Rayane Ruas Iara Brasileiro Camila Neiva</i>	
Compromissos para o Turismo Responsável.....	103
Palavras finais	104
Autoras e autores (minibios)	105
Agradecimentos	111

Apresentação

U.MA.TA.LHI

Uma palavra nos inspirou a iniciar este livro. Ensinada a nós por Anna Terra Yawalapiti¹, liderança indígena do Xingu, nos arrebatou coletivamente. Um termo nascido do tronco linguístico Aruak, vindo do idioma Yawalapiti – quase extinto – condensou o caminho que queremos percorrer: o da **construção com respeito e união**.

O Turismo Responsável é aquele que parte do princípio do respeito pelas pessoas e pela natureza nos territórios que visitamos. É aquele que entende que cada um de nós, onde quer que estejamos, precisa aceitar e incorporar a responsabilidade por seus atos, resultados e impactos que geram. Esta responsabilidade perpassa gerações e muitas escalas: local, regional, nacional e global.

Entendemos que um Turismo Responsável apenas poderá ser alcançado com esforço consciente, coordenado e coletivo. Não há outro caminho para os futuros que se colocam diante de nós: uma sociedade cansada de tanta informação e desinformação, que vive com pressa, que quer retornos rápidos, que monetiza a atenção, que não se constrange em pisar sobre a terra sem a suavidade necessária (já fazendo a referência à reflexão a que Ailton Krenak nos convida).

Esta obra, construída a muitas mãos e em muitos tempos (antes, durante e depois) do 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável – sediado em Brasília em 11 e 12 de Setembro de 2025, seguido por uma imersão na Comunidade Kalunga Engenho II em Cavalcante (GO) nos dias 13 e 14 de Setembro de 2025 – registra ideias para fazer avançar tanto a reflexão como a ação ligadas ao Turismo Responsável no Brasil. 35 autoras e autores se somaram para trazer este livro até você.

O nosso objetivo é amplificar suas vozes e trazer mais pessoas para perto deste modo de viver o Turismo. Sobretudo, buscamos que o evento deixe um legado que possa ecoar até o próximo encontro, que será bienal.

O livro está organizado da seguinte forma: na Parte I, convidamos você a ampliar o olhar junto conosco. Na Parte II, aprofundamos em algumas temáticas mais específicas a serem incorporadas para fazer avançar as práticas de Turismo Responsável. Na Parte III, apresentamos o resultado do fazer e pensar coletivo, da cocriação realizada na Oficina de encerramento do evento.

Desejamos uma leitura proveitosa e que encontremos em você mais um parceiro nesta jornada, pois o que nos interessa é construir uma casa onde todos caibam.

Instituto Vivejar e LETS/UnB

¹ Articuladora indígena, ativista e presidente da Organização Familiar Umatalhi, uma associação familiar que atua no fortalecimento cultural do povo Yawalapiti por meio da Casa de Cultura, promovendo saberes tradicionais, arte, memória e atividades intergeracionais. Pertencente ao povo Yawalapiti, do Território Indígena do Xingu (MT), Anna Terra representa uma nova geração de mulheres indígenas que vêm assumindo espaços de liderança e mobilização, conectando ancestralidade e futuro. Sua atuação articula temas como identidade, território e protagonismo feminino indígena. Com presença marcante em eventos, fóruns e projetos culturais, ela leva adiante narrativas que rompem estereótipos e reafirmam a potência dos povos originários como protagonistas na construção de um mundo mais justo, diverso e enraizado nos saberes da terra.

Palavras iniciais Instituto Vivejar

Marianne Costa - Grupo Vivejar

“O Fórum reforçou a ideia de que o turismo pode ser muito mais do que um setor econômico, mas também uma ferramenta de lutas, pertencimento e justiça.”

Aline Bispo

Com estas palavras de nossa mestra de cerimônias e curadora da nossa premiação, te recebo por aqui, para este que prometo ser, um mergulho transformador sobre o que até hoje você pensou ser o turismo no Brasil.

O 1º Fórum Brasileiro do Turismo Responsável veio sendo sonhado há alguns anos. Apesar da temática permear os principais eventos do setor, sentíamos falta, e quando digo nós, eu falo por muita gente: nossa equipe, o Coletivo Muda pelo Turismo Responsável, a Comunidade Vivejar, formada a partir dos nossos mais de 1.300 alunos, nos últimos 5 anos. Pois bem, sentíamos falta de um momento coletivo e presencial de debate profundo, com liberdade para tocar em assuntos sensíveis e ao mesmo tempo, um espaço de celebração de conquistas e da diversidade, troca de experiências, temperados com comida de verdade, muito afeto e energia positiva. Graças às instituições que apoiaram este evento, aos parceiros, fornecedores e às 181 pessoas inscritas, tivemos tudo isso e muito mais.

Mais do que um evento, pensamos neste Fórum como um **legado**, um avanço na tomada de responsabilidade e uma contribuição para a transformação do Turismo Brasileiro. E eu não conseguiria trazer profundidade, legado e consistência sem a dedicação dos palestrantes, painelistas e dos professores dedicados do LETS/UnB. Foi através da dedicação de cada um dos autores desta publicação e de toda a equipe de apoio envolvida, que conseguimos materializar e registrar esse legado em reflexões profundas e um convite à ação.

Meu sonho é que cada um de nós, qualquer que seja o lugar que ocupemos na cadeia do turismo hoje, possa usá-la como um respaldo técnico às suas atividades, como justificativa de seus projetos ousados e transformadores, como inspiração prática para suas aulas, ou até como uma grande companheira quando se sentir sozinha. Seja em um destino ou em um segmento, quando todos à sua volta ainda insistirem em um modelo ultrapassado de turismo, que concentra, exclui e degrada, você vai ter nesta publicação um compilado de pessoas, exemplos e ações para te incentivar a persistir e perceber que você faz parte de um grupo de profissionais que só cresce, que se compromete e quer sim ver o turismo como estratégia de Impacto Positivo para o Brasil.

Não sei se viveremos para testemunhar concretizadas as mudanças necessárias que buscamos, mas me orgulho de ter você ao meu lado nesta luta. Como disse Prof. Iara Brasileiro, “é preciso **paciência** para **construir junto**, para **ver e ouvir o outro**, para, constantemente, fazer **parcerias** que se adequem à dinâmica da vida.”

Deixo o convite aqui para que você siga conosco escrevendo esta história, que seguimos construindo a partir da realização desta primeira edição. Nos encontraremos novamente em Brasília/DF, nos dias 03 e 04 de Junho de 2027, e até lá pelo Brasil afora nas edições regionais do Fórum.

Aceite o convite e junte-se a nós!

Palavras iniciais LETS/UnB

Helena Costa, David Bouças e Rayane Ruas

Coerência na ação e reflexão para além dos muros da Universidade, inseridos em uma lógica colaborativa e de um espaço afetivo. É nisso que acreditamos no Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS), criado há 18 anos e sediado no Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB).

Temos a plena convicção de que estivemos na hora certa, no lugar certo com as pessoas certas na realização do **1º Fórum Brasileiro do Turismo Responsável**. Gente comprometida em fazer um turismo cada vez melhor para seu território e suas pessoas, pois um não existe sem o outro. Pessoas que refletem diariamente sobre os resultados de suas práticas, uma vez que elas apontam, comumente, para algo que não conhecemos ainda, mas que queremos ver se tornar realidade.

Ser parceiro acadêmico de um evento como este foi um desafio, mas, ao mesmo tempo, uma grande honra. Desafio porque nos colocarmos em espaços não-acadêmicos, nos retira de qualquer zona de conforto. Uma grande honra, diante da possibilidade de ouvirmos tantas histórias e experiências únicas, de pensarmos juntos sobre melhores caminhos para o turismo brasileiro, de aprendermos com cada participante que conta suas vivências, compartilha suas dúvidas, dores e esperanças. Dividir tudo isso nos conecta verdadeiramente, nos faz sorrir juntos e esperar.

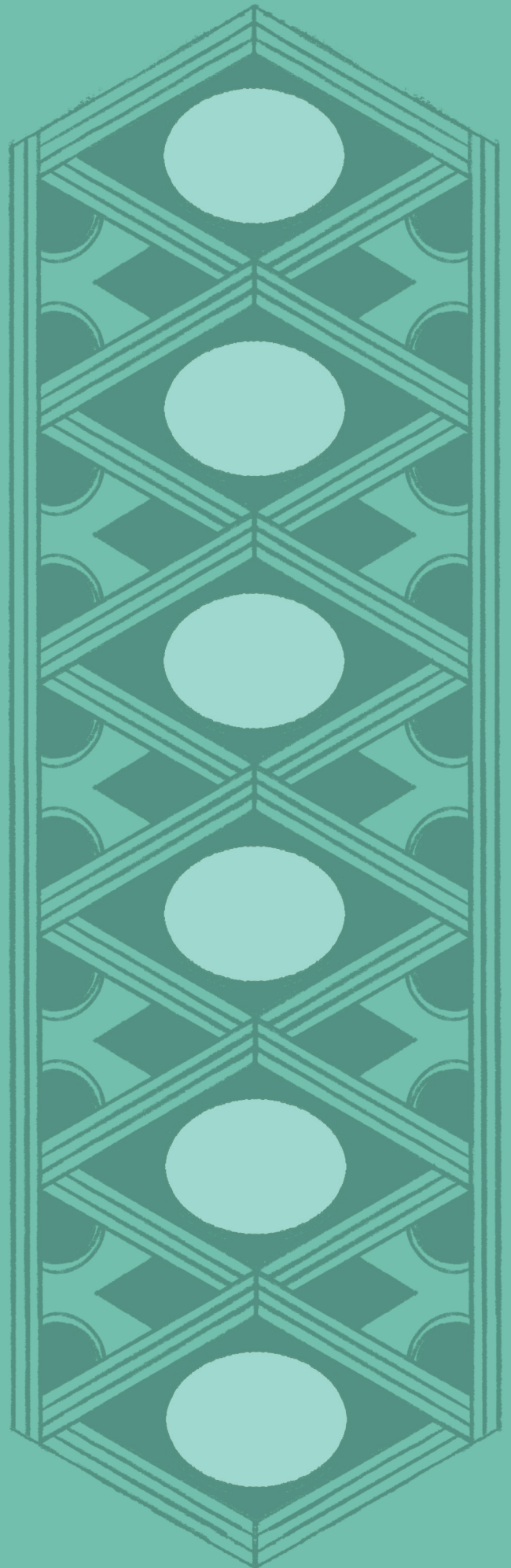
Tivemos a oportunidade de colaborar em vários momentos do Fórum: na programação, na mediação de painéis, no acolhimento às(aos) participantes do evento e na facilitação de uma oficina participativa com mais de 60 vozes. Ficou evidente, nos momentos de trocas durante o evento, que críticas temos muitas, perguntas mais ainda. Contudo, isso não nos paralisa. Temos inúmeras inquietações semelhantes, independentemente do território, assim como muita energia e interesse de buscarmos contribuir com realidades melhores, de que possamos nos orgulhar, entendendo o que o turismo devolve ao mundo.

Queremos, cada vez mais, que a atividade turística seja parte da solução – e não do problema – fortalecendo uma lógica de equidade de gênero, respeito à diversidade, valorização de modos de existir e resistir, de novos contornos de uma sociobioeconomia que seja portadora de futuro, de cuidado, de respeito com todos os seres. Desejamos, sobretudo, poder ampliar o diálogo e trazer para perto todas as pessoas, instituições e iniciativas que queiram trilhar o mesmo caminho de responsabilidade com as atuais e futuras gerações. E essa é uma palavra que será constantemente mencionada nesta publicação: caminho. Afinal, estamos percorrendo juntos e criando, com respeito e união. Tudo ao mesmo tempo.

Umatalhi.

PARTE I

Ampliando o olhar



1. Escutar para reparar: como a escuta pode fortalecer a justiça e inspirar um turismo mais humano e responsável?

Ana Tereza Ribeiro Salles Giacomini

Promotora de Justiça do Ministério Público de Minas Gerais, coordenadora do Centro Estadual de Apoio às Vítimas do MPMG - Casa Lilian

Um turismo mais humano depende invariavelmente da escuta. Primeiramente, parte do interesse em olhar para além dos números de visitantes, para além das estatísticas apartadas de impacto econômico. Do interesse em alcançar de forma efetiva as pessoas e suas memórias e dores que, muitas vezes, permanecendo ocultas atrás de belas paisagens ou de narrativas turísticas superficiais, acabam prejudicadas pela própria visitação. Falar sobre Turismo Responsável, sobre um turismo que se faz para as pessoas, é falar, portanto, sobre dignidade, sobre reconhecimento e, sobretudo, sobre escuta das comunidades – o que é não apenas o ponto de partida, mas o nuclear.

Talvez a condição vital das relações humanas esteja fundada na escuta: é por esse ato que se abre ao outro, reconhecendo, com interesse genuíno, sua existência, e é nesse ato que nasce a confiança e, com ela, o amor. Bem por isso, Rubem Alves afirmou: “é na escuta que o amor começa. E é na não-escuta que ele termina”. Essa mesma premissa pode ser aplicada para a justiça, especialmente para aquela que se pretenda efetiva para quem dela mais precisa.

Historicamente, as vítimas tiveram a expropriação de sua pauta pelo Estado, que acabou invisibilizando quem sofre e as suas necessidades, funcionalizando suas participações nos processos, reinterpretando suas experiências de forma diversa e, por vezes, agravando as violências. Uma justiça mais humana é aquela que compreende que, se um fato jurídico atinge não só as leis e o Estado, mas as pessoas, não se obterá justiça integral apenas a partir de operações automatizadas destinadas a resultados exatos definidos por um terceiro alheio ao conflito. É a escuta de quem foi atingido que permite a geração de sentimento de pertencimento, reconhecimento, reconstrução da confiança nas próprias instituições e validação do sofrimento. E é por escuta que se permite a concretização da justiça tendo a centralidade das pessoas como base.

Meu maior aprendizado sobre a importância da escuta veio a partir de 25 de janeiro de 2019, diante do maior desastre humanitário do Brasil, quando assumi a Promotoria de Justiça de Brumadinho/MG. O rompimento da barragem da mineradora Vale despejou 12 milhões de metros cúbicos de rejeitos, equivalentes a quase 5 mil piscinas olímpicas, que avançaram em velocidade brutal, soterrando pessoas, casas, animais e memórias. Foram 272 vidas interrompidas, duas delas de mulheres grávidas, lembradas pelos familiares como joias – uma forma de reafirmar o seu valor e que não seriam reduzidas a números em relatórios.

Ali, ainda na chegada, diante do silêncio coletivo que tomava a sede administrativa da cidade e do barulho ensurdecedor dos helicópteros que sobrevoavam as áreas de resgate, percebi que a escuta seria meu maior desafio e, ao mesmo tempo, a única possibilidade de gerar um sentido de justiça com alguma efetividade diante da dor. Escutar não apenas como ato mecânico, mas com presença, com a disposição de acolher histórias, medos e indignações. Escutar entendendo a importância para o processo de recuperação de quem sofreu com o delito, compreendendo que a dor é uma experiência única e traz a necessidade de contar a sua história, em busca de novos sentidos e de transformação. Escutar como atuação focada nas pessoas, para outros caminhos de reparação, além da busca por responsabilização criminal e financeira.

Foi desse exercício que nasceu o Memorial de Brumadinho, construído com a intervenção do Ministério Público do Estado de Minas Gerais (MPMG) para garantir a almejada participação ativa das famílias das vítimas fatais. A dilaceração dos corpos, decorrente da força avassaladora da lama, exigiu a revisão de protocolos para que, evitando a revitimização, fosse facultado às famílias dispensar a obrigação de serem novamente comunicadas caso novo segmento corpóreo fosse localizado após o sepultamento, o que poderia gerar novas dores. Mas a escuta dos familiares demandava mais: a adequada destinação daqueles segmentos corpóreos que viessem a ser posteriormente localizados, já que, em princípio, caberia ao Estado a destinação protocolar, em “um cemitério qualquer”. Iniciou-se, então, um longo processo, que resultou na construção de um memorial a partir do apoio às famílias não apenas para a definição coletiva desse encaminhamento para esse local, mas para exigir diretamente responsabilidade da empresa e para obter participação ativa na elaboração e gestão do espaço. Hoje, o memorial serve ao exercício digno do luto, como também ao resgate da memória dos que se foram e do próprio desastre, contado sob a ótica das vítimas. Foram os familiares que escolheram desde o local até os símbolos arquitetônicos que traduziriam a brutalidade do desastre. Um memorial que não é mera atração turística, mas “sítio de consciência”, destinado a preservar uma memória traumática e a educar futuras gerações para que tamanha violação não se repita. Um memorial que tem o financiamento garantido e uma fundação independente, sem ingerência da empresa em seu funcionamento. Todas essas, necessidades de uma tragédia, visibilizadas e alcançadas por escuta – ação indispensável para uma justiça humanizada.

A atuação centrada nas vítimas não deve se restringir, no entanto, apenas a contextos extraordinários de grandes desastres. É preciso estruturar, de maneira permanente, políticas públicas de acolhimento às vítimas, que coloquem suas necessidades no centro. Até porque, cada crime violento é, em si, uma enorme tragédia pessoal. Foi nesse contexto que houve a criação da Casa Lilian – Centro Estadual de Apoio às Vítimas, do Ministério Público de Minas Gerais (MPMG), inaugurada em 2024. O nome é em homenagem à servidora do MPMG, Lilian Hermógenes da Silva, vítima de feminicídio em 2016, crime contra o qual ela atuava.

Na Casa Lilian, a escuta qualificada se transformou em metodologia: a atuação vítima-centrada não é mera garantia de maior evidência da vítima nos processos, mas de efetivamente “escutá-la com atenção” e “tomar consciência” para agir de forma a tornar tanto mais suportável, porque mais humana, a própria busca pela justiça, quanto mais adequada a sua entrega.

A partir da escuta, desenvolvemos instrumentos como a Avaliação de Riscos e Vulnerabilidades e o Plano de Atenção à Vítima, que partem da narrativa de quem sofreu violência para construir respostas de proteção, encaminhamentos e estratégias de prevenção. Cada vítima é ouvida não como testemunha de um processo criminal, mas como pessoa que carrega uma história única, marcada por perdas e por necessidades que exigem reconhecimento. Ali, a justiça deixa de ser mero cálculo matemático de responsabilização e se torna prática humanizada, que reconhece o sofrimento e oferece caminhos concretos de reparação, co-construídos com a pessoa atendida.

Se em Brumadinho aprendemos que escutar com presença pode gerar memória coletiva e justiça alicerçada em novas bases de reparação, na Casa Lilian aprendemos que essa mesma escuta pode estruturar políticas públicas permanentes, capazes de prevenir revitimizações e de orientar o Estado a agir reconhecendo e promovendo a dignidade das vítimas.

A escuta, portanto, é **ponto de encontro entre justiça e turismo responsável**: em ambos os campos, ela impede que as pessoas sejam silenciadas e garante que sejam protagonistas de suas próprias histórias.

Transformar o turismo em prática responsável exige reconhecer que visitar lugares também significa encontrar memórias, pessoas e contextos. Quando comunidades participam das decisões, quando suas vozes são incorporadas à narrativa e quando o visitante é convidado a aprender, e não apenas a consumir, o turismo se torna um ganho para as pessoas. Assim como na justiça, em que escutar uma vítima não é ato passivo, mas gesto ativo de reparação, no Turismo Responsável escutar uma comunidade é passo essencial para garantir pertencimento e sustentabilidade.

As experiências da Casa Lilian e de Brumadinho oferecem lições práticas que podem inspirar e ser apropriadas pelo turismo, tais como:

- **Escuta comunitária** no planejamento de roteiros e produtos turísticos;
- **Espaços participativos** para que moradores e atingidos definam limites éticos da visita;
- **Valorização de narrativas coletivas**, evitando discursos únicos ou simplificadores;
- **Diagnóstico de riscos sociais** (gentrificação, perda de identidade, exploração indevida), inspirado na lógica aplicada à justiça.

Essas práticas podem prevenir o risco de exploração e transformar o turismo em ferramenta de **fortalecimento comunitário**. Escutar para reparar é mais do que um método: é uma postura ética, política e humana. Foi assim que aprendemos em Brumadinho, é assim que praticamos na Casa Lilian e é assim que o turismo pode se reinventar no Brasil.

É possível, sim, transformar a dor em dignidade, a memória em aprendizado e o turismo em responsabilidade compartilhada. O turismo, quando enraizado na escuta, pode ser espaço de dignidade e não de exploração; de transformação e não de espetáculo da dor. Mas isso só acontece quando nos dispomos a escutar de verdade.

Escutar para reparar. Escutar para transformar. Escutar para que tanto a justiça quanto o turismo sejam capazes de se tornarem mais humanos.

2. Certificação no Turismo: desvendando caminhos a seguir

2.1. Certificar o Turismo: em favor de uma trajetória coletiva que transborda impactos positivos

Helena Costa

Professora da Universidade de Brasília. Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB)

As certificações que abordam a sustentabilidade da atividade turística são tratadas sob o guarda-chuva das *ecolabels* ou rotulagens ambientais do turismo (Costa, 2020). Existem muitas certificações nacionais e internacionais, uma enormidade de opções com zonas de influências e alcance a distintos mercados (Font & Harris, 2004). Algumas certificações se encaixam melhor na realidade de empresas maiores, outras para pequenos negócios, outras para destinos.

Um aspecto positivo esperado da certificação para o turismo é uma melhor comunicação do destino e/ou empreendimento com o seu público-alvo e, ainda mais, seus parceiros de negócios. O olhar externo e metódico da certificação tende a aportar maior confiabilidade nas relações comerciais. Entre os contras da certificação, temos: o custo muitas vezes inacessível a pequenos empreendimentos, a complexidade de absorver os requisitos e processos pelos negócios, especialmente em um setor com tanta informalidade como o turismo. Muitos fornecedores são informais, o que reflete também a realidade de muitos empreendimentos comunitários.

Partindo deste entendimento, compusemos um painel com convidadas e convidados que agregaram perspectivas claras e experiências distintas para nos manterem em diálogo e em permanente construção. Para além de oferecer a visão de certificadoras e das regras, propusemos uma reflexão sobre experiências que pudessem somar para quem se interessa pelo Turismo Responsável. Entre eles, tivemos a honra de contar com: Daniela Meres (Gondwana Brasil), Bruno Wendling (presidente da FUNDTUR de Mato Grosso do Sul) e Vilena Silva (CEO da Compensei). Ou seja, tivemos os olhares de uma operadora curitibana especializada em apresentar um Brasil autêntico a turistas internacionais, um gestor público de um destino turístico premiado e reconhecido por suas práticas de sustentabilidade, uma fundadora de uma *startup* maranhense que traz inovação com foco na certificação de carbono para pequenos empreendimentos. Aspectos como os benefícios, aprendizados, desafios e próximos passos das certificações para o Turismo Responsável foram abordados. Conforme esperado, imensa foi a riqueza desta conversa.

Daniela Meres apresentou a experiência da Gondwana Brasil como um DMC (*Destination Management Company*) brasileiro que iniciou seu processo e se encontra percorrendo essa jornada. Gentilmente, trouxe seus aprendizados e sua interpretação marcante

da **certificação como movimento estratégico**, e não apenas um marco pontual. Ela enfatizou que, para que toda a cadeia do turismo se mova em favor da sustentabilidade, temos que, conjuntamente, enfrentar um processo de **transformação e evolução** no qual a certificação pode ser uma aliada. E aqui, para uma postura responsável, o mais importante é gerar o movimento coletivo de melhoria da oferta de serviços, com autenticidade e em constante diálogo com todos os envolvidos (comunidades, fornecedores etc.).

Bruno Wendling aportou o aprendizado como gestor público que enxerga a certificação como um farol indicativo de mudanças para todos os participantes de um destino turístico. A partir da certificação de Bonito como destino carbono neutro, ele entende que **o processo de se certificar explicita compromissos estratégicos**, critérios coletivos a serem perseguidos e mobiliza outras ações por parte do setor privado. Bruno ressaltou em sua fala que todas as metodologias de certificação apresentarão algum ponto de questionamento, mas que os benefícios revelados na trajetória do Mato Grosso do Sul têm sido bastante evidentes. Nesta obra, ele conta com a coautoria de Flávia Neri e ambos elevam o debate sob a ótica de um destino brasileiro de ecoturismo que é referência nacional em governança, conservação/preservação e posicionamento estratégico.

Vilena Silva, com sua experiência inovadora de construir uma empresa que certifica compensações de carbono, amarra o tema central do painel com a agenda climática – urgente, necessária e incontornável no turismo atualmente. Sua experiência demonstra que não é preciso muito para iniciar uma ação mais comprometida com os impactos climáticos e que é necessário fazer com que ações em prol da sustentabilidade sejam acessíveis aos pequenos negócios, não apenas aos grandes empreendimentos. Vilena também nos mostra que a certificação precisa estar coerente e **encontrar eco em toda a operação do negócio** ou do destino turístico. A profissional nos lembra que há questões centrais a serem enfrentadas: 1) porque a organização quer se certificar – o que leva em conta uma análise de seus objetivos e saber se vale o esforço, porque exige uma maturidade gerencial e compromisso de toda a organização; 2) se deseja, realmente, realmente implementar uma **cultura de responsabilidade** – pois a ação climática extrapola a redução de carbono, perpassa redução de consumo, gestão de resíduos, de cadeias de suprimentos etc. Vilena nos leva à reflexão sobre uma menor preocupação com a certificação em si e uma maior atenção com as práticas que derivam dela, revelando uma atitude verdadeiramente responsável e que fuja dos riscos do *greenwashing*.

A construção que fizemos a partir de valiosas contribuições nos deixou a seguinte mensagem: a **certificação é mais do que um fim, é um meio** que possibilita **mudar culturas e condutas** ao longo do caminho. Todos enfatizaram o quanto é uma trajetória válida porque permite iniciar e reforçar a mensuração de impactos – fundamental para ações ligadas à sustentabilidade vista como **processo**, como avenida que percorremos juntos, e não apenas um ponto de chegada. Acima de tudo, fica o recado: a mudança que queremos ver no turismo passa por **ações coletivas e não apenas individuais**, pois o turismo que queremos ver no mundo é aquele que **transborda positivamente**.

Referências

COSTA, H.A. (2020). Ecolabels no turismo: Análise de um prêmio de sustentabilidade na visão dos gestores das iniciativas premiadas. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 8(1), 107–126. <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/18121>

FONT, X., & HARRIS, C. (2004). Rethinking standards from green to sustainable. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 986–1007. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.001>

2.2. Certificação como Caminho de Transformação Sistêmica no Turismo Brasileiro

Daniela Meres Silva Concatto

Diretora da Gondwana Brasil

O turismo é hoje um dos setores que mais crescem no mundo e, ao mesmo tempo, um dos que mais pressionam pessoas, culturas e ecossistemas. No Brasil, país de biodiversidade incomparável e pluralidade cultural extraordinária, recai sobre nós a responsabilidade de revelar o melhor do nosso território sem comprometer a sua essência. É justamente esse o sentido do Turismo Responsável: criar lugares melhores para as pessoas viverem e, em consequência, para os viajantes visitarem, princípio consagrado na Declaração da Cidade do Cabo sobre Turismo Responsável (Responsible Tourism Partnership, 2002). Mais do que um conceito, trata-se de uma prática que deve gerar benefícios concretos para comunidades locais, conservar a natureza e proporcionar experiências autênticas e transformadoras para quem viaja.

Por que decidimos certificar e quais os benefícios percebidos?

Na Gondwana Brasil, a decisão de buscar a certificação internacional *Travelife* (n.d.) surge justamente desse compromisso. Não se trata somente de um selo a mais, mas de um instrumento para dar profundidade, método e visibilidade ao que já estava presente no nosso DNA.

Ao iniciarmos a elaboração do nosso primeiro Relatório de Impacto, percebemos que estávamos mais preparadas para encarar um processo de certificação. Esse exercício nos deu clareza sobre como geramos impacto em toda a nossa cadeia de fornecedores, na nossa equipe, nos clientes, viajantes e destinos em que atuamos. Esse entendimento foi imprescindível para dar o próximo passo e atendeu também a um desejo nosso: liderar pelo exemplo no *trade* turístico brasileiro, consolidando a Gondwana como referência em Turismo Responsável.

A escolha pela certificação *Travelife* (*Tour Operators*) foi estratégica. Reconhecida internacionalmente e alinhada aos critérios globais do *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC, 2025), ela oferece um método claro para medir, priorizar e acompanhar a melhoria contínua, não apenas dentro da empresa, mas também junto aos nossos parceiros. Com isso, conseguimos reduzir fricções no mercado B2B, substituir questionários extensos por um *framework* auditável e, principalmente, ganhar confiança e credibilidade no mercado europeu – nosso principal público.

Outro benefício percebido foi o engajamento e a maior conexão da equipe com o propósito da empresa, além do direcionamento mais claro da nossa comunicação e do posicionamento da marca no mercado.

Sabemos que em pouco tempo a certificação deixará de ser um diferencial competitivo para se tornar um padrão de mercado. Essa virada de chave exigirá novos impulsos de inovação e diferenciação, para que empresas como a nossa continuem entregando valor ao mercado e, ao mesmo tempo, gerando impacto positivo para as pessoas, os destinos e o planeta.

Quais nossos maiores desafios?

Ainda estamos em processo de certificação – atualmente como “*Travelife Engaged*” – e já sentimos os principais desafios dessa jornada. No caso da Gondwana, cada fase tem sido um aprendizado: desde o primeiro contato com os códigos de conduta, passando pelo envio do questionário inicial, até a preparação para avançarmos ao nível *Travelife Partner*.

A nossa jornada pode ser resumida em seis etapas principais:

1. Diagnóstico inicial: cursos, reuniões de orientação e início do mapeamento de forças e lacunas;
2. Políticas e compromissos: formalização e integração em documentos estratégicos;
3. Engajamento da equipe: treinamentos, definição de papéis claros e engajamento da liderança;
4. Cadeia de fornecedores: aplicação de formulários de mapeamento, elaboração de guias de boas práticas, *webinars* sobre certificação e revisão de contratos;
5. Clientes e parceiros: comunicação ativa por meio de iniciativas como o Eco Kit Travel, Guia do Viajante responsável, relatórios de impacto e *newsletters*;
6. Auditoria e evidências: organização e comprovação documental de todas as práticas adotadas.

Um desafio importante tem sido conciliar essas etapas com as demais demandas da empresa. O volume de documentos, registros e relatórios exigidos é significativo, e percebemos que o ideal é ter pelo menos uma pessoa do time dedicada a essa função. Concomitantemente, a diretoria e outras áreas da equipe precisam estar engajadas e oferecer suporte constante, para que o processo não fique isolado e sim integrado à cultura da empresa.

Além disso, enfrentamos a realidade dos nossos fornecedores locais. A maioria é composta por pequenos e médios negócios, hotéis de 3 e 4 estrelas e experiências comunitárias, que enfrentam limitações de capital humano, intelectual, idioma e, sobretudo, de tempo para participar ativamente de treinamentos, preencher questionários ou rever processos internos.

Há também a alta rotatividade de equipes e a ausência de processos estruturados em alguns parceiros, o que exige esforços adicionais de acompanhamento e capacitação. Nosso foco tem sido não excluir, mas levar a cadeia junto, apoiando com critérios práticos, *webinars* introdutórios sobre a certificação, guia de boas práticas, cronogramas realistas e incentivo à cultura de melhoria contínua.

Outro ponto delicado é o equilíbrio entre curadoria e padronização. Queremos preservar a autenticidade do “Brasil com S” e os saberes locais, contudo também precisamos atender exigências internacionais que, em alguns casos, não dialogam com a nossa realidade. Um exemplo é a exigência de sistemas de captação de água da chuva em *lodges* amazônicos, quando a abundância hídrica não é o problema central da região. Essas diferenças culturais e contextuais nos desafiam a traduzir os critérios de forma a respeitar soluções locais sem perder a consistência exigida pela certificação.

Como escolher uma certificação?

Diante da diversidade de selos e programas, sugiro três perguntas para qualquer empresa:

- 1. Objetivo e escopo:** você busca certificar uma cadeia (operadora), uma acomodação ou a empresa inteira? Precisa de reconhecimento no turismo (GSTC) ou corporativo transversal (B-Corp)?;
- 2. Complexidade e custo:** qual o investimento de tempo, recursos e equipe que você pode assumir hoje? Prefira caminhos por etapas, que permitam ganhos documentáveis desde o início;
- 3. Reconhecimento no seu mercado-alvo:** na Europa, operadores priorizam esquemas alinhados ou credenciados ao GSTC (*Travelife*; *TourCert*; *The Long Run*).

O comparativo rápido ajuda a orientar (Quadro 1):

Quadro 1
Comparativo entre certificações para o turismo

Certificação	Foco principal	Complexidade	Reconhecimento de mercado	Custo aproximado (ano)
<i>Travelife</i> (Tour Operators)	Operadoras e agências; alinhado ao GSTC; trilha em três níveis	Média	Forte na Europa (trade B2B)	€1.000 – €2.000 + auditoria
<i>TourCert</i>	Empresas e destinos; reconhecido GSTC	Média-Alta	Forte em DACH (Alemanha, Áustria, Suíça)	€1.500 – €3.000
<i>The Long Run</i> (GER)	Lodges/destinos de conservação; padrão 4Cs	Alta	Niche premium de conservação	US\$ 5.000 – US\$ 10.000
ISO 21401	Meios de hospedagem (norma técnica)	Média	Reconhecimento técnico (ISO)	US\$ 3.000 – US\$ 6.000 (auditoria + selo)
B-Corp	Empresa inteira (governança, comunidade, ambiente)	Alta	Corporativo cross- sector (não específico do turismo)	US\$ 2.000 – US\$ 5.000 (escala c/ faturamento)

Fonte: Elaboração própria com base em *The Long Run* (2024), *TourCert* (2025) e *Travelife* (n.d.).

O próximo passo (“*day after*”) após a certificação

Certificar não é o fim. O verdadeiro trabalho começa depois, quando a certificação precisa se transformar em uma estrutura viva de governança. Isso significa manter uma cultura e cadência com metas anuais, indicadores por pilar, compras preferenciais e ciclos de auditoria. Outro eixo essencial é colocar os fornecedores em trilhas, oferecendo *onboarding*, materiais em português e inglês, uma biblioteca de evidências e planos de ação adaptados ao porte de cada parceiro. Também é necessário fortalecer a medição e o relato, conectando auditorias à precificação, à elegibilidade de produtos e ao Relatório de Impacto anual, que deve unir dados a histórias inspiradoras.

Para sustentar esse processo, adotamos a lógica do PDCA – Planejar, Executar, Verificar, Agir –. Esse ciclo de melhoria contínua tem guiado nossa estratégia: planejar com base em diagnósticos, executar políticas e engajar a equipe, verificar por meio de auditorias e relatórios de impacto e, por fim, agir com ajustes, novos treinamentos e atualização de processos. O PDCA como ferramenta é a base, pois garante a implementação de uma cultura de melhoria contínua.

Esse ciclo mostra que a certificação não termina com o selo, mas exige monitoramento, correções e inovação constantes. O *Travelife*, nesse sentido, é uma ferramenta poderosa: mais do que um reconhecimento internacional, é um estímulo para que a empresa e toda a cadeia de parceiros incorporem a melhoria contínua como prática cotidiana.

Conexão com *Changing the Game*

Um livro chamado *Changing the Game*, dos autores Lucas Simons e André Nijhof, fala sobre como setores inteiros se transformam em direção à sustentabilidade. Eles mostram que essa mudança não acontece dentro de uma única empresa – ela acontece quando o mercado inteiro muda a regra do jogo.

Eles descrevem quatro fases: primeiro, os pioneiros que testam novas ideias. Depois, os primeiros seguidores, quando isso vira diferencial de marketing. A terceira fase é a institucionalização, quando certificações reconhecidas e políticas públicas entram em cena. E, por fim, a mudança sistêmica, quando a sustentabilidade vira o novo normal, parte da cultura.

Eu vejo a Gondwana e o turismo brasileiro exatamente nesse ponto de transição entre a segunda e a terceira fase. Já temos pioneiros, já temos práticas inspiradoras, mas precisamos consolidar padrões que nos permitam falar a mesma linguagem que o mercado internacional. É por isso que escolhemos o *Travelife*, reconhecido pelo GSTC e pelos operadores europeus, que são nossos principais clientes.

Mas o mais importante é lembrar que a **transformação sistêmica só acontece se a cadeia toda vier junto**. E no turismo, a nossa cadeia é feita de pequenos e médios empreendedores – muitas vezes com capital humano e tempo limitados, mas com uma vontade enorme de oferecer o que o Brasil tem de melhor. O nosso papel não é excluir quem ainda não cumpre todos os critérios, mas compartilhar a responsabilidade e caminhar juntos em melhoria contínua.

No fundo, certificação não é um troféu para pendurar na parede. É um acordo coletivo de como queremos trabalhar. E só assim a gente garante que o Brasil que mostramos para o viajante é também o Brasil que protegemos todos os dias.

O que aprendemos e queremos compartilhar?

- Sustentabilidade é uma jornada contínua. Não existe ponto final, apenas ciclos de aprendizado e evolução;
- Certificação é meio, não fim. Ela organiza, legitima e dá visibilidade ao que fazemos, mas o impacto real está no caminho que percorremos;
- A força do coletivo é essencial. Equipe, fornecedores, parceiros e *clusters* de Turismo Responsável formam a rede que sustenta a transformação;
- A liderança feminina tem sido um motor de mudança. Ao ocupar espaços estratégicos, reforçamos valores de cuidado, transparência e cooperação;
- O PDCA como ferramenta é a base. Ele sustenta a implementação de uma cultura de melhoria contínua, garantindo que cada ciclo de planejamento, execução, verificação e ajuste fortaleça o compromisso com a sustentabilidade.

Mais do que um aprendizado, fica também um convite à ação. O livro *Changing the Game* nos lembra que qualquer pessoa – seja empresa, líder ou estudante – pode se tornar um *change-maker*, alguém que não apenas conhece, mas atua para transformar o sistema em que está inserido. Essa é a essência do Turismo Responsável: agir localmente, com coragem e consistência, para gerar impacto global.

Essa lógica reforça por que a certificação, como o *Travelife*, é parte do processo de institucionalização: um passo estratégico que estabelece padrões reconhecidos e confiáveis (fase 3 da transformação). Também valida nossa abordagem pedagógica com os parceiros locais: evitar exclusão e trazer micro e médio negócios junto de nós é exatamente o que promove uma mudança sistêmica duradoura.

No fundo, certificação é música, não barulho. Não é um selo isolado, mas um acordo coletivo de como queremos trabalhar. E quando a orquestra toda toca junto – operadoras, fornecedores, comunidades e viajantes – o resultado é harmonia: um turismo que cria lugares melhores para as pessoas viverem e, em consequência, para os viajantes visitarem.

Referências

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2025). **Critérios globais de turismo sustentável.** <https://www.gstcouncil.org>

Responsible Tourism Partnership. (2002). **Declaração da Cidade do Cabo sobre Turismo Responsável.** <https://responsibletourismpartnership.org/cape-town-declaration-on-responsible-tourism/#>

The Long Run. (2024). **About Us.** <https://www.thelongrun.org>

TourCert. (2025). **TourCert Certification: Companies and Destinations.** <https://www.tourcert.org>

Travelife. (n.d.). **Sustainability in tourism.** <https://www.travelife.info>

2.3. Passos responsáveis na Certificação Carbono Neutro: governança multinível, inovação e sustentabilidade em Bonito – MS

Bruno Wendling

Diretor-Presidente da Fundação de Turismo de MS, membro do Fórum Nacional de Dirigentes do Turismo (FORNATUR)

Flávia Neri de Moura

Assessora de Sustentabilidade e Ação Climática no Turismo da FUNDTUR-MS

A participação no painel *Certificação no Turismo: Desvendando caminhos a seguir* durante o 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável nos trouxe a oportunidade de refletirmos sobre a jornada da certificação de Bonito-MS como primeiro destino de ecoturismo carbono neutro do mundo e, principalmente, como um catalizador de uma estratégia de trabalho estruturada, robusta e alinhada com a ação climática no turismo, que vamos compartilhar aqui com vocês.

O Turismo Responsável, em sua essência, exige mais do que boas intenções; exige ação concreta, mensurável e com credibilidade internacional. Em Mato Grosso do Sul (MS), entendemos que o maior patrimônio do nosso ecoturismo é o capital natural, e a sociobiodiversidade deve ser o eixo central da nossa estratégia de desenvolvimento. A certificação de Bonito como o primeiro destino de Ecoturismo Carbono Neutro do planeta não foi o ponto de chegada, mas o catalisador que deu o impulso necessário para reposicionar todo o nosso setor turístico, alinhando-o de forma decisiva à agenda climática global.

Em 2021, tivemos a oportunidade de conhecer a jornada de certificação de Machu Picchu, no Peru, como destino Carbono Neutro. Essa janela, inicialmente fortuita, revelou-se uma adaptação muito oportuna com a nossa realidade. Tínhamos a base: Bonito, o principal destino de ecoturismo do Brasil, já maduro e internacionalmente reconhecido pelas boas práticas de governança e sustentabilidade em seus atrativos turísticos. E tínhamos a diretriz política: o Governo do Estado de Mato Grosso do Sul já havia se comprometido a se tornar o primeiro estado Carbono Neutro do país até 2030. A certificação, portanto, não foi um projeto isolado, mas a materialização da corresponsabilidade do setor de turismo dentro dessa política estadual macro e com os desafios impostos pela crise climática global.

O passo inicial, antes mesmo de todo o processo de certificação, foi a adesão da Fundação de Turismo de MS como signatário do Acordo de Glasgow, na qual assumimos os compromissos de medir as emissões, descarbonizar, regenerar, colaborar e financiar a ação climática no Turismo. Em seguida, a certificação de Bonito deu ao Mato Grosso do Sul uma credencial inegável, que se traduziu em um reposicionamento

firme para os mercados nacional e internacional, especialmente no pós-pandemia. As vantagens iniciais foram imediatas e palpáveis:

- a) **Visibilidade e Reposicionamento:** a chancela de ser o primeiro destino de ecoturismo Carbono Neutro atraiu a atenção da mídia especializada e do *trade* global, fortalecendo a nossa marca em um momento em que a sustentabilidade é o principal critério de escolha do viajante consciente;
- b) **Impacto no Setor Privado:** a iniciativa pública serviu como um exemplo motriz. Empreendimentos privados em Bonito prontamente aderiram à agenda, buscando certificações complementares, como a Carbono Negativo e Lixo Zero, iniciando um movimento de corresponsabilidade em efeito cascata.

O benefício final é que saímos de uma discussão pontual para a internalização desta agenda de trabalho em vários níveis de governança do turismo, focada na orientação estratégica de apoio à descarbonização de todo o setor, e alinhados com os compromissos do Acordo de Glasgow.

O processo de certificar um destino inteiro, e não apenas um empreendimento, apresentou desafios únicos, exigindo uma complexa governança multinível. O maior desafio não reside na burocracia do cumprimento dos passos, mas sim em dois eixos cruciais:

1. **Engajamento e Conscientização Setorial:** o Acordo de Glasgow e a certificação exigiram das equipes envolvidas uma transição do discurso para a métrica. O desafio foi traduzir o conceito inventário de emissões e de neutralidade de carbono em ações práticas no território e na governança pública, mas que dependiam também do envolvimento de uma rede diversificada de empresários, operadores, e atrativos. Foi preciso quebrar a inércia e mostrar, pelo resultado prático (a visibilidade e o retorno de mercado), que o investimento compensava;
2. **Sustentabilidade do Processo:** garantir que a certificação se tornasse uma rotina operacional e não apenas um feito isolado. Destinos são organismos vivos. O desafio contínuo é manter a rotina e o monitoramento de emissões, investir em novas tecnologias e plataformas e expandir essa agenda para toda a sociedade.

No que se refere à escolha da certificação ideal, essa é uma dúvida recorrente entre gestores. Nossa sugestão para empreendedores e gestores de destino é que a decisão vá além da simples análise do *mercado-alvo*. No nosso caso, a grande virada de chave foi que o tipo específico de certificação, no caso “Carbono Neutro, reconhecida pela ONU” nos forneceu a credencial necessária para ampliar o debate, uma vez que a certificação serviu como uma plataforma inquestionável para discutir a agenda climática e a governança em todos os níveis –do governo estadual ao pequeno empreendedor –e a aderência à política pública vigente, que já prevê inclusive o registro voluntário de emissões e a gestão de resíduos e efluentes.

Em vez de perguntar “Qual certificação o mercado pede?”, pergunte: “Qual certificação me dá a maior plataforma de governança e alavancagem política para atingir meus objetivos de longo prazo?”. Escolha aquela que for mais robusta, que exija a maior mudança sistêmica e que tenha reconhecimento que permita a interlocução com órgãos internacionais e fontes de financiamento climático. Certificações que trabalham com métricas de redução, governança social e que incentivam o engajamento de múltiplas partes interessadas tendem a gerar um impacto mais profundo e duradouro. A certificação não é o ponto final. É o início de uma nova fase estratégica, de comprometimento e de responsabilidade.

Em Mato Grosso do Sul, a certificação de Bonito como destino de ecoturismo Carbono Neutro se transformou em um movimento de internalização da agenda de trabalho, liderada pelo exemplo e engajamento do setor. O principal objetivo pós-certificação é a implementação do Plano de Ação Climática do Turismo em Bonito e a expansão da agenda climática para todo o Estado, com a construção de uma estratégia de descarbonização de todo o setor de turismo de Mato Grosso do Sul, especialmente destinos, empresas e eventos, e incentivando iniciativas inovadoras que possibilitem a transversalidade de políticas públicas que promovam a sustentabilidade do setor do turismo.

Além disso, incentivamos ativamente a iniciativa privada a buscar suas próprias jornadas de certificações em sustentabilidade, especialmente aquelas que já se materializam no território, conforme responsabilidade, maturidade e autonomia, incentivando um efeito multiplicador em outras regiões turísticas.

Já para a gestão pública, a agenda de sustentabilidade e carbono permeia hoje a matriz de classificação de todos os municípios turísticos do estado. Isso significa que o desempenho em sustentabilidade é um critério fundamental para a tomada de decisões, seja na participação em eventos promocionais ou no aporte de recursos financeiros para as regiões, de forma transparente e responsável.

Em resumo, a certificação possibilitou a criação de uma política pública forte e robusta, onde o turismo não é apenas uma atividade econômica, mas um pilar de responsabilidade socioambiental, com repercussões diretas no planejamento, no investimento e no posicionamento de mercado. E nesse caso, ainda devemos pensar também em estratégias de como engajar o turista.

A experiência de Bonito/MS demonstra que a certificação Carbono Neutro foi um investimento que gerou visibilidade, credibilidade e, crucialmente, permitiu elevar a pauta da sustentabilidade para o nível de política de Estado. Adicionalmente, elevou o Mato Grosso do Sul à liderança da agenda climática no turismo brasileiro. A credencial de Bonito permitiu ampliar a nossa atuação e servir como *benchmarking* para outros destinos no país. Até aqui, essa jornada só foi possível com engajamento de parceiros que acreditaram neste propósito. Assim, não podemos deixar de mencionar alguns deles: a ONU Turismo, o Governo do Estado de Mato Grosso do Sul, a Prefeitura Municipal de Bonito, a Green Initiative, SEBRAE, SENAC e muitos empresários do turismo.

Ainda como aprendizado para todos nós, a mensagem é clara: **não se contentem com a conformidade; busquem a credencial que gera um diferencial.** O mercado exige ações concretas, e a responsabilidade climática se tornou o principal vetor de inovação e competitividade. É hora de transformar os desafios ambientais do sul global em oportunidades de liderança. O Brasil tem o potencial e a obrigação de liderar esse movimento no ecoturismo, e isso começa agora, com a decisão de incorporar uma agenda climática real e robusta em cada destino e empreendimento.

2.4. Turismo Responsável e Ação Climática: A Urgência da Descarbonização no Turismo Brasileiro

Vilena Silva

CEO da Compensei, líder climática pelo The Climate Reality Project

Turismo na Era da Emergência Climática

O turismo brasileiro, em toda a sua diversidade cultural e natural, tem um enorme potencial de ser um vetor de desenvolvimento sustentável. No entanto, esse potencial só se concretizará se enfrentarmos, de maneira prática e imediata, os desafios impostos pela crise climática. As mudanças globais no clima já afetam destinos turísticos, comunidades locais e toda a cadeia de valor do setor, exigindo novas posturas de empresas, gestores públicos e viajantes.

De acordo com o Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC, 2023), a temperatura média global já aumentou 1,1°C em relação aos níveis pré-industriais, provocando eventos extremos mais frequentes como ondas de calor, secas prolongadas e inundações. Esses fenômenos impactam diretamente a atratividade e a infraestrutura de destinos turísticos, especialmente em países tropicais como o Brasil.

Ao mesmo tempo em que o turismo sofre as consequências da crise climática, a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2022) estima que o setor seja responsável por cerca de 8% das emissões globais de gases de efeito estufa, englobando transporte aéreo e rodoviário, meios de hospedagem, eventos, alimentação e geração de resíduos. Esses números evidenciam a urgência de colocar a ação climática no centro das estratégias de Turismo Responsável, sob risco de inviabilizar não apenas a sustentabilidade ambiental, mas também a competitividade econômica do setor.

Nesse contexto, falar de Turismo Responsável significa ir além das boas intenções. Significa reconhecer a urgência da descarbonização como caminho inevitável para alinhar o setor às metas globais de redução de emissões e garantir sua viabilidade no futuro. A inovação, a educação e a cooperação entre diferentes atores se tornam, assim, ferramentas essenciais para transformar o turismo brasileiro em referência de resiliência, inclusão e regeneração.

A Vulnerabilidade do Setor às Mudanças Climáticas

O turismo é uma das atividades econômicas mais sensíveis às alterações do clima. Pequenas mudanças na temperatura, nos padrões de chuva ou na frequência de eventos extremos já são capazes de modificar a experiência do viajante e comprometer a infraestrutura de destinos. Para o Brasil, país reconhecido por sua biodiversidade, ecossistemas únicos e atrativos naturais, a crise climática representa não apenas uma

ameaça ambiental, mas também um risco direto ao desenvolvimento socioeconômico de regiões que dependem fortemente da atividade turística.

Estudos de projeção sobre elevação do nível do mar revelam cenários alarmantes para destinos costeiros. Um trabalho de Antonioli et al. (2020) mapeou zonas vulneráveis e concluiu que muitos *resorts*, patrimônios e infraestruturas turísticas poderão ficar parcialmente submersos até 2100 em cenários extremos. Outro estudo, o de Voudoukas et al. (2020), previu que mais de 50% das praias arenosas podem desaparecer ao longo deste século, o que implicaria perdas significativas de leitos de hotel e de receita turística. Essa elevação costeira, combinada a tempestades mais intensas e marés mais altas, exige que destinos litorâneos repensem estratégias de adaptação com urgência.

Mas não é só o litoral que está em risco. No interior do país, secas prolongadas afetam rios e cachoeiras na Amazônia e no Cerrado, reduzindo o potencial de visitação e comprometendo atividades como a observação de fauna e o turismo de aventura. No Pantanal, maior planície alagável do mundo, a alteração dos ciclos de cheia e seca tem provocado estiagens severas e incêndios de grandes proporções. Embora seja um bioma de grande resiliência climática, com capacidade de recuperação após queimadas intensas, os impactos recentes evidenciam que o turismo opera em territórios de alta vulnerabilidade. Seja na costa ou em ecossistemas inundáveis, a resposta precisa ser estruturada com urgência e respaldo científico, para evitar perdas irreversíveis.

Inovação e Descarbonização: Caminhos para um Turismo de Baixo Carbono

Diante da vulnerabilidade crescente do setor, a inovação emerge como peça-chave para transformar o turismo brasileiro em uma atividade resiliente e regenerativa. A descarbonização, nesse sentido, não é apenas uma tendência, mas uma exigência para alinhar o setor às metas globais de redução de emissões.

A OMT (2022) defende que o setor turístico tem um papel central no cumprimento da meta de limitar o aquecimento global a 1,5°C, proposta pelo Acordo de Paris. Para isso, aponta a necessidade de reduzir pela metade as emissões do turismo até 2030 e alcançar a neutralidade de carbono até 2050. Esse compromisso está refletido também na Declaração de Glasgow para a Ação Climática no Turismo (United Nations, 2021), da qual o Brasil é signatário, reforçando a responsabilidade de governos, empresas e destinos em criar planos concretos de mitigação.

Nesse contexto, cresce a importância das certificações ambientais como instrumentos de credibilidade e diferenciação no mercado turístico. Selos e normas de sustentabilidade funcionam como mecanismos que atestam o **comprometimento** de empresas e destinos com práticas de redução e compensação de emissões.

O Turismo Responsável exige, portanto, a adoção de certificações específicas validadas por normas reconhecidas, como:

- GHG Protocol: referência internacional para inventários de emissões de gases de efeito estufa; ABNT PR 2030: prática recomendada para elaboração de inventários nacionais de emissões no Brasil;
- ABNT PR 2060: norma que orienta e valida a neutralidade de carbono;
- ABNT NBR ISO 14064: voltada à elaboração e verificação de inventários de GEE; ISO 20121: específica para a gestão sustentável de eventos;
- Critérios do GSTC (*Global Sustainable Tourism Council*): parâmetros globais para o turismo sustentável;
- ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável) da ONU: integrando a Agenda 2030 como diretriz de sustentabilidade transversal.

Importante ressaltar que o Turismo Responsável não exige certificações formais para existir, mas ao adotá-las, destinos e/ou empreendimentos turísticos encontram uma forma de demonstrar de maneira clara e **verificável** os compromissos climáticos assumidos. Certificações auditadas fortalecem a confiança, dão legitimidade às ações e inserem o setor em uma agenda global de transparência e integridade. Contudo, seu pensamento para além das iniciativas locais, é fundamental que o turismo brasileiro se conecte aos compromissos globais, que orientam e dão escala às ações climáticas do setor.

COP 30 e Glasgow Declaration: Compromissos Globais e Oportunidades Nacionais

O Turismo Responsável precisa dialogar com os compromissos internacionais, e a *Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism*, lançada na COP26 (United Nations, 2021), é uma das formas que países, destinos e empresas podem se comprometer com metas claras: reduzir pela metade as emissões até 2030 e alcançar a neutralidade antes de 2050. Mais de 850 signatários já aderiram, comprometendo-se com 5 pilares: medir, descarbonizar, regenerar, colaborar e financiar.

O Brasil, como signatário e agora anfitrião da COP30, em Belém (2025), tem a chance de transformar esses compromissos em prática concreta. A região amazônica simboliza tanto os riscos quanto às soluções da crise climática: vulnerabilidade diante de secas, mas também potencial de liderança em biodiversidade e bioeconomia.

Para o setor turístico, a COP30 será um momento histórico. O país poderá apresentar bons exemplos de turismo de baixo carbono e projetos regenerativos que unem conservação, inclusão social e inovação. Mais do que vitrine, será oportunidade de captação de investimentos, consolidação de políticas públicas e fortalecimento do Brasil como referência em turismo responsável global.

O futuro do turismo brasileiro depende da nossa **capacidade de agir** agora. Reconhecer a vulnerabilidade do setor, investir em inovação, adotar certificações ambientais e assumir compromissos globais são passos fundamentais para que o turismo deixe de ser parte do problema e se consolide como parte da solução climática.

A COP 30 e a Declaração de Glasgow nos lembram que não há tempo a perder: é hora de transformar discursos em práticas concretas, colocando o Brasil na vanguarda do Turismo Responsável. Mais do que reduzir emissões, trata-se de construir um legado de **resiliência, inclusão e regeneração**. Um turismo que respeita a ciência, valoriza as pessoas e protege a natureza é, ao mesmo tempo, um caminho de sobrevivência e uma oportunidade de liderança global.

Referências

ANTONIOLI, F., DE FALCO, G., LO PRESTI, V., MORETTI, L., SCARDINO, G., ANZIDEI, M., BONALDO, D., CARNIEL, S., LEONI, G., FURLANI, S., MARSICO, A., PETITTA, M., RANDAZZO, G., SCICCHITANO, G., & MASTRONUZZI, G. (2020). **Sea-level rise and potential drowning of the Italian coastal plains: Flood risk maps and scenarios for 2100**. *Water*, 12(8), 2173. <https://doi.org/10.3390/w12082173>

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2023). **AR6 synthesis report: Climate change 2023**. Geneva: IPCC. <https://archive.ipcc.ch/>

Organização Mundial do Turismo (OMT). (2022). **International tourism and climate action**. Madrid: UNWTO.

United Nations. (2021). **Glasgow Declaration: Climate action in tourism**. UNWTO/UNEP. <https://www.untourism.int/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism>

VOUSDOKAS, M.I., RANASINGHE, R., MENTASCHI, L., PLOMARITIS, T.A., ATHANASIOU, P., LUIJENDIJK, A., & FEYEN, L. (2020). **Sandy coastlines under threat of erosion**. *Nature Climate Change*, 10, 260–263. <https://doi.org/10.1038/s41558-020-0697-0>

3. Bioeconomia e o Turismo: convergências e oportunidades

3.1. Um pacto com a vida: que a sociobioeconomia tem a oferecer ao turismo e vice versa

Prof. Dr. Elimar Nascimento - LETS/UnB

Professor da Universidade de Brasília. Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB)

Pode ser exagero, mas prognósticos falam de bilhões de pessoas viajando pelo mundo em 2050, mais precisamente 4,7 bilhões. Quase metade da população. Com tal demanda, a pressão sobre o aumento da oferta só tende a crescer. A sociobioeconomia pode ser uma excelente oferta.

O conhecimento da sociobioeconomia em suas raízes, especialmente na Amazônia, junto a povos originários, quilombolas, pescadores artesanais, extrativistas e agricultores familiares, é uma experiência única. Conhecer povos e culturas que tratam a natureza como mãe, a quem temos que venerar e servir, e não degradar, matar, vilipendiar, é singular. Transforma cabeças, sensibilidades, valores e opiniões. Dormir em uma maloca na rede; conversar com populações ribeirinhas em palafitas; pescar com pescadores profissionais artesanais; comer um peixe recém pescado, com ervas retiradas do canteiro; participar da produção de farinha; adentrar a floresta em busca de castanha-do-brasil ou tomar um “vinho” do açaí. Qualquer dessas experiências o turista nunca esquecerá, sobretudo se for urbano e, especialmente, habitante das grandes cidades, de outros continentes. A sociobioeconomia oferece aos turistas não apenas produtos ou serviços, mas vivências inesquecíveis.

E o turismo, o que tem a oferecer à sociobioeconomia, esta estrada de um novo modelo de desenvolvimento? Primeiro, a redução do uso de combustíveis fósseis para chegar ao destino. Segundo, o financiamento para essas atividades que preservam a floresta em pé, e os rios limpos. Terceiro, o esforço humano, pequeno, mas significativo, de ampliar a cobertura vegetal do planeta, plantando árvores. Se cada turista em 2050 plantar uma árvore nós teremos mais de 4 bilhões de árvores plantadas. É o equivalente a 1% da Amazônia. E se plantarem duas, 2%. E em 10 anos, será o equivalente a 20% da Amazônia de novas árvores, as melhores para absorverem o CO₂. Mas há um quarto serviço, os efeitos da ampliação da consciência ambiental dos humanos. Imprescindível para um novo estilo de vida. Para a preservação da natureza. É a promessa contida na ideia de um **Turismo Regenerativo, o turismo do futuro.**

Enfim, turismo e sociobioeconomia podem realizar uma troca que funciona como um pacto com a vida. O que estamos, todos e todas, precisando.

3.2. Ser ou não ser bioeconomia no turismo: eis a questão

Pedro Meloni Nassar

Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá

A ideia de bioeconomia já é conhecida por nós, pessoas ligadas à conservação socioambiental e sustentabilidade, há algum tempo, e já trabalhamos com seus princípios antes do termo se tornar quase que um senso comum. Alguns autores, como Sampaio (2010), utilizam o termo “ecossocioeconomia”, que tem como base propor uma economia que não dependa do sistema capitalista hegemônico, baseado na economia de mercado.

No entanto, o sistema capitalista se apropria de termos e conceitos antes críticos ao próprio sistema para transformá-los de acordo com a sua conveniência (Souza, 2017). Parte da ideia de bioeconomia segue esse mesmo caminho. Pensar, por exemplo, em uma “bioeconomia de *commodities*”, que privilegia a monocultura, a concentração de renda e com pouca dependência da biodiversidade (Waack et al., 2021), especialmente na Amazônia, um bioma rico em biodiversidade e cultura, soa contraditório com a ideia de bioeconomia que acreditamos. Sem inclusão e justiça social, não há como se discutir bioeconomia.

O Instituto Mamirauá apoia projetos e ações de bioeconomia desde a sua fundação. O manejo de pirarucu, em sua prática, é um ótimo exemplo disso. Envolve participação local, conhecimento tradicional, nesse caso superespecializado, regras de proteção dos recursos naturais e geração de benefícios diretamente a moradores e moradoras de comunidades tradicionais. Contudo, dificuldades de acesso a mercados mais justos colocam em xeque a bioeconomia do pirarucu. Compradores pagam valores muito abaixo do valor correto (segundo estudos do Instituto Mamirauá, o quilo do pirarucu, corrigido pela inflação, seria de pouco mais de R\$ 30,00 hoje, enquanto o valor cobrado é de cerca de R\$ 6,00) ou empresas vendem ao consumidor final com valores muito acima do que é pago ao manejador. Isso se reflete também em outras cadeias produtivas da Amazônia, da castanha-do-brasil à farinha de mandioca.

O turismo de base comunitária é outra atividade de bioeconomia que o Instituto Mamirauá apoia. O grande exemplo é a Uakari Lodge, uma pousada, cuja gestão compartilhada entre comunidades locais e o Instituto Mamirauá, promove os pilares fundamentais do que acreditamos como bioeconomia e Turismo Responsável: distribuição justa de benefícios, melhoria da qualidade de vida dos moradores e moradoras envolvidos, conservação dos recursos naturais e apoio aos processos coletivos e organização comunitária (Peralta et al., 2018).

Para o turismo e a bioeconomia se retroalimentarem é necessário que haja um olhar crítico para a prática. Antes da prática, no entanto, criam-se conceitos, muitos deles

que “conversam” e se mesclam, tornando-se quase que a mesma coisa, com detalhes que os modificam. Para algumas pessoas o conceito de “turismo sustentável” já entrou em desuso, assim como a ideia de “turismo responsável”. E elas tem suas razões e seus argumentos para recusar utilizá-los. Atualmente, o termo “turismo regenerativo” vem ganhando força e substituindo os termos anteriores. Ainda há certa dificuldade de compreensão quanto ao turismo regenerativo, inclusive pelos seus próprios defensores. No meu contexto de trabalho, uso muito “turismo de base comunitária”, porque me parece um agregador de todos os conceitos. O que vejo, contudo, é que menos importa o conceito que se queira usar e muito mais como fazer o turismo.

Volto aqui para o início do parágrafo anterior. Para um olhar menos desconfiado, qualquer turismo em áreas naturais ou em territórios com populações tradicionais, pode ser a bioeconomia posta em prática. Será mesmo que girar a economia através de uma trilha em uma unidade de conservação ou contratar um condutor local são suficientes para tratarmos como bioeconomia? Como tentei explicar desde o início do texto, essas ações podem ser importantes, mas não são suficientes.

Posso me tornar repetitivo, mas a bioeconomia que acredito ser uma catalisadora de boas mudanças, precisa levar em conta a coletividade das ações (isso não significa, como a nossa experiência com os Kalunga nos mostrou, que tudo deve ser coletivo – por exemplo a pousada pode ser de uma família – mas é fundamental que haja um senso de união e compartilhamento entre as partes); a distribuição justa dos benefícios econômicos; a geração de benefícios para além do monetário (há várias mudanças positivas intangíveis na Uakari Lodge, como a independência das mulheres; melhoria nas relações entre as comunidades, entre outras); conservação do meio ambiente, justiça e inclusão sociais.

O turismo pode ser uma ferramenta transformadora, tanto do ponto de vista individual quanto coletivo, e há inúmeros exemplos inspiradores que demonstram isso. Esses exemplos encorajam quem está começando uma iniciativa ou até que nunca vislumbrou o turismo como uma possibilidade de melhoria de vida. É quando a empolgação se torna excessiva que precisamos um pouco de cautela, especialmente no contexto de comunidades tradicionais. Primeiro porque a cadeia produtiva do turismo é grande e envolve muitos setores diferentes. Segundo, a operação pode ser complexa, com altos custos e necessidade de algum investimento. Por fim, o turismo é uma atividade sujeita à externalidades que fogem ao nosso controle. A pandemia é o maior exemplo disso. A minha maior preocupação, contudo, é quando a comunidade se organiza para o turismo e pessoas de fora do local aparecem com promessas de lucro e desenvolvimento rápidos, sem a devida transparência dos processos e da efetiva participação social. E, pior, vendem para fora com todos os rótulos positivos, saindo como benfeitores da sociobioeconomia.

Referências

PERALTA, N., OZORIO, R. Z., NASSAR, P. M., & PINTO, G. P. (2018). **Community-based tourism in protected areas: A move beyond “paper parks.”** In A.A. CUNHA, T.C. MAGRO-LINDENKAMP, & S.F. MCCOOL (Eds.). *Tourism and protected areas in Brazil: Challenges and perspectives* (pp. 297–318). New York: Nova Science Publishers.

SAMPAIO, C. A. C. (2010). **Gestão que privilegia uma outra economia: Ecosocioeconomia das organizações.** Blumenau, SC: Edifurb.

SOUZA, J. J. F. (2017). **A elite do atraso: Da escravidão à Lava Jato.** Rio de Janeiro: Casa da Palavra.

WAACK, R., PIAZON, R., SANTOS, I., PÁDUA, C., BRITO, M., SCHOR, T., & CENAMO, M. (2021). **O valor da diversidade para a bioeconomia.** [sem editora identificada].

3.3. Do Biohub à Biorregião: Caminhos da Bioeconomia e do Turismo Regenerativo para o Enfrentamento das Mudanças Climáticas no Recôncavo da Guanabara

Thais Corral

Instituto Sinal do Vale

Vivemos uma era marcada pela intensificação das mudanças climáticas e pela crescente percepção de que os modelos econômicos dominantes, baseados em exploração ilimitada de recursos naturais e dependência de combustíveis fósseis, são insustentáveis. A emergência climática, traduzida em secas prolongadas, enchentes devastadoras, perda de biodiversidade e insegurança alimentar, exige respostas urgentes que transcendam ajustes pontuais e proponham novas formas de organização econômica, social e ecológica.

Nesse cenário, a bioeconomia surge como um caminho alternativo, não apenas pela capacidade de oferecer soluções técnicas, mas também por propor uma nova lógica de relação com a natureza. Diferente de abordagens meramente conservacionistas ou de mitigação de impactos, a bioeconomia se fundamenta na ideia de regenerar ecossistemas, valorizar saberes tradicionais e criar cadeias de valor que sejam sustentáveis no longo prazo.

O Brasil, com sua megabiodiversidade, tem a oportunidade e a responsabilidade de se tornar um líder global nesse campo. A Mata Atlântica, embora reduzida a apenas cerca de 12% de sua cobertura original, é um exemplo de bioma cuja restauração pode ter impactos profundos na mitigação climática e na promoção de novas economias. No território do Recôncavo da Guanabara, localizado no estado do Rio de Janeiro, iniciativas como o Caminho do Recôncavo e o Sinal do Vale demonstram como é possível transformar uma região em laboratório vivo de soluções integradas que unem conservação, inclusão produtiva, turismo regenerativo e educação ambiental.

A partir dessa experiência, formulamos uma **teoria de mudança** baseada em três níveis interconectados: o **biohub**, como célula de inovação e experimentação; a **biorregião**, como rede articulada de biohubs, comunidades e áreas de conservação; e a **bioeconomia**, como escala ampliada de cadeias regenerativas e políticas públicas. Este texto discute como essa abordagem, enraizada no Recôncavo da Guanabara, responde às seguintes questões: (1) A bioeconomia pode ser um caminho alternativo para uma economia diferente? Como? (2) De que forma o turismo alimenta e é alimentado pela bioeconomia e, particularmente, pela sociobioeconomia? (3) O turismo regenerativo pode se constituir em atividade relevante para o enfrentamento das mudanças climáticas?

A Bioeconomia como Caminho Alternativo

A bioeconomia, em sua concepção mais avançada, é mais do que a utilização de recursos biológicos para fins industriais ou energéticos. Trata-se de uma reorganização profunda das cadeias produtivas e das relações econômicas, fundamentada na valorização da biodiversidade e na regeneração dos ecossistemas. No Brasil, este conceito ganha ainda mais relevância diante da riqueza de biomas como a Amazônia e a Mata Atlântica, que oferecem não apenas matérias-primas, mas também serviços ecossistêmicos essenciais, como regulação climática, manutenção de ciclos hídricos e polinização.

A **sociobioeconomia**, conceito que avança em relação ao termo genérico, enfatiza a dimensão social e comunitária dessa transição. Ela reconhece que a conservação só é possível quando integrada à geração de renda e à melhoria da qualidade de vida das populações locais. Ao valorizar o conhecimento tradicional, os modos de vida comunitários e as economias de pequena escala, a sociobioeconomia cria condições para que comunidades se tornem protagonistas da transição ecológica.

No Recôncavo da Guanabara, a bioeconomia se expressa em múltiplas iniciativas. O projeto **Madre Frutos**, por exemplo, transforma a jaca – fruto historicamente associado ao período da escravidão – em base para produtos alimentícios inovadores, é liderado por mulheres. Trata-se de uma cadeia que combina memória cultural, regeneração florestal (já que a jaca integra sistemas agroflorestais) e geração de renda. Outro exemplo é **Pi Kombucha Tropical**, que por sua vez expressa a bioeconomia ao transformar frutas locais e espécies da Mata Atlântica em uma bebida saudável e inovadora, agregando valor a cadeias produtivas regenerativas. Sua produção envolve agricultores familiares, mulheres e jovens do território, promovendo inclusão social e geração de renda justa. Com identidade cultural e ecológica, conectam conservação ambiental a mercados sustentáveis e ao turismo regenerativo do Recôncavo da Guanabara.

O Sinal do Vale, atuando como **biohub**, oferece o ambiente para a incubação e articulação dessas experiências. Biohub, aqui, é entendido como território-laboratório: uma área delimitada onde se articulam conservação, produção agroflorestal, prática e hospitalidade regenerativa. Diferente de um centro de pesquisa isolado, o Biohub está imerso no território e conectado às comunidades. Essa imersão permite testar modelos de bioeconomia em escala reduzida, mas com potencial de replicação em outras áreas. Assim, a bioeconomia no Recôncavo não é apenas um conceito abstrato, mas uma prática enraizada que mostra como é possível reorganizar cadeias produtivas em torno da regeneração, da justiça social e da resiliência climática.

Turismo e Sociobioeconomia: um ciclo virtuoso

O turismo ocupa posição estratégica na articulação entre bioeconomia e desenvolvimento territorial. Quando estruturado de forma responsável, pode ser motor de conservação e de valorização cultural, gerando renda para comunidades e ampliando a consciência ambiental de visitantes. No caso do Recôncavo da Guanabara, o **Caminho do Recôncavo** é um exemplo de como o turismo pode ser organizado para fortalecer a sociobioeconomia.

O Caminho conecta 11 áreas de conservação, diversas comunidades tradicionais e 3 biohubs principais, criando um corredor que alia mobilidade, cultura e regeneração ecológica. Essa rede não apenas abre possibilidades de visitação, mas também cria mercados para produtos locais, como alimentos agroecológicos, artesanato quilombola e serviços de hospitalidade comunitária.

O turismo alimenta a sociobioeconomia ao gerar demanda para esses produtos e experiências. Visitantes que percorrem o Caminho do Recôncavo consomem alimentos produzidos em agroflorestas, participam de oficinas culturais em quilombos, hospedam-se em campings e pousadas familiares e compram artesanato local. Cada interação movimenta a economia comunitária, ao mesmo tempo que fortalece práticas sustentáveis.

Por outro lado, a sociobioeconomia alimenta o turismo ao oferecer paisagens restauradas, experiências autênticas e narrativas culturais enraizadas. A regeneração de florestas torna trilhas mais atrativas; a preservação de rios permite o desenvolvimento de atividades de pesca artesanal e ecoturismo aquático; a valorização da memória histórica, como no Quilombo Bongaba, cria roteiros de turismo de base comunitária que dialogam com as **Rotas Negras**, política nacional de valorização do patrimônio afro-brasileiro. Outros exemplos concretos incluem o **Vale da Estrela**, onde o antigo terreno da empresa Wilson Sons está sendo transformado em polo de turismo comunitário e educação ambiental de restauração de manguezais; e os pescadores do Rio Estrela, que ao revitalizarem sua relação com o território, integram-se a uma proposta maior de regeneração da Baía de Guanabara.

Dessa forma, turismo e sociobioeconomia formam um ciclo virtuoso, no qual conservação, produção e cultura se reforçam mutuamente, consolidando o território como referência de desenvolvimento regenerativo.

Turismo Regenerativo e Mudanças Climáticas: impactos e inspirações para as mudanças necessárias

Se o turismo sustentável busca minimizar impactos negativos, o **turismo regenerativo** vai além: gera impactos positivos, contribuindo ativamente para a restauração dos ecossistemas e para o fortalecimento da resiliência climática. Essa abordagem parte da ideia de que cada experiência turística deve deixar o lugar melhor do que encontrou, seja plantando árvores, restaurando nascentes, ou contribuindo para cadeias produtivas locais.

No Recôncavo da Guanabara, o turismo regenerativo já se mostra estratégico para enfrentar as mudanças climáticas. Em termos de **mitigação**, ele contribui para o sequestro de carbono ao apoiar projetos de reflorestamento e agroflorestas. Visitantes participam de mutirões de plantio, atividades educativas e vivências em sistemas regenerativos, criando vínculos afetivos que fortalecem a consciência climática. Em termos de **adaptação**, o turismo regenerativo diversifica as fontes de renda das comunidades, reduzindo a vulnerabilidade ante crises econômicas e climáticas. Ele também fortalece a infraestrutura ecológica – como áreas úmidas, florestas e rios – que funcionam como barreiras naturais contra enchentes e secas. Além disso, promove coesão social ao valorizar saberes tradicionais e fortalecer identidades culturais.

Outro aspecto relevante é o papel **educativo** do turismo regenerativo. Ao participar de uma trilha interpretativa, de uma oficina de agrofloresta ou de um círculo cultural com comunidades locais, visitantes se tornam multiplicadores de conhecimento e agentes de transformação em suas próprias realidades. O turismo regenerativo, assim, amplia sua relevância não apenas pelo impacto direto no território, mas também pelo potencial de inspirar mudanças globais de comportamento.

Frente à crise climática, essa modalidade de turismo não deve ser vista como atividade marginal, mas como eixo estratégico das políticas de adaptação e mitigação, especialmente em regiões como o Recôncavo da Guanabara, altamente vulneráveis a eventos extremos.

Teoria de Mudança: Biohub → Biorregião → Bioeconomia

A experiência do Sinal do Vale e de seus parceiros levou à formulação de uma **teoria de mudança** que busca estruturar a transição para uma economia regenerativa em três níveis: **biohub**, **bioregião** e **bioeconomia**.

O **biohub** é o ponto de partida: um território-laboratório onde são testadas práticas de regeneração, cadeias de valor sustentáveis e experiências de turismo regenerativo. No caso do Sinal do Vale, o Biohub integra produção agroflorestal, hospitalidade, educação ambiental e restauração ecológica em um espaço de 200 hectares. Esse modelo

demonstra, em pequena escala, como é possível conciliar conservação, produção e inclusão social.

A **biorregião** é a ampliação desse conceito, conectando múltiplos biohubs, comunidades, áreas de conservação e iniciativas produtivas em uma rede coesa. O Recôncavo da Guanabara, com seus 11 parques e áreas protegidas, quilombos, comunidades pesqueiras e assentamentos agroflorestais, já se organiza como uma biorregião em construção. O Caminho do Recôncavo atua como infraestrutura de conexão, permitindo que visitantes, produtos e narrativas circulem entre diferentes pontos do território.

A **bioeconomia** é o resultado desse processo em escala ampliada. Ao consolidar múltiplos biohubs e organizar a biorregião, é possível estruturar cadeias de valor que ultrapassam fronteiras locais e dialogam com mercados nacionais e internacionais. Produtos regenerativos, créditos de carbono, serviços ambientais e experiências turísticas tornam-se parte de uma economia que se sustenta na regeneração e não na exploração.

Essa teoria de mudança se articula diretamente com agendas globais, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, a Década da ONU para Restauração dos Ecossistemas (ONU) e os compromissos climáticos do Acordo de Paris. O Recôncavo da Guanabara, ao experimentar esse modelo, torna-se não apenas beneficiário, mas também produtor de conhecimento para a transição global.

Conclusão

A análise apresentada demonstra que a bioeconomia pode, de fato, ser um caminho alternativo para uma economia diferente, fundamentada na regeneração dos ecossistemas e na valorização das comunidades locais. O turismo, ao se integrar à sociobioeconomia, mostra-se um vetor essencial para conectar conservação, cultura e desenvolvimento, alimentando e sendo alimentado por práticas regenerativas.

O turismo regenerativo, em particular, emerge como atividade estratégica frente às mudanças climáticas, contribuindo para mitigação, adaptação e educação. Ele demonstra que o enfrentamento da crise climática não se dá apenas em grandes negociações internacionais ou inovações tecnológicas, mas também em práticas locais que unem comunidades, visitantes e ecossistemas em torno da regeneração.

A teoria de mudança biohub → biorregião → bioeconomia sintetiza esse processo, oferecendo uma estrutura replicável para outras regiões do Brasil e do mundo. O Recôncavo da Guanabara, com sua riqueza cultural e natural, torna-se um território referência, capaz de inspirar políticas públicas e modelos econômicos que conciliem prosperidade, justiça social e integridade ecológica.

Ao promover uma economia que regenera em vez de degradar, o Recôncavo aponta um caminho de esperança e de responsabilidade para o Brasil no cenário global, mostrando que é possível enfrentar a crise climática com soluções enraizadas nos territórios e guiadas pela sabedoria da valorização da sociobiodiversidade.

Referências

Brasil. (2022). *Decreto nº 10.934, de 12 de janeiro de 2022: Institui a Política Nacional de Turismo Sustentável*.

CORRAL, T. (2024). **Caminho do Recôncavo da Guanabara: Turismo regenerativo e bioeconomia**. Instituto Sinal do Vale.

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2023). **AR6 synthesis report: Climate change 2023**. Geneva: IPCC. <https://archive.ipcc.ch/>

Movimento Viva Água. (2023–2024). **Relatórios técnicos e institucionais**. [Relatórios internos].

Organização das Nações Unidas (ONU). (2021). **Década da Restauração dos Ecossistemas (2021–2030)**. United Nations Environment Programme (UNEP). <https://www.decadeonrestoration.org>

Rede Brasileira de Trilhas. (n.d.). **Documentos institucionais**. <https://www.redetrilhas.org.br>

4. Turismo Responsável: Resultados que Inspiram

4.1. Turismo Responsável – Turismo Sustentável: prática e inspiração

Iara Brasileiro

Professora da Universidade de Brasília. Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB)

Viver em tempos velozes nos exige atenção redobrada para sermos capazes de ler e entender todos os sinais à nossa volta. O mínimo descuido e perdemos a informação correta, o que pode resultar na escolha por um caminho equivocado, costumeiramente lastreado na desinformação e que, muitas vezes de forma sutil, pode confundir a realidade.

Talvez como fruto dessa incessante e constante movimentação e mudança impostas pela pós-modernidade, os conceitos que temos das coisas e dos fenômenos da vida terminam sendo também modificados – ou, ao menos, alterados –, na tentativa de torná-los mais adequados ao momento ou a um novo olhar para um tema já antigo. Se, por um lado, essas remodelagens do pensamento são necessárias e importantes, por outro, em excesso e sem critério, terminam resultando numa espécie de Babel conceitual que, no lugar de esclarecer, confunde o entendimento.

O turismo não escapa dessa armadilha. Multifacetado que é, esse fenômeno que ao mesmo tempo é prática e vivência, espelha em si mesmo a dinâmica do pensamento e das ações humanas. Deslocar-se é inerente à vida. Desde as moléculas até os seres complexos, tudo está em constante atualização, adaptação, remodelação e, até, restauração. Assim, na tentativa de organizar diferentes demandas e ofertas, planejadores e gestores foram segmentando as diferentes formas da atividade, sendo acompanhados pelos estudiosos da academia que buscam entender e explicar sua complexidade. Turismo de massa *versus* turismo verde, de baixo impacto, ecoturismo, turismo responsável, turismo sustentável, e turismo regenerativo são alguns dos nomes dados a esse complicado tecido que agrega comportamento, meio ambiente, cultura e economia, em relações diversas, por sua vez, também complexas e multifacetadas, quase caleidoscópicas.

Vale lembrar que a oferta e a operação turística são feitas por alguns membros da sociedade ou da comunidade, enquanto os reflexos dessa atividade são sentidos por todos. Essa percepção já traz à luz algumas das dificuldades ou dos impactos causados pelo turismo. Diante desses desafios, alguns se propõem a buscar alternativas para a oferta de experiências no turismo que levem em conta, de fato, a melhor distribuição dos benefícios econômicos, ambientais, culturais e sociais do turismo para o território em que se realiza. O Turismo Responsável se apresenta como uma dessas alternativas no rastro da pretendida sustentabilidade – a prática em busca da inspiração.

O Turismo Responsável exige o oposto da prática da pressa – necessita de tempo para a fruição das experiências; requer reflexão sobre a vida, sua diversidade e suas inúmeras facetas. Pede conhecimento e entendimento das questões ambientais, climáticas, políticas, econômicas e culturais. Exige reconhecer o “outro”. Exige conciliação entre velocidade e pausas. Todavia, por se constituir em grande desafio, aponta para a esperança, para o sonho e para a realização.

Foi pensando nessas ideias que convidamos Rutti Cutrim – Fundadora da Mova Experiência (Maranhão); Maria Julia Baracho – Fundadora do Engenho Triunfo (Paraíba); Camilla Gonçalves – Grupo Caju (Amazonas); Solange Portela – Secretária de Turismo de Nísia Floresta (Rio Grande do Norte) e Nathália Hallack Fabrino – Analista do Sebrae DF para, a partir dos desafios e experiências que vivem, nos contassem sobre suas vitórias, esperanças e sonhos.

Rutti nos revelou que seu principal desafio é “não ser engolida pelo mercado” e que sua esperança é alcançar a “consciência das pessoas”; Maria Júlia nos disse que busca “convencer as pessoas de que o turismo se paga” e com isso, sonha em lhes dar uma “vida melhor”. O sonho da Camilla é de que “por meio da educação” se consiga enfrentar o desafio de “disseminar o Turismo Responsável”. A Solange sonha em “melhorar a vida no município” em que vive e trabalha, enfrentando o desafio de “integrar as dimensões da sustentabilidade” e a Nathália nos contou que “acessar o mercado” é seu maior desafio e que seu sonho é “integrar os territórios em que o turismo acontece”.

Resumir essa conversa descontraída, porém profunda, foi um desafio em que precisei aplicar meu coração e, sim, também o meu tempo, pois não seria “com pressa” que eu daria conta desse que fazer.

Assim, a partir de toda a benquerença que vivemos nessa conversa, eu poderia, despretensiosamente, afirmar que a velocidade da vida moderna desafia nossa **lucidez** para fazer **escolhas** que **deixem de lado nossa arrogância diante da natureza** e que nos façam **humildes diante da vida**. É preciso **paciência** para **construir junto**, para **ver e ouvir o outro**, para, constantemente, fazer **parcerias** que se adequem à dinâmica da vida. É preciso aprender que a pressa não nos permite ver, ouvir ou, mesmo, viver.

Por fim, é preciso olhar o planeta e a vida com **respeito** e **afeto**.

4.2. Turismo Responsável: entre a pressa do mundo e a urgência do cuidado

Camilla Gonçalves

Grupo Caju (Pousada da Milla e Juju Tour)

Vivemos em uma era marcada pela pressa. O mundo gira em velocidade acelerada, as informações se multiplicam em questão de segundos, e as pessoas parecem cada vez mais pressionadas a fazer mais em menos tempo. Essa dinâmica, no entanto, gera um efeito colateral preocupante: a superficialidade. Muitas vezes, escolhas éticas deixam de ser consideradas, substituídas por soluções rápidas, convenientes ou econômicas.

No turismo, esse cenário se revela de forma intensa. A pressa em “consumir destinos” leva a experiências rasas, pouco conectadas com a essência dos lugares visitados. O Turismo Responsável, por sua vez, exige justamente o oposto: tempo para fruir, escutar, aprender e se conectar. Ele pede que olhemos para o outro e para o ambiente com respeito, reconhecendo a diversidade da vida em todas as suas formas.

Como empreendedora na Amazônia, sinto de forma ainda mais forte essa contradição entre velocidade e lentidão. Aqui, a floresta dita o ritmo. O rio não corre mais rápido porque temos pressa. O encontro com as comunidades não pode ser apressado. E isso nos obriga, todos os dias, a lembrar que a **experiência verdadeira nasce quando nos permitimos desacelerar.**

Conciliar os tempos do mundo moderno com os tempos do Turismo Responsável é, ao mesmo tempo, um desafio e uma oportunidade. O viajante chega, muitas vezes, carregado da lógica da pressa: quer ver o máximo possível em pouco tempo, registrar cada momento para as redes sociais e “tickar” destinos da sua lista. A nós, empreendedores, cabe o papel de educar, com sensibilidade, para mostrar que a riqueza da experiência está no mergulho profundo, não na corrida apressada.

Na Amazônia, por exemplo, cada detalhe tem sua importância. O nascer do sol visto de dentro da floresta não pode ser acelerado. O voo de um galo-da-serra exige silêncio e contemplação. A roda de conversa com moradores ribeirinhos não se encaixa em um cronograma rígido, porque envolve escuta, afeto e troca genuína. Esses momentos não são apenas turísticos. São educativos. Eles nos lembram que **o turismo pode ser uma poderosa ferramenta de transformação quando se compromete a despertar consciência.**

É nesse ponto que a ética se torna um pilar fundamental. Não basta oferecer experiências “bonitas”, é preciso garantir que elas sejam respeitosas, inclusivas e sustentáveis. Isso significa não explorar comunidades locais, mas envolvê-las de forma justa. Não usar a natureza como palco para *selfies*, mas como espaço de aprendizado e reverência. Não reduzir a cultura a um espetáculo, mas valorizá-la em sua complexidade.

O Turismo Responsável exige que deixemos de ser apenas consumidores e passemos a ser cidadãos conscientes. E essa transição só acontece quando unimos a fruição da experiência ao engajamento com os valores que a sustentam. Falar de Turismo Responsável é fácil; praticá-lo é trabalhoso. Os desafios são muitos, especialmente para pequenos e médios empreendedores que operam em destinos de grande complexidade social e ambiental, como a Amazônia.

O primeiro desafio é conciliar as pressões do mercado com a responsabilidade socioambiental. O turismo convencional ainda é fortemente pautado pelo preço e pela quantidade. Viajantes querem “o mais barato” e “o máximo de atividades” em menos tempo. Explicar que uma experiência responsável pode custar mais, porque envolve remuneração justa de comunidades, práticas de sustentabilidade e profissionais qualificados, nem sempre é simples.

Outro desafio é a falta de políticas públicas sólidas que incentivem e protejam práticas responsáveis. Muitas vezes, caminhamos sozinhos, sem apoio estruturado de órgãos públicos ou de políticas que reconheçam o turismo como ferramenta de desenvolvimento sustentável.

Há também o desafio interno, de gestão. Praticar Turismo Responsável exige tempo, energia e capacitação contínua. Precisamos formar equipes, sensibilizar colaboradores e manter coerência entre discurso e prática, o que exige comprometimento constante.

Por fim, existe um desafio global: a desinformação. Em tempos em que qualquer destino pode ser vendido com belíssimas imagens digitais, o risco de *greenwashing* é real. É preciso combater narrativas superficiais e mostrar, com transparência, o que realmente significa operar de forma responsável.

Apesar dos desafios, acredito profundamente no **poder transformador do turismo**. Minha esperança imediata está no fortalecimento das redes de empreendedores e iniciativas que compartilham desse mesmo propósito. Sozinhos, podemos até nos sentir pequenos; juntos, podemos construir um movimento que ganha força, legitimidade e impacto.

Tenho esperança de que os viajantes, cada vez mais, reconheçam o poder de suas escolhas. Cada reserva feita em um empreendimento responsável é um voto pelo futuro que queremos construir. Cada experiência que valoriza comunidades e conserva o meio ambiente é um passo rumo a um turismo que deixa legado.

Na Amazônia, vejo sinais concretos dessa transformação. Há jovens que se reconhecem como protagonistas de suas histórias ao receber viajantes com orgulho. Há comunidades que percebem o turismo não como ameaça, mas como alternativa de renda e fortalecimento cultural. Há visitantes que saem diferentes, mais conscientes, mais humanos.

Essa é a esperança que me move: acreditar que, mesmo em tempos de pressa, é possível cultivar a lentidão necessária para o cuidado, a ética e a transformação. **O Turismo Responsável nos convida a fazer escolhas corajosas.** Escolhas que nem sempre são as mais rápidas, nem as mais fáceis, mas que são, sem dúvida, as mais necessárias.

Conciliar velocidade e lentidão é um exercício diário. Não se trata de negar a modernidade ou a urgência do nosso tempo, mas de lembrar que o verdadeiro valor da experiência turística está na **profundidade**, e não na pressa. Os exemplos que inspiram são aqueles que escolhem o caminho da ética, mesmo quando isso significa nadar contra a corrente. São os que priorizam o cuidado com a natureza, o respeito às comunidades e o compromisso com um futuro sustentável.

O turismo pode e, deve ser, uma ferramenta de transformação social, ambiental e cultural. Para isso, precisamos nos permitir parar, escutar e agir com consciência. O futuro do turismo depende da nossa capacidade de escolher o tempo da vida, e não apenas o tempo do relógio.

Referências

Organização das Nações Unidas (ONU). (2015). **Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development.** ONU. <https://sdgs.un.org/2030agenda>

Organização Mundial do Turismo (OMT). (n.d.). **Turismo responsável: Princípios e práticas.** UNWTO. <https://www.unwto.org>

Rede Brasileira de Turismo Responsável. (n.d.). **Relatório institucional.** [Documento interno].

4.3. Turismo Responsável no DF: a Experiência do Turismo Fora dos Eixos – Conectando Pessoas e Lugares

Nathália Hallack Fabrino

Analista Sebrae/DF

O Turismo Responsável propõe sairmos de um campo aspiracional da sustentabilidade para avançarmos em práticas concretas, capazes de transformar realidades e lugares. É um convite à tomada de responsabilidade e à contribuição ativa na construção de um turismo mais justo, inclusivo e diverso. Como gestora de projetos de turismo no Sebrae/DF, optei por apresentar, no 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável, a iniciativa “Turismo Fora dos Eixos – Conectando Pessoas e Lugares”, por sua forte aderência às discussões propostas pelo evento e pela oportunidade de compartilhar a complexidade e os desafios envolvidos em sua implementação.

A estruturação do Fora dos Eixos nasceu da inquietação e do desejo de promover uma maior valorização e conexão com as Regiões Administrativas do Distrito Federal (DF). Reconhecemos o potencial criativo que reside nesses territórios e a relevância histórica que possuem na construção – prática, identitária e simbólica – da nossa capital. Ao mesmo tempo, devido à configuração espacial do DF, somada aos estigmas e preconceitos raciais e sociais, a interação entre o Plano Piloto e as Regiões Administrativas é bastante restrita e, quando ocorre, tende a reproduzir relações de poder pré-estabelecidas.

Ao refletirmos sobre caminhos capazes de atenuar essa realidade, o turismo se revela como uma poderosa ferramenta de conexão e descortinamento, permitindo que lugares e pessoas sejam percebidos, conhecidos e, principalmente, **reconhecidos**. Atualmente, o Distrito Federal possui 35 Regiões Administrativas (RAs), cujos limites físicos definem a jurisdição da ação governamental para fins de descentralização administrativa e coordenação dos serviços públicos. São regiões que diferem significativamente em dimensões espaciais, densidade demográfica e vocações econômicas.

A proposta do Turismo Fora dos Eixos é incentivar o desenvolvimento turístico de forma descentralizada – fora do Plano Piloto –, priorizando territórios historicamente excluídos, marginalizados e com Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) médio ou baixo em comparação à média do Distrito Federal (0,814). O Programa tem como objetivo fomentar o desenvolvimento econômico e sociocultural das RAs do Distrito Federal a partir do turismo de base comunitária, tendo como premissa a valorização dos territórios, de sua diversidade cultural e dos seus espaços de resistência.

A fase 1 do trabalho, executada em 2024, contou com a parceria do Instituto BRB e contemplou quatro Regiões Administrativas: Ceilândia, Planaltina, Samambaia e São Sebastião. Nessa primeira etapa, buscamos fortalecer a autoestima e o senso de pertencimento das comunidades em relação aos seus territórios, investindo em processos

participativos que resultaram na criação dos **guias afetivos** e das **marcas dos lugares**. As metodologias aplicadas garantiram o protagonismo local e colocaram os moradores no centro do processo, valorizando suas percepções, memórias e experiências. Como resultado, alcançamos o envolvimento de 125 empreendedores e lideranças locais, promovemos mais de 70 iniciativas nos guias e disponibilizamos todas as marcas para uso livre dos interessados.

Então, seguimos para a proposição de uma segunda etapa, com os mesmos quatro territórios, focada em “Oportunidades de Negócios e Acesso a Mercado”. No momento, estamos em tratativas com parceiros para viabilizar a continuidade do Programa.

Durante o painel, tivemos a oportunidade de discutir os desafios enfrentados na construção de um turismo mais responsável. No contexto do Fora dos Eixos, destaco a importância de compreendermos o **tempo de amadurecimento** necessário para iniciativas dessa natureza. Muitas vezes, instituições e parceiros que lideram ou apoiam esses projetos têm expectativas de resultados imediatos – como o aumento no fluxo de visitantes ou o incremento de renda.

Parte-se do pressuposto que guias e marcas, por si só, já representam entregas finais capazes de promover mudanças significativas nos territórios. Em nossa atuação, essa entrega é apenas o ponto de partida. Esses materiais são instrumentos estratégicos de fortalecimento da identidade local e de mobilização comunitária. Seus impactos não são imediatos, mas se constroem ao longo do tempo, à medida que os territórios se apropriam dessas ferramentas, internalizam seus significados no cotidiano e passam a utilizá-las como parte de sua narrativa e projeção externa. Trata-se, portanto, de um processo de amadurecimento coletivo, que exige **continuidade** e tempo de maturação para que os resultados sejam efetivos e consistentes. A compreensão dessas dinâmicas, por parte das instituições e gestores do turismo, é fundamental para frear a insistência em enquadrar realidades e processos complexos em planejamentos e orçamentos pré-definidos e de curto prazo.

Outro desafio discutido, no âmbito do Fora dos Eixos, foi o acesso a mercados. É importante que os territórios ofertem roteiros e produtos turísticos de qualidade, mas sabemos que isso não garante o sucesso do programa. É igualmente necessário formar um público interessado e disposto a consumir essas experiências. Historicamente, o principal gargalo enfrentado pelo turismo comunitário – especialmente em contextos urbanos e periféricos – está na sua comercialização, ou seja, na capacidade de conectar essas iniciativas de forma eficaz e consistente, ao cliente final.

A formação de público exige uma mudança de paradigma e a construção de uma nova percepção de valor: é preciso enxergar essas regiões como opções legítimas de lazer e cultura, e não reduzi-las a narrativas meramente pedagógicas ou educacionais. Muitas vezes, apoiamos projetos voltados ao turismo comunitário e ao fortalecimento

territorial em nossos espaços de trabalho, mas, quando estamos do outro lado – como turistas e consumidores –, será que realmente valorizamos e estamos abertos a experiências como essas?

A trajetória com o Turismo Fora dos Eixos – Conectando Pessoas e Lugares reafirma que o avanço de iniciativas mais responsáveis no turismo exige **tempo, escuta e abordagens que extrapolam as métricas convencionais**. É preciso reconhecer os territórios em sua complexidade, enaltecer suas potências e construir caminhos coletivos que respeitem as dinâmicas locais – articulando tudo isso a uma visão estratégica de mercado e de conexão com o público consumidor.

Para finalizar, ilustro com uma apresentação que redigimos nas publicações dos Guias, por acreditar que essas palavras dialogam com todas as iniciativas que buscam ampliar horizontes e promover encontros genuínos:

“Quer conhecer o Distrito Federal de um jeito novo e inspirador? O Guia que você tem nas mãos é resultado de uma imersão colaborativa e permeada de afeto e trocas com as comunidades. Aqui, os protagonistas são pessoas reais que, durante vários meses, nos acolheram em seu território e compartilharam suas histórias. Por isso, cada página, texto e foto é um elo que simboliza a relação dessas pessoas com a sua comunidade e com o seu lugar. Como dizem: “lugares são pessoas e pessoas são lugares”.

Agora, queremos ampliar esses afetos e conectar você a tudo isso. Afinal, essa é a magia do turismo! Buscamos oferecer experiências que celebram histórias, fortalecem identidades, criam vínculos e despertam o sentimento de pertencimento. Todos somos parte desse quadrado! Precisamos conhecer mais, movimentar mais, conectar mais, sentir mais...

Nosso convite é simples e poderoso: abra este Guia, compartilhe, “viaje” pelos nossos quatro cantos e vamos, juntos, construir um turismo mais criativo, diverso, inclusivo e repleto de significado.”

Para saber mais:

Turismo fora dos eixos. (n.d.). **Guias Afetivos: Um jeito novo e inspirador de conhecer o Distrito Federal.** <https://linktr.ee/turismoforadoseixos>

Instituto BRB, & Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Instituto BRB/Sebrae). (n.d.). **Marcas: Turismo fora dos eixos.** Sebrae-DF. <https://turismoforadoseixos.df.sebrae.com.br/>

4.4. Caminhos para Desenvolver o Turismo Responsável em Nísia Floresta (RN): Desafios e Esperança

Solange Araújo Portela

Secretária Municipal de Turismo de Nísia Floresta (RN)

A sociedade contemporânea vivencia um ritmo acelerado, marcado pela abundância de informações e pela constante pressão por decisões rápidas. Esse cenário impacta diretamente a gestão pública, que muitas vezes precisa agir de forma imediata, em detrimento da escuta qualificada e da reflexão crítica. No campo do turismo, essa lógica de urgência contrasta com os princípios do Turismo Responsável, que demanda um tempo mais qualitativo, voltado ao cuidado, à escuta, ao diálogo e à valorização da diversidade.

Este texto discute como essa tensão entre velocidade e lentidão se manifesta no contexto do município de Nísia Floresta (RN), localizado na região litorânea Costa das Dunas. A partir da análise das características territoriais e socioculturais do município, bem como das possibilidades de fortalecimento da governança local, propõe-se uma reflexão sobre como o Turismo Responsável pode ser implementado de forma ética, inclusiva e sustentável. A discussão articula conceitos como temporalidade, engajamento e educação, entendendo o turismo não apenas como atividade econômica, mas como instrumento de transformação social e valorização das identidades locais.

O Turismo em Nísia Floresta: análise a partir da experiência

Imerso numa ansiosa realidade de complexas redes de informações, o Turismo Responsável se coloca como mecanismo de compreensão da sustentabilidade, incorporando aspectos sociais, culturais e econômicos à preservação ambiental. Segundo Costa et al. (2024), esse tema ganhou maior visibilidade a partir de 2002 e, desde então, tem se desenvolvido de forma gradual, mobilizando empreendedores, gestores públicos e organizações sem fins lucrativos. Esse movimento tem contribuído para uma mudança significativa de atitudes nas práticas e relações associadas à atividade turística.

Localizada na região turística da Costa das Dunas, no estado do Rio Grande do Norte, Nísia Floresta possui cerca de 32 mil habitantes distribuídos em uma área de 313 km², com densidade populacional moderada entre as zonas urbana e rural. Sua proximidade com a capital, Natal, favorece o acesso rodoviário e intensifica o fluxo turístico regional. O município integra o Mapa do Turismo Brasileiro e participa do Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo.

Cabe ressaltar que os objetivos do Programa de Regionalização do Turismo estão alinhados com as diretrizes do Plano Nacional do Turismo, o qual traz orientações sobre os princípios da sustentabilidade e sua associação ao Turismo Responsável, que pode ser entendido como um compromisso compartilhado por todos os envolvidos na

atividade turística, tanto quem oferece quanto quem consome os serviços, e se aplica a todos os segmentos do setor, tendo como objetivo fortalecer o papel do turismo na criação de espaços mais acolhedores e sustentáveis, tanto para os moradores quanto para os visitantes (Brasil, 2023).

O território municipal abriga um ecossistema diversificado, com remanescentes de Mata Atlântica, vegetação nativa, dunas, matas ciliares e diversos corpos hídricos, muitos dos quais inseridos em áreas de conservação. Entre seus principais atrativos naturais, destacam-se mais de 20 lagoas e cerca de 20 km de faixa litorânea. A fragilidade ecológica desses ambientes demanda ações sistemáticas de conservação, manejo de resíduos, controle da qualidade da água e gestão do uso do solo, especialmente em áreas protegidas.

A vocação turística de Nísia Floresta articula natureza, cultura e patrimônio rural. Trilhas ecológicas, dunas, mirantes e atividades de ecoturismo se somam a atrativos histórico-culturais, como igrejas coloniais, praças, manifestações populares, culinária típica e artesanato regional. As festas tradicionais e as visitas a comunidades rurais promovem experiências autênticas e de imersão em saberes tradicionais, contribuindo para o desenvolvimento do turismo local.

Apesar do potencial, e de algumas ações de divulgação, o fluxo turístico permanece sazonal e modesto, com picos durante o verão e eventos culturais. A maioria dos visitantes realiza viagens de curta duração, oriundos, principalmente, da capital ou cidades vizinhas. A infraestrutura ainda é pequena, caracterizada por pousadas, casas de aluguel e serviços gastronômicos locais, o que reduz a permanência média e o gasto *per capita* dos turistas.

No campo simbólico, destaca-se a importância do patrimônio histórico-cultural associado à figura da própria Nísia Floresta Brasileira Augusta, pseudônimo de Dionísia Gonçalves Pinto (1810–1885). Escritora, educadora e precursora do feminismo no Brasil, nasceu no antigo povoado de Papary (atual Nísia Floresta). Reconhecida nacional e internacionalmente por sua atuação em defesa da educação feminina e dos direitos sociais, sua obra estabelece um elo entre o pensamento iluminista europeu e o contexto brasileiro do século XIX. Valorizar essa herança implica preservar referências museológicas, práticas culturais, saberes tradicionais e espaços de memória que conectem a população às suas raízes literárias, filosóficas e políticas.

Entretanto, o desenvolvimento do Turismo Responsável no município enfrenta desafios estruturais e institucionais. O fortalecimento da governança local é um dos principais, exigindo a integração entre o poder público, a iniciativa privada e as comunidades. A consolidação de uma governança participativa é condição essencial para o planejamento e a implementação de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento turístico.

A conciliação entre velocidade e lentidão, entre engajamento e educação, exige sensibilidade, escuta ativa e compromisso ético. A sociedade vive um tempo acelerado, marcado pela urgência de respostas imediatas. No entanto, o turismo – sobretudo

quando pretende ser responsável – requer desaceleração. É na *lentidão* que se criam condições para o cuidado com o outro, a valorização da cultura local, o respeito aos ciclos da natureza e a construção de experiências. Visitantes, turistas, gestores, empreendedores e comunidades locais devem compartilhar a responsabilidade pela preservação dos recursos naturais e pela valorização do patrimônio imaterial, sendo continuamente formados para atuar com empatia, consciência e respeito à diversidade.

Nessa perspectiva, o Turismo Responsável transcende a noção de modelo de desenvolvimento para se constituir como uma postura ética frente ao território. Pressupõe decisões baseadas no diálogo, na inclusão, na transparência e no planejamento de longo prazo.

Em Nísia Floresta, esses desafios adquirem especial relevância, dada a riqueza de sua natureza, história e cultura. Honrar o legado de Nísia Floresta Brasileira Augusta é também garantir que o turismo local se desenvolva com base na escuta comunitária, na equidade de oportunidades e na sustentabilidade dos seus recursos. Consolidar esse equilíbrio entre ritmo e reflexão, entre ação e formação, entre desenvolvimento e ética, é fundamental para que o município se afirme como um destino de Turismo Responsável. Programas de visitação guiada, fóruns de debate sobre impactos do turismo e mecanismos de consulta pública fortalecem o caráter coletivo da experiência turística. A transparência na definição de metas, indicadores e resultados é essencial para construir confiança entre moradores, visitantes e gestores, favorecendo a corresponsabilização.

Assim, a esperança reside na ampliação da participação comunitária nos processos decisórios, na valorização dos saberes locais e na formulação de políticas públicas inclusivas, que compreendam o turismo como instrumento de desenvolvimento sustentável, preservação ambiental e fortalecimento das identidades culturais.

A consolidação do Turismo Responsável em Nísia Floresta exige mais do que investimentos em infraestrutura ou campanhas promocionais. Trata-se de um processo que requer compromisso ético, participação ativa das comunidades e uma gestão pública sensível à diversidade do território e aos seus ritmos próprios. Em um cenário marcado pela aceleração e pela superficialidade, o desafio está justamente em resgatar o tempo do cuidado, da escuta e da convivência, promovendo experiências turísticas mais significativas e transformadoras.

A trajetória para um turismo verdadeiramente responsável passa pelo fortalecimento da governança local, pela valorização dos saberes tradicionais, pela educação ambiental e cultural, e pela corresponsabilidade entre gestores, moradores e visitantes/turistas. Nísia Floresta, ao reunir natureza exuberante, patrimônio histórico e legado intelectual, possui condições singulares para se tornar referência em turismo sustentável e inclusivo. Para isso, é necessário que as ações se articulem de forma integrada e contínua, colocando as pessoas, os ecossistemas e a memória coletiva no centro das decisões.

Referências

Brasil. (2023). **Turismo responsável no Brasil** [recurso eletrônico]. BARRETO, L. M. T. S., & LANZARINI, R. (Orgs.). 1. ed. Natal: SEDIS-UFRN; Brasília: Ministério do Turismo.

COSTA, M.D.O., PROENÇA, A.R.G.B., SOLHA, K.T., & PINTO, G.P. (2024). **Turismo responsável: Resultados que inspiram!** (Coleção Cadernos Aplicados / Coordenação: Karina Toledo Solha, 198 p.). São Paulo: ECA-USP. <https://turismoresponsavel.tur.br/>

4.5. Turismo e Propósito de Desenvolvimento Local: o caso do Parque Engenho Triunfo (Areia, Paraíba)

Maria Julia de Albuquerque Baracho

CEO do Parque Engenho Triunfo

O Turismo entrou em minha vida, no ano de 1986, quando terminei o meu TCC no curso de Ciências Sociais – opção Sociologia, na Universidade Federal da Paraíba, Campus II, hoje, UFCG. O meu trabalho discorria sobre a decadência dos Engenhos e a transformação das relações de produção no Município de Areia – PB.

No início do século XX, Areia (PB), minha cidade natal, comportava cerca de 122 engenhos em pleno funcionamento para o fabrico de rapadura e a cachaça, como subproduto desta. Neste estudo, ficou constatado que existia entre os senhores de Engenho (patrão) e os moradores de suas terras (empregados), uma relação de compadrio, traduzida em proteção, favores e obediência. Com a consolidação dos direitos trabalhistas no Brasil, os antigos Senhores de Engenho, não se adequaram às exigências da Lei, preferindo se tornar meros fornecedores de cana de açúcar para a Usina Santa Maria, o que lhes dava o título de engenho de fogo morto. Diante desta situação, os antigos moradores dos engenhos, passaram gradativamente a trabalhadores da Usina Santa Maria, com todos os seus direitos garantidos por Lei, ou migraram para o Sudeste, em busca de novas oportunidades.

Localizada no Brejo Paraibano, a cerca de 600m de altitude, Areia apresenta um clima ameno, cercada de belezas naturais e uma reserva ecológica que preserva a biodiversidade da Mata Atlântica, já na década de 1980, Patrimônio Cultural da Paraíba, com seu casario colonial e berço de figuras ilustres como o pintor Pedro Américo e o político José Américo de Almeida. Foi então que detectei que o Turismo seria uma via de desenvolvimento para o nosso Município que estava sendo agraciado por um Hotel, construído pelo Governo do Estado, para incentivar o desenvolvimento local. Passaram-se vinte anos até que o Turismo cruzasse novamente o meu caminho!

Casei muito cedo e tive o privilégio de ter escolhido para dividir a vida comigo, o meu melhor amigo, que é também o grande amor da minha vida. Desde que éramos namorados, ele me dizia que um dia ia ter um engenho para fazer a melhor cachaça de Areia! Com 15 anos, decidi: é esse o cara que quero casar! Até casamos, mas o engenho demorou a chegar e muito mais ainda, a boa cachaça! Infelizmente, nesse meio tempo, o pai dele faleceu e anos mais tarde, ele recebeu uma herança de uma propriedade rural no município de Solânea que fica a 50 km de nossa cidade. No mesmo mês que ele ficou com a escritura na mão, vendeu essa propriedade por R\$ 15 mil e comprou a primeira moenda e o primeiro alambique.

O maior desafio, era que ele não sabia fazer cachaça e não tinha ninguém em sua família que fosse proprietário de um engenho para que o ensinasse a produzir cachaça! Isto se deu no ano de 1994, quando cachaça era bebida de pobre, produzida para pobre e o dono do engenho tomava uísque. Até 1994, não existia nenhum curso, de nível técnico ou superior, que ensinasse a produzir uma boa cachaça. Não existia o *Google*. E foi nesse ambiente que o meu marido começou a fazer do “eu acho quê”. Nesse tempo, eu trabalhava dez horas fora de casa, e a gente só se encontrava à noite, e era à noite, que eu serviria de “controle de qualidade”, ou seja, eu ia provar a cachaça que ele havia feito durante todo dia! Não era um trabalho fácil, pois a cachaça que o meu marido fazia era tão ruim, que eu não conseguia engolir, acabava cuspidando e ele ficava muito triste. Até que veio a Areia (PB), o professor Fernando Valadares Novaes ministrar um curso de Cachaça de Qualidade, através do Sebrae, da Universidade e do Festival Bregareia. Meu marido foi fazer o curso e aí sim, aprendeu a fazer uma boa cachaça, fortalecendo assim, a minha convicção de que todo caso de sucesso tem um bom professor no meio. Assim também foi a Cachaça Triunfo.

Dominada a etapa da produção, Antonio Augusto, meu marido, decidiu que ia engarrafar nossa cachaça, hábito que não era comum na nossa região. Nossos desafios foram inúmeros, pois não tínhamos capital para comprar as máquinas e para cada dificuldade enfrentada, ele encontrava uma solução através da economia criativa. Assim, nossa primeira máquina de envasar foi criada a partir do biquinho do porco beber água na pocilga. A primeira máquina de tampar as garrafas, foi o moedor de carne de sua mãe que ele pediu emprestado. O moedor foi colocado de cabeça para baixo e uma peça foi adaptada. Se o Ministério do Trabalho chegasse lá, ia fechar antes de abrir, pois quem engarrafava a noite, era eu, Antonio Augusto e os nossos quatro filhos, que eram menores.

Nossa primeira cachaça engarrafada foi em plástico, e assim, conseguimos fazer um grande estoque, pois não conseguimos mesmo era vender. A cachaça em plástico, remete à cachaça ruim, e a gente sabia disso, pois sempre fomos bons bebedores de cachaça. A gente não tinha era o dinheiro para comprar as garrafas de vidro e o meu marido não queria pegar dinheiro em banco, dizia que só queria trabalhar para mim e para os nossos quatro filhos, não queria trabalhar para nenhuma agência financeira. Eu trabalhava no Tribunal de Justiça do Estado da Paraíba e recebi um cargo comissionado de analista eleitoral. Assim, passei a ganhar três vezes mais do que o meu simples salário. Eu já estava tão acostumada a viver com aquele “tanto” de dinheiro, que tive medo de me “estragar”. Fechei os olhos, coloquei o dinheiro em uma poupança e com um ano, já tinha o suficiente para comprar uma casa para mim na cidade. No outro ano, investimos no sonho do meu marido, que a força do amor, fez que se tornasse o meu sonho também! Mudamos o rótulo, fizemos uma homenagem a nossa cidade de Areia, referência de boa cachaça e hoje, Capital Paraibana da Cachaça, envasamos em garrafas de vidro, entreguei o cargo de analista eleitoral, agradei a Justiça, pois ninguém deve cuspir no prato que comeu, tirei férias e saí de bar em bar, com um pacote de Triunfo na mão.

Chegava no bar e dizia assim: -O senhor quer Triunfo? E o dono do bar me perguntava: -Isso é o quê? Dizia eu: É a cachaça que o meu marido faz. As respostas eram sempre iguais: Isto não se vende aqui não, só se bebe brejeira. Eu respondia: Claro, aqui não tem Triunfo, como é que o senhor quer vender? Depois de insistir muito, quem pegou um pacote, com 15 dias pegou 2, quem pegou 2 pegou 4. Antes da pandemia, chegamos a ter a felicidade de vender cerca de 200 a 250 mil garrafinhas de 275ml por mês. Com a pandemia, houve uma mudança de comportamento e não é mais usual, se fazer festa de casamento com 400 a 600 convidados. Ninguém mais faz aniversário e convida a família inteira e nós passamos a vender, tão somente, um pouco mais que 70% das nossas vendas anteriores. Com a educação financeira que sempre tivemos, conseguimos manter os 66 funcionários, sem pedir auxílio ao governo, liberando o governo, para socorrer outras empresas, que não tenham a mesma capacidade que a nossa.

Em agosto de 2005, eu e Antonio Augusto, fizemos as contas e percebemos que a Cachaça Triunfo poderia me pagar um pouco mais do que eu ganhava na Justiça. Em janeiro de 2006, fui trabalhar no Engenho Triunfo e como tinha um ritmo de vida muito pesado, acreditei que não estava trabalhando nada! Disse para meu marido que iria abrir o nosso Engenho para o Turismo. A casa caiu! Como agricultor, homem do campo, bem recatado, não vislumbrou de imediato o impacto positivo desta ação. Para convencê-lo do contrário, disse o seguinte: Mas eu não vou mostrar apenas o processo de produção da cachaça que tanto me encanta. Vou também contar a nossa história, para incentivar as pessoas que sonham! Não sabia eu, que estava dando o primeiro passo para o turismo de experiência e vivência em minha região.

Precisava ir além de mostrar a produção da cachaça, e demonstrar que a cana de açúcar, anteriormente símbolo de monocultura e escravidão, hoje pode ser reconhecida como símbolo de SUSTENTABILIDADE! Nada da cana de açúcar se desperdiça, tudo se transforma! Cachaça de qualidade se produz apenas com o coração, separado da cabeça e da calda! Estas duas partes, contém elementos nocivos à saúde humana. Só o coração é bom, evidentemente com moderação! Aqui na Triunfo, nosso filho Thiago Henrique, Engenheiro Químico e Químico Industrial, desenvolveu um equipamento e conseguiu transformar estas duas partes em álcool combustível, e na pandemia, passou a fazer o álcool 70, para doação ao Hospital Municipal de nossa Cidade e de Remígio (PB). Os demais produtores associados à APCA – Associação dos Produtores de Cachaça de Areia –passaram a lhe fornecer a matéria prima e em conjunto mantiveram por doação, 14 municípios do Brejo da Paraíba e um do Rio Grande do Norte.

O “vinhoto” é utilizado como fertilizante nas plantações. O bagaço, parte dele é utilizado nas caldeiras, e o que sobra, produzimos o sabonete esfoliante com as partículas deste bagaço, além de vender, para ração de gado, cama de frango e adubo. O dinheiro adquirido com a venda, nunca foi incorporado ao capital da empresa. É sempre revertido para melhoria de vida dos nossos colaboradores. É com este dinheiro que construímos restaurante e sala de descanso. Pagamos tratamento odontológico, de 66 funcionários. Em 2010, com o apoio do SESI de Campina Grande, montamos uma

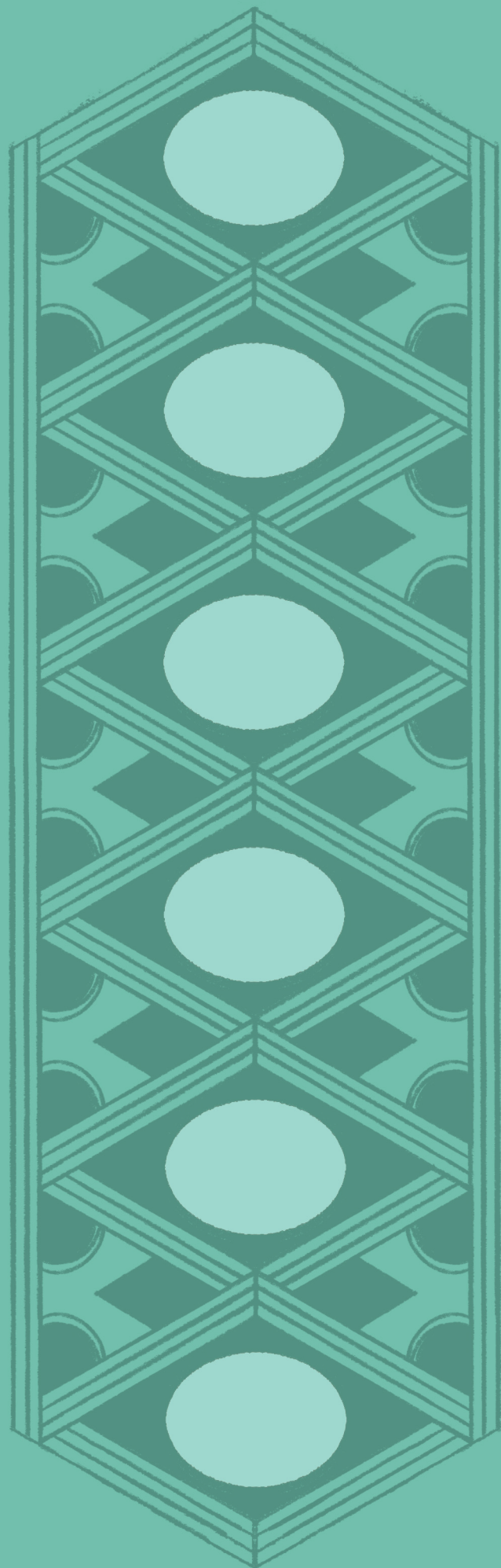
escola e erradicamos o analfabetismo em nossa empresa. Hoje, funciona apenas com cursos de capacitação e é sempre um caixinha para quando alguém precisa de um exame mais urgente. Este dinheiro, ainda fomenta a vida cultural da nossa cidade, através de patrocínios de eventos e apoio aos artistas de nossa cidade.

De certo, a Cachaça Triunfo mudou a vida da minha família, e o **turismo mudou a vida da minha cidade**. Até o ano de 2006, a cidade de Areia (PB), produzia riqueza tão somente com produção de cana de açúcar, para vender as usinas do litoral e de Pernambuco. Muito funcionário público e um pequeno comércio. Outras pessoas acreditaram nesta ideia. Ninguém faz um destino sozinho! E através da ATURA – Associação Turística Rural e Cultural De Areia, de braços dados com o Sebrae, hoje, nós somos um destino turístico, responsável, sustentável e regenerativo. É o turismo que transforma vidas! Com esta atitude, passei a valorizar o trabalho feminino no campo, que é invisível. Cuidar das plantas, tornar um lugar da zona rural instagramável, leva tempo e trabalho árduo. Na medida em que me determinei a cobrar uma taxa de visitação, passei a abrir possibilidades para que outras mulheres se inspirem em minha ação, e transformem a vida de sua família e de seu território. É além de um valor monetário. É uma mudança de comportamento! É a prova concreta que o Turismo, aliado à inovação e sustentabilidade, pode se constituir em importante instrumento de desenvolvimento local. A valorização da cultura da cachaça em nosso território, e a integração entre produção, meio ambiente e turismo, permitiram não apenas a geração de renda, mas também o fortalecimento da identidade comunitária!

O maior desafio a ser enfrentado em um Turismo Responsável é convencer as pessoas, que Turismo é uma atividade econômica e portanto, deve ser remunerada. É inversamente proporcional a economia da escassez, pois quanto mais empreendimentos turísticos existirem em um destino, mais forte esse destino se torna. Quanto mais pertencimento o empreendedor tiver por seu território, mais é sua força para encontrar estratégias e superar desafios. E minha esperança é de que as pessoas entendam que a única força capaz de transformar o mundo é o **amor**!

PARTE II

Avanços necessários no Turismo Responsável



5. A Promoção Internacional do Turismo como Ferramenta para o Turismo Responsável

Alexandre Nakagawa

Paula Schulz dos Santos

Embratur

Um convite à reflexão sobre a importância da promoção internacional

O turismo é considerado uma ferramenta de grande potencial para a sustentabilidade, já tendo tido a famigerada alcunha de “indústria sem chaminés”, um equívoco rapidamente percebido. Ultimamente, conforme as discussões sobre sustentabilidade se aprofundaram e ganharam novos espaços dentro dessa importante atividade, apresentaram-se duas grandes oportunidades para as práticas do turismo que, combinadas, se tornam aliadas do desenvolvimento sustentável: os negócios que adotam iniciativas ESG e os turistas que se tornam, a cada dia, mais preocupados com o impacto que deixam nos locais que visitam.

Entre esses dois mundos, o papel de um DMO (*Destination Management Organization*) internacional como a Embratur é o de propagar essas melhores práticas para, de um lado, abraçar os negócios que se comprometem com o presente e futuro do país e, de outro, atrair visitantes mais engajados com a preservação dos atrativos, o respeito às comunidades locais e a valorização da cadeia que faz o turismo acontecer. Esse visitante é, ao mesmo tempo, um gerador de divisas, um mantenedor de empregos do nosso país e um multiplicador da imagem nacional.

Por isso, neste texto é feito um convite para se pensar como o marketing de destinos pode contribuir para as práticas do turismo sustentável e responsável. A reflexão, ao final, demonstra que não se pode sujeitar um tema tão complexo e importante a um ou poucos fatores, e que as ações precisam ser integradas desde a ponta, passando pela promoção internacional e chegando à finalidade que têm todos os atores envolvidos, que é a efetiva experiência do turista.

O Brasil que queremos ser e promover

Os diversos componentes que levam à promoção turística internacional começam na definição do que deve ser promovido. Para tanto, a oferta turística deve estar estruturada com vistas ao Brasil que queremos apresentar ao mundo, e a promoção deve estar de acordo com o que realmente somos e temos a oferecer, para que haja coerência entre a expectativa gerada e a realidade vivenciada.

Hoje, no Plano Brasis (Embratur, 2025), reafirma-se o compromisso com um modelo de turismo que é, simultaneamente, sustentável, inclusivo e capaz de gerar transformações positivas. É apenas dessa forma que se pode projetar uma nova imagem internacional e atrair um perfil de visitante mais consciente e engajado. Essas premissas não partiram unicamente da vontade da Embratur, mas do engajamento com os entes do setor, por meio de inúmeras conversas, entrevistas e reuniões que demonstram o sentimento de que essa é a vocação do Brasil.

A cadeia turística é fundamental para que se consiga executar o que se planejou em termos de promoção, pois ela é quem age no imperativo da sustentabilidade, incluindo os diferenciais que tornam as experiências autênticas e transformadoras, que cria imersões nas culturas locais, que promove projetos socioambientais e de empreendedorismo comunitário e que gera bem-estar para os viajantes e as comunidades anfitriãs. Ao apoiar e identificar a oferta e fazer a curadoria das experiências preparadas para a recepção do turista internacional, começa o trabalho da promoção internacional.

Para além dessas atividades, faz-se necessário garantir que haja conectividade e mobilidade e que esta seja capaz de integrar roteiros. Em decorrência do perfil dos turistas internacionais do Brasil e das características geográficas do país, isso envolve pensar no impacto ambiental do turista desde o início do seu deslocamento, já que cerca de 70% dos nossos visitantes chegam ao país por via aérea, ou seja, deve haver mais e melhores rotas (Embratur, n.d.).

Depois, é necessário identificar onde estão e como alcançar os turistas potenciais com perfil que se encaixe a essa oferta. Nesse momento, é imperioso reconhecer e admitir que nem todos os visitantes estão dispostos a abrir mão do turismo “convencional”, e que o país precisa acolher os diversos perfis com vistas à preservação do setor, mas que as práticas sustentáveis podem ser acessíveis e realizadas por estabelecimentos e turistas de finalidades diversas, e isso pode e precisa ser fomentado para o bem da própria atividade turística.

A identificação dos turistas potenciais e a efetiva promoção internacional se dão por meio de pesquisas que indicam quem são essas pessoas, que tipo de mídia elas acessam e quais locais elas frequentam. Para tanto, se faz necessário o uso de pesquisas, primárias e secundárias, que tenham a capacidade de delinear esse perfil. As primárias devem ser estruturadas com perguntas simples, mas que indiquem hábitos de consumo, disposição de conhecer os atrativos, faixa etária e região de origem. Já as secundárias podem ser acessadas por bases oficiais e relatórios públicos, desde o EuroStat e seus equivalentes regionais, até publicações relacionadas ao setor de viagens e lazer, como o Booking.com.

Assim, torna-se possível direcionar a comunicação dos atrativos, desde as marcas com as quais instituem parcerias até as campanhas digitais, com menos recursos e

maior assertividade, para os visitantes que virão ao país com respeito e disposição à prática da alteridade, bem como o olhar de preservação.

Ao fim, a promoção internacional é, de fato, uma ferramenta para a promoção do turismo sustentável, mas não é a única e nem poderia ser, já que são várias as peças que movem esta engrenagem. Portanto, faz-se necessário fomentar os negócios e serviços que agem de forma responsável no território e os turistas que farão o mesmo.

O que somos e onde estamos

Ainda há desafios para um efetivo turismo internacional sustentável, como a distribuição equilibrada do fluxo turístico internacional por todo o território e calendário, evitando oscilações de temporada muito acentuadas e superlotação de destinos, mas a rota do Brasil está ajustada. Hoje, pode-se dizer que, para além de um plano, temos ações concretas voltadas para isso, tais como: a atração de eventos internacionais para destinos que estão em baixa temporada, o fomento à conectividade aérea, que diminui o tempo e distância de deslocamento dos mercados emissores ao Brasil e a priorização da promoção de iniciativas de turismo sustentável e regenerativo, com experiências de impacto positivo nas comunidades locais.

Para que haja a atração de turistas internacionais engajados e destinos prontos para recebê-los, faz-se necessário, para além de um pacto de governo, iniciativa privada e sociedade civil organizada pela preservação das riquezas naturais, populações tradicionais e tesouros culturais do Brasil, a compreensão de que o turismo é a ferramenta propícia para que essa preservação se dê por meio da valorização. Essa governança tem sido construída nos últimos anos e já apresenta frutos, mas ainda pode ser aprimorada.

Em conclusão, estamos na rota certa para uma qualificação cada vez maior dos destinos e produtos turísticos nacionais que geram a atração de turistas internacionais respeitosos e engajados. Com eles, a sustentabilidade econômica, social e ambiental do setor se espalha pelas diversas atividades econômicas diretas, indiretas e aquecidas pelo turismo, garantindo o desenvolvimento nacional.

Referências

Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur). (2025). **Plano Brasis - Plano Internacional de Marketing Turístico 2025-2027**. <https://embratur.com.br/plano-brasis/>

Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur). (n.d.). EMBRATUR. **Inteligência de Dados**. <https://dados.embratur.com.br/>

6. Comunicar para incluir, inspirar e engajar: reflexões sobre o poder da comunicação no fortalecimento do Turismo Responsável no Brasil

Lira Turrer Dolabella

Sócia Fundadora e Diretora de Marketing na Lábia Comunicação

O turismo movimenta cadeias produtivas inteiras, gera milhares de empregos diretos e indiretos e tem peso estratégico no desenvolvimento regional. Seu impacto vai ainda além da economia: ele molda imaginários, fortalece identidades e influencia escolhas sociais, culturais e ambientais. Se conduzido sem cuidado, contudo, pode também produzir efeitos predatórios: sobrecarga ambiental, exploração econômica, apagamento cultural e exclusão. Por isso, falar em Turismo Responsável é falar sobre compromisso ético com o presente e com o futuro.

O 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável trouxe debates que reforçam esse entendimento e apontam caminhos urgentes: colocar as pessoas no centro dos objetivos e processos de desenvolvimento, garantir o protagonismo das comunidades locais, ampliar a representatividade feminina e a diversidade nos espaços de decisão, e enfrentar o desafio de tirar o Turismo Responsável da condição de nicho. Mas há uma questão transversal que atravessa todos esses pontos: a comunicação. É ela que pode dar visibilidade às iniciativas, “furar bolhas”, engajar viajantes e transformar escolhas éticas em tendência de mercado.

Neste artigo, compartilho algumas reflexões sobre como comunicar melhor o Turismo Responsável, a partir da minha atuação no campo da comunicação estratégica para o setor e das inspirações vividas no Fórum.

Pessoas no centro

Durante muito tempo, o turismo foi medido quase exclusivamente por indicadores como fluxo de visitantes, ocupação hoteleira, arrecadação de impostos e infraestrutura. Embora esses dados sejam importantes, eles não dão conta da essência do turismo enquanto prática social. O que está em jogo, afinal, são pessoas.

Quando comunidades locais não são protagonistas na forma como o turismo é concebido e conduzido, perde-se a sua potência transformadora. É na participação ativa dos moradores que o turismo passa a se consolidar como estratégia de desenvolvimento econômico e social do território. O Fórum reforçou essa necessidade: é urgente criar caminhos para que comunidades locais não apenas se beneficiem do turismo, mas sejam protagonistas na forma como ele é concebido, conduzido e rentabilizado.

Exemplos de iniciativas comunitárias, tais como as que pudemos conhecer no Prêmio Vitrine do Turismo Responsável¹, mostram o quanto essa perspectiva gera resultados concretos. Seja vivenciando experiências que unem natureza, cultura e tradição na comunidade Indígena Kauwê em Pacaraima/RR, seja mergulhando no cotidiano das marisqueiras Aver-o-Mar em Sirinhaém/PE ou em atividades de ecoturismo junto a comunidades tradicionais maranhenses. O Turismo Responsável transforma vidas quando é feito de dentro para fora.

O protagonismo feminino e a diversidade como prática

Outro ponto marcante do Fórum foi a centralidade do protagonismo feminino. Embora as mulheres representem a maioria da força de trabalho no turismo, sua presença em cargos de decisão ainda é minoritária. Em Brasília, o cenário foi diferente: mesas, palestras e diálogos foram conduzidos, em sua maioria, por mulheres. Esse movimento gerou uma energia potente e inspiradora, mas também um lembrete de que ainda há muito a avançar para que essa representatividade seja regra, e não exceção.

A mesma lógica se aplica à diversidade e à inclusão. A presença de intérpretes de Libras em 100% das falas, a acessibilidade plena nos espaços e a participação de pessoas negras, indígenas e LGBTQIA+ mostraram que não estamos falando de um ideal distante, mas de práticas concretas que já estão transformando a forma como se organiza o turismo no Brasil. Isso sinaliza que o Turismo Responsável precisa ser inclusivo em sua essência, garantindo acessos e vozes múltiplas em todas as etapas.

Dores e desafios: por que o Turismo Responsável ainda é nichado?

Apesar dos avanços, as iniciativas de Turismo Responsável ainda enfrentam barreiras significativas. Uma das maiores é justamente a sua pouca capilaridade junto ao grande público. Comunidades e empreendedores comprometidos com responsabilidade e sustentabilidade frequentemente se deparam com perguntas recorrentes:

- Como atrair um público maior e manter recorrência de faturamento, garantindo autonomia frente a financiadores externos?
- Como alcançar viajantes que se identificam com valores de responsabilidade, mas que ainda não têm acesso a essas experiências?
- Como competir com os grandes *players* do turismo de massa, que dominam a comunicação e os canais de distribuição?
- Como transcender o nicho e engajar pessoas que sequer ouviram falar em Turismo Responsável e que continuam viajando de forma predatória?

¹ As três iniciativas ganhadoras, 1º, 2º e 3º lugares respectivamente, foram: Turismo de Base Comunitária na Comunidade Indígena Kauwê em Pacaraima/RR; Turismo de Base Comunitária Marisqueiras Aver-o-Mar em Sirinhaém/PE; e Nova Experiências em São Luís/MA.

Essas questões revelam as fragilidades estruturais do setor. É claro que políticas públicas, governanças regionais fortalecidas e mecanismos de incentivo a práticas responsáveis são fundamentais. Mas há um outro caminho, igualmente promissor: popularizar os conceitos e despertar no grande público o desejo por iniciativas responsáveis. Para isso, a comunicação é peça-chave.

Comunicação como ferramenta estratégica

É impossível discutir o futuro do Turismo Responsável sem olhar para a comunicação. Afinal, se boa parte do problema é de visibilidade e alcance, é justamente por meio de uma comunicação estratégica que as iniciativas podem “furar bolhas” e ampliar sua relevância.

A internet e as redes sociais, muitas vezes vistas apenas como vitrines para influenciadores, são na verdade ferramentas poderosíssimas para democratizar narrativas. Quando usadas de forma integrada e planejada, elas permitem alcançar públicos segmentados, engajar comunidades de interesse e transformar boas ideias em tendências de mercado.

Hoje, a mesma lógica algorítmica que pode ser usada para manipular ou difundir desinformação, também pode ser mobilizada para informar, educar e engajar. O desafio está em usá-la de forma ética, estratégica e criativa.

Para conversar com as massas, é preciso conversar com a máquina: aplicações práticas da comunicação digital

Entre os recursos já testados pela Lábia Comunicação — agência na qual atuo como Diretora de Marketing — no setor de turismo, cito alguns que se destacam pelo impacto positivo e que podem ser usados por destinos e empreendimentos:

1. **Pesquisa de palavra-chave, SEO² e produção de blogs:** ao entender quais são as dúvidas e buscas dos viajantes, podemos produzir conteúdos que respondam a essas perguntas. Assim, posicionamos iniciativas responsáveis no topo dos resultados das pesquisas — no Google e em outros buscadores. É uma forma estratégica de educar o público e, ao mesmo tempo, posicioná-las como referência no tema.
2. **Anúncios digitais:** quando bem planejados, os anúncios em redes como Instagram, TikTok, LinkedIn e YouTube ajudam na entrega de conteúdos a novos públicos, ampliando a audiência e o alcance das iniciativas. É uma maneira eficaz de usar os algoritmos a nosso favor.

² A sigla SEO significa “Search Engine Optimization” (Otimização para Mecanismos de Busca). Trata-se de um conjunto de técnicas que visam melhorar o posicionamento de sites e conteúdos em buscadores como o Google, aumentando a visibilidade e a chance de que pessoas encontrem determinada informação de forma orgânica, ou seja, sem a necessidade de anúncios pagos.

3. **Integração de estratégias orgânicas e pagas:** combinar a produção de conteúdos consistentes com investimentos pontuais em anúncios garante maior visibilidade e equilibra a competição com grandes *players* do setor.
4. **Conteúdos educativos e inspiradores:** muitas pessoas não consomem certas experiências turísticas, como por exemplo as ofertadas por iniciativas de Turismo de Base Comunitária (TBC), simplesmente porque não as conhecem. Produzir conteúdos que explicam, emocionam e mostram exemplos concretos é essencial para despertar o interesse.

Essas metodologias já têm mostrado resultados práticos. E aqui vale a pena mencionar dois casos de sucesso da Lábia: a pousada Uakari Logde³, na Reserva Mamirauá, no Amazonas; e o Céu de Montanhas⁴, em Brumadinho/MG. O trabalho de comunicação que temos desenvolvido para essas duas iniciativas aponta para uma crescente demanda por vivências autênticas, ligadas à identidade cultural e ao contato humano. Os números de engajamento e alcance surpreendem, revelando a aderência de grandes públicos, mesmo com investimentos modestos em plataformas de anúncios.

Um desafio recorrente que precisa ser enfrentado diz respeito ao financiamento da comunicação. É comum que editais, linhas de fomento e programas de incentivo ao turismo deixem de prever recursos específicos para estratégias comunicacionais, como se a divulgação fosse um elemento secundário. Para iniciativas de base comunitária e pequenos empreendimentos, essa lacuna é ainda mais crítica, já que a rentabilidade inicial muitas vezes não permite investir em comunicação estruturada. No entanto, é justamente a comunicação que possibilita dar visibilidade, atrair públicos, ampliar mercados e garantir sustentabilidade a médio e longo prazos. Por isso, ela deveria estar presente como eixo central nos programas de capacitação, nas incubadoras, nos mecanismos de incentivo e em qualquer debate sobre desenvolvimento do turismo responsável.

É importante ressaltar que o excelente trabalho que vem sendo desenvolvido nos dois casos reais supracitados só tem sido possível porque há recursos destinados à comunicação.

3 Uakari Lodge é uma pousada flutuante na floresta amazônica, localizada na Reserva Mamirauá, exemplo pioneiro e premiado em turismo de base comunitária no Brasil.

4 O Céu de Montanhas é um Projeto de Turismo Rural e de Base Comunitária que integra o Programa de Fomento do Turismo Sustentável em Brumadinho. O projeto reúne 38 empreendimentos locais em um catálogo de vivências culturais, artísticas, rurais, gastronômicas, de bem-estar e de cultura quilombola. Para mais informações: <https://ceudemontanhas.com.br/>

Ética como fio condutor

Cabe destacar que comunicar Turismo Responsável não pode ser apenas sobre métricas, engajamento ou faturamento. A comunicação, nesse contexto, precisa ser guiada por **princípios éticos**. Isso significa que não basta aplicar técnicas de marketing digital: é necessário um olhar sensível e atento para as especificidades de cada território.

A escuta ativa das comunidades, o respeito às identidades locais, a valorização da diversidade e a defesa da conservação ambiental precisam ser pilares de toda ação comunicativa. A comunicação não deve impor narrativas externas, mas amplificar vozes locais, garantindo que as comunidades falem por si e se vejam representadas nas ações e conteúdos produzidos.

Isso implica também responsabilidade no uso de imagens, cuidado na representação de culturas e atenção às formas de linguagem. É fundamental evitar estereótipos, exotizações ou simplificações que reduzam a riqueza cultural a um produto comercial.

Do nicho à tendência: comunicar para transformar

Um dos grandes aprendizados que o Fórum deixou é que a transformação não virá apenas de cima para baixo, por meio de políticas públicas. Embora estas sejam imprescindíveis, existe um caminho inverso que pode ser igualmente poderoso: a popularização de conceitos e práticas responsáveis junto ao grande público.

Quando a comunicação desperta no viajante o desejo por escolhas éticas, cria-se um ciclo virtuoso: a demanda pressiona o mercado, o mercado pressiona o poder público, e assim o turismo responsável deixa de ser exceção para se tornar regra. Nesse sentido, comunicar é também um ato político e uma ferramenta de transformação.

Transformar escolhas responsáveis em tendência é possível. E mais: já está acontecendo. O crescimento do interesse por experiências imersivas, autênticas e comunitárias mostra que existe um espaço fértil para o **Turismo Responsável se consolidar como alternativa atraente** — não apenas para nichos, mas para públicos cada vez mais amplos.

Comunicar com responsabilidade para transformar o turismo

O Turismo Responsável é mais do que um tipo de turismo, é uma visão de mundo. É a defesa de que viajar pode ser um ato de cuidado, um exercício de encontro e uma prática de transformação econômica e social. Para que essa visão se torne realidade, a comunicação precisa ocupar um papel central.

Cabe a nós, profissionais da comunicação e do turismo, fazer com que as boas práticas alcancem mais pessoas, engajem novos públicos e se consolidem como tendência cultural e de mercado. Isso significa usar as ferramentas digitais de forma inteligente e ética, mas também respeitar os territórios, valorizar as comunidades e defender princípios inegociáveis de inclusão, diversidade e sustentabilidade.

Popularizar o Turismo Responsável é, sim, um grande desafio. Mas é também uma oportunidade histórica. Se conseguirmos comunicar com **verdade e sensibilidade**, estaremos não apenas promovendo destinos e experiências, mas contribuindo para um futuro em que o turismo seja, de fato, uma ferramenta de desenvolvimento justo, sustentável e humano.

Para saber mais:

Céu de Montanhas. (2025). **Conheça e vivencie as cores, os sabores e as riquezas de Brumadinho!** <https://ceudemontanhas.com.br>

Uakari Lodge. (2021). **Uakari Lodge.** <https://www.uakarilodge.com.br>

7. Visitação Turística em Terras indígenas: fundamentos e perspectivas de futuro

7.1. Visitação turística em terras indígenas: introdução à Instrução Normativa nº 03/2015/Funai

Ivan Abreu Stibich

Maurício Fiorito de Almeida

Fundação Nacional dos Povos Indígenas

Resultado de um debate iniciado ainda na década de 1990, a Instrução Normativa nº 03/2015/Funai estabelece as diretrizes para a visitação turística em terras indígenas. Reconhecendo a importância desse tipo de atividade quando conduzida de forma responsável, o objetivo central da normativa é promover a valorização e a difusão da sociodiversidade e da biodiversidade, por meio da interação respeitosa com os povos indígenas, seus conhecimentos, práticas culturais materiais e imateriais, e com o meio ambiente. Além disso, a norma busca incentivar a geração de renda de maneira sustentável, assegurando a proteção da privacidade, da intimidade e da autonomia dos indivíduos, das famílias e dos povos indígenas, sempre conforme os critérios e limites definidos por eles próprios.

Visitações turísticas em terras indígenas

A primeira e mais importante característica da visitação para fins turísticos em terras indígenas é que as iniciativas devem ser de base comunitária e sustentável (art. 1º). O Turismo de Base Comunitária é aquele que fomenta o protagonismo das comunidades, a geração de benefícios coletivos, a promoção da vivência intercultural, da qualidade de vida, do bem viver, da valorização da história e da cultura das populações e a utilização sustentável dos recursos. Por sua vez, o turismo sustentável é aquele que considera os impactos econômicos, sociais e ambientais e busca atender em igual proporção às necessidades de visitantes, parceiros, meio ambiente e comunidades locais.

É em face desse contexto que a Instrução Normativa nº 03/2015/Funai prevê visitas turísticas em terras indígenas exclusivamente nos segmentos de etnoturismo e ecoturismo e suas modalidades específicas. Esses segmentos se caracterizam por ações sustentáveis que têm como maiores objetivos a valorização do patrimônio natural e cultural presente nas terras indígenas.

As atividades de visitação para fins turísticos em terras indígenas são planejadas e propostas à Funai mediante apresentação de um Plano de Visitação. É importante destacar que a proponente de um Plano de Visitação deverá ser, exclusivamente, indígena (comunidades ou organizações) e que, se necessário, essa proponente poderá contar com parcerias públicas ou privadas para planejamento, execução e monitoramento da

atividade (§ 2º, art. 5º). Conforme discriminado na normativa, o Plano de Visitação deverá ser composto pelos seguintes quesitos (art. 5º):

- I.** objetivos e justificativas da proposta de visitação;
- II.** público-alvo, frequência de visitas previstas, quantidade máxima de visitantes por visita e previsão de tempo de duração por visitas;
- III.** distribuição das competências na comunidade levando em conta aspectos sociais, geracionais e de gênero;
- IV.** parceiros envolvidos, responsabilidades e atribuições;
- V.** descrição das atividades propostas aos visitantes;
- VI.** delimitação do roteiro objeto das atividades de visitação, constando mapa ou croqui;
- VII.** condições de transporte, hospedagem, alimentação e atividades correlatas à visitação oferecidas pelo proponente aos visitantes, assim como quaisquer riscos ou eventualidades inerentes a essas condições;
- VIII.** plano de negócios simplificado, contendo custos previstos para operação, manutenção e monitoramento da visitação e atividades correlatas, assim como previsão de receita, lucro e investimento, visando à continuidade da atividade;
- IX.** estratégia de atendimento de primeiros socorros;
- X.** manual de conduta e boas práticas, para visitantes e para a comunidade;
- XI.** estratégia para impedir a entrada de bebidas e drogas nas comunidades indígenas e outros ilícitos;
- XII.** estratégia de gestão de resíduos sólidos;
- XIII.** estratégia de monitoramento da atividade de visitação;
- XIV.** estratégia de capacitação dos proponentes.

Importante esclarecer que o Plano de Visitação deve decorrer de discussões e acordos comunitários e, assim, representar os anseios das comunidades, seus objetivos e estratégias em relação à atividade turística. Portanto, o Plano de Visitação não é um mero instrumento burocrático para obtenção da Carta de Anuência, mas o resultado sistematizado de discussões e acordos da comunidade. Por essa razão, finalmente, é um documento específico, pois decorre de realidades singulares, e único, uma vez que

os contextos e as intenções das comunidades, embora semelhantes em alguns casos, não são idênticas. Em outras palavras, deve-se considerar os Planos de Visitação antes como instrumentos de gestão comunitária das terras indígenas.

Nesse contexto, a Instrução Normativa nº 03/2015/Funai ainda prevê, dentre os requisitos mínimos para aprovação dos Planos de Visitação, a necessidade de apresentação de termo de anuência das comunidades indígenas que contemple as formas de sua organização e tomada de decisão para realização da atividade, bem como relatório do procedimento de diálogo (inciso II, art. 11). Isto é, considerar, por um lado, sua característica de instrumento de gestão comunitária, e, por outro lado, os potenciais impactos socioambientais decorrentes da visitação turística, cujo prejuízo repercute em todas as comunidades envolvidas ou circundantes. A necessidade de estabelecimento de diálogo e acordos comunitários é fundamental tanto ao planejamento quanto à execução e monitoramento da visitação turística.

Uma vez encerradas as discussões, estabelecidos os acordos e anuído pela comunidade, o Plano de Visitação deverá ser encaminhado pela proponente indígena à Coordenação Regional, que realizará uma análise preliminar da proposta (art. 8º). Essa análise contemplará os requisitos mínimos (art. 11) e aspectos sociais, ambientais e políticos locais. Caso os requisitos não sejam atendidos, a regional restituirá o Plano de Visitação à proponente, apresentando a justificativa da decisão, recomendando alterações e/ou complementações. Se atendidos os requisitos mínimos, a regional encaminhará o processo para a Coordenação de Atividades Produtivas – CGAP a fim de que se proceda à análise técnica. Essa análise aprofunda aspectos relacionados aos requisitos mínimos e é realizada a partir de critérios e materiais próprios, além de legislações complementares (art. 9º).

Em casos específicos, a CGAP solicitará pareceres complementares de outras Coordenações-Gerais da Funai e de órgãos da administração pública nas diferentes esferas. A normativa prevê três casos específicos que ensejam análises complementares:

- I. na hipótese de **dupla proteção**, isto é, sobreposição de terras indígenas com unidades de conservação (art. 12), tanto a elaboração quanto a análise do Plano de Visitação deverão seguir o disposto na Instrução Normativa Conjunta ICMBio e Funai nº 01/2025;
- II. no caso de Planos de Visitação em terras indígenas com presença de **povos isolados ou de recente contato**, a proposta deverá ser analisada também pela coordenação da Funai responsável pelo tema, instruída com manifestação preliminar da Frente de Proteção Etnoambiental competente (art. 13);
- III. os Planos de Visitação que tenham por objeto a **pesca esportiva** requererão estudos complementares realizados pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - Ibama (art. 29).

Caso o Plano de Visitação não cumpra os requisitos mínimos para sua aprovação ou tenha ponderações negativas pelos demais atores, a CGAP solicitará ajustes e/ou complementações necessárias à proponente. Caso se constate o cumprimento dos requisitos previstos pela normativa, o Plano de Visitação será encaminhado à presidência da Funai, acompanhado pelos pareceres técnicos produzidos, sugerindo a emissão de Carta de Anuência à visitação turística estabelecida no Plano de Visitação (art. 10). A vigência da Carta de Anuência será de até três anos, prorrogável por igual período (art. 16).

Esse processo visa garantir o usufruto exclusivo das comunidades sobre suas terras, a proteção de seus direitos e a sustentabilidade ambiental, social e econômica da atividade.

Os Planos de Visitação Turística são instrumentos fundamentais de gestão ambiental e territorial das terras indígenas, pois organizam e orientam a realização das atividades turísticas nesses espaços. Para que a visitação ocorra conforme previsto na Instrução Normativa nº 03/2015/Funai, é necessário um processo de planejamento e anuência comunitária que busque potencializar os benefícios da atividade turística e minimizar seus impactos negativos.

É fundamental que comunidades indígenas compreendam que a não observância dos elementos mencionados acima podem implicar a perda do protagonismo e a quebra do usufruto exclusivo de suas terras, a exploração por terceiros de seus recursos naturais, danos ambientais, conflitos internos e desigualdades econômicas, disputas entre comunidades pelo uso e gestão do território, além de riscos à segurança decorrentes da entrada e circulação desordenada de pessoas nas terras indígenas.

Ao mesmo tempo, a experiência acumulada nos dez anos de publicação da Instrução Normativa nº 03/2015/Funai tem demonstrado que, quando construída por meio do diálogo amplo e de um planejamento que considera a realidade socioambiental, as potencialidades e os desafios, definindo os modos com os quais as comunidades pretendem desenvolver seus territórios, a visitação turística promove o fortalecimento e a difusão cultural, a divulgação para os não-indígenas dos serviços ambientais que prestam, a geração de renda, a preservação ambiental, o incentivo ao uso sustentável dos recursos naturais, a proteção territorial e o fortalecimento do protagonismo indígena. Em suma, conforme consta na *Declaração de San José sobre o Turismo Rural Comunitário*, a visitação turística em terras indígenas pode promover a dignidade das comunidades, desde que seja uma atividade socialmente solidária, ambientalmente responsável, culturalmente enriquecedora e economicamente viável.

Referências

Fundação Nacional dos Povos Indígenas (Funai). (2015). **Instrução Normativa nº 03/2015**. <https://www.gov.br/funai/pt-br/arquivos/conteudo/cgetno/pdf/in-032015.pdf>

8. Trilhas de Afroturismo: Desenvolvimento da América Latina e Caribe

8.1. Afroturismo: um caminho incontornável para o Turismo Responsável

Vitória C. S. Maurício Natália A. de Oliveira Hubber Clemente

Consultoria Embratur/Banco CAF

Tânia Neres

Coordenação de Afroturismo, Diversidade e Povos Indígenas - Embratur

Natália Dominga dos Santos Adriano P. da Silva

Associação Kalunga Comunitária Engenho II (AKCE)

Bianca D'Aya Dias Peixoto

Me Leva Cerrado (DF)

Julia Cohen Ribeiro

Diretora de Afroturismo - Lunfarda Travel

Experiências singulares, narrativas situadas, protagonismo comunitário e aprofundamento cultural. Essas são propostas tanto do Turismo Responsável quanto do Afroturismo. Também, a preocupação de minimizar impactos negativos das práticas turísticas e potencializar benefícios para as comunidades permeiam as diversas atividades que se identificam com um turismo feito com responsabilidade. Esses são alguns dos pontos onde o Afroturismo e o Turismo Responsável se encontram. A via pela qual caminham é pavimentada por esforços ativos e requer uma caminhada conjunta. Essa via, no entanto, vai na contramão do turismo massificado, e se direciona para um futuro positivo e que valoriza territorialidades, memórias e práticas culturais. Nela, há o reconhecimento de que a sustentabilidade econômica, sociocultural e ambiental são fundamentais para o turismo crítico e cuidadoso (Nascimento; Lanza-rini, 2023).

Reforçando o compromisso dessa caminhada conjunta, no 1º Fórum de Turismo Responsável, o Afroturismo esteve presente. No espaço dedicado ao *workshop Trilhas do Afroturismo Internacional*, quatro apresentações propuseram uma abordagem comprometida com a justiça racial, colocando a experiência turística como um espaço de educação antirracista e de fortalecimento comunitário. Em sequência tivemos as exposições do *Guia prático sobre Igualdade Racial no Turismo*; vivências turísticas no maior território quilombola do Brasil, o Quilombo Kalunga; técnicas de *storytelling* em Brasília, e boas práticas internacionais em Afroturismo, em Buenos Aires.

A primeira das apresentações do workshop foi do “*Guia prático sobre igualdade racial no turismo*”, resultado de um trabalho de consultoria realizado por Vitória Camillo, Hubber Clemente e Natália Oliveira, para a Embratur e Banco CAF. O *Guia*, criado para ser um instrumento para apoiar gestores públicos, empreendedores e demais profis-

sionais do setor, auxilia na incorporação da equidade racial como parte de culturas organizacionais do turismo. Apesar de a igualdade racial ainda não ser realidade para a maioria das pessoas negras que atuam ou consomem turismo, o guia mostra que existem práticas e estratégias capazes de apontar alternativas concretas na direção de um turismo mais inclusivo. Em formato de *check-list*, são sugeridas ações para reposicionar as populações negras como protagonistas e agentes centrais de um turismo mais justo e responsável. Os consultores e apresentadores evidenciaram que a construção de um turismo antirracista exige compromisso contínuo e diálogo permanente entre poder público, iniciativa privada e comunidades negras.

Na apresentação sobre “Vivências quilombolas: práticas Kalunga de Afroturismo”, Dominga Natália dos Santos e Adriano da Silva mostraram como se articularam resultados de pesquisas, hospitalidade comunitária, o trabalho de diferentes associações e valorização de seus atrativos naturais no maior território quilombola do Brasil. A dupla mostrou que com os roteiros desenvolvidos, é possível conciliar sustentabilidade econômica com fortalecimento cultural. São mais de 30 comunidades e nesse contexto o protagonismo feminino é central, visto que elas são líderes em 80% dos meios de hospedagem, 100% dos restaurantes e 42% dos condutores de visitantes são mulheres, segundo dados da pesquisa por eles exposta. Ao expor e propor uma vivência enraizada nas memórias e territorialidades negras, colocam o turismo como possibilidade e prática de resistência cultural e de autonomia comunitária.

Devido à sua monumentalidade política e arquitetônica, Brasília é uma cidade onde o turismo cívico é dominante. Contudo, ao falar sobre “*Técnicas de Storytelling para promover o Afroturismo e planejamento de experiências culturais autênticas e inclusivas*”, Bianca D’Aya situa o tour *Brasília Negra* como um ato de educação patrimonial e antirracista, no sentido contrário do turismo amplamente praticado localmente. A turismóloga e guia de turismo lança mão de recursos narrativos, amplia o repertório interpretativo e reinscreve na capital federal memórias negras historicamente invisibilizadas. Essa abordagem converge com os princípios do Turismo Responsável, ao mesmo tempo em que promove um contato mais profundo e crítico com o território, estimulando o visitante a refletir sobre as potencialidades negras, desigualdades raciais na capital e a reconhecer a diversidade de sujeitos que compõem a história local.

Tanto o Turismo Responsável quanto o Afroturismo não reconhecem fronteiras. A exposição sobre “*Boas práticas, comercialização e internacionalização do Afroturismo*” foi feita por Julia Cohen, brasileira que vive na Argentina desde criança. Em *tours* temáticos voltados para todas as idades, ela desafia as narrativas oficiais e homogeneidade cultural europeia em Buenos Aires, marcando as contribuições da população afro-argentina para a história do país. Consequentemente, a centralidade da diáspora africana na formação nacional é evidenciada e, a sua presença até os dias atuais, lembrada e narrada. Julia destacou também como se inspira no Afroturismo brasileiro para orientar seu trabalho, em um movimento de diálogo transnacional que reforça sua potência como estratégia global de resistência, educação e transformação.

As quatro apresentações revelaram que o Afroturismo ao mesmo tempo em que dialoga com os princípios do turismo responsável, amplia seus horizontes. Isso acontece ao incorporar as potencialidades e territorialidades negras, além da engajada luta contra o racismo estrutural ocidental. Do Guia prático aos tours em Buenos Aires, passando pelas experiências no Quilombo Kalunga e pelas narrativas afrocentradas em Brasília, ficou evidente que o *workshop* trata de um movimento plural, enraizado em diferentes contextos, mas convergente na justiça social, feita através do turismo.

Assim, diante do Afroturismo, o turismo brasileiro pode se inspirar e construir atividades inclusivas, seja por meio de experiências singulares e transformadoras, ou de uma postura mais ética e responsável. Não erramos ao afirmar que o Afroturismo se coloca como uma via incontornável para repensar o futuro do turismo. Ele nos lembra que esforços já estão sendo feitos em direção à igualdade racial, como o 18º ODS proposto pela ONU. O Afroturismo se alinha a essa agenda e isso é significativo, pois reafirma que não pode haver Turismo Responsável sem que se enfrente o racismo em todas as suas dimensões.

Referências

NASCIMENTO, F. G., & LANZARINI, R. (2023). **Turismo Responsável: contribuições para uma reflexão conceitual**. Revista Iberoamericana de Turismo, 13(1), 62-82. https://www.ufpb.br/gcet/wp-content/uploads/sites/79/sites/273/2025/04/Turismo_Responsavel_contribuicoes_para_u.pdf

8.2. Guia prático sobre igualdade racial e turismo responsável: ideias que convergem a um turismo inclusivo

Natália Araújo de Oliveira Vitória Camillo da Silva Maurício Hubber Clemente
Consultoria Embratur/Banco CAF

Tânia Neres

Coordenação de Afroturismo, Diversidade e Povos Indígenas - Embratur

O turismo responsável é orientado por princípios de sustentabilidade, ética e inclusão, valorizando a diversidade e a cultura local, promovendo o protagonismo das comunidades receptoras e assegurando condições de segurança nos destinos (Pereira, 2025). Entre seus propósitos, estabelecidos na *Declaração da Cidade do Cabo sobre Turismo Responsável nos Destinos*, destacam-se: gerar benefícios econômicos significativos para a população local; ampliar o bem-estar das comunidades receptoras por meio da oferta de melhores condições de trabalho; e prover empregos acessíveis a pessoas com diferentes capacidades, etnias, gêneros e orientações sexuais (Costa et al., 2024).

Diante dessas características, evidencia-se a convergência entre o turismo responsável e a promoção da igualdade racial, tema central para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva. Este texto apresenta o *Guia prático sobre igualdade racial no turismo*. O material resulta da parceria entre a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur) e o Banco de Desenvolvimento da América Latina e Caribe (CAF), união que tem o objetivo de estimular o desenvolvimento e a internacionalização dos empreendimentos de Afroturismo no Brasil.

Guia prático sobre igualdade racial no turismo

O *Guia*, objeto deste texto, apresenta informações diretas e acessíveis para que diferentes atores do setor turístico compreendam o Afroturismo e as práticas antirracistas. Reúne conceitos fundamentais sobre igualdade racial, exemplos de boas práticas já implementadas e um conjunto de ações aplicáveis à construção de um turismo inclusivo – pensado tanto para quem dele usufrui, turistas, quanto para quem nele atua, trabalhadores do setor.

O documento salienta que o Afroturismo tem como propósito gerar renda para as comunidades afro-brasileira e afrodiaspórica – incluindo as comunidades quilombolas –, promovendo empregos dignos e resultantes de um turismo não predatório. Nesse mesmo sentido, o Turismo Responsável busca gerar benefícios para as comunidades receptoras, assegurando inclusão, valorização da diversidade e participação de grupos historicamente marginalizados no fazer turístico.

Entre seus objetivos, o Turismo Responsável visa ampliar o bem-estar das comuni-

dades por meio da oferta de melhores condições de trabalho e da consideração das necessidades econômicas de grupos pobres e marginalizados (Costa et al., 2024). No Brasil, entretanto, a realidade revela um descompasso: embora representem 57% da população, pessoas negras continuam a ser minorias sociais e permanecem ausentes dos cargos de liderança nos principais setores corporativos, inclusive no turismo. Diante desse cenário, o *Guia* se apresenta como ferramenta prática, propondo ações efetivas para que os *players* do setor repensem suas políticas de admissão, a ocupação de posições estratégicas e as medidas necessárias à construção de um turismo inclusivo e comprometido com a equidade racial.

Por fim, o *Guia* evidencia a necessidade de um turismo mais inclusivo para viajantes negros, que ainda enfrentam discriminação, preconceito e falta de representatividade na publicidade do setor. Ao expor esses desafios, o documento aponta caminhos concretos para aproximar o turismo real daquele que almejamos: um turismo responsável e inclusivo, capaz de “prover experiências mais gratificantes para todos (...)”, conforme a *Declaração da Cidade do Cabo sobre Turismo Responsável nos Destinos* (Costa et al., 2024, p.14).

O *Guia prático sobre igualdade racial no turismo* reforça a compreensão de que um turismo verdadeiramente responsável é, necessariamente, inclusivo, capaz de acolher turistas e trabalhadores em sua pluralidade e valorizar a ancestralidade afro-brasileira. Além disso, ele deve reconhecer a igualdade racial como condição essencial para que a atividade turística cumpra seu papel de motor de desenvolvimento justo e sustentável. Questões como essas ganharam centralidade no 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável, que apontou caminhos promissores para a construção de um outro turismo: mais diverso e comprometido com a justiça social.

Referências

COSTA, M. D. O., PROENÇA, A. R. G. B., SOLHA, K. T., & PINTO, G. P. (2024). **Turismo responsável: Resultados que inspiram!** (Coleção Cadernos Aplicados / Coordenação: Karina Toledo Solha, 198 p.). São Paulo: ECA-USP. <https://turismoresponsavel.tur.br/>

PEREIRA, S. M. D. (2025). **Turismo responsável e práticas sustentáveis como estratégias de promoção: O estudo no Rio Grande do Norte** [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal do Rio Grande do Norte]. UFRN.

Para saber mais:

Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur). (2025). **Guia prático sobre igualdade racial no turismo**. https://embratur.com.br/wp-content/uploads/2025/02/Guia-igualdade-racial-turismo_set-2.pdf

8.3. Tour Brasília Negra: Técnicas de *Storytelling* para promover o Afroturismo e planejamento de experiências culturais autênticas e inclusivas

Bianca D'Aya Dias Peixoto

Fundadora do Tour Brasília Negra - Me Leva Cerrado

O 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável proporcionou o diálogo e a busca de estratégias para o Afroturismo. Esta é uma modalidade crucial para a valorização do patrimônio cultural, histórico e ambiental afro-brasileiro e vem ganhando força no mercado turístico nacional, por unir desenvolvimento econômico e equidade racial. Nesse contexto, a história negra assume papel fundamental na construção da identidade nacional e na valorização da cultura e das comunidades afro-brasileiras (MTur, 2024).

Mais do que uma prática de lazer, o Afroturismo constitui uma ferramenta de integração e conhecimento capaz de despertar curiosidade, promover aprendizados significativos e incentivar novas descobertas sobre o protagonismo negro no Brasil.

Como fundadora da agência de turismo receptivo, a Me Leva Cerrado, em Brasília, e bacharela em Turismo pela Universidade de Brasília, desenvolvo ações voltadas ao Afroturismo na capital federal. A partir de pesquisa histórica, mediação científica e mapeamento cultural idealizei a experiência Tour Brasília Negra, que propõe um novo olhar sobre a história da cidade.

Em minha exposição, destaco o uso de *Técnicas de storytelling para promover o Afroturismo e planejamento de experiências culturais autênticas e inclusivas*, apresentando um novo olhar sobre Brasília - uma cidade ainda marcada pelo risco da “história única”. A narrativa oficial ignora frequentemente a contribuição da população negra na construção desse território, e é nesse cenário que o tour se afirma como um ato de ousadia e atrevimento: uma prática que resgata, evidencia e valoriza histórias silenciadas pelo racismo estrutural, ao mesmo tempo que fomenta pensamento crítico e conexões com passado e presente da cidade.

A tradição oral pode ser entendida como um complexo conhecimento sobre o mundo, sendo um dos pilares organizadores de valores de diversas sociedades do continente africano. A oralidade também foi ferramenta de resistência dos povos negros diante da colonização, preservando a memória, identidade e conexão ancestral (Silva, 2023).

Uma das manifestações da oralidade é o *Storytelling*, ou contação de história, recurso que permite preservar e transformar saberes, valores e tradições ao longo do tempo. Nessa perspectiva, essa foi a ferramenta adotada no Tour Brasília Negra, no qual a história negra é evidenciada e ressignificada. Durante o percurso, são apresentadas narrativas sobre personalidades, símbolos de luta e resistência, além de monumentos

que compõem o patrimônio material e imaterial negro da cidade. Ao longo do trajeto compartilho também a minha experiência enquanto mulher negra em um território marcado por processos históricos de segregação racial.

Essa abordagem busca transformar a experiência turística num momento único e memorável, ressaltando a importância do mapeamento e da inventariação turística. O tour integra literatura, pesquisa histórica e logística para criar narrativas envolventes que tornam o roteiro diferenciado, criativo, estimulante e sob medida para diferentes públicos.

Desde sua estreia, em novembro de 2022, o Tour Brasília Negra já realizou 38 edições, com cerca de 1.100 participantes, entre moradores de Brasília, estudantes, professores, turistas nacionais e estrangeiros.

O roteiro seleciona, intencionalmente, pontos que ressignificam o espaço público a partir de uma perspectiva racial e de resistência, visitando oito locais da cidade: a Praça Zumbi dos Palmares, a Galeria dos Estados, o Mural dos Direitos Humanos, a Praça Marielle Franco, a Exposição Reintegração de Posse, o Museu Vivo da Memória Candanga, a Praça dos Orixás, um baobá e o restaurante senegalês, o Sunugal Bistrô. A visita a esses pontos é guiada por uma narrativa autêntica, permitindo que o tour ofereça uma perspectiva da cidade que dialoga com uma história até então não contada. Finalizei minha exposição destacando a importância de desenvolver um planejamento cuidadoso na elaboração do roteiro turístico afrocentrado, ressaltando a importância de testá-lo antes de ser comercializado, para garantir a sua viabilidade e qualidade. Esse planejamento permite garantir que o objetivo do Afroturismo seja alcançado, agregando valor à proposta.

Em conclusão, o Tour Brasília Negra, demonstra a oferta de roteiros que aliam profundidade histórica e autenticidade cultural, evidenciando a eficácia do Afroturismo como nicho de mercado e como ferramenta de empoderamento, promoção da população negra e educação antirracista.

O tour está alinhado à Lei n.º 10.639/2003 (Brasil, 2003), que torna obrigatória a inclusão da história e cultura afro-brasileira nos currículos do ensino fundamental e médio no Brasil, configurando-se como atividade lúdica, educativa e antirracista. Além disso, a iniciativa está em consonância com o Programa Rotas Negras, promovido pelo Ministério do Turismo e pelo Ministério da Igualdade Racial.

Por meio da técnica engajadora de *storytelling*, a iniciativa cumpre com os objetivos do Afroturismo, ao valorizar o patrimônio cultural, atrair um público diversificado, engajado e estimular o pensamento crítico dos participantes, contribuindo para a descolonização de narrativas.

A experiência Brasília Negra apresenta-se como um modelo replicável, provando ser possível aliar aprofundamento histórico e autenticidade cultural em oposição ao

turismo de massa. Sugere-se que futuras pesquisas explorem o impacto a longo prazo do tour no senso de pertencimento e na consciência histórica dos moradores do Distrito Federal.

Referências

Brasil, Ministério do Turismo, & Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). (2024). **Diagnóstico do afroturismo e das políticas públicas relativas ao turismo voltado à cultura afro-brasileira no país e levantamento das boas práticas de afroturismo em âmbito nacional e internacional** (63 p.). Brasília: Ministério do Turismo. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/afroturismo/diagnostico-do-afroturismo-no-brasil.pdf>

SILVA, D. B. P. (2023). **A constituição do ser-saber pela tradição oral de matriz africana: Ancestralidade, educação e a (po)ética da oralidade na transmissão de saberes** [Dissertação de mestrado, Universidade de Brasília]. UnB. <http://repositorio2.unb.br/handle/10482/46859>

8.4. Casos de boas práticas internacionais em Afroturismo: suas estratégias de promoção e comercialização internacional

Julia Cohen Ribeiro

Diretora de Afroturismo - Lunfarda Travel

O Afroturismo surge como uma estratégia de valorização da memória negra, de enfrentamento ao racismo estrutural e de fortalecimento comunitário. No contexto argentino, essa proposta se torna particularmente desafiadora e urgente, já que a narrativa nacional se construiu a partir do mito da “ausência” de pessoas negras no país. O turismo tradicional reforçou essa invisibilização, projetando uma Buenos Aires branca e europeizada: a famosa “Paris da América do Sul”.

É nesse cenário que nasce o trabalho da Lunfarda Travel, agência interseccional de viagens em Buenos Aires. Desde 2020, iniciamos o desenvolvimento do primeiro Tour de História Afroargentina de Buenos Aires – no bairro de San Telmo – e hoje em dia trabalhamos com roteiros que não apenas revelam a presença histórica e contemporânea das populações afrodescendentes, mas também buscam transformar a relação entre turismo, território e comunidade.

A proposta e as práticas da Lunfarda Travel

Nossa proposta parte do princípio de que o turismo não deve apenas narrar histórias, mas também contribuir ativamente para a construção de justiça social. Por isso, desde o início, as práticas da Lunfarda Travel foram guiadas por três eixos fundamentais:

1. **Participação comunitária:** trabalhamos em diálogo com coletivos afro-argentinos, artistas, ativistas e empreendedores locais, garantindo que as vozes negras sejam protagonistas na construção e na execução das experiências turísticas. Esse compromisso se traduz em ações concretas, como a criação de *landmarks* inéditos. Por exemplo, o primeiro mural dedicado à heroína afroargentina María Remedios del Valle, realizado pela artista afroargentina Kilava;
2. **Educação crítica:** nossos roteiros não se limitam a apresentar marcos históricos; eles propõem reflexões sobre as continuidades do racismo, a diáspora africana na região e os vínculos com outras lutas sociais. O tour é um espaço pedagógico e político;
3. **Impacto econômico e social:** parte dos recursos gerados é direcionada a iniciativas da comunidade, fortalecendo o tecido social. Ao ter como condição que todos os guias do Tour de História Afroargentina sejam afrodescendentes e ao incluir espaços como feiras de afroempreendedores, projetos culturais e organizações sociais, o turismo se converte em motor de desenvolvimento local. Um exemplo é o desenvolvimento de um novo produto turístico, o *workshop* de can-

dombe junto à família Bonga, que até então nunca havia comercializado uma experiência desse tipo. Nesse caso, o turismo se torna uma ferramenta para valorizar o conhecimento ancestral e gerar novas formas de renda diretamente para a comunidade.

Capitalizar essas boas práticas significa transformá-las em diferencial competitivo no mercado internacional, ao mesmo tempo em que se preserva o compromisso ético com as comunidades envolvidas. Essa lógica se concretiza, por exemplo, no tour para infâncias que oferecemos de forma gratuita para grupos de pais com filhos negros e escolas. O objetivo é criar um espaço onde as crianças possam se ver refletidas, encontrar outras crianças negras, reconhecer-se em sua identidade desde cedo e falar sobre ela em um ambiente seguro e coletivo.

Essa iniciativa sem fins lucrativos se sustenta com a renda proveniente dos tours para turistas. Além disso, há a possibilidade de doações destinadas especificamente a esse programa, o que garante que os guias recebam remuneração sem custos extras para a agência, ao mesmo tempo em que gera impacto para a comunidade e agrega valor de marketing para a Lunfarda. Assim, uma prática de inclusão e memória se converte em vantagem competitiva, diferenciando nossa agência no mercado internacional e reforçando nossa legitimidade como referência em Turismo Responsável.

No campo da promoção e comercialização internacional, a estratégia da Lunfarda se apoia em dois elementos centrais:

- **Construção de narrativas contra-hegemônicas:** ao apresentar a Argentina como destino negro, desafiamos o imaginário global que a associa apenas à imigração europeia. Essa narrativa diferenciada gera interesse em agências internacionais voltadas para o turismo afrocentrado e para o público que busca experiências autênticas e transformadoras.
- **Alianças estratégicas:** temos estabelecido parcerias com operadores de viagem nos Estados Unidos, Brasil e outros países, criando itinerários de grupos que combinam a experiência turística com intercâmbio cultural e redes de solidariedade. Esse modelo amplia a escala do impacto e garante sustentabilidade econômica. Além disso, a participação em congressos e painéis internacionais, como o Black Travel Summit, e a conexão com a *Black Travel Alliance* posicionaram a Lunfarda no panorama global do Afroturismo, fortalecendo nossa legitimidade e abrindo novas redes de colaboração. Outro marco importante foi o projeto de expansão em colaboração com o Banco CAF, que nos permitiu organizar uma *fam trip* com agentes de viagem dos Estados Unidos e inaugurar a primeira loja de empreendedores negros da Argentina. Essa iniciativa expandiu a noção de Afroturismo, conectando-a também ao afroempreendedorismo.

A experiência da Lunfarda Travel mostra que o Afroturismo, quando pensado de forma responsável, pode ser ao mesmo tempo uma prática de memória, de resistência e de transformação social. Mais do que “mostrar a história negra”, buscamos contribuir

para um futuro em que as comunidades afrodescendentes na Argentina possam viver com visibilidade, dignidade e oportunidades.

O caso argentino demonstra que mesmo em contextos marcados pelo mito da ausência negra, o Afroturismo pode se consolidar como ferramenta de justiça histórica e como produto turístico inovador.

Referências

Black Travel Summit. (2024). **Painel latino-americano no Black Travel Summit 2024 organizado pela Black Travel Alliance**. [Publicação no Instagram]. <https://www.instagram.com/p/DDiP4aruazI/>

Lunfarda Travel. (2021). **Lunfarda Travel**. <https://www.lunfardatravel.com/afro>

9. Entre vozes e territórios: reflexões a partir do 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável

Aline Santos Bispo

Rede BATUC - Turismo Comunitário da Bahia

Participar do **1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável** foi uma experiência profundamente transformadora. Um encontro que, de diversas formas, se propôs a ser um ponto de virada no turismo nacional. O que ficou evidente em cada detalhe ao longo do processo de organização e dos dias de realização do evento: seja por meio do cuidado com os participantes, passando pela não utilização de materiais descartáveis, a redução das emissões de carbono e uma alimentação consciente, até os diálogos fundamentais sobre justiça social, preservação ambiental, turismo comunitário, equidade de gênero e bioeconomia. Ao criar um espaço de reconexão com a terra, com as culturas e com as comunidades, por meio de uma diversidade de vozes, o Fórum reforçou a ideia de que o turismo pode ser muito mais do que um setor econômico, mas também uma ferramenta de lutas, pertencimento e justiça.

Entre as diferentes frentes do Fórum, tive o desafio e a honra de atuar como **curadora do Prêmio Vitrine de Turismo Responsável**, uma iniciativa que valoriza e visibiliza experiências reais que demonstram, na prática, como é possível pensar e fazer turismo de forma menos nociva ao meio ambiente e mais comprometida com as pessoas. Neste sentido, Higgins-Desbiolles (2020) nos convida à reflexão de que repensar o turismo a partir de uma estrutura centrada com base nos direitos e interesses das comunidades e povos locais é um passo fundamental para que esta prática não seja apenas um instrumento do capital, mas sobretudo que assuma o seu papel de responsabilidade pelos limites sociais e ecológicos do planeta. Desse modo, mais do que ampliar a visibilidade dos projetos inscritos (e do próprio evento), ações como o Prêmio Vitrine reforçam a necessidade de estimular e apoiar com recursos materiais e simbólicos aquelas práticas que se propõem a operar por meio de uma lógica que não se reduz ao mercado, mas que coloca a vida no centro.

A diversidade das **72 iniciativas inscritas**, distribuídas por todas as regiões do Brasil, revelou a potência e a pluralidade do Turismo Responsável. Os dados falam por si: **86% lideradas por mulheres, 57% por pessoas negras, 46% pela juventude**, além da participação expressiva de comunidades tradicionais, povos indígenas e coletivos LGBTQIA+. Esse protagonismo reforça que o futuro do Turismo Responsável está sendo tecido a partir de margens que, por muito tempo, foram invisibilizadas. Em destaque os projetos que, por meio do turismo comunitário, atuam a partir de uma perspectiva contra-hegemônica, que priorizam escalas locais e valorizam modos de vida tradicionais e populares, desafiando o modelo dominante de exploração de territórios e pessoas (Bispo & Cañada, 2025).

A escolha de homenagear **Marina Silva** – mulher amazônica, ambientalista e atual ministra do Meio Ambiente e Mudança do Clima do Brasil – na cerimônia de abertura do evento foi mais do que acertada, pois, coloca em evidência a trajetória de uma mulher que há décadas tem sido ponta de lança nas lutas socioambientais. Isso, em diálogo com os dados do prêmio e com as tantas mulheres que protagonizam experiências transformadoras pelo país – muitas delas que inclusive estiveram presentes durante o evento –, sinaliza o caminho de um turismo que aprende com as lutas históricas e se engaja com a urgência do presente.

Por fim, cabe ressaltar que esta reflexão não se limita ao campo teórico, mas nasce também de uma trajetória marcada pelas minhas origens e vivências como mulher afroindígena, da periferia, da classe trabalhadora e ativista social por meio do turismo comunitário. Um percurso que me ensinou a valorizar tanto a universidade como espaço de produção de conhecimento quanto a urgência de ampliar o acesso a sujeitos historicamente vulnerabilizados, contribuindo para a descolonização do saber (Bispo dos Santos, 2019) a que nos convida Nego Bispo. O que também nos leva a reconhecer que muitas das estratégias necessárias para um turismo e para uma sociedade mais justa já vêm sendo praticadas, há gerações, pelas classes populares e pelos povos tradicionais. De modo que um turismo crítico e responsável só pode emergir quando se reconhece a centralidade dessas epistemologias e experiências nos mais variados espaços, assim como no 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável.

Referências

BISPO, A., & CAÑADA, E. (2025). **Turismo comunitário urbano no Brasil: Uma pedagogia da resistência** (Informes en Contraste, n. 37). Barcelona: Alba Sud.

BISPO DOS SANTOS, A. (2019). **Colonialismo, quilombos: Modos e significações**. 2ª ed. rev. Brasília: INCTI/UnB.

HIGGINS-DESBOLLES, F. (2020). **Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19**. *Tourism Geographies*, 22(3), 610–623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>

10. Aprendizados e vivências de Turismo Responsável no Território Kalunga

Solange Barbosa

CEO Rota da Liberdade

Vitória Camillo Natália Oliveira

Consultoria Embratur/Banco CAF

Tânia Neres

Coordenação de Afroturismo, Diversidade e Povos Indígenas - Embratur

A participação no **1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável** constituiu uma experiência formativa relevante para a reflexão sobre práticas de turismo de base comunitária, valorização das culturas tradicionais e presença de mulheres em iniciativas de turismo comunitário e sustentável. O evento reuniu lideranças comunitárias, pesquisadores e profissionais do setor, possibilitando a troca de saberes e o debate sobre um turismo mais inclusivo e sustentável. Este relato tem como objetivo apresentar as principais vivências e aprendizados decorrentes da participação no Fórum, com destaque para a experiência no Território Quilombola Kalunga. A visita ao quilombo proporcionou contribuições significativas para o aprimoramento das práticas profissionais voltadas a comunidades tradicionais.

A participação no Fórum foi uma enriquecedora, sobretudo pela oportunidade de dialogar sobre interseccionalidade e gênero no turismo, um setor marcado historicamente pela expressiva atuação de mulheres. O evento, em sua totalidade, apresentou debates relevantes; contudo, destacaram-se as mesas dedicadas ao Afroturismo, conduzidas por Tânia Neres e pela equipe que se apresentou no Workshop *Trilhas do Afroturismo*, cujos dados e práticas apresentadas evidenciaram caminhos consistentes para a valorização de perspectivas e atividades afrocentradas no setor.

Entre os momentos mais significativos, ressalta-se a convivência com mulheres indígenas. Essa escuta possibilitou compreender dimensões pouco visibilizadas do turismo e reconhecer os desafios enfrentados por esse grupo; outro aspecto importante do evento foi a alimentação baseada em ingredientes locais. A comida é um elemento central de uma experiência turística e a oportunidade de degustar produtos cultivados e preparados com cuidado e esmero revelou a necessidade de um turismo comprometido com o respeito aos modos de vida e saberes tradicionais.

A visita ao Território Kalunga destacou-se como um dos momentos mais significativos do Fórum. Conhecer a experiência de autogestão daquela comunidade foi impactante por evidenciar um modelo de turismo possível, de alta qualidade e que respeita as singularidades locais e a autonomia da comunidade nas tomadas de decisão. Obser-

var a organização comunitária, aprender com as lideranças mais experientes, como o senhor Cirilo e a senhora Getúlia, e testemunhar a maneira como a comunidade estruturou um receptivo de qualidade evidenciou práticas sustentáveis e bem planejadas.

A atenção dedicada ao controle da capacidade de carga das cachoeiras, ao número de visitantes por guia e ao tempo de permanência nas áreas naturais ilustra a seriedade e o compromisso das comunidades com a sustentabilidade socioambiental. Essa experiência demonstra que, quando respeitados os processos organizacionais comunitários, as práticas turísticas alcançam altos níveis de qualidade e responsabilidade.

11.O turismo em que eu acredito

Cecília Araújo

ONG Caminhos da Serra

Participar do 1º Fórum de Turismo Responsável foi uma experiência profunda e inspiradora. A diversidade de temas e olhares mostrou o potencial do turismo para a transformação socioambiental: ouvimos sobre a força das mulheres na defesa dos territórios, passamos pelos desafios e oportunidades das certificações e da promoção internacional, e tivemos tempo de qualidade para temas relevantes como bioeconomia, afroturismo e etnoturismo. Foram painéis ricos em teoria e prática, provando que é possível sonhar e realizar.

A importância de pessoas como Marianne Costa, líder do Grupo Vivejar que organizou o Fórum, não pode ser subestimada. Enquanto muitos têm boas ideias ou tentam agir isoladamente, ela arregança as mangas e faz acontecer, mobilizando uma grande e diversa rede de pessoas – em especial mulheres – a pensar e implementar ações responsáveis no turismo brasileiro. Visionária e pioneira, Marianne tem a rara capacidade de agregar e impulsionar muita gente, dando vida a sonhos individuais e coletivos, locais e globais.

A partir do *workshop Cocriando futuros para o Turismo Responsável no Brasil*, quatro provocações ficaram comigo:

1. Como furar a bolha e tornar o Turismo Responsável mais abrangente, a partir de um letramento universal e de uma comunicação ampla, provocadora e amigável?
2. Como aproximar ainda mais as pessoas que ocupam cargos estratégicos no governo e em grandes empresas das pessoas que estão nos territórios, para que ouçam e aprendam em processos participativos e possam então compartilhar guias e ferramentas realmente viáveis e úteis na ponta, dando ainda celeridade às respostas a quem depende desse apoio?
3. Como mobilizar recursos públicos, privados e filantrópicos para potencializar as comunidades de forma assertiva, contínua e persistente, fazendo do turismo de fato uma ferramenta para garantir renda justa, pertencimento territorial, protagonismo comunitário e prosperidade para jovens e adultos?
4. Como manter a energia positiva, inspiradora e pé no chão do evento viva ao longo do tempo, até o próximo encontro, fortalecendo uma rede *online* ativa, com trocas permanentes e encontros regionais que ajudem a não deixar a bola cair?

Depois do evento, passamos dois dias na comunidade Kalunga, em Cavalcante (GO) e, embora já tenha participado de outras experiências comunitárias, essa chamou minha atenção por alguns motivos: o pioneirismo da comunidade, com mais de 20 anos

de atividade organizada no turismo; a força das suas associações comunitárias, que garantem a distribuição de renda para todas as famílias envolvidas; e o protagonismo e engajamento de lideranças locais, inclusive jovens, que assumem responsabilidades e inspiram o futuro. Também me impressionou o comprometimento e a qualidade dos guias e de quem oferece outros serviços, assim como o monitoramento de dados e resultados, que mostra de forma concreta o impacto positivo do turismo para o território.

Essa vivência me aproximou da minha própria ancestralidade. Meu pai nasceu na zona rural de Minas Gerais, e carrego essa conexão com o cerrado e com modos de vida semelhantes. Também reforçou minha convicção de que as comunidades que cuidam da terra e do meio ambiente devem estar no centro das decisões sobre seus territórios, liderando processos de conservação que geram impacto coletivo para todos nós.

Os depoimentos de Seu Cirilo, Dona Getúlia e Seu Jorge nos emocionaram particularmente, ao revelar as muitas conquistas e oportunidades que o turismo já trouxe para a comunidade. Ao mesmo tempo, lembraram que ainda permanecem no campo da esperança a continuidade de tudo isso pelas novas gerações e a celebração da tão aguardada regularização fundiária, ainda em andamento.

Minha trajetória como jornalista sempre me levou a viajar com um olhar atento, disposto a ouvir, aprender e compartilhar. Em 2011, no Peru, tive meu primeiro contato com o turismo de base comunitária. Ainda que não tenha sido totalmente autêntico, foi suficiente para despertar em mim a ideia de que havia outras formas de viajar, mais conectadas com as pessoas locais e com o meio ambiente. Em 2013, no Vale do Pati, estar imersa por vários dias em uma beleza natural deslumbrante e ao mesmo tempo ser recebida pela Dona Léia em sua casa, mudou muita coisa de lugar em mim. Essa experiência plantou novos sonhos, mexeu com meus hábitos e me provocou a rever vários aspectos da minha vida, até então urbana e pouco coletiva. Foi o TBC que me impulsionou a refletir e escolher outros caminhos, morar em lugares menores, me alimentar de forma mais saudável, encontrar o meu ritmo, experimentar a vida simples, ter atenção maior ao coletivo e me abrir para aprender outras formas de criar, brincar e sobreviver.

Depois de morar em Lençóis, na Chapada Diamantina-BA (2018–2020), e me envolver em projetos de turismo de base comunitária, esse tema foi ganhando cada vez mais espaço também na minha vida profissional. Desde 2023, em Diamantina-MG, tenho trabalhado com diferentes atores locais para fortalecer o Turismo Responsável. Na Trilha Verde da Maria Fumaça, por exemplo, buscamos conservar o percurso, fortalecer a governança compartilhada, integrar políticas públicas e mobilizar recursos que garantam a sustentabilidade da iniciativa a longo prazo, sempre valorizando a identidade cultural, a biodiversidade e o protagonismo das comunidades. Em 25 anos de atuação da ONG Caminhos da Serra, muito foi conquistado graças a um grupo de voluntários apaixonados pelo trajeto e determinados a mantê-lo ativo. Mas esse trabalho não se sustenta sozinho. Recentemente, conseguimos realizar um grande encontro que reuniu poder público, fomentadores, empreendedores, comunidades e academia.

O desafio agora é manter a chama acesa e dar continuidade. E é justamente em redes como a do 1º Fórum de Turismo Responsável que encontro inspiração e força para seguir fazendo a minha parte.

Para saber mais, acessar as redes sociais abaixo:

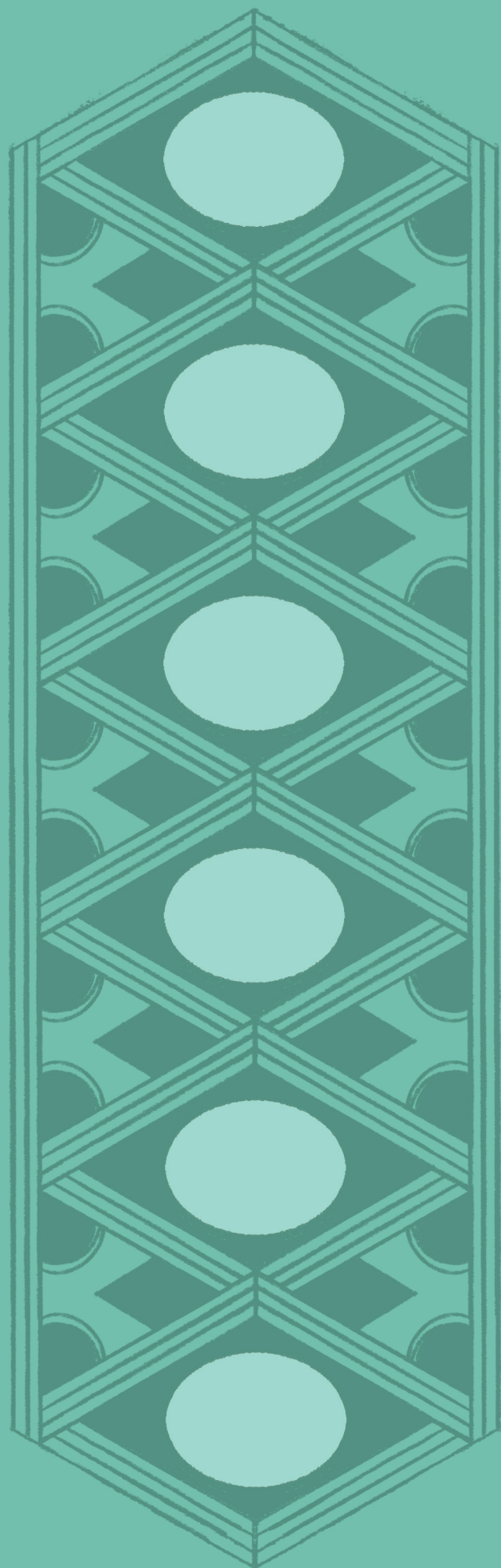
@trilhaverdemariafumaca

@caminhos_daserra

@sertaoespinhaco

PARTE III

Cocriando futuros para o Turismo Responsável no Brasil



12. Turismo Responsável no Brasil: Desafios, Soluções e Encaminhamentos

David Bouças Helena Costa Rayane Ruas Iara Brasileiro Camila Neiva

*Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade
Universidade de Brasília (LETS/UnB)*

A oficina “Cocriando os próximos passos do Turismo Responsável” foi realizada com o propósito de subsidiar a construção coletiva de um documento-síntese, reunindo insumos estratégicos para orientar o futuro do Turismo Responsável (TR) em âmbito nacional, como uma proposta de legado do **1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável**.

Método de trabalho

O processo foi conduzido por pesquisadores do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade da Universidade de Brasília (LETS/UnB). A dinâmica se baseou em uma **metodologia ativa e colaborativa**, estruturada em três etapas principais – florescimento de ideias, construção conjunta e registro das contribuições – e envolveu 63 participantes, distribuídos em quatro grupos de trabalho.

O exercício coletivo foi orientado pelo diálogo, pela escuta qualificada e pela convergência de diferentes perspectivas, estimulando a reflexão crítica sobre o papel do turismo na construção de um futuro mais responsável. O engajamento e o comprometimento dos participantes foram determinantes para o êxito do processo.

Cada grupo contou com um(a) relator(a) responsável pela sistematização das discussões. As ideias, inicialmente registradas em *post-its*, foram imediatamente transcritas em documentos digitais, garantindo agilidade na organização e posterior apresentação dos achados. Ao final, os grupos apresentaram suas sínteses, compondo um **mosaico de visões complementares** que refletiu a diversidade de experiências e perspectivas presentes no Fórum. O processo coletivo resultou em três principais pontos de chegada:

- I. **Mapeamento dos desafios centrais** para o avanço do Turismo Responsável no Brasil;
- II. **Identificação de soluções viáveis** e adaptáveis às diferentes realidades;
- III. **Proposição de encaminhamentos práticos** para a operacionalização das soluções.

A natureza participativa da oficina conferiu **legitimidade** às proposições e reforçou o **espírito de corresponsabilidade** entre representantes comunitários, gestores públicos, empreendedores, pesquisadores e organizações do terceiro setor.

Mais do que um exercício de escuta, essa aprendizagem compartilhada reafirmou o **protagonismo coletivo** na construção de um turismo ético, inclusivo e sustentável. O Fórum, assim, consolidou-se como um **chamado à ação**, ou seja, um convite à união de esforços para transformar as propostas aqui apresentadas em **impactos concretos** para o turismo brasileiro.

A seguir, são apresentados os **resultados centrais** dessa construção conjunta.

I - Mapeamento dos desafios centrais

O mapeamento dos desafios permitiu identificar os entraves estruturais, operacionais e conceituais que limitam o avanço de práticas efetivamente responsáveis no turismo brasileiro. As discussões revelaram que, embora o conceito de TR esteja em crescente disseminação no País, ainda há lacunas significativas na comunicação, na gestão dos territórios, na capacitação dos atores e na integração entre teoria e prática.

Os pontos a seguir sintetizam os **principais desafios consolidados** a partir das contribuições dos participantes:

a. Comunicação e letramento sobre o Turismo Responsável

Um dos desafios mais recorrentes trata da **falta de linguagem acessível e inclusiva** para comunicar o significado e os princípios do TR a diferentes públicos: turistas, comunidades, gestores e empreendedores. A ausência de **letramento universal** sobre o tema impede a compreensão de como cada indivíduo pode contribuir para práticas mais sustentáveis e éticas no turismo. Essa lacuna também se reflete na **invisibilidade de comunidades tradicionais e territórios** que, embora fundamentais para a autenticidade das experiências turísticas, seguem à margem das narrativas institucionais e promocionais do setor.

b. Gestão dos territórios e planejamento desordenado

O crescimento do turismo, frequentemente, tem resultado em **expansões desordenadas**, carência de **planejamento territorial**, **ausência de fiscalização efetiva** e **insuficiente articulação entre políticas públicas locais e práticas comunitárias**. A **fragilidade da gestão dos destinos** compromete tanto a qualidade da experiência turística quanto o bem-estar das populações residentes, evidenciando a necessidade de uma governança mais integrada, participativa e pautada por princípios de responsabilidade compartilhada.

c. Capacitação e fortalecimento de competências locais

A **falta de capacitação técnica e gerencial** foi apontada como um obstáculo trans-

versal. Trabalhadoras(es), empreendedoras(es), gestoras(es) e comunidades carecem de formação continuada que permita desenvolver competências para atuar de forma consciente e estratégica em favor do TR. Essa limitação também se manifesta na **promoção precipitada de destinos**, muitas vezes divulgados antes de estarem estruturados para receber visitantes, o que gera frustrações e pode comprometer a imagem do território e das iniciativas locais.

d. Pertencimento e reconhecimento das potencialidades locais

Em diversos territórios, observa-se a **fragilidade do senso de pertencimento** das comunidades anfitriãs em relação ao turismo, o que dificulta seu engajamento e protagonismo no processo de desenvolvimento local. Falta também **reconhecimento e valorização das identidades culturais, saberes e expressões tradicionais**, frequentemente reduzidos a elementos decorativos da oferta turística. O estímulo ao **orgulho e à autovalorização das comunidades** é essencial para construir experiências autênticas e alinhadas aos princípios do Turismo Responsável.

e. Estruturas institucionais e arcabouço normativo limitantes

Os participantes destacaram a **rigidez da legislação e dos mecanismos institucionais** voltados ao turismo, ainda pouco adaptados às realidades locais e às necessidades das iniciativas de base comunitária. Os requisitos, especialmente para o acesso a editais e financiamentos, dificultam a implementação de projetos inovadores e sustentáveis. Além disso, verificou-se a persistência de modelos decisórios verticais (*top-down*), em que comunidades e grupos vulneráveis têm pouca voz nos processos de formulação e execução das políticas.

f. Financiamento e sustentabilidade das iniciativas

A **escassez de recursos financeiros**, destinados especificamente ao TR, limita a continuidade e a escala das ações. Tanto no setor público quanto no privado, o tema ainda carece de **linhas de fomento dedicadas, mecanismos de incentivo e modelos de financiamento inovadores** que estimulem práticas de gestão e operação responsáveis.

Esses desafios, identificados de forma participativa e convergente, compõem o **ponto de partida para a formulação das propostas e encaminhamentos** apresentados nas seções seguintes. Mais do que um diagnóstico, esse mapeamento representa um convite à reflexão sobre como transformar obstáculos estruturais em oportunidades de inovação e fortalecimento do Turismo Responsável no Brasil.

II - Identificação de soluções viáveis

O trabalho coletivo permitiu a **identificação de soluções** para os desafios mapeados na fase anterior. Isso possibilitou o reconhecimento de caminhos e estratégias capazes de orientar o avanço do Turismo Responsável no Brasil, reunindo ideias convergentes em torno de eixos estruturantes como: comunicação, capacitação, governança, inclusão e financiamento.

As discussões evidenciaram que, mais do que a criação de novas agendas, é necessário **fortalecer as bases já existentes**, alinhando esforços entre poder público, setor privado, academia, comunidades e organizações da sociedade civil. As soluções apontadas refletem, assim, um **chamado à integração e ao amadurecimento coletivo** das práticas responsáveis, com vistas à consolidação de um modelo de desenvolvimento turístico ético, sustentável e socialmente justo.

As **principais soluções identificadas** foram:

a. Fortalecimento da comunicação e da sensibilização pública

A importância de **ampliar o diálogo social sobre o Turismo Responsável**, tornando o conceito mais acessível e compreensível aos diversos públicos foi bastante destacada. Entre as soluções propostas, destaca-se a **implementação de campanhas educativas nacionais**, inspiradas em experiências como a “Turista Legal”, que promovam a conscientização sobre práticas responsáveis entre turistas, comunidades e gestores.

Também foi sugerido o **incentivo a intercâmbios e trocas de saberes**, favorecendo o aprendizado entre destinos e comunidades que já desenvolvem iniciativas bem-sucedidas, e o fortalecimento das redes de cooperação em torno da temática. Isso permitiria um *benchmarking* nacional e a construção de laços entre aqueles atores que já avançaram mais em boas práticas de TR que possam inspirar mudanças em outros destinos turísticos no Brasil.

b. Planejamento e gestão qualificada dos territórios

Foi amplamente reconhecida a necessidade de **aprimorar o planejamento e a gestão dos destinos turísticos** para mitigar impactos e garantir o equilíbrio entre uso e conservação. As soluções discutidas incluíram a **realização de estudos de capacidade de carga**, a **elaboração de planos diretores participativos** e o **uso de indicadores de sustentabilidade** como ferramentas essenciais para orientar decisões e políticas públicas.

Essas ações buscam consolidar um modelo de governança territorial que valorize o protagonismo local e integre aspectos ambientais, sociais e culturais nas estratégias de desenvolvimento turístico.

c. Formação e qualificação dos atores envolvidos

O fortalecimento do Turismo Responsável requer **investimento contínuo em capacitação e educação profissional**. As soluções propostas contemplam a criação de **programas de formação específicos**, voltados à qualificação técnica e à gestão participativa, abrangendo desde gestores públicos até trabalhadores da linha de frente e comunidades anfitriãs. Entre os temas prioritários demandados ganham destaque:

Capacitação para análise e uso de indicadores de sustentabilidade nos municípios;

- Letramento racial e valorização da diversidade nas formações;
- Integração entre instituições de ensino, Instâncias de Governança Regionais (IGRs), órgãos de turismo e entidades setoriais para o compartilhamento de conhecimento e boas práticas.

Essas iniciativas buscam desenvolver competências que sustentem a transição para um turismo mais responsável. Foi enfatizada a necessidade de englobar atores ligados à educação e também ofertar **bolsas de estudo e programas de apoio à qualificação comunitária**.

d. Integração institucional e fortalecimento da governança

A necessidade de **articular diferentes instâncias e atores** foi uma constante nas discussões e premissas para fazer avançar a pauta. Entre as soluções, destacou-se o **fortalecimento das IGRs**, que podem assumir papel estratégico na promoção do TR nos territórios, especialmente por meio da criação de **câmaras temáticas** dedicadas ao tema.

Do mesmo modo, propôs-se desenvolver **caravanas e fóruns de diálogo interinstitucional**, que aproximem políticas públicas, conselhos de turismo, universidades, empresas e comunidades, fomentando a integração de agendas e evitando sobreposições de esforços.

e. Inclusão social e valorização das identidades locais

A consolidação de um turismo verdadeiramente responsável passa pela **inclusão ativa de comunidades tradicionais e grupos historicamente sub-representados**. Surgiram como propostas de soluções a **criação de políticas afirmativas** que assegurem representação com voz e voto de povos indígenas, quilombolas e outras comunidades nos conselhos e instâncias decisórias do turismo, bem como a **inclusão de métricas sociais e culturais** nos instrumentos de gestão pública.

Essas medidas reforçam a importância do pertencimento e da valorização das iden-

tidades locais como elementos centrais da experiência turística e da sustentabilidade social dos destinos.

f. Mecanismos de fomento e incentivo financeiro

A necessidade de **estruturar mecanismos de apoio econômico** às práticas responsáveis foi evidenciada. As propostas incluíram:

- Criação de editais e chamadas públicas voltadas especificamente ao Turismo Responsável;
- Oferta de linhas de crédito e microfinanciamento para empreendimentos locais comprometidos com práticas sustentáveis;
- Inclusão de critérios de sustentabilidade e responsabilidade nos processos de seleção de projetos e concessão de recursos públicos;
- Adoção de mecanismos de retorno financeiro, como taxas de visitação, que revertam para conservação ambiental e fortalecimento comunitário.

As soluções apresentadas refletem uma visão de futuro pautada na **colaboração, na equidade e na inovação social**. Configuram uma base sólida para o avanço do TR no Brasil, servindo de ponte entre o diagnóstico dos desafios e a definição dos **encaminhamentos práticos** que orientem as próximas etapas de ação coletiva.

III - Encaminhamentos práticos para o Turismo Responsável no Brasil

A etapa final da oficina se concentrou na **formulação de encaminhamentos práticos**, com o objetivo de transformar as soluções identificadas em ações concretas, passíveis de implementação por órgãos públicos, entidades representativas, instituições de ensino, comunidades e demais atores do setor.

Essas propostas materializam a transição entre o diagnóstico e a ação, configurando um **plano de mobilização e incidência coletiva** direcionado à consolidação de uma **Agenda Nacional de Turismo Responsável**.

As ideias convergem para seis frentes estratégicas, apresentadas a seguir de forma consolidada:

a. Institucionalização do Fórum e fortalecimento da agenda política

Os participantes destacaram a importância de **manter o 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável** como um espaço contínuo de diálogo, construção coletiva e monitoramento de resultados. Propõe-se, nesse sentido:

- Apresentar o relatório final do Fórum ao Conselho Nacional de Turismo, às autoridades competentes (MTur, Embratur, parlamentares e governos estaduais e municipais), formalizando compromissos e recomendações do encontro, em busca de que as deliberações e propostas cheguem às instâncias formais de decisão;
- Consolidar o Fórum no calendário oficial de eventos do setor, assegurando sua continuidade como espaço permanente de pactuação;
- Realizar reuniões periódicas de sensibilização e alinhamento com o Ministério do Turismo, entidades de classe e organizações parceiras, reforçando a integração institucional;
- Incluir o tema do Turismo Responsável na Política Nacional de Turismo, ampliando sua presença nas agendas nos níveis federal, estadual e municipal.

Essas ações visam a **institucionalizar o Turismo Responsável como pauta transversal e estratégica** nas políticas públicas nacionais, que permeie todo o posicionamento do Brasil na promoção internacional e nas políticas nacionais.

b. Comunicação, sensibilização e letramento social

O fortalecimento da comunicação foi entendido como um vetor essencial para transformar comportamentos e ampliar o engajamento. Entre os encaminhamentos práticos, destacam-se:

- Propor e participar do desenvolvimento de campanhas educativas nacionais sobre o TR, em parceria com o Ministério do Turismo e a Embratur (quando internacional), reforçando mensagens de ética, sustentabilidade e respeito sociocultural;
- Capacitar comunicadores, jornalistas e influenciadores digitais, estimulando narrativas responsáveis sobre destinos e experiências;
- Ampliar o letramento turístico e ambiental desde a educação básica, promovendo a sensibilização de crianças e jovens sobre o papel do turismo no desenvolvimento sustentável;
- Promover webinários e eventos de difusão com entidades públicas e privadas, incluindo parlamentares e instituições financiadoras, para ampliar o alcance da temática e gerar compromissos públicos.

Esses encaminhamentos apontam para uma **estratégia nacional de comunicação** que articula educação, posicionamento de destinos, mídia e mobilização social dos diversos atores do setor.

c. Formação técnica, qualificação e valorização profissional

A qualificação foi reafirmada como uma condição essencial para o avanço do Turismo Responsável. As propostas incluíram:

- Criar programas de formação e bolsas de estudo dedicados a estudantes, profissionais e pesquisadores em temas ligados ao TR;
- Ofertar capacitação para gestores públicos, conselhos municipais de turismo (Comtur) e secretarias de turismo, promovendo a profissionalização da gestão pública do setor;
- Realizar concursos públicos para cargos técnicos, assegurando a presença de profissionais qualificados (turismólogos e especialistas) em órgãos públicos de turismo;
- Fortalecer parcerias com o Sistema S, universidades e instituições de ensino técnico, integrando conteúdos de TR nos currículos e programas formativos.

Essas medidas buscam construir uma **base técnica sólida e diversa**, capaz de sustentar políticas e práticas alinhadas aos princípios da responsabilidade.

d. Governança e regulação do Turismo Responsável

O fortalecimento da governança e dos instrumentos regulatórios foi entendido como um passo crucial para assegurar coerência e transparência nas ações. Entre os encaminhamentos estão:

- Desenvolver diretrizes e indicadores nacionais para o Turismo Responsável, a fim de orientar políticas públicas e avaliar o desempenho de destinos e empreendimentos;
- Elaborar um Manual de Diretrizes para Diagnóstico, Monitoramento e Avaliação do TR, servindo como referência metodológica para gestores e instituições;
- Fortalecer mecanismos de fiscalização e regulação, criando uma “pressão positiva” que estimule práticas responsáveis e coíba atividades predatórias;
- Implementar mecanismos de rastreabilidade na cadeia produtiva do turismo, assegurando transparência e responsabilidade socioambiental em produtos e serviços turísticos;
- Ampliar a escuta ativa e a participação de povos originários e comunidades tradicionais em todos os níveis de governança, garantindo representatividade e legitimidade nas decisões.

Esses encaminhamentos reforçam o compromisso com uma **governança democrática, baseada em evidências e na corresponsabilidade social**.

e. Financiamento e sustentabilidade econômica das iniciativas

Para consolidar a agenda de forma contínua, os grupos propuseram medidas conectadas à criação de mecanismos financeiros específicos:

- Fundo Nacional para o Desenvolvimento do Turismo Responsável, destinado a apoiar projetos, pesquisas e empreendimentos alinhados aos princípios da sustentabilidade;
- Linhas de crédito e microfinanciamento para empreendedores e negócios de impacto no setor turístico;
- Editais e chamadas públicas específicas para o Turismo Responsável, facilitando o acesso a recursos públicos e privados;
- Inserção de critérios de sustentabilidade e responsabilidade social nos editais e instrumentos de fomento já existentes, garantindo maior coerência entre financiamento e impacto.

Essas propostas evidenciam a necessidade de **mecanismos estáveis e inclusivos de fomento**, que assegurem a perenidade das ações de responsabilidade em todo o Brasil.

f. Articulação normativa e fortalecimento do marco legal

Os participantes destacaram, por fim, a relevância de **adequar e aprimorar o arcabouço jurídico** que regula o turismo, propondo:

- Revisar e atualizar as legislações vigentes, incorporando princípios e critérios do TR;
- Emendas legislativas e novas normas que incentivem práticas sustentáveis e inclusivas;
- Articulação política e institucional para formação de uma agenda permanente de incidência – um “*lobby* positivo” – que mantenha o TR como pauta prioritária nas instâncias decisórias do turismo brasileiro.

Esses encaminhamentos buscam transformar o Turismo Responsável em **políticas** com continuidade e coerência entre os níveis federal, estadual e municipal. Os encaminhamentos práticos apresentados configuram um **roteiro coletivo de ação** para o fortalecimento do TR no Brasil. Expressam a convergência entre diferentes setores e a maturidade de um movimento que reconhece a urgência de **passar da reflexão à implementação**.

A próxima seção apresenta uma **síntese conclusiva**, reunindo os resultados, aprendizados e perspectivas delineadas a partir desta construção colaborativa.

IV - Um pacto coletivo pelo futuro do Turismo Responsável

A oficina “**Cocriando os próximos passos do Turismo Responsável**” representou um momento singular de convergência de saberes, experiências e compromissos entre os diversos atores que compõem o ecossistema do turismo brasileiro. Mais do que um espaço de diálogo, o exercício coletivo se consolidou como um **laboratório de construção democrática**, onde visões plurais foram transformadas em diagnósticos, soluções e, sobretudo, **encaminhamentos concretos**.

A riqueza das contribuições resultou em um **mosaico de perspectivas complementares**, que expressam o desejo comum de fazer do Turismo Responsável não apenas uma diretriz conceitual, mas uma **prática estruturante** das políticas públicas, da atuação privada e da vida comunitária nos territórios turísticos do país.

Os encaminhamentos delineados pelos participantes – representantes de comunidades, gestores públicos, empreendedores, pesquisadores e organizações da sociedade civil – materializaram um **pacto coletivo** em torno de sete eixos fundamentais:

- Comunicação e sensibilização;
- Planejamento territorial e gestão responsável;
- Capacitação e valorização profissional;
- Governança e integração institucional;
- Inclusão social e valorização das identidades locais;
- Financiamento e instrumentos de fomento;
- Arcabouço legal e regulação.

Cada eixo traduz uma dimensão essencial do desafio que se impõe ao Brasil contemporâneo: transformar o turismo em **instrumento de desenvolvimento sustentável, justiça social e fortalecimento das identidades locais**. A transversalidade das propostas reforça que o avanço do Turismo Responsável depende menos de ações isoladas e mais de uma **governança articulada, intersetorial e participativa**, capaz de alinhar visões, recursos e competências em torno de um mesmo propósito.

Ao propor campanhas de sensibilização nacional, programas de formação técnica, criação de fundos específicos, fortalecimento de instâncias regionais e atualização do marco legal, o Fórum aponta para um **novo paradigma de atuação**, em que o com-

promisso ético e a corresponsabilidade social orientam decisões e investimentos. Tais diretrizes reafirmam que o TR é, ao mesmo tempo, **uma estratégia de gestão, uma postura política e uma prática cidadã.**

O processo de construção coletiva também revelou algo que transcende o conteúdo técnico dos resultados: a força do **encontro humano e da escuta ativa** como motores de inovação social. Ao reunir diferentes vozes – do campo acadêmico à comunidade, da gestão pública à iniciativa privada – o Fórum reafirmou que a sustentabilidade só se concretiza quando é **compartilhada e cocriada.**

Assim, esta síntese não encerra um processo, mas inaugura uma **trajetória contínua de compromisso e corresponsabilidade.** Os encaminhamentos aqui registrados constituem uma base legítima e plural para orientar futuras políticas, projetos e práticas. Mais do que um produto, são um **chamado à ação coletiva**, que convida cada ator do turismo brasileiro a reconhecer seu papel na construção de um futuro em que viajar, receber e gerir sejam atos de respeito, equidade e transformação.

Eixos Temáticos	Desafios Identificados	Soluções Viáveis	Encaminhamentos Práticos
1. Comunicação e sensibilização	<ul style="list-style-type: none"> - Linguagem técnica e pouco acessível a turistas e comunidades; - Falta de letramento universal sobre o tema; - Invisibilidade de comunidades tradicionais e seus territórios nas narrativas do turismo; - Falha na comunicação entre poder público, iniciativa privada e comunidades; - Distanciamento entre o discurso e a prática das iniciativas de TR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementar campanhas educativas nacionais de sensibilização (a exemplo da campanha “Turista Legal”); - Promover intercâmbios e trocas de saberes entre destinos e comunidades (benchmarking); - Estimular redes colaborativas de comunicação e aprendizagem sobre TR; - Integrar a comunicação sobre o tema em eventos, congressos e campanhas do MTur e Embratur. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver campanhas educativas em parceria com MTur e Embratur; - Apresentar o tema e os resultados do Fórum em eventos setoriais e no Conselho Nacional de Turismo; - Capacitar jornalistas, comunicadores e influenciadores digitais para comunicação ética sobre o TR; - Incluir o TR em currículos escolares e programas de letramento desde a educação básica; - Promover webinários, encontros e ações de sensibilização junto a parlamentares e financiadores.
2. Planejamento territorial e gestão responsável	<ul style="list-style-type: none"> - Crescimento desordenado do turismo e ausência de planos diretores; - Falta de fiscalização e controle territorial; - Predominância da lógica economicista em detrimento das dimensões socioculturais e ambientais; - Ausência de metodologias de monitoramento e avaliação nos destinos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar estudos de capacidade de carga para limitar impactos e orientar a visitação; - Elaborar planos diretores participativos e instrumentos de gestão integrada; - Apoiar municípios na análise de indicadores de sustentabilidade; - Desenvolver diretrizes e metodologias nacionais de acompanhamento do TR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Criar diretrizes e indicadores nacionais para o TR, com métricas aplicáveis a destinos e empreendimentos; - Elaborar um Manual de Diagnóstico, Monitoramento e Avaliação do TR; - Fortalecer mecanismos de fiscalização e regulação, criando “pressão positiva” a favor do TR; - Implementar mecanismos de rastreabilidade da cadeia produtiva do turismo.
3. Capacitação e valorização profissional	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de qualificação técnica, gerencial e comunitária no setor; - Ausência de programas de formação continuada e acessível; - Falta de preparo dos destinos antes da promoção turística (produtos imaturos); - Pouco reconhecimento da profissão de turismólogo e escassez de vagas técnicas no setor público; - Desigualdades no acesso à educação e oportunidades de qualificação. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolver programas de capacitação voltados a diferentes públicos (gestores, trabalhadores, comunidades, empreendedores e estudantes); - Incluir temáticas de letramento racial, diversidade e valorização cultural nas formações; - Promover parcerias entre universidades, Sistema S, IGRs e órgãos públicos; - Criar bolsas, incentivos e programas de apoio à formação profissional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Instituir programas de bolsas e incentivos à formação em TR; - Ofertar capacitação técnica a gestores públicos, conselhos municipais e comunidades; - Realizar concursos públicos para cargos técnicos (turismólogos e áreas afins); - Fortalecer o vínculo com o Sistema S e instituições de ensino técnico e superior; - Incluir o TR como conteúdo estruturante nos currículos de turismo e áreas correlatas.
4. Governança e integração institucional	<ul style="list-style-type: none"> - Fragmentação entre atores e políticas públicas do turismo; - Decisões verticalizadas, sem participação das comunidades locais; - Falta de diálogo entre instâncias e esferas governamentais; - Fragilidade das IGRs e ausência de estruturas dedicadas ao TR. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer as Instâncias de Governança Regionais (IGRs), atribuindo-lhes papel estratégico na promoção do TR; - Criar câmaras ou núcleos temáticos voltados exclusivamente ao TR dentro das IGRs e conselhos; - Promover caravanas e fóruns de diálogo entre políticas públicas, conselhos e sociedade civil; - Estimular a integração entre instituições públicas, privadas e acadêmicas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidar o Fórum Brasileiro de Turismo Responsável como espaço permanente de diálogo e monitoramento; - Apresentar o relatório final do Fórum ao Conselho Nacional de Turismo; - Enviar uma Carta de Resultados às autoridades competentes (MTur, Embratur e governos); - Incluir o TR na Política Nacional de Turismo; - Realizar reuniões periódicas de alinhamento com MTur, entidades de classe e organizações parceiras.
5. Inclusão social e valorização das identidades locais	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de pertencimento e engajamento das comunidades anfitriãs; - Invisibilidade e marginalização de povos indígenas, quilombolas e comunidades tradicionais; - Falta de representatividade nos espaços decisórios; - Reduzida valorização de saberes, práticas e expressões culturais locais. 	<ul style="list-style-type: none"> - Criar políticas afirmativas que assegurem participação efetiva de povos e comunidades tradicionais; - Incorporar métricas sociais, culturais e territoriais nas políticas públicas de turismo; - Estimular o orgulho e a autovalorização das identidades locais como parte da oferta turística. 	<ul style="list-style-type: none"> - Garantir a presença de povos indígenas, quilombolas e comunidades tradicionais nos conselhos e instâncias decisórias com voz e voto; - Promover escuta ativa e mecanismos permanentes de participação; - Incluir critérios de inclusão e diversidade em editais e políticas públicas; - Reforçar a abordagem do TR em formações comunitárias e de base territorial.
6. Financiamento e instrumentos de fomento	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de recursos financeiros destinados a projetos de TR; - Ausência de editais e linhas de crédito específicas; - Dificuldade de acesso a financiamento para pequenos empreendimentos e iniciativas comunitárias; - Falta de mecanismos de retorno financeiro para conservação e desenvolvimento local. 	<ul style="list-style-type: none"> - Criar mecanismos de fomento exclusivos para TR (fundos, linhas de crédito, editais); - Implementar instrumentos de cobrança (como taxas de visitação) revertidos à conservação e às comunidades; - Inserir critérios de sustentabilidade e responsabilidade nos instrumentos de fomento já existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Criar um Fundo Nacional para o Desenvolvimento do TR; - Instituir linhas de crédito específicas para empreendedores e negócios de impacto responsáveis; - Criar editais e chamadas públicas voltadas exclusivamente ao TR; - Vincular critérios de TR a programas de financiamento público e privado.
7. Arcabouço legal e regulação	<ul style="list-style-type: none"> - Legislação rígida e desatualizada frente à realidade local; - Burocracias que dificultam o acesso a editais e incentivos; - Falta de instrumentos normativos específicos para TR; - Distanciamento entre teoria e prática nas políticas públicas e regulações existentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atualizar legislações vigentes incorporando princípios de TR e sustentabilidade; - Criar diretrizes e marcos legais específicos para o TR; - Fortalecer mecanismos de regulação e fiscalização para coibir práticas predatórias; - Estimular a adaptação normativa a realidades regionais e comunitárias. 	<ul style="list-style-type: none"> - Propor emendas e revisões na legislação do turismo para incluir princípios do TR; - Articular uma agenda política permanente (lobby positivo) de incidência institucional sobre o tema; - Consolidar o TR como política transversal de Estado, com continuidade entre gestões.

Compromissos para o Turismo Responsável

- Me comprometo a seguir normas, protocolos, leis e regulamentos internacionais e nacionais pertinentes à minha atividade.
- Me comprometo a escutar e dialogar, respeitando a diversidade de crenças religiosas, filosóficas e morais.
- Me comprometo a participar ativamente de debates e da tomada de decisão local, a partir de coletivos do meu segmento (como conselhos) ou da governança, conforme minha realidade.
- Me comprometo a contribuir ativa e diretamente para a preservação da vida selvagem e do meio ambiente; bem como para a redução da emissão de carbono e do uso de plástico.
- Me comprometo a apoiar pequenos negócios e consumir serviços e experiências que contribuam para a comunidade local, estimulando a tomada de responsabilidade mútua e coletiva.
- Me comprometo a registrar e comunicar, proporcional e eticamente, minhas ações, meus resultados e meus indicadores, contribuindo com números que mostrem a importância do Turismo Responsável.
- Me comprometo a comunicar meus aprendizados, erros e acertos para inspirar outras pessoas.

Estes compromissos integram o Manifesto para o Turismo Responsável.

Faça parte você também!

Fonte: COSTA, M.D.O., PROENÇA, A.R.G.B., SOLHA, K.T., & PINTO, G.P. (2024). **Turismo responsável: Resultados que inspiram!** (Coleção Cadernos Aplicados / Coordenação: Karina Toledo Solha, 198 p.). São Paulo: ECA-USP. <https://turismoresponsavel.tur.br/>

Palavras finais

Neste livro que tivemos a felicidade de trazer até vocês, falamos de tempo, de pressa, de vontade de fazer diferente. Tratamos de esperanças, de cuidados, conquistas e bem querer. Falamos também de escuta atenta, de olhar para o outro com empatia, de processos coletivos, de reconhecer o valor de cada história e de cada uma das vozes que compõem as teias do Turismo Responsável no Brasil.

Estes não são temas banais e não são encontrados em qualquer lugar por aí. Para falar deles é preciso coragem, sabedoria e um espaço seguro. E foi o que encontramos juntos quando decidimos construir, a muitas mãos, um modo de fazer perdurar o que aprendemos nos dias de realização do Fórum. Foram dias coloridos, ensolarados.

De modo voluntário, lideranças comunitárias, especialistas, empreendedoras e empreendedores, gestoras e gestores públicos, pesquisadoras e pesquisadores, além de estudantes, cederam seu tempo e seu saber para que mais gente seja alcançada. Para que quem queira fazer diferente saiba que há outros tantos fazendo também.

Nos comove ver a beleza de um texto escrito em conjunto, dando a devida atenção à gente que sabe, que pensa, que faz e, sobretudo, que divide suas experiências. Nos emociona que o conhecimento ganhe o mundo.

Este livro é um convite à ação, a partir de tantas pessoas e reflexões inspiradoras. Desejamos que você possa se comprometer conosco, pois uma vez lido, visto, escutado não é possível “des-ver”. Permita-se sentir e espalhar o afeto com que este Fórum foi realizado e este livro foi escrito.

Vamos adiante porque há muito caminho pela frente!

Autoras e autores (minibios)



Adriano Paulino da Silva

Presidente da Associação Kalunga Comunitária Engenho II (AKCE) em Cavalcante/GO, guia turístico, empresário, palestrante, agricultor familiar e técnico em informática e geoprocessamento (Instituto Federal Goiano - Campus Ceres).

Aline Bispo

Doutora em Estado e Sociedade na Universidade Federal do Sul da Bahia (UFSB). Participante da Rede BATUC - Turismo Comunitário da Bahia e curadora do Prêmio de Turismo Responsável da WTM Latin America (2025). Curadora do Prêmio Vitrine de Turismo Responsável do Fórum Brasileiro de Turismo Responsável.



Alexandre Nakagawa

Graduando em Relações Internacionais pelo Centro Universitário de Brasília (UnICEUB) e gerente de Negócios e Estratégias para o Mercado Internacional Embratur.

Ana Tereza Ribeiro Salles Giacomini

Promotora de Justiça do Ministério Público de Minas Gerais. Bacharel em Direito pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e coordenadora do Centro Estadual de Apoio às Vítimas do MPMG - Casa Lilian.



Bianca D'Aya Dias Peixoto

Bacharel em Turismo pela Universidade de Brasília (UnB). Fundadora e proprietária da agência de turismo Me Leva Cerrado, idealizadora do Tour Afrocentrado Brasília Negra, guia de turismo e produtora cultural do 1º Guia Afetivo Negro do Distrito Federal.

Bruno Wendling

Turismólogo formado pela Pontifícia Universidade Católica (PUC-Minas), especialista em Ecoturismo/Planejamento e Interpretação em Áreas Naturais pela Universidade Federal de Lavras (UFLA-MG). Diretor-Presidente da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul e membro do Fórum Nacional de Dirigentes do Turismo (FORNATUR).





Camilla Gonçalves

Turismóloga formada pela Universidade Estadual de Turismo (UEA), especialista em gestão hoteleira pela Castelli - escola superior de hotelaria. Diretora executiva do Grupo Caju (Pousada da Milla e Juju Tour). Camilla Gonçalves.jpg

Camila Neiva



Graduanda em Turismo pela Universidade de Brasília (UnB) e pesquisadora em projeto conduzido pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB). Estagiária na Gerência de Inteligência de Dados e Competitividade da Embratur.



Cecília Araújo

Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), pós-graduada em Jornalismo Literário pela Associação Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL). Possui formação complementar em Negócios e Gestão pela Harvard Business School Online e em Empreendedorismo Social pela Yunus Social Business Centre. Participa da equipe da ONG Caminhos da Serra.

Daniela Meres Silva Concatto



Turismóloga formada pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC PR). Cofundadora e diretora da Gondwana Brasil. Embaixadora da iniciativa Grande Reserva da Mata Atlântica.



David Bouças

Professor da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Coordenador do Laboratório de Estudos de Turismo e Sustentabilidade da Universidade de Brasília (LETS/UnB) e do Grupo Gestão Estratégica de Destinos e Organizações do Turismo (GEDOT/UFMA). Doutor em Administração (PPGA/UnB) com bolsa-sanduíche na Universitat Jaume I (Espanha). Mestre em Desenvolvimento Sustentável (CDS/UnB). Possui MBA em Gestão Empresarial (FGV/ISAN). É pesquisador associado à ANPTUR e à ABRATUR e consultor acadêmico em projetos públicos, privados e do terceiro setor em âmbito nacional e internacional.

Elimar Nascimento



Sociólogo, com doutorado na Université René Descartes, Paris V, e pós-doc na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), Paris. Professor e ex-diretor do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (UnB). Cofundador e pesquisador do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB).



Flávia Neri de Moura

Assessora de Sustentabilidade e Ação Climática no Turismo da Fundação de Turismo do Mato Grosso do Sul (FUNDTUR/MS), turismóloga (UCDB), com mestrado em Geografia (UFMS) e especialista de Gestão de Turismo (Uniderp) e Gestão de Áreas Protegidas (UEMS).

Helena Costa



Doutora em Desenvolvimento Sustentável pela Universidade de Brasília (UnB). Professora da Universidade de Brasília (UnB) desde 2009. Cofundadora e pesquisadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB). Atuou como Assessora da Diretora de Marketing Internacional, Negócios e Sustentabilidade da Embratur (2023–2024) e como Assessora Especial do Ministro do Turismo (2014–2015). Figurou na 16ª posição entre os pesquisadores de turismo mais influentes da América Latina (Moreno-Gil et al., 2020). E-mail: helenacosta@unb.br



Hubber Clemente

Graduado em hotelaria pela Faculdade Renascença de São Paulo (FACREMA), fundador e CEO da startup Afroturismo HUB. É uma liderança no Coletivo Afroturismo Brasil, colunista do Guia Negro e consultor da Embratur e Banco CAF.

Iara Brasileiro



Professora da Universidade de Brasília (UnB) e pesquisadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade (LETS/UnB). Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade de Brasília, com Mestrado e Doutorado em Ciências pela Universidade de São Paulo. Foi Chefe de Departamento e Diretora do Instituto de Ciências Biológicas e coordenou, no Centro de Excelência em Turismo (CET), o Núcleo de Turismo e Sustentabilidade. Foi coordenadora geral dos Cursos de Pós-Graduação lato sensu no CET, implantou e coordenou o Bacharelado em Turismo.



Ivan Abreu Stibich

Graduado e mestre em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), doutor em Antropologia Social pela Universidade de Brasília (UnB). Servidor da Fundação Nacional dos Povos Indígenas (FUNAI). Sua atuação traz ênfase em Política Indigenista, Antropologias das Políticas Públicas e das Práticas de Poder.

Julia Cohen Ribeiro



Graduada em Design de Imagem e Som na Faculdade de Arquitetura, Design e Urbanismo (FADU) pela Universidade de Buenos Aires (UBA). Pesquisadora e empreendedora argentino-brasileira. Diretora de Afroturismo - Lunfarda Travel, cofundadora d'El Tambo Afro e membra fundadora do Kukily - Coletivo Artístico Afrofeminista.



Lira Turrer Dolabella

Sócia Fundadora e Diretora de Marketing na Lábia Comunicação. Graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário de Belo Horizonte, especialista em marketing digital e produção de conteúdo, com Mestrado e Doutorado em Antropologia pelo ISCTE-Lisboa/Portugal.

Maria Julia de Albuquerque Baracho

Graduada em Sociologia e licenciada em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Paraíba (UFPB). CEO do Parque Engenho Triunfo, proprietária do Engenho Triunfo e cofundadora do Fórum do Turismo de Brejo Paraibano.



Marianne Costa

Turismóloga pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), fundadora e CEO do Grupo Vivejar, formado pelo Instituto Vivejar e Vivejar Experiências. Consultora, palestrante, cofundadora do Coletivo MUDA - Coletivo Brasileiro de Turismo Responsável e idealizadora do 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável.

Maurício Fiorito de Almeida

Graduado em Antropologia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e servidor da Fundação Nacional dos Povos Indígenas (FUNAI) na Coordenação de Promoção ao Extrativismo, Artesanato e Turismo de Base Comunitária (COEXT) e Coordenação Geral de Atividades Produtiva (CGAP).



Natália Araujo de Oliveira

Doutora em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Consultora da Embratur e Banco CAF, pesquisadora de turismo e relações raciais.

Natália Dominga dos Santos

Secretária de Turismo e Cultura de Cavalcante/GO, Tesoureira da Associação Kalunga Comunitária Engenho II (AKCE), professora pela Universidade Federal do Tocantins (UFT) e empreendedora.





Nathália Hallack Fabrino

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), pós graduada em Turismo: Gestão, Economia, Direito e Cultura pelo Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Mestrado em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (UnB). Analista do Sebrae/DF na área de Turismo.

Paula Schulz dos Santos

Graduada em Turismo pela Universidade de Brasília (UnB) com intercâmbio no City College Plymouth (Inglaterra), especialista em Gestão, Governança e Setor Público pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Analista da Gerência de Negócios e Estratégias para o Mercado Internacional da Embratur.



Pedro Meloni Nassar

Formado em Ciência Biológicas pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), mestre em Gestão de Áreas Protegidas pelo Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA). Coordenador do programa de Turismo de Base Comunitária do Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá.

Rayane Ruas

Graduada em turismo pelo Centro Universitário Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB), com Mestrado em Turismo pela Universidade de Brasília (UnB), doutoranda em Turismo na Universidade de Aveiro. Coordenadora e pesquisadora do Laboratório de Estudos em Turismo e Sustentabilidade da UnB



Solange Araújo Portela

Secretária Municipal de Turismo de Nísia Floresta - Rio Grande do Norte. Mestrado em Gestão Pública (UFRN), especialista em Turismo Responsável (UFRN) e Administração Geral (UNP), bacharel em Economia (UNP) e Psicologia (UFRN).

Solange Cristina Virginio Barbosa

Licenciada em História pelo Centro Universitário Salesiano de São Paulo (Unisal), técnica em Turismo pela Escola Técnica Estadual (ETEC), especialista em Africanidades e Culturas Afrobrasileiras pela Universidade Norte do Paraná (UNOPAR). CEO da Rota da Liberdade - Roteiros de Afroturismo no Estado de São Paulo e Vice-Presidente do Coletivo MUDA.





Tânia Neres

Graduada em Administração em Comércio Exterior pela Unicastelo, pós graduada em Planejamento em Marketing Turístico e Hoteleiro pelo Instituto Geraldo Ataliba (IDEPE) e Ensino da Cultura Afro pela Universidade de Salvador (UNIFACS). Coordenadora de Afroturismo, Diversidade e Povos Indígenas da Embratur.

Thais Corral

Empreendedora socioambiental, fundadora do Instituto Sinal do Vale, articuladora do Caminho do Recôncavo da Guanabara e co-presidente do Conselho Consultivo da Década da ONU para a Restauração dos Ecossistemas.



Vilena Silva

Graduada em Biologia pela Universidade Ceuma, mestre e doutora em Biodiversidade pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). CEO da Compensei, líder climática pelo The Climate Reality Project.

Vitória Camillo da Silva Maurício

Turismóloga, bacharel em Ciências Humanas e mestre em Geografia pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Pesquisadora de relações raciais no turismo, com foco no Afroturismo e consultora da Embratur e Banco CAF



Agradecimentos

A cada uma das autoras e dos autores que atenderam, prontamente, ao desafio de registrarmos neste livro os pensamentos que fizeram do 1º Fórum Brasileiro de Turismo Responsável um lugar tão frutífero. Apesar das agendas atribuladas, todos que aqui estão superaram diversos desafios para fazer suas experiências e aprendizados chegarem mais longe e alcançarem mais pessoas.

À Equipe do Instituto Vivejar, Matheus Bonati e Wesley Carlos, que se somaram para que este livro fosse possível e, sobretudo, colaborativo desde o seu nascedouro.

À equipe do LETS/UnB, que abraçou este projeto para democratizar conhecimentos de forma gratuita e digital, sempre estimulados pelo espírito vanguardista da Universidade de Brasília.

Aos apoiadores e patrocinadores desta 1ª edição, que acreditaram em nós quando tudo isso era apenas uma ideia, nosso muito obrigada pela confiança.

Aos participantes do Fórum, que contribuíram para tornar ainda mais rica nossa troca de experiências, desafios, abraços e afetos.

E a todas as pessoas que, mesmo de longe, mandaram suas boas energias para que nosso evento fosse um sucesso.