

Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo



SA-2095/2024

AFROTURISMO

Projeto 914BRZ4024

UNESCO - Ministério do Turismo

Cooperação Ministério do Turismo, UNESCO e Agência Brasileira de Cooperação /
Ministério das Relações Exteriores

– PRODUTO 4 –

Relatório técnico contendo mapeamento do ecossistema do Afroturismo e realização de oficina de trabalho com os atores chave para a análise do mercado do Afroturismo, seu potencial, casos de sucesso e os entraves para o seu desenvolvimento.

Consultora: Thais Rosa Pinheiro

Março, 2025

MINISTÉRIO DO
TURISMO



MINISTÉRIO DO TURISMO

Celso Sabino de Oliveira	Ministro do Turismo
Ana Carla Machado Lopes	Secretária - Executiva
Juliana Paula de Paiva Oliveira	Chefe da Assessoria de Participação Social e Diversidade
Cristiane Leal Sampaio	Secretária Nacional de Políticas de Turismo
Marco Henrique Borges	Diretor de Ordenamento, Inteligência e Desenvolvimento do Turismo
Fabiana de Melo Oliveira	Coordenadora Geral de Produtos e Experiências Turísticas
Ana Cláudia Beserra Macedo	Analista Técnica - CGPRO

UNESCO

Marlova Jovchelovitch Noletto	Diretora no Brasil
Fábio Soares Eon	Coordenador dos Setores de Ciências Naturais e de Ciências Humanas e Sociais
Isabel de Freitas Paula	Coordenadora do Setor de Cultura

CONSULTORIA ESPECIALIZADA

Thaís Rosa Pinheiro	Consultora
---------------------	------------

Esta publicação tem a cooperação da UNESCO no âmbito do Projeto 914BRZ4024- *Promoção do turismo cultural em sítios do patrimônio cultural e natural, da economia criativa e de outras políticas vinculadas ao turismo e ao desenvolvimento sustentável*, o qual tem o objetivo de apoiar o Ministério do Turismo na realização de diagnóstico do Afroturismo e das políticas públicas relativas ao turismo voltado à cultura afro-brasileira no país; levantamento das boas práticas de Afroturismo em âmbito nacional e internacional e mapeamento da oferta de experiências e serviços turísticos de Afroturismo disponíveis no mercado turístico brasileiro. As indicações de nomes e a apresentação desta publicação não implicam a manifestação de qualquer opinião por parte da UNESCO a respeito da condição jurídica de qualquer país, território, cidade, região ou de suas autoridades, tampouco da delimitação de suas fronteiras ou limites. As ideias e opiniões expressas neste documento são as dos autores e não refletem obrigatoriamente as da UNESCO nem comprometem a Organização.

SUMÁRIO

Apresentação.....	5
1. Introdução.....	6
1.1 Objetivos.....	7
2. Metodologia.....	8
3. Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo.....	8
3.1 Perfil do Empreendedor do Afroturismo.....	8
3.2 Perfil do Empreendimento de Afroturismo.....	11
3.3 Oferta.....	15
3.4 Canais de Comunicação.....	17
3.5 Canais de Comercialização.....	19
3.6 Desafios e Oportunidades para os Empreendimentos de Afroturismo.....	24
4. Oficina “Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo no Brasil”.....	31
4.1 Casos de Sucesso.....	37
4.2 Análise do mercado do Afroturismo e seu potencial.....	40
4.3 Principais entraves e desafios para os destinos.....	42
4.4 Entraves para o desenvolvimento do Afroturismo na perspectiva da oferta.....	43
5. Considerações Finais.....	44
ANEXO I - Questionário.....	46
ANEXO II - Programação.....	56
ANEXO III - Lista dos participantes da Oficina.....	58
REFERÊNCIAS.....	60

Apresentação

O Afroturismo tem ganhado protagonismo como uma estratégia potente para o fortalecimento da identidade cultural afro-brasileira e para o desenvolvimento social e econômico de comunidades negras. Inserido nas políticas públicas de turismo como um segmento que contribui para diminuir as desigualdades raciais e sociais que ainda existem no país, ao incluir a história e cultura afro-brasileira na construção do turismo nacional, o Afroturismo promove experiências que conecta viajantes à ancestralidade, à história, à resistência e às expressões culturais da população negra em todo o Brasil.

Reconhecendo o crescimento e a relevância desse segmento, o Ministério do Turismo, por meio da Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, em parceria com a UNESCO no Brasil, contratou consultoria especializada para a realização de estudos, levantamentos e sistematização de dados necessários à elaboração de diagnóstico do Afroturismo e das políticas públicas relativas ao turismo voltado à cultura afro-brasileira no país; levantamento das boas práticas de Afroturismo em âmbito nacional e internacional e mapeamento da oferta de experiências e serviços turísticos de Afroturismo disponíveis no mercado turístico brasileiro. Essas atividades serão fundamentais para a avaliação das potencialidades do segmento e para a elaboração de uma estratégia de apoio ao desenvolvimento e à consolidação de políticas públicas direcionadas para o segmento do Afroturismo no país.

O presente documento enquadra-se na realização de um estudo inédito de mapeamento do Ecossistema do Afroturismo no Brasil. Esse levantamento visa ampliar o entendimento sobre os diferentes atores envolvidos, os modelos de negócio, os canais de comercialização, além das oportunidades e principais desafios enfrentados por afroempreendedores, comunidades tradicionais e agentes que atuam no setor.

O estudo busca, ainda, identificar e valorizar o protagonismo negro no setor turístico. Com isso, pretende-se contribuir para o desenvolvimento sustentável e inclusivo do Afroturismo em suas diversas dimensões: cultural, econômica, social e ambiental.

Esse documento foi elaborado de forma coletiva, com base em uma oficina de trabalho que com participação da sociedade civil, representantes do setor, especialistas e lideranças negras, poderá subsidiar, dentre outros, na implementação do Programa Rotas Negras – uma política pública estruturante voltada à valorização das narrativas e territórios negros no Brasil, promovendo rotas turísticas que evidenciem a diversidade das culturas.

A execução desse projeto é um marco importante no reconhecimento da contribuição histórica da população negra na formação da identidade nacional, bem como no estímulo à criação de políticas públicas que garantam visibilidade e apoio para os empreendimentos de Afroturismo do Brasil.

Dessa forma, este documento integra os esforços do Projeto 914BRZ4024 – Promoção do turismo cultural em sítios do patrimônio cultural e natural, da economia criativa e de outras políticas vinculadas ao turismo e ao desenvolvimento sustentável, e se propõe a ser uma fonte de informação, orientação e inspiração para pesquisadores, gestores públicos,

lideranças comunitárias, empreendedores, organizações da sociedade civil e demais interessados na construção do turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo, conforme preconiza o Plano Nacional de Turismo 2024-2027.

O Afroturismo tem ganhado protagonismo como uma estratégia potente para o fortalecimento da identidade afro-brasileira e preservação de seus patrimônios.

1. Introdução

O Afroturismo é uma forma de praticar turismo a partir de roteiros e experiências que apresentam a história e a cultura da afrodiaspora. Este segmento turístico tem como objetivo a valorização da cultura, patrimônios e saberes, conectando pessoas à história de contribuição da população afrodescendente no mundo. Protagonizado por pessoas negras, o Afroturismo no Brasil é uma ferramenta educativa, capaz de promover de maneira antirracista a valorização da herança africana e da cultura afro-brasileira na formação da sociedade brasileira, gerando economia para a população negra não só na cadeia do turismo, mas também em diversos segmentos da economia criativa, comunidades tradicionais e produção associada ao turismo.

Este segmento se caracteriza por proporcionar experiências enriquecedoras para os/as visitantes, em cidades ou regiões rurais, onde eles/as podem aprender a história de cada lugar protagonizado pela comunidade negra. Engloba desde visitas a patrimônios como museus, monumentos e sítios arqueológicos; experiências gastronômicas, festivais culturais, visitas a povos de terreiro e comunidades quilombolas.

Promove a sustentabilidade local e a reconexão com a identidade e valorização de territórios. Pode estabelecer uma busca pela própria origem do/a turista ou viajante em um retorno às histórias de seus antepassados. Contribui para a formação pedagógica voltada para a equidade racial, desenvolvimento econômico e de luta antirracista no Brasil.

O alinhamento conceitual e caracterização do Afroturismo no país foi resultado do primeiro esforço empreendido neste projeto, fez parte da atividade do Produto 1, entregue na consultoria. Na primeira fase do trabalho, destinada ao alinhamento conceitual e à caracterização do termo, foi realizada revisão bibliográfica e um questionário com uma pequena amostragem de 20 pessoas, selecionadas entre guias de turismo, pesquisadore/as, agências de turismo, restaurantes, hotelaria, comunidades tradicionais e quilombolas que atuam no Afroturismo, para captar a percepção dos respondentes sobre o tema. O questionário tinha várias perguntas norteadoras para a construção do conceito, dentre elas "O que você entende por Afroturismo?".

A consulta, realizada em setembro de 2024, abrangeu especialistas de todas as macrorregiões do país, com a participação de 09 estados e do Distrito Federal. O grupo de respondentes da pesquisa foi composto em sua maioria por mulheres (75%), de diferentes

áreas de atuação dentro da cadeia produtiva do turismo. Deste grupo, 88,9% das pessoas se declaram pretas e pardas e 11,1% brancas.

Importante destacar alguns pontos, como a percepção, por 100% dos respondentes, de que o Afroturismo é parte da luta Antirracista. A pesquisa também ressaltou o turismo como um mecanismo pedagógico; revelou a importância de letramento racial para todos que atuam no Afroturismo; assim como mostrou a relevância do turismo de base comunitária, especialmente para povos e comunidades tradicionais, ficando destacada a importância da conexão entre ancestralidade e o fazer comunitário.

Considerando o papel do Conselho Nacional de Turismo (CNT) na construção das políticas públicas, foi realizada uma consulta a duas instâncias desse colegiado a partir da proposta inicial de conceito elaborada, a partir da versão preliminar da definição formulada a partir das sugestões de especialistas da temática de todas as macrorregiões do país. A consulta, realizada junto às/aos integrantes, considerando o papel do Conselho Nacional de Turismo (CNT) na construção das políticas públicas, a Câmara Temática de Incentivo ao Turismo em Comunidades Tradicionais, Comunidades Negras e Indígenas e às/aos integrantes da Câmara Temática de Incentivo ao Turismo Doméstico do Conselho Nacional de Turismo (CNT), foi realizada em novembro de 2024. Por último, foram consultados os Ministérios e instituições integrantes do Grupo de Trabalho Interinstitucional (GTI) instituído com a finalidade de elaborar a proposta do Programa Rotas Negras, em fevereiro.

A definição de um conceito para o Afroturismo, a ser adotado pelo Ministério do Turismo, é fundamental para direcionar a formulação de políticas públicas relacionadas ao turismo, e para que o segmento seja reconhecido e compreendido de maneira responsável e sustentável, atuando na ressignificação da história e promoção da equidade dentro do setor turístico.

1.1 Objetivos

O mapeamento do Ecossistema do Afroturismo no Brasil tem como objetivo principal fornecer uma base sólida para a formulação de políticas públicas e estratégias que possam apoiar o crescimento e a sustentabilidade do segmento no país.

Os objetivos específicos são:

- Identificar quem são os empreendedores à frente do Afroturismo no Brasil;
- Identificar como os atores chave atuam para aumentar a competitividade no setor e para desenvolver o Afroturismo no país;
- Identificar os principais entraves para o desenvolvimento do Afroturismo com foco nas questões estruturais do racismo que impactam diretamente a oferta de produtos turísticos, além de explorar as barreiras sociais, econômicas e culturais que dificultam o pleno avanço do setor.

2. Metodologia

Para a elaboração do Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo no Brasil e realização de oficina de trabalho com os atores chave para a análise do mercado do Afroturismo, seu potencial, casos de sucesso e os entraves para o seu desenvolvimento, foi utilizada a metodologia qualitativa e quantitativa.

Foi feito um levantamento de dados através de questionário online com os atores chave envolvidos no Afroturismo (empreendedores do setor, líderes de comunidades afrobrasileiras, associações culturais, museus, além de gestores públicos e representantes do governo). O formulário foi enviado para 50 pessoas e foi publicado em matéria do portal do MTur no dia 20 de fevereiro¹, o que resultou no total de 116 respostas.

Como metodologia qualitativa foi realizada uma oficina de mapeamento do ecossistema do Afroturismo, com a utilização do mapeamento participativo, permitindo que todos os atores tivessem papel na construção do mesmo.

A Oficina de trabalho foi realizada no dia 14 de fevereiro de 2025 no formato online, com duração de 3 horas. No total, 79 participantes estiveram presentes, com incluindo integrantes da equipe do Ministério do Turismo, Ministério da Igualdade Racial, Embratur, gestores públicos de estados e municípios e principais atores chave, com o objetivo de dar subsídios à construção do Plano de Ação do Programa Rotas Negras.

3. Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo

Nas seções seguintes estão apresentadas os principais achados relacionadas com os dados coletados na pesquisa

3.1 Perfil do Empreendedor do Afroturismo

De acordo com o Sebrae, o empreendedorismo negro no Brasil, cresceu nos últimos dez anos, com aumento de 28% no número de empreendedores negros/as entre 2012 e 2023. 52,4% dos empreendedores/as no país são donos/as de negócios.

O Afroturismo que é um mercado emergente, e é ofertado por profissionais negros/as em toda a cadeia turística, envolve a valorização da cultura afro-brasileira nas experiências turísticas. Abaixo, apresentamos o perfil do Empreendedor/a do Afroturismo.

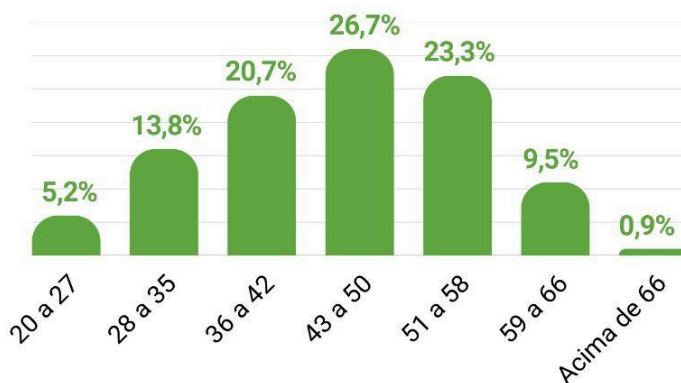
¹ Ministério do Turismo realiza encontro de lideranças afro-brasileiras para debater o Afroturismo no Brasil — Ministério do Turismo

PERFIL DO EMPREENDEDOR DO AFROTURISMO

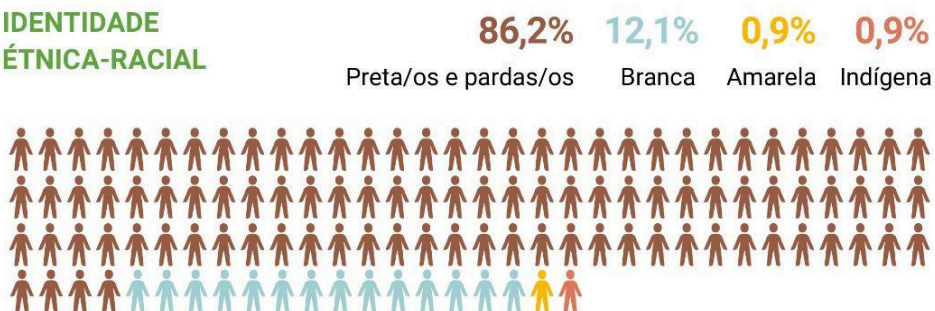
IDENTIDADE DE GÊNERO



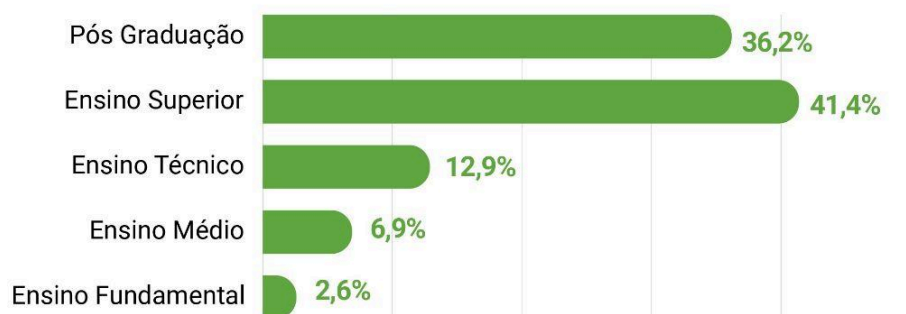
FAIXA ETÁRIA



IDENTIDADE ÉTNICA-RACIAL



GRAU DE ESCOLARIDADE



GÊNERO

Em relação à distribuição de gênero das/os atores do Afroturismo, 66,4% são mulheres, 32,8% homens e 0,9% não binário.

Segundo dados da ONU Turismo (2024), 52% do setor tem a maioria da força de trabalho formada por mulheres. No Afroturismo esse número sobe para 66,4% em relação a mulheres negras. Esse dado reforça o quanto esse mercado representa uma oportunidade para mulheres negras, que são protagonistas desse setor.

Destaca a importância de criar políticas públicas que fomentem o empreendedorismo de mulheres negras, promovendo igualdade de oportunidade, inclusão e desenvolvimento econômico. Também é importante considerar que essas mulheres estejam ocupando posições de liderança em órgãos públicos e secretarias de turismo.

O Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS 5) da ONU tem como objetivo alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas. Estabelece como metas: garantir a participação plena das mulheres na política, economia e sociedade, acabar com a violência de gênero e assegurar direitos iguais a recursos econômicos, como propriedade e acesso a financiamento.

IDADE

Em relação à faixa etária das/os empreendedoras, 5,2% (20 a 27 anos); 13,8% (28-35 anos); 20,7% (36-42 anos); 26,7% (43-50 anos); 23,3% (51-58 anos); 9,5% (59-66 anos), 0,9% (76 anos). Outra característica do perfil do empreendedor/a, do Afroturismo é que sua maioria está na faixa etária de 43 a 50 anos. Empreendedoras com essa faixa etária já possuem experiência no mercado, pelo tempo de atuação no setor de turismo ou outros setores.

COR

Em relação a sua cor, 86,2% se declararam pretas/os e pardas/os; 12,1% branca/o, 0,9% amarela/o; 0,9% indígena/o. Uma das características do Afroturismo, é ser protagonizado por pessoas pretas/os.

NÍVEL DE ESCOLARIDADE

Em relação ao nível de escolaridade, 41,4% possuem nível superior; 36,2% possuem pós graduação; 12,9% nível técnico; 6,9% nível médio; 2,6% ensino fundamental. Esses dados indicam que a maioria dos empreendedores do Afroturismo possuem um alto nível de escolaridade, (41,4% possuem nível superior; 36,2% possuem pós graduação) e base de conhecimento acadêmico. Porém a porcentagem de empreendedores com nível técnico é

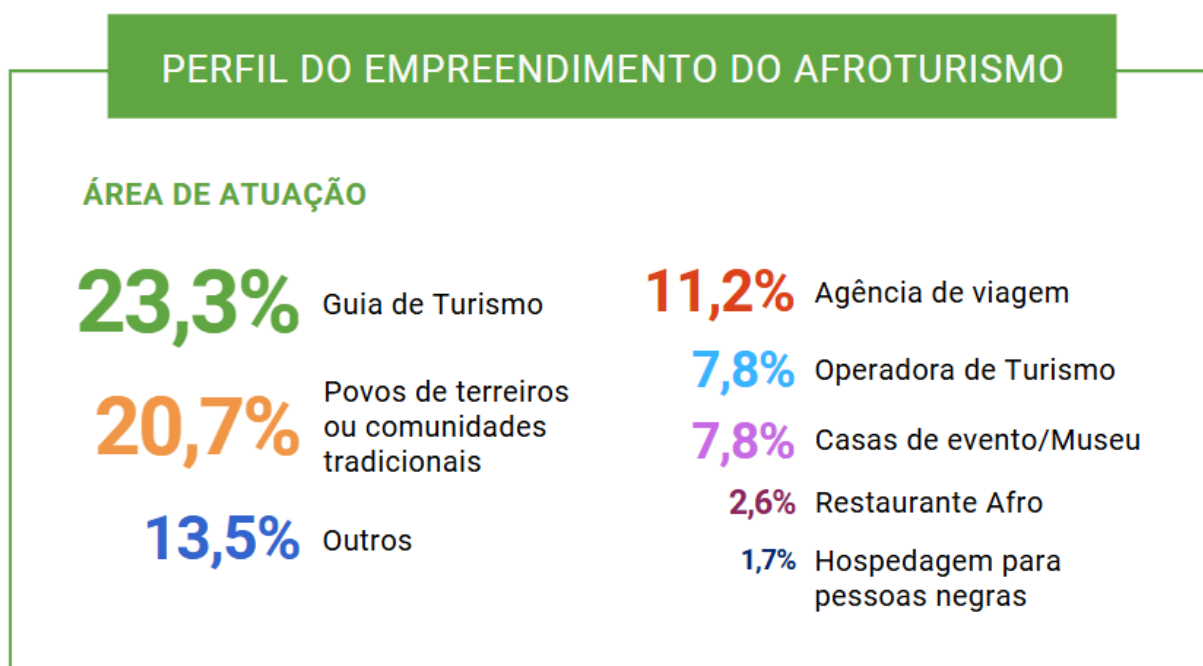
relativamente baixa (12,9%), o que pode indicar necessidade de formação mais técnica e prática em áreas específicas do setor de turismo.

3.2 Perfil do Empreendimento de Afroturismo

O perfil de um empreendimento de Afroturismo no Brasil é caracterizado por atender a demanda por experiências culturais autênticas, quanto a preservação e valorização do patrimônio afro brasileiro. O empreendimento de Afroturismo tem como propósito a promoção de histórias, tradições e educação sobre a cultura afro-brasileira, enquanto gera benefícios para a comunidade negra.

Em relação à forma de atuação do empreendimento no Afroturismo, temos: 23,3% guia de turismo, 20,7% povos de terreiro e comunidades tradicionais; 13,5 % outros, 11,2% agência de viagem; 7,8% operadora de turismo; 2,6% restaurante afro; 1,7 % hospedagem para pessoas negras; 7,8% casa de evento/ museu.

Os guias de turismo de Afroturismo representam a maioria e desempenham um papel fundamental na interpretação e educação sobre a história afro-brasileira e seus patrimônios, ajudando os visitantes a entender e vivenciar a cultura e as tradições de maneira respeitosa. Muitos também atuam de forma integrada com comunidades tradicionais e povos de terreiro, sendo fundamentais na conexão com o visitante local.



PERFIL DO EMPREENDEDIMENTO DO AFROTURISMO

REGIÃO DE ATUAÇÃO

41,9%

Rural e urbana



22,2%

Rural

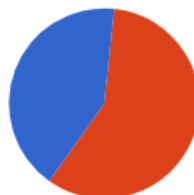
35,9%

Urbana



58,1%

Não estão no Cadastur



41,9%

Estão no Cadastur

FOCO DA EMPRESA

Turismo de base comunitária

(comunidades quilombolas, povos de terreiros)



32,8%

Turismo histórico

(roteiros sobre a história negra, escravidão)

25,9%

Outros

(eventos, ações de diversidade e inclusão racial para empresas, feira, gastronomia)

24%

Turismo Cultural

(visitas a centros culturais e museus)

13,8%

Turismo gastronômico

(culinária afrobrasileira)

2,6%

Hospedagem para

pessoas negras

0,9%

PÚBLICO ALVO



85,5%

Turistas nacionais



53%

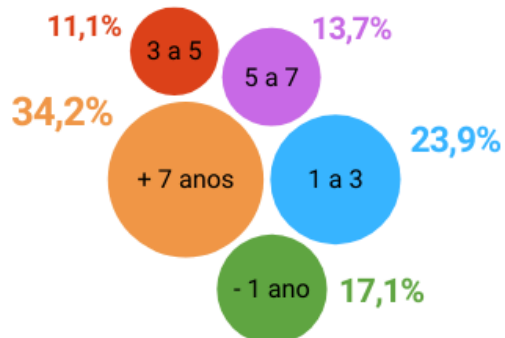
Turistas estrangeiros

53,8% Estudante escolar

58,1% Estudante universitário

41,9% Terceira idade

ANOS DE ATUAÇÃO NO AFROTURISMO



Em relação à região de atuação do empreendimento, 35,3% atuam na área urbana; 22,4% área rural e 42,2% nas duas regiões. A maioria dos empreendimentos de Afroturismo, concentram-se nas capitais do país, sendo que muitos empreendimentos por trabalharem com comunidades tradicionais, também atuam em regiões rurais.

O Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo e garante diversas vantagens e oportunidades aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista. O programa é executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais de turismo, nos 26 estados e no Distrito Federal.

Conforme a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 entende-se como prestadores de serviços turísticos as sociedades empresárias, sociedades simples, os empresários individuais e os serviços sociais autônomos que prestem serviços turísticos remunerados e que exerçam atividades econômicas relacionadas à cadeia produtiva do turismo.

Em relação à adesão das empresas no Cadastur, 57,8% não estão cadastradas e 42,2% estão cadastradas.

Outra característica em relação aos empreendimentos de Afroturismo estão relacionados ao foco principal de atuação: 32,8% Turismo de base comunitária; 25,9% Turismo histórico, 24% outros, 13,8% Turismo Cultural, 2,6% Turismo gastronômico; 0,9% hospedagem para pessoas negras.

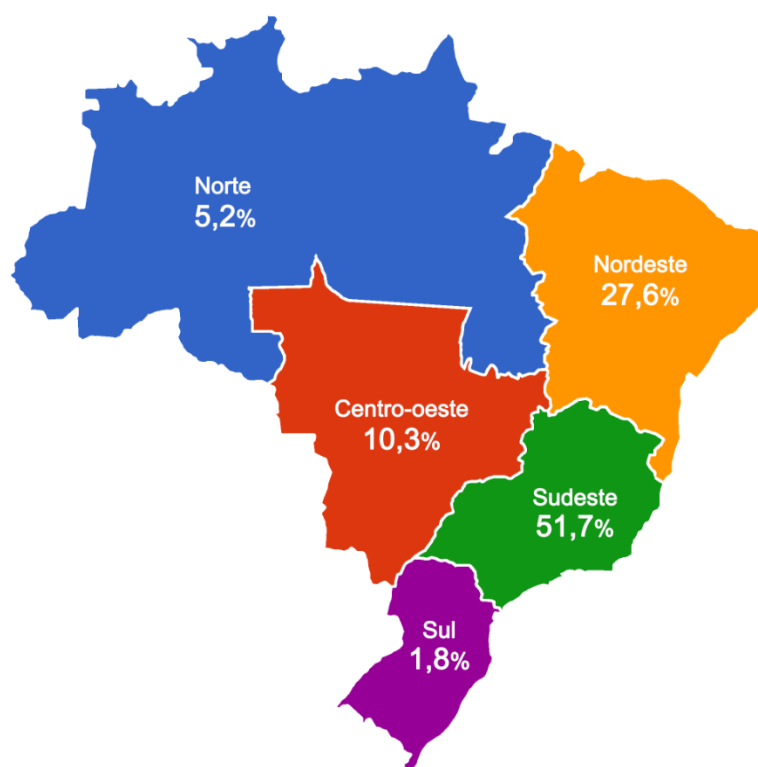
Em relação ao público alvo do empreendimento, 27,5% responderam que turistas nacionais, 16,8% turistas estrangeiros, 17,3% estudante escolar, 18,7% estudante universitário, 13,5% terceira idade e 6,3% outros. O Afroturismo tem crescido no país com o aumento de viagens domésticas e maior interesse do brasileiro em conhecer a sua história e cultura.

Outro dado importante, é sobre o surgimento de novos empreendimentos do Afroturismo pós Covid-19: 41,3% representa o total de empreendimentos que surgiram nos últimos três anos. Esse fato comprova a demanda de mercado.

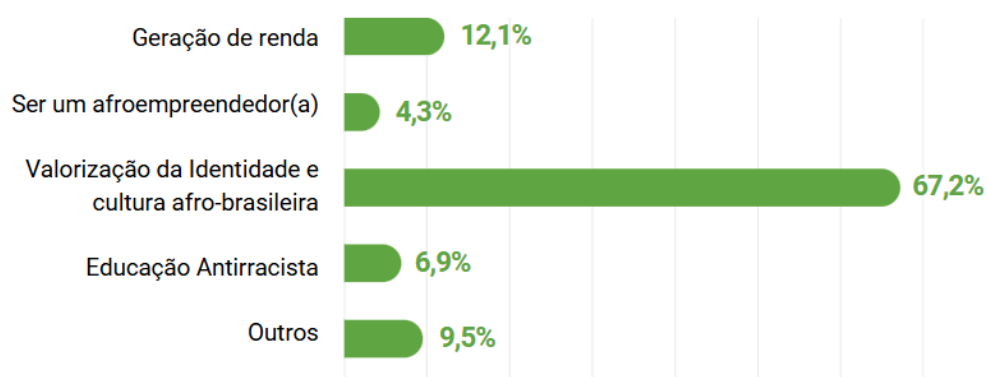


Imagem: Canva.com

Em relação à distribuição geográfica dos empreendimentos, temos: (centro-oeste, 10,3%), (norte, 5,2%), (nordeste, 27,6%), (sul, 1,8%), (sudeste, 51,7%).

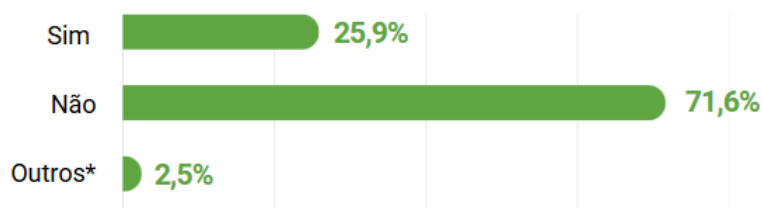


O QUE MOTIVOU VOCÊ A EMPREENDER COM O AFROTURISMO?



Em relação à motivação em empreender com o Afroturismo, 67,2% responderam, valorização da identidade e cultura afro-brasileira, 12,1% geração de renda, 4,3% ser um afroempreendedor, 6,9% educação antirracista, 9,5% outros. Uma das principais características dos empreendimentos de Afroturismo são a valorização da identidade e cultura afro-brasileira, aliando o propósito do empreendimento com o empreendedor/a.

SEU EMPREENDIMENTO FAZ PARTE DE ALGUMA REDE DE AFROTURISMO?



Outro fator importante para o fortalecimento e desenvolvimento do Afroturismo é a formação de rede. Elas desempenham um papel no fortalecimento do setor, pois favorecem a colaboração entre diferentes atores. Porém, somente 25,9% dos empreendimentos fazem parte de uma rede de Afroturismo.

3.3 Oferta

A oferta de Afroturismo se refere às experiências, destinos, atividades e serviços turísticos relacionados à cultura, história e patrimônio afro brasileiro.

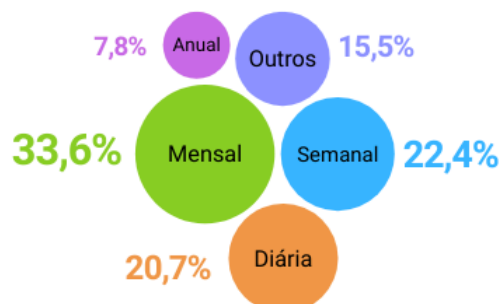
Ao mesmo tempo em que experiências de valorização da cultura negra estão sendo ofertadas à/ao turista, do outro lado essas atividades estão sendo oferecidas e protagonizadas por pessoas negras/os.

Abaixo alguns exemplos de ofertas de Afroturismo:

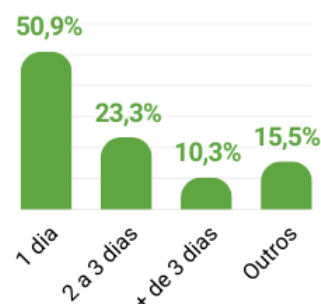
- **Roteiros históricos:** Visitantes podem conhecer locais históricos relacionados à história e lugares de memória e resistência, como exemplo o Museu Afro Brasil em São Paulo.
- **Roteiros de Gastronomia afro-brasileira:** Turistas podem vivenciar a culinária afro-brasileira como acarajé, bobó de camarão, etc.
- **Festivais e Festas:** Celebrações afro-brasileiras como a Festa de Iemanjá em Salvador.
- **Roteiros de Religiões de Matriz Africana:** Turistas podem conhecer as diversas religiões de matriz africana no país, como a Casa da Mina em São Luís.
- **Mercados e Feiras:** Feiras de artesanato local e produtos típicos de comunidades tradicionais afro-brasileiras.
- **Ecoturismo e cultura afro:** Em algumas regiões o Afroturismo é integrado ao ecoturismo, proporcionando aos turistas conhecer a natureza e as tradições de comunidades quilombolas.

OFERTA DE PRODUTOS OU SERVIÇOS DE AFROTURISMO

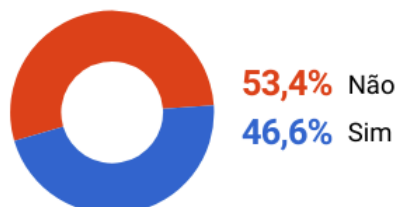
FREQUÊNCIA DAS EXPERIÊNCIAS/ SERVIÇOS/ PRODUTOS/ EVENTOS



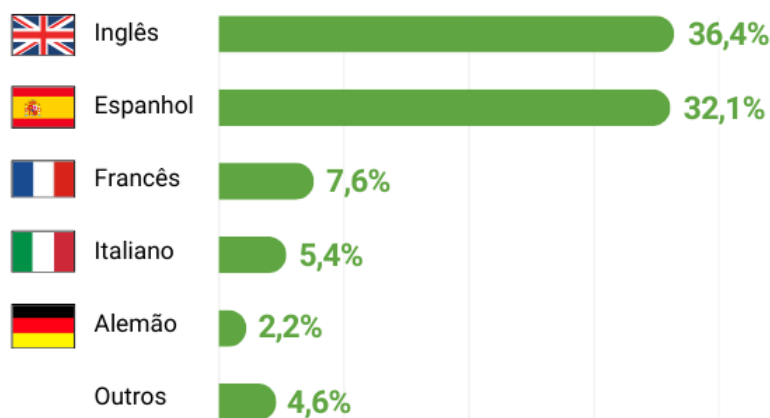
DURAÇÃO DO EVENTO



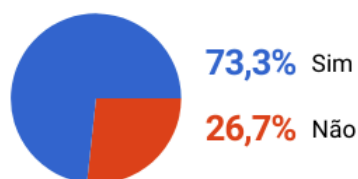
EXISTEM OFERTAS DE PRODUTOS OU SERVIÇOS VOLTADOS AO MERCADO INTERNACIONAL?



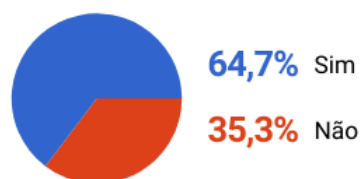
IDIOMAS DISPONÍVEIS PARA ATENDIMENTO A TURISTAS ESTRANGEIROS



HÁ LETRAMENTO RACIAL NAS ATIVIDADES OFERECIDAS?



EXISTEM SERVIÇOS VOLTADOS PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA OU TERCEIRA IDADE?



Para que esses produtos/ serviços de Afroturismo sejam ofertados, foram perguntados se esses empreendimentos incluíam letramento racial em suas atividades 73,3% responderam que sim e 26,7% responderam que não aplicam.

As Políticas de Inclusão são necessárias para integrar o Afroturismo nas políticas públicas, garantindo que os destinos de Afroturismo sejam acessados por turistas de diferentes perfis. Em relação a existência de serviços voltados para pessoas com deficiência ou terceira idade, 64,7% responderam que não oferecem e 35,3% responderam que sim.

Em relação à frequência das experiências/ serviços/ produtos/ eventos, 33,6% oferecem mensalmente, 22,7% oferecem semanalmente, 20,7% oferecem diariamente, 7,8% anualmente e 15,5% outros.

Sobre a realização e periodicidade do evento, 50,9% responderam que a duração é de 1 dia, 23,3% de 2 a 3 dias, 10,3% mais de 3 dias, 15,5% outros.

Em relação à oferta de produtos ou serviços voltados para o mercado internacional, 53,4% responderam que não oferecem e 46,6% que sim.

Dentre os idiomas disponíveis para atender turistas estrangeiros, temos: 36,4% inglês, 32,1% espanhol, 7,6% francês, 2,2% alemão, 5,4% italiano e 3,3% outros.

3.4 Canais de Comunicação

Os canais de comunicação são ferramentas essenciais na promoção e visibilidade do Afroturismo, ajudando na atração de visitantes, educando o público e conectando as comunidades afro-brasileiras com o mercado turístico.

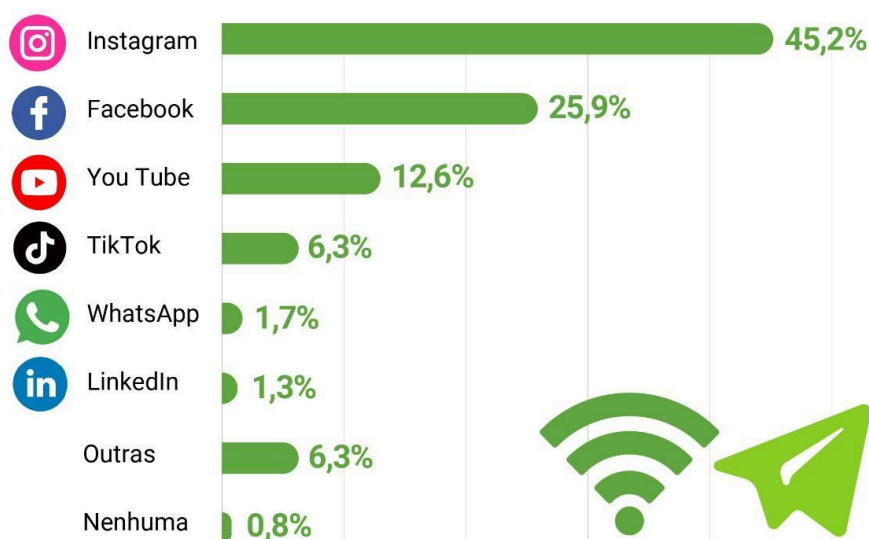
A utilização de diversos canais de comunicação contribui para garantir o sucesso da divulgação, adaptado às características e necessidades do público alvo.

CANAIS DE COMUNICAÇÃO

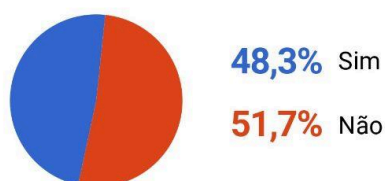
PRINCIPAIS CANAIS UTILIZADOS PARA A PROMOÇÃO DE PRODUTOS/EXPERIÊNCIAS AOS CLIENTES



REDES SOCIAIS UTILIZADAS



CAMPANHA DE MARKETING DIGITAL



As redes sociais desempenham um papel fundamental na promoção do Afroturismo, impulsionando a visibilidade de experiências afrocentradas. Elas são o principal canal de comunicação para os empreendimentos, representando 47,2%.

Em relação às redes sociais utilizadas pelas empresas: 45,2% utilizam instagram, 25,9% facebook, 12,6% you tube, 6,3 % tiktok, 1,7% whatsapp, 1,3% linkedin, 0,8% não utilizam redes sociais e 6,3% outros.

Outro aspecto importante é a utilização de campanhas de marketing digital, que é indispensável para alcançar públicos específicos, 51,7% responderam que fazem e 48,3% responderam que não.

3.5 Canais de Comercialização

Os canais de comercialização são fundamentais para a venda e promoção de produtos e serviços do Afroturismo.

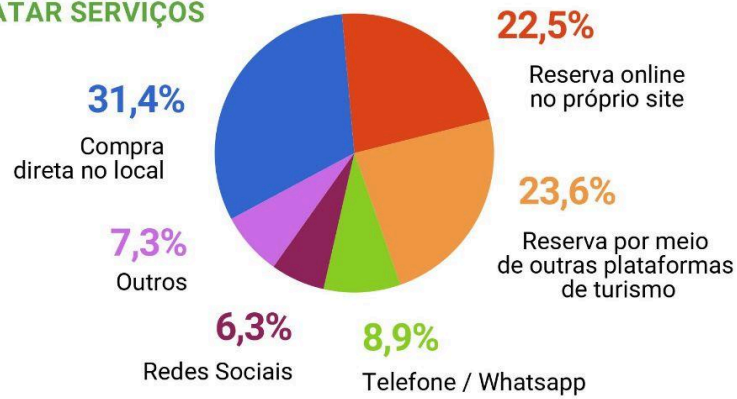
Eles conectam as empresas aos turistas, garantindo o aumento das vendas de seus serviços.



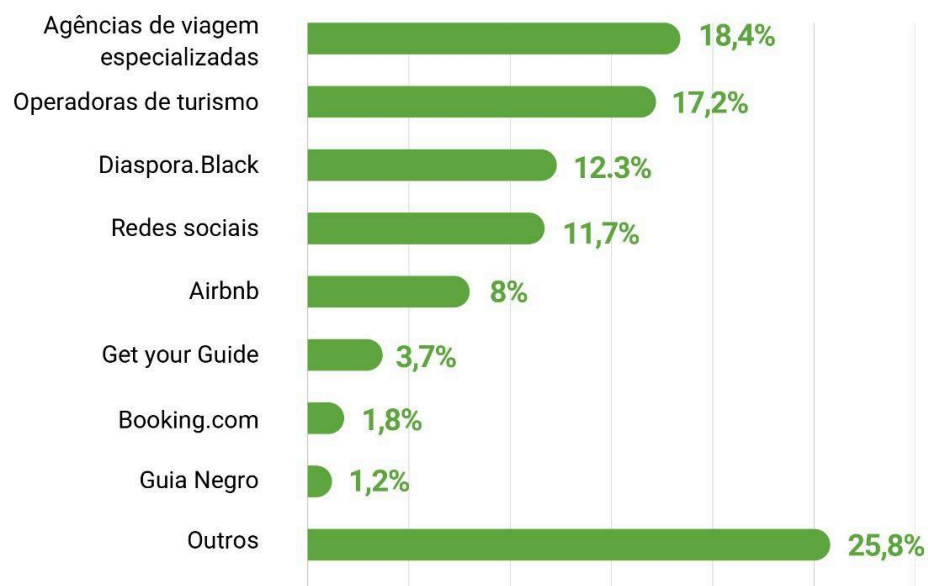
Museu da História e da Cultura Afro-brasileira, Rio de Janeiro. Foto: Riotur (2023)

CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO

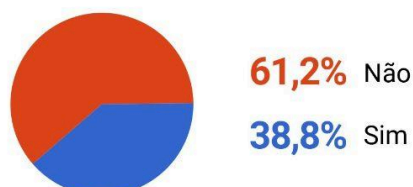
COMO OS TURISTAS PODEM CONTRATAR SERVIÇOS



CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO UTILIZADOS



EXPOSIÇÃO EM FEIRAS DE TURISMO



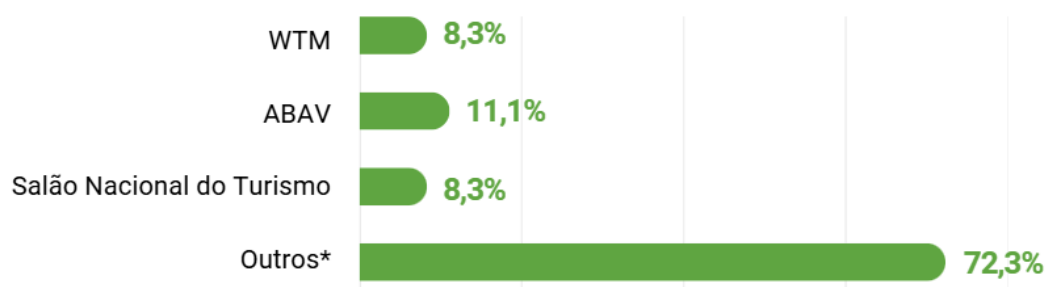
Muitos empreendimentos de Afroturismo ainda utilizam formas mais tradicionais de contratação de seus serviços: 31,4% dos turistas fazem a compra direta no local, 23,6% fazem reservas por outras plataformas de turismo e 22,5% podem fazer a reserva no site do empreendimento.

Dentre os canais de comercialização mais utilizados estão: 18,4% responderam agências de viagem especializadas, 17,2% operadoras de turismo e 12,3% Diaspora.Black.

Outro aspecto importante para empreendimentos de Afroturismo, é a possibilidade de divulgarem seus serviços em feiras de turismo. Dos entrevistados, 37,9% já expuseram em feiras de turismo e 61,2% nunca expuseram.

Em relação às feiras que expuseram foram citadas: 8,3% WTM, 11,1% ABAV, 8,3% Salão Nacional do Turismo, 72,3% outros.

EM QUAIS FEIRAS DE TURISMO SUA EMPRESA JÁ EXPÔS?

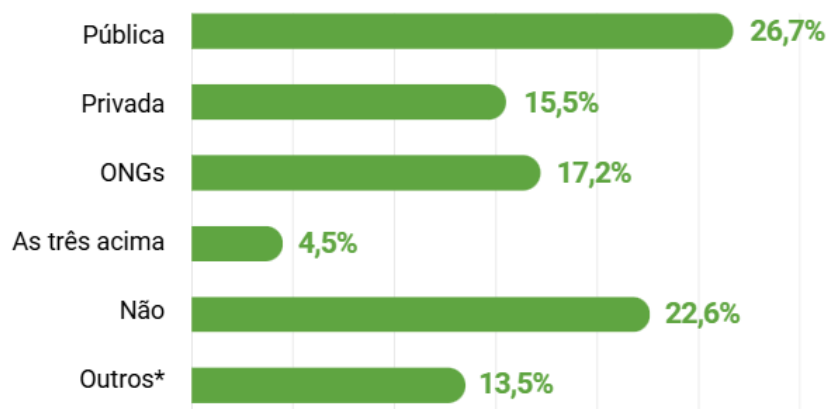


* SP Expo / CONFETUR 2023 / Feira do empreendedor / Rio Tur / Rio Innovation Week / World Travel Market Londres / Ugart / Expofeira e feira binacional entre Brasil e França / Sítio São João, Expo Monteiro, FIFAP, Itabaiana, Festa de Iouro do Pajeú / Feira de Turismo RJ / Sebrae / FEIRAFRO 2024

Outro aspecto importante para o desenvolvimento do Afroturismo são as parcerias. As parcerias entre empresas do setor privado, governos locais e organizações não governamentais, podem resultar em benefícios mútuos e ajudar a fomentar o desenvolvimento de empreendimentos de Afroturismo.

26,7% responderam que tem parceria com instituição pública, 17,2% com ONGs e 15,5% com instituição privada.

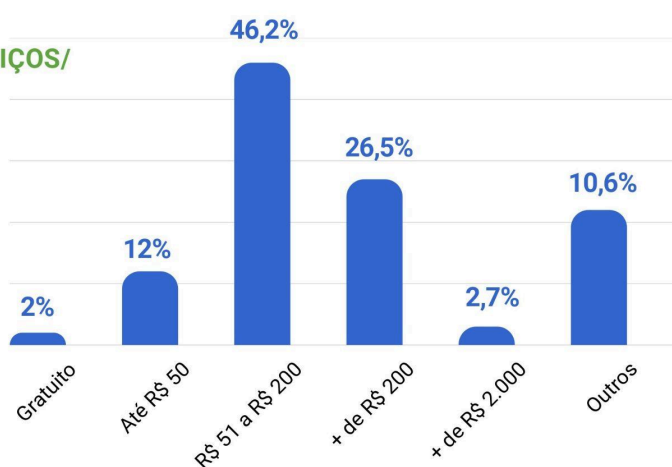
SUA EMPRESA TEM PARCERIA COM ALGUMA INSTITUIÇÃO?



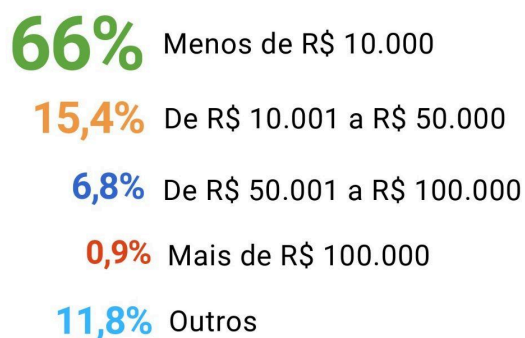
* Ciclistas / Somente para projetos culturais / público e privado / Instância / Associação / Casa Estadual de Economia Solidária, Salão de Artesanato Estadual e Instituto Alpargatas / Condetur / Associação Comunitária / Quilombo Aquilah e Terreiros de Matriz Africana da região / Coletivo de guias / Pública, privada e de ONGs. / Senai; Instituto Alpargatas; Governo do Estado; Prefeitura Municipal do Ingá; Tribunal Regional do Trabalho -TRT. / Instituto Afro Origens, Fórum de Comunidades Tradicionais, Acquirerj.

VALORES COBRADOS E FATURAMENTO DA EMPRESA

VALORES DOS PRODUTOS/ SERVIÇOS/ EXPERIÊNCIAS



MÉDIA DE FATURAMENTO DA EMPRESA



Em relação aos valores cobrados dos produtos/serviços/experiências dos empreendimentos de Afroturismo, temos em sua maioria 46,2% valores na faixa de R\$ 51 a R\$ 200, e a média de faturamento dos empreendimentos, temos 66% menos de R\$ 10.000.

O faturamento das empresas de Afroturismo ainda está em fase de crescimento, mas o mercado tem um grande potencial com o aumento da demanda pela oferta de Afroturismo no país.

Segundo dados da plataforma Diaspora.Black, a projeção de faturamento do Afroturismo no ano de 2023 foi de R\$1,8 milhão no mercado brasileiro, com 400% de alta de faturamento de anunciantes nos últimos dois anos.

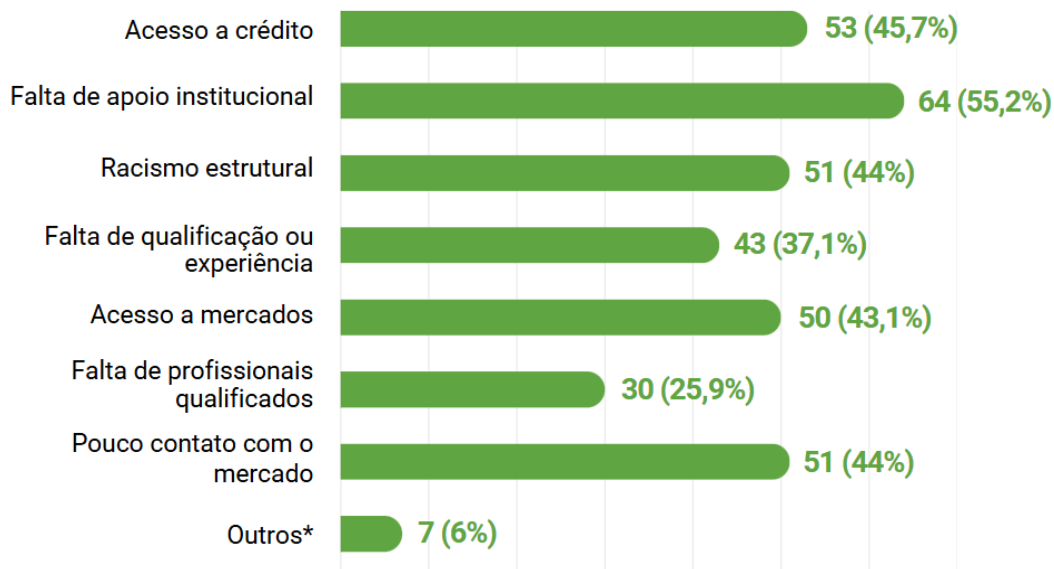


Fonte: Canva.com

3.6 Desafios e Oportunidades para os Empreendimentos de Afroturismo

Os empreendimentos de Afroturismo têm crescido nos últimos anos e enfrentam desafios específicos, mas também apresentam enormes oportunidades de desenvolvimento para um turismo responsável e inclusivo.

PRINCIPAIS DESAFIOS ENFRENTADOS AO INICIAR O NEGÓCIO



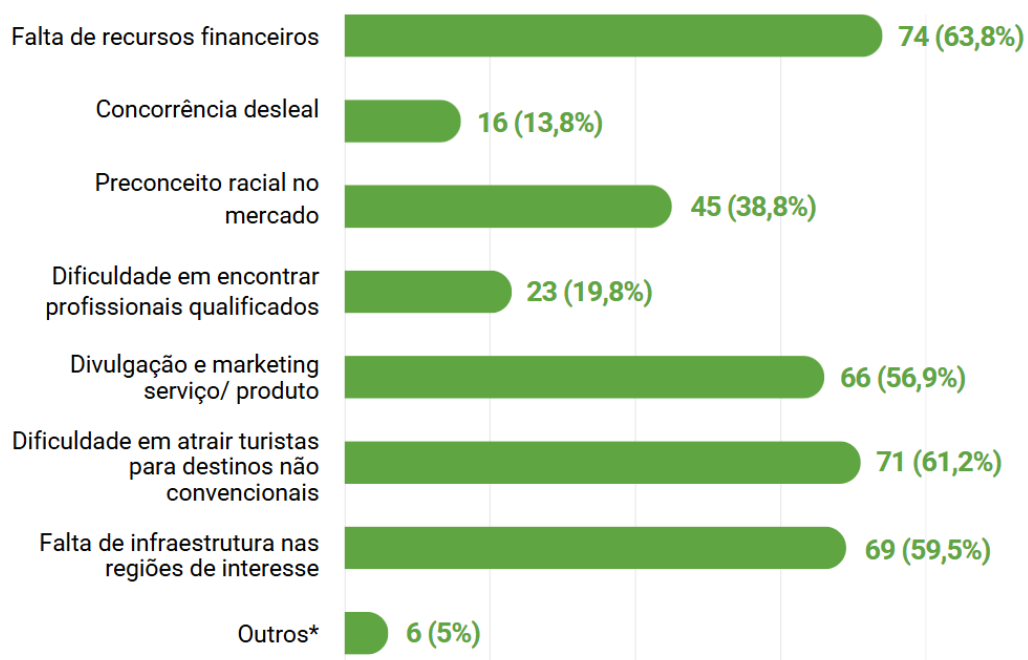
*Conexão com estabelecimentos Afrocentrados / Financeira / Mudança cultural dentro das comunidades/ Os desafios continuam pela falta de apoio público e privado, falta de qualificação / Estar inserido em um região onde esse contexto de Afroturismo é pouco conhecido / Todos itens acima / Concentração de recursos em pessoas e entidades.

Um dos maiores desafios enfrentados por empreendimentos de Afroturismo ao iniciar o negócio são: falta de apoio institucional 55,2% e 45,7% acesso a crédito.

Falta de políticas públicas direcionadas, assim como o preconceito institucional de diversas esferas, incluindo órgãos governamentais e privados, dificulta a inclusão desses empreendimentos no mercado e o apoio institucional para seu desenvolvimento.

Outro desafio é a falta de acesso a crédito, que muitos afroempreendedores enfrentam relacionados a estigmas raciais, o que afeta a disposição de bancos e instituições financeiras de apoiarem seus empreendimentos.

PRINCIPAIS DESAFIOS QUE AS EMPRESAS ENFRENTAM NO SETOR DE AFROTURISMO



* Localização física e deslocamento / Apoio do governo e empresas do ramo do turismo / Falta de apoio governamental / Marketing e vendas no digital

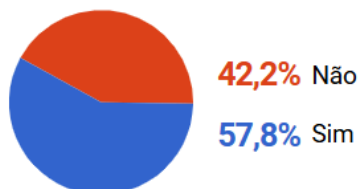
Em relação a quais são os principais desafios que a empresa enfrenta no setor de Afroturismo atualmente, foram citados: 63,8% falta de recursos financeiros, 61,2% dificuldade em atrair turistas para destinos não convencionais, 59,5% falta de infraestrutura nas regiões de interesse.

Muitos destinos de Afroturismo ainda são pouco divulgados e não existem campanhas turísticas voltadas para a sua promoção, o que dificulta a atração de turistas para esses destinos não convencionais.

Outro fator está relacionado à falta de infraestrutura nas regiões de interesse, principalmente nas áreas mais rurais ou periféricas, que sofrem com a falta de infraestrutura básica, como: estradas, transporte adequado, opções de hospedagem e instalações turísticas.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA OS EMPREENDIMENTOS DE AFROTURISMO

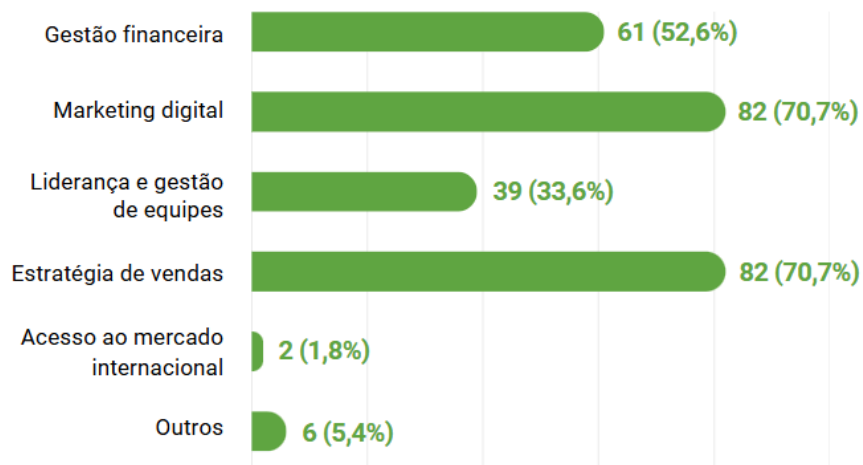
PARTICIPAÇÃO EM CURSOS OU PROGRAMAS DE CAPACITAÇÃO PARA EMPREENDEDORES



ACESSO A FINANCIAMENTO NO MERCADO



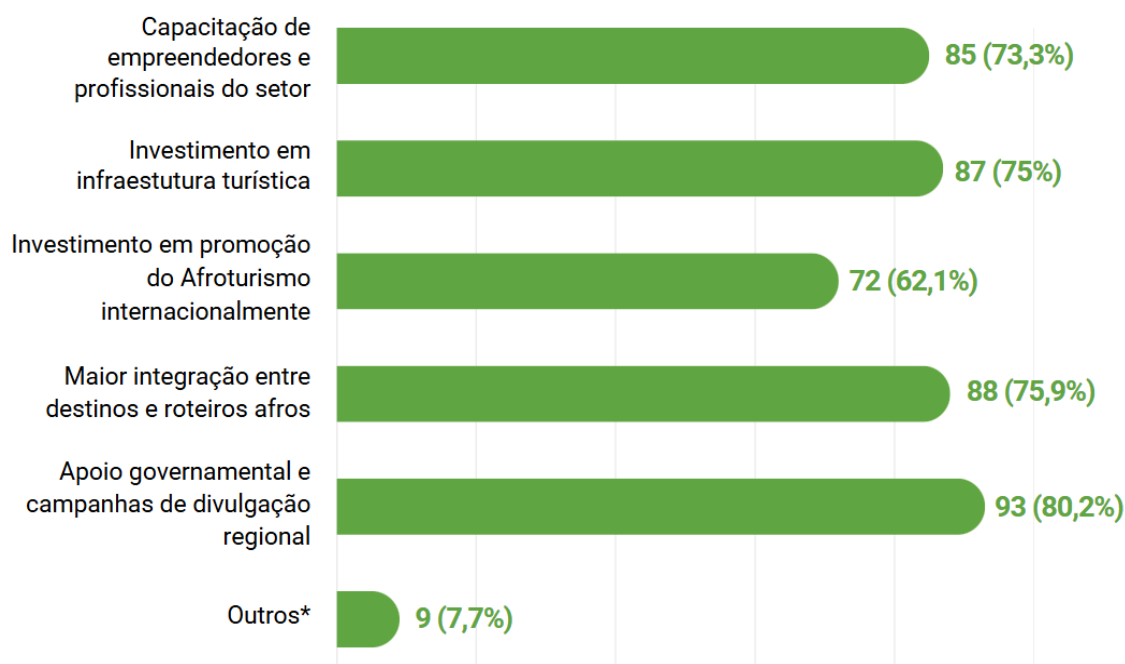
ÁREAS QUE VOCÊ GOSTARIA DE MELHORAR OU APRENDER PARA IMPULSIONAR O SEU NEGÓCIO



Para o desenvolvimento do Afroturismo, é essencial a capacitação profissional. 57,8% dos empreendimentos responderam que já participaram de algum curso ou programa de capacitação para empreendedores e 42,2% que não participaram.

Muitos empreendimentos de Afroturismo, ainda não utilizam ferramentas online de gestão. Para impulsionar seus empreendimentos foram citadas como áreas principais: 70,7% marketing digital, 70,7% estratégia de vendas e 52,6% gestão financeira.

APOIOS OU RECURSOS NECESSÁRIOS PARA O FOMENTO DO AFROTURISMO



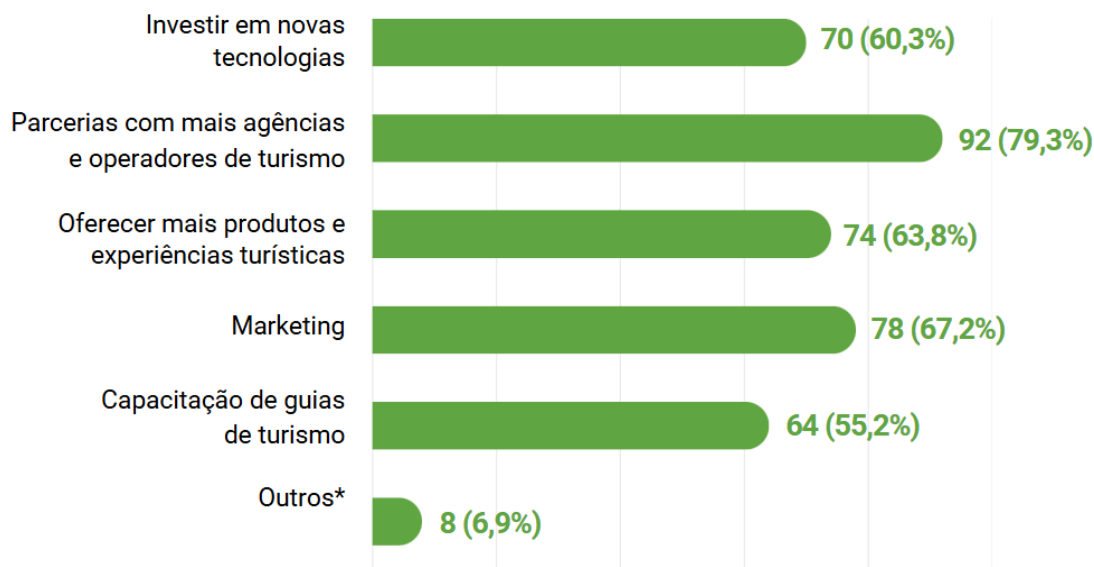
* Recurso para mapear e produzir os roteiros / Somos selecionados pela Embratur no segmento ESG e nosso Estado só divulgou o que pra eles é representativo / Financiamento / Formação de educação e cooperativas de guias e redes que atuam com o Afroturismo / Promoção do Afroturismo internamente / Dar as mãos, coletividade / Recurso direto para empresas pequenas/MEI e Desburocratização nos acessos / Promoção, marketing, eventos / Construção de políticas públicas para o segmento.

Em relação a que tipo de apoio ou recurso é necessário para fomentar o Afroturismo, tivemos como principal: 80,2% apoio governamental e campanhas de divulgação regional, 75,9% maior integração entre destinos e roteiros afros, 75% investimento em infraestrutura turística.

O apoio governamental e as campanhas regionais são essenciais para o fomento ao Afroturismo, ajudando o seu crescimento. Essas campanhas de promoção focadas em atrair turistas para os destinos de Afroturismo podem ser regionais, nacionais e internacionais.

Em relação a quais oportunidades principais são necessárias para melhorar ou expandir os seus serviços, foram citados: 79,3% parcerias com mais agências e operadoras de turismo, 67,2% marketing, 63,8% oferecer mais produtos e experiências turísticas.

OPORTUNIDADES PARA MELHORAR OU EXPANDIR OS SERVIÇOS



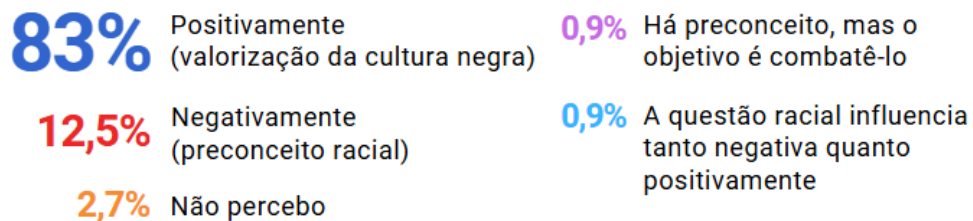
* Investimento público em eventos com potencial turístico nas esferas municipal, estadual e federal / Ser visto e reconhecido é um diferencial / Capacitação de profissionais do setor para melhor atender o público afrodescendente / Valorização dos profissionais pretos e principalmente mulheres que estão atuando há mais tempo / Abertura de mais Colab afro / Financiamento e apoio governamental / Parcerias com agências de fomento ao turismo e Secretarias de turismo.



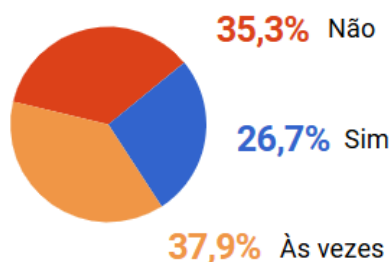
Blocos Tradicionais de São Luís/ MA. Foto: Maurício Alexandre

REPRESENTAÇÃO E OPORTUNIDADE PARA OS EMPREENDIMENTOS DE AFROTURISMO

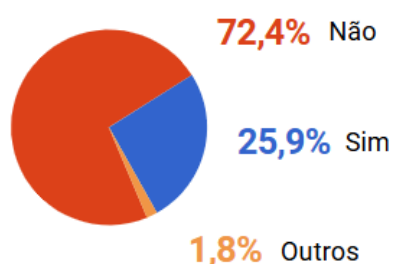
COMO VOCÊ ACREDITA QUE A QUESTÃO RACIAL INFLUENCIA O SEU EMPREENDIMENTO?



SE SENTE REPRESENTADO(A) OU RECONHECIDA(O) NO MERCADO?



RECEBEU APOIO DE ALGUMA ORGANIZAÇÃO OU INSTITUIÇÃO FOCADA EM AFROEMPREENDEDORES?

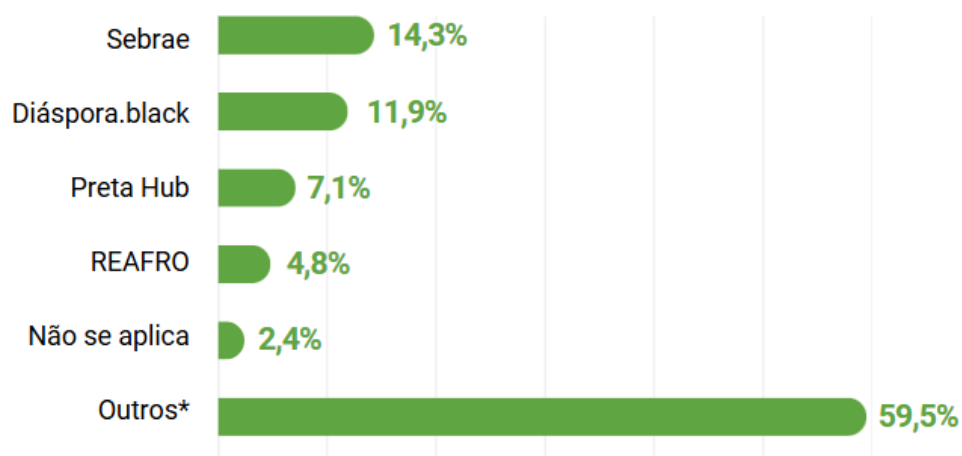


Em relação à percepção de como a questão racial influencia o seu empreendimento, 83% responderam que influencia positivamente, 12,5% negativamente.

Sobre representatividade e reconhecimento no mercado, 35,3% não se sentem representadas/os, 26,7% se sentem representados.

Outra questão foi se receberam apoio de alguma instituição focada em afroempreendedores. 72,4% responderam que não, 25,9% responderam que sim. Dos que tiveram apoio, 14,3% receberam do Sebrae, 11,9% do Diaspora.black, 7,1% Preta Hub, 4,8% Reafro, 59,5% outros.

DE QUAIS INSTITUIÇÕES FOCADAS EM AFROEMPREENDEDORES VOCÊ JÁ RECEBEU APOIO?



* Casa Afro / Parceiros nacionais e internacionais / Improim/fundação marabaixo / ANAJO / Sou+Carioca / Florencios tours & travel / Janeiro Tour / AfroTrip / Seprome / Aretha Duarte / Secretaria Municipal de Cultura e Turismo Secult / Lei Aldir Blanc / Instituto Soléa / Associação bonecas negras / Ministério do Turismo / Belotur / Tribunal Regional do Trabalho - TRT-PB / Prefeitura Municipal de Riachão do Bacamarte / Secretarias Estadual de Desenvolvimento Humano e Programa Estadual de Artesanato da Paraíba / Instituto Alpargatas / Casa de Economia Solidária de Ingá / Programa de Artesanato Paraibano / Prefeitura municipal de Flores / ONG voluntári.

4. Oficina “Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo no Brasil”

A oficina de mapeamento do Afroturismo teve como objetivo identificar e analisar o mercado do Afroturismo e seu potencial.

Os objetivos específicos da oficina foram:

- Identificar como os atores chave atuam para aumentar a competitividade no setor e para desenvolver o Afroturismo no país;
- Identificar os casos de sucesso e os principais entraves e desafios dos destinos;
- Levantar os entraves para o desenvolvimento do Afroturismo na perspectiva da oferta, considerando o racismo estrutural da sociedade brasileira.

Realizada em 14 de fevereiro de 2025, de forma remota, a oficina contou com a participação do Ministério do Turismo (MTur), Ministério da Igualdade Racial (MIR), Agência de Promoção Internacional do Turismo (Embratur) e GTI Rotas Negras.

A oficina contou com a participação de atores chaves (representantes de secretarias de turismo, além de agências e operadores de turismo, comunidades tradicionais e povos de terreiro) que atuam no setor em território nacional. Foram 79 participantes.

A participação de atores chave, contribui para o desenvolvimento de um turismo mais inclusivo, envolvendo diretamente seus atores para identificar oportunidades de crescimento e criação de estratégias de ação para fortalecer o setor.

No presente relatório são apresentados os principais aspectos debatidos e resultados da Oficina de Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo no Brasil.

A programação encontra-se no (anexo 2).



Foto: Convite Oficina Mapeamento do Ecosistema do Afroturismo no Brasil

A primeira etapa da oficina contou com falas institucionais de representantes do Ministério do Turismo, Ministério da Igualdade Racial, GTI Rotas Negras e Embratur.



Foto: Secretária Executiva do MTur, Ana Carla Lopes, dando boas vindas aos participantes da oficina

‘Esse é um espaço estratégico para definir e fortalecer políticas públicas mirando este segmento que amplia, ainda mais, a oferta turística de norte a sul, além de levar desenvolvimento sustentável às comunidades negras e valorizar a cultura afro- brasileira’, destacou Ana Carla Lopes, secretária executiva do Ministério do Turismo.

Melina de Lima, coordenadora do Ministério da Igualdade Racial, reforçou o Afroturismo como promotor da Igualdade Racial dentro do Programa Rotas Negras.

Tania Neres apontou o trabalho das mulheres no turismo: “falar de Afroturismo, é falar de mulheres pretas, pois o empreendedorismo feminino está em todos esses negócios. O Afroturismo é um negócio, uma economia que gira dentro dessa cadeia produtiva chamada Brasil”

Juliana Oliveira, Assessora de Participação Social e Diversidade do Ministério do Turismo, reforçou o compromisso do MTur com a democratização do turismo, não só das atividades da cadeia do turismo, mas também da governança. Uma delas, foi a criação da câmara temática específica dentro do conselho nacional de turismo de incentivo às comunidades tradicionais e indígenas para dialogar com a sociedade civil.

Thaís Rosa Pinheiro, consultora do MTur que coordenou a oficina, destacou que “o Afroturismo é uma oportunidade para valorizar a ancestralidade, fortalecer identidades e contribuições ao desenvolvimento econômico de comunidades negras em todo o Brasil. Com esse mapeamento, queremos compreender melhor os desafios e potencialidades do setor, promovendo políticas públicas mais eficazes e inclusivas”.

Logo em seguida, a consultora apresentou os resultados do 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.

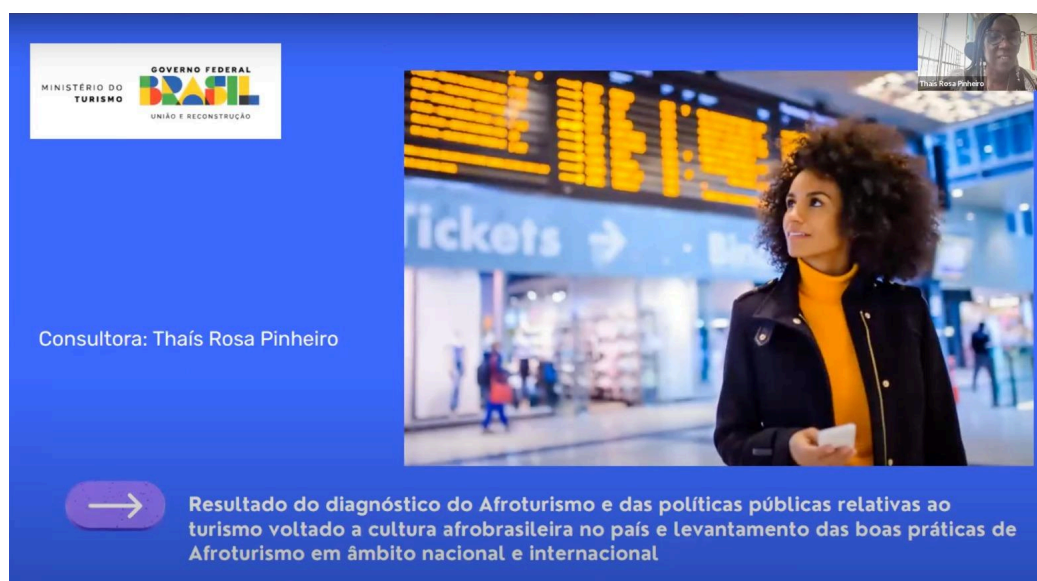


Foto: Resultado do diagnóstico de Afroturismo

Por fim, Antonio Pita apresentou dados referente ao Panorama do Mercado do Afroturismo no Brasil. Citou o momento oportuno para o setor, devido ao cenário político institucional e social favorável à causa e de ações intencionais e integradas entre: Embratur/ MTur/ MIR/ Fundação Palmares e novas iniciativas de apoio técnico e financeiro à roteiros de Afroturismo.



Foto: Afroturismo: Mercado e Oportunidades

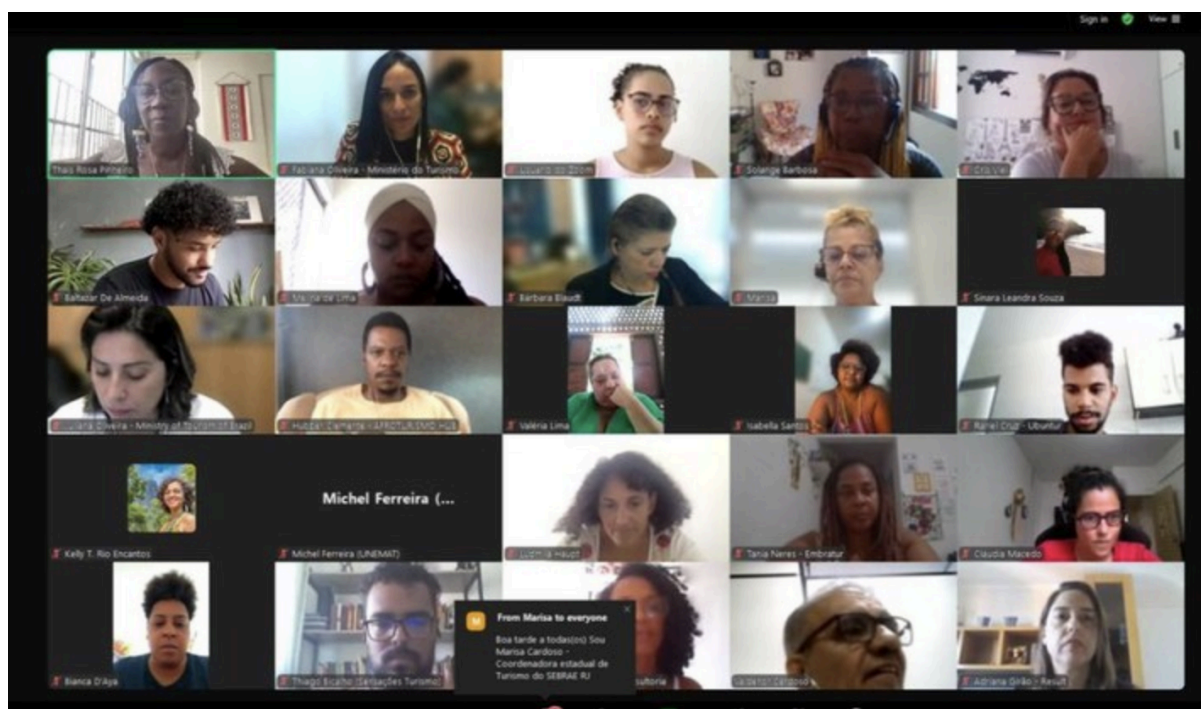


Foto: Oficina de Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo

Nessa primeira atividade da oficina, foi realizada uma roda de conversa com o objetivo de identificar como os atores atuam para aumentar a competitividade no setor e para desenvolver o Afroturismo no país.

Os participantes foram divididos em três grupos distribuídos: poder público, empreendedores e comunidades.

A facilitação de cada grupo foi a seguinte: Tânia Neres facilitou o grupo de poder público, Antonio Pita, o grupo dos empreendedores e Thaís Rosa Pinheiro, o grupo das comunidades.

Foram feitas perguntas norteadoras para cada um dos grupos. Neste relatório são apresentados os temas centrais de cada grupo e um resumo dos temas de maior relevância nas discussões.

GRUPO 1: PODER PÚBLICO

Quais outros passos e estratégias têm sido implementadas para promover o Afroturismo no Brasil?

Desmistificação do Afroturismo	Ainda existe falta de conhecimento e entendimento do que o Afroturismo representa. Foi citada a importância de demonstrar a todo o trade turístico, o apelo do Afroturismo. Necessidade de reconhecimento do Afroturismo e de conscientização dos turistas através de diálogo intercultural crítico entre turistas e comunidades tradicionais.
Descentralização	Foi citado, a entrada do estado do norte do país nos debates nacionais. Foi identificada a necessidade de descentralização dos roteiros promovidos através da promoção de destinos afastados do centro.
Atuação do Poder Público	Necessidade de supervisão do poder público de quem está atuando através do cadastramento no Cadastur, fortalecimento da Instância de governança regional e municipal. Necessidade de representação negra (sociedade civil) nos conselhos Estaduais e Municipais do Turismo, capacitação dos produtos para serem comercializados e promovidos no mercado internacional, qualificação dos municípios para entrada no Mapa do Turismo e criação de confiança com o poder público no setor turístico.

Como os eventos culturais estão sendo utilizados para promover o destino e aumentar a visibilidade?

Inventário da Oferta Turística e Cultural	Os eventos culturais é que promovem destinos, comunidades e culturas diversas, fomentando e incentivando lideranças locais e aproximando os pontos de cultura. A partir de ações das secretarias municipais de cultura e turismo como: organização de calendários de experiências autênticas de Afroturismo e criação do prêmio para o segmento do Afroturismo na EXPOABAV deste ano, a ser realizado de 08 a 10 de outubro no Rio de Janeiro.
--	--

GRUPO 2: EMPREENDEDORES

Quais desafios enfrentados pelas empresas para atrair visitantes internacionais interessados no Afroturismo?

Captação e divulgação	A captação de visitantes foi um grande desafio citado, assim como a falta de promoção interna e falta de divulgação regional, como é o caso do Afroturismo amazônico ou em outros estados do país.
Invisibilidade e resistência	Foram citados falta de sinalização de atividades do Afroturismo nos grandes terminais de chegada/ saída dos aeroportos. Resistência em relação a promoção dos produtos afro citados pela comunidade quilombola Mata Cavalo (MT).
Acesso ao mercado	Poucas agências segmentadas no mercado, e falta de conhecimento dos produtos estruturados pelas operadoras. Dificuldade das comunidades em estruturarem seus produtos turísticos.

O que precisa desenvolver de capacitação para profissionais do setor de Afroturismo para melhorar a qualidade do serviço?

Curso de inglês	Muitos empreendedores citaram a falta conhecimento da língua estrangeira. Necessidade de cursos de inglês afrocêntricos que fortaleceria o Afroturismo como um todo.
Capacitação para guias de Afroturismo	Necessidade de formação de professores de Afroturismo e Inclusão da cadeia de Afroturismo nos cursos técnicos de guia de turismo e curso superior.
Formação em Afroturismo e letramento racial	Foi citada a necessidade da realização de seminários de Afroturismo para o trade turístico e letramento racial, pois não existe Afroturismo, sem letramento racial.
Capacitação de turismo de negócios	Capacitação para turismo de negócios, estruturação de produtos e experiências, gestão financeira, qualidade em serviços, marketing digital, storytelling e precificação, utilizando profissionais negros que atuam nessas áreas.

GRUPO 3: COMUNIDADES

Como as comunidades estão envolvidas no desenvolvimento do Afroturismo?

Promoção de ações para a cultura de terreiro	Visita de escolas e universidades a comunidade Ilê Omolú e Oxum/ RJ, para conhecer a cultura local.
Desenvolvimento de roteiros turísticos de base comunitária	Comunidades Chapadinha e Itapecurumirim/ MA e Boipeba / BA

Quais desafios as comunidades enfrentam para promover o Afroturismo e como estão tentando superá-los?

Falta de identidade	Devido ao racismo estrutural, muitas comunidades têm falta de conhecimento da história afro-brasileira, que por muitos séculos foi apagada e discriminada em seus territórios.
Racismo Religioso	O racismo religioso foi citado como um grande desafio, mas também uma forma de combatê-lo é a partir da educação e das visitas aos terreiros. O Afroturismo é a forma de combate.

4.1 Casos de Sucesso

Na segunda etapa da oficina foi apresentado um Caso de Sucesso de Turismo de Base Comunitária, a comunidade do quilombo do Kaonge/ BA, e utilizada a matriz FOFA como exemplo para analisar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

O objetivo dessa atividade era que cada grupo identificasse um caso de sucesso e através da utilização da matriz FOFA, poderiam analisar como transformar as forças e oportunidades em alavancas de crescimento, enquanto reduzimos as fraquezas e mitigamos as ameaças a serem aplicadas localmente. Abaixo apresento a matriz feita por cada um dos grupos e as estratégias a serem utilizadas::

AFROTURISMO (PODER PÚBLICO)

FORÇA	FRAQUEZA	OPORTUNIDADE	AMEAÇA
Autogestão	Falta de direcionamento de financiamento público	Integração entre as comunidades com intercâmbio	Falta de protagonismo negro
Preservação cultural local	Falta de direcionamento federal	Institucionalização do Afroturismo	Grandes empreendimentos

O grupo poder público utilizou o Afroturismo como caso de sucesso. A partir dessa matriz FOFA, identificamos as estratégias que podem ser desenvolvidas: aproveitar a oportunidade de criação de redes colaborativas entre comunidades para fortalecer a autogestão e fomentar o Afroturismo; buscar parcerias estratégicas e pressionar por maior investimento público e fortalecimento de políticas de resistência cultural.

ROTEIRO ROCINHA - AFROTURISMO NAS FAVELAS (EMPREENDEDORES)

FORÇA	FRAQUEZA	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
Produtos autênticos	Falta de capacitação em marketing e técnicas de gestão	Mercado ainda pouco desenvolvido	Sensação de insegurança
Apoio do poder público nível federal	Segurança pública	Produtos autênticos	Violência
Fortalecimento da identidade local	Confusão sobre Afroturismo com questões raciais	Destino conhecido mundialmente	Tráfico de drogas
Pessoas interessadas no desenvolvimento do setor	Pouco envolvimento das instituições de capacitação	Redução de estigma e estereótipo	Imagem de local inseguro
Visibilidade internacional	Falta de acessibilidade	Circuito de visita em espaços fazedores de cultura	Falta de apoio governamental
Gastronomia local	Falta de padronização nos serviços turísticos	Turistas estrangeiros	Gentrificação

O grupo de empreendedores trouxe o Afroturismo nas favelas como um caso de sucesso. A partir dessa matriz FOFA, identificamos as estratégias que podem ser desenvolvidas: criação de campanhas de marketing destacando a autenticidade e a história local; fortalecimento de

parcerias internacionais para atrair mais turistas estrangeiros, investir em capacitação profissional para melhorar a gestão e atendimento e construção de uma narrativa forte sobre Afroturismo, diferenciando de outras questões sociais.

ROTEIRO QUASE NATIVA - (COMUNIDADES)

FORÇA	FRAQUEZA	OPORTUNIDADE	AMEAÇAS
Confiança e relacionamento	Falta de identidade comunitária	Canal de divulgação do Afroturismo	Afroturismo visto como um nicho
Roteiro inovador e não convencional	Roteiro pouco conhecido	Reconhecimento das comunidades quilombolas	Turismo de massa

O grupo de comunidades trouxe o roteiro da quase nativa como um caso de sucesso. A partir dessa matriz FOFA, identificamos as estratégias que podem ser desenvolvidas: ampliação do canal de divulgação do Afroturismo, promoção do roteiro inovador estabelecendo parcerias com agências de turismo, fortalecimento da identidade comunitária a partir do incentivo da participação ativa da comunidade no planejamento turístico e estabelecimento de regras de visitação garantindo a sustentabilidade do local.

Na última etapa da oficina, o objetivo da atividade era identificar estratégias de parcerias para o desenvolvimento de um plano de ação futuro, a partir das necessidades específicas de cada grupo. Foram feitas as mesmas perguntas para os três grupos. Abaixo o resumo das respostas:

1) *Quais são as necessidades específicas que queremos suprir com as parcerias? (exemplos: precisamos de expertise técnica, acesso a novos mercados, recursos financeiros, ou fortalecer nossa rede de contatos)?*

PODER PÚBLICO	EMPREENDEDORES	COMUNIDADES
Necessidade de produtos formatados (em pacotes para públicos nacionais e internacionais), fazendo a integração com a cadeia do turismo tradicional	Promoção interna, investimento em estruturação e qualificação de produtos, financiamento através de editais	Necessidade de desenvolvimento de novos roteiros

2) *Quais são os parceiros mais adequados para ajudar a alcançar nossos objetivos? (exemplo: se for expertise técnica, qual parceria preciso?)*

PODER PÚBLICO	EMPREENDEDORES	COMUNIDADES
Parceria com grandes empresas como ABAV, para distribuição de maior alcance da população brasileira. Companhias aéreas para ampliação do número de voos. Governo, para construção de pontes e estradas para facilitação de acesso.	Braztoa, ABAV, Sebrae, MTur, Embratur, ABIH, ANTT, Fundo Baobá	Embratur, Ministério do Turismo e Grupo votorantim

3) *Quais são os critérios para selecionar os parceiros estratégicos? (exemplo quais são os valores, objetivos, capacidade, reputação)*

PODER PÚBLICO	EMPREENDEDORES	COMUNIDADES
Parceiros/as que conheçam e respeitem as tradições e as diferenças entre os grupos e comunidades tradicionais, que não busquem alterar as tradições e padronizar as ações. Financiamentos para as diferentes comunidades e grupos tradicionais, respeito ao protagonismo das comunidades tradicionais	Ter ações e recursos voltadas ao empreendedorismo, como qualificação profissional e, promoção dos empreendimentos.	Oferecer acesso a crédito para o desenvolvimento de empreendimentos de comunidades afastadas.

4.2 Análise do mercado do Afroturismo e seu potencial

Nos últimos anos, há uma tendência pela busca de experiências mais autênticas, que envolvam imersão cultural e conexões profundas com as histórias locais.

Nesse contexto, a criação de novas memórias e representações sociais da cultura afro-brasileira, se intensificaram com o Afroturismo em todo o país. Ele preenche esse nicho ao oferecer uma imersão nas histórias e tradições afro-brasileiras, valorizando o patrimônio cultural, religioso e de comunidades tradicionais.

O interesse por narrativas que envolvem a história da diáspora africana tem se intensificado, com o crescente número de turistas interessados em aprender a cultura afro nas Américas, África e Caribe.

Nos Estados Unidos, de acordo com a US Black Leisure Travel, turistas negras/os gastaram mais de U\$145 bilhões de dólares em viagens no ano de 2023.

Segundo dados do Ministério do Turismo de Gana, em 2019 o Ano do Retorno, a receita com o turismo foi de U\$1,87 bilhões de dólares, com aumento de 18% na chegada de estrangeiros no país.

Assim como a crescente valorização da diversidade e o movimento global por justiça social e reconciliação histórica também são fatores que aumentaram a busca por experiências turísticas que envolvam a história da escravidão e a luta pela liberdade.

Um dos marcos importantes foi o programa 'Rota dos Povos Escravizados: Resistência, Liberdade e Patrimônio, lançado pela UNESCO em 1994, com um esforço internacional para promover o estudo e a memória sobre a escravidão, destacando a resistência e a luta pela liberdade.

O aumento da interconexão digital, aproximou as comunidades afrodescendentes de suas lutas históricas e identitárias.

Eventos como o Ano do Patrimônio Cultural Africano 2025, (*African Cultural Heritage Year*), uma iniciativa que visa valorizar o imenso patrimônio histórico e artístico do continente, tem como objetivo promover justiça histórica, desenvolvimento sustentável e o diálogo intercultural.

O Ano do Patrimônio Cultural Africano surge no debate sobre a devolução de obras de arte saqueadas durante o colonialismo. De acordo com as estimativas, mais de 90% do patrimônio cultural africano encontra-se fora do continente, em museus europeus e coleções privadas.

Esse evento promove o incentivo ao turismo cultural e de patrimônio, como forma de compreensão global da história, reforçando a viabilidade do Afroturismo no mundo.

No Brasil, o país com a maior população afrodescendente fora da África, tem grande potencial, devido ao forte legado cultural afro brasileiro. Cidades como Salvador, São Luís, Sergipe, São Paulo, Rio de Janeiro tem se destacado no cenário nacional.

4.3 Principais entraves e desafios para os destinos

Os destinos de Afroturismo no país enfrentam diversos entraves e desafios para o seu desenvolvimento. A seguir serão abordados alguns desses obstáculos enfrentados pelos destinos de Afroturismo:

- **Falta de Acesso:** Muitos destinos estão localizados em áreas mais isoladas, como comunidades quilombolas que podem ser de difícil acesso, pela falta de estradas ou transporte público, o que pode dificultar a chegada de turistas.
- **Infraestrutura digital:** Alguns destinos com falta de acesso a internet, ou ferramentas digitais, pode dificultar a comercialização e promover a exclusão digital.
- **Capacitação em negócios e gestão de turismo:** A falta de conhecimento de negócios como gestão financeira, marketing e gestão turística, pode impedir o crescimento e sustentabilidade de empreendedores.
- **Capacitação de guia de turismo afrorreferenciado:** A falta de profissionais qualificados especializados em história e cultura afro-brasileira, pode comprometer a qualidade da experiência do turista.
- **Falta de visibilidade:** O Afroturismo é um mercado novo e com pouca campanha de marketing não atrairá o público alvo.
- **Falta de banco de imagens:** Muitas empresas e comunidades que possuem roteiros estruturados de Afroturismo, não possuem imagem de qualidade, o que dificulta a sua divulgação e promoção.
- **Racismo estrutural:** As riquezas culturais e patrimônios afrobrasileiros não são reconhecidos e valorizados amplamente, o que reduz o interesse turístico.
- **Falta de inclusão das comunidades nas tomadas de decisão:** Muitas comunidades locais, especialmente mais marginalizadas, não têm voz nas decisões sobre a atividade turística em suas localidades. A gentrificação e presença de empreendedores externos sem vínculo com a cultura local, podem tomar decisões sobre os destinos, o que contribui para a exclusão das comunidades dos benefícios econômicos do turismo.
- **Falta de integração entre atores do setor:** Para o desenvolvimento do Afroturismo é necessária a colaboração de diversos atores, incluindo governo, empreendedores, comunidades locais. Muitas vezes os interesses dos diferentes atores não são alinhados, o que pode gerar conflitos na estratégia de desenvolvimento turístico.

4.4 Entraves para o desenvolvimento do Afroturismo na perspectiva da oferta

Os entraves para o desenvolvimento do Afroturismo na perspectiva da oferta envolvem desafios estruturais, dentre outros que afetam a capacidade de comunidades locais e empreendedores de oferecer experiências turísticas de qualidade. Esses obstáculos impactam diretamente a experiência do turista e a viabilidade dos negócios relacionados ao Afroturismo.

A seguir, são apresentados alguns dos principais entraves para o desenvolvimento do Afroturismo nesse contexto:

- **Falta de infraestrutura:** Muitos destinos como quilombos e comunidades de terreiros, enfrentam dificuldades de estrutura básica, como transporte acessível, serviços turísticos adequados e falta de investimento nesses locais, reforçando a invisibilidade das comunidades negras.
- **Falta de valorização da cultura afro-brasileira:** Muitos destinos afro-brasileiros, relacionados à cultura afro ou quilombola, são vistos como secundários ou menos relevantes no imaginário social. Isso dificulta a promoção e a valorização desses locais, impactando a oferta de experiências turísticas..
- **Pouca representatividade no setor turístico:** A exclusão da população negra nos espaços de poder, nas tomadas de decisão e no mercado de turismo, afeta diretamente a oferta de produtos turísticos voltados para essa parcela da população.
- **Desvalorização dos patrimônios afro-brasileiros:** A falta de investimento, preservação e valorização dos patrimônios afro-brasileiros é um outro problema. Além da falta de sinalização, que os torna invisíveis perante aos turistas.
- **Turismo de massa:** O turismo de massa prioriza atrações turísticas tradicionais e desvaloriza a história negra. O racismo estrutural impacta nas escolhas dos turistas e na maneira como a oferta é estruturada.
- **Preconceito e estigma:** A desvalorização da cultura negra, vista como menos interessante para o turista, pode resultar em um mercado consumidor restrito.
- **Falta de organizações representativas:** A ausência de associações que representem os interesses do Afroturismo pode dificultar a construção de uma identidade forte para o setor.
- **Baixo apoio institucional e governamental:** A ausência de políticas públicas e de planejamento estratégico por parte dos governos municipal, estadual e federal, impede que o Afroturismo se consolide como uma opção competitiva no mercado turístico.
- **Sem apoio financeiro:** A maioria dos empreendedores do Afroturismo não tem acesso a financiamento para investir no desenvolvimento ou na criação de novos produtos turísticos.

- **Roteiros limitados:** A oferta de produtos turísticos no Afroturismo ainda é limitada, centrada em visitas a museus e monumentos históricos. Embora sejam importantes, a falta de diversificação de experiências e outras formas de imersão é algo a ser desenvolvido.

Durante as atividades da oficina, os participantes citaram entraves que estão relacionados ao racismo estrutural na sociedade brasileira que impedem o desenvolvimento do Afroturismo no país. Isso inclui a dificuldade que tanto empreendedores, comunidades e poder público tem em ofertar produtos e serviços do Afroturismo.

O racismo religioso e a falta de respeito às religiões de matriz africana também foi um outro exemplo citado por comunidades de terreiro.

A falta de conhecimento do Afroturismo e a desvalorização da cultura afro-brasileira se torna em muitos lugares uma barreira para que o ecossistema tenha apoio institucional ou que consiga expandir sua oferta de experiências e serviços.

No país ainda há escassez de políticas públicas efetivas voltadas para a inclusão da cultura negra como parte do patrimônio nacional. O Brasil possui um enorme potencial para o desenvolvimento do Afroturismo, porém é necessário o comprometimento e continuidade por parte das políticas públicas para a sua promoção e divulgação.

5. Considerações Finais

Durante a oficina foi possível a identificação de pontos fortes e oportunidades, assim como fragilidades e ameaças. O quadro a seguir destaca os principais deles:

PONTOS FORTES E OPORTUNIDADES	FRAGILIDADES E AMEAÇAS
<p>Articulação e parcerias</p> <p>Reforçou-se a necessidade de fomentar parcerias e colaboração entre diferentes atores, incluindo órgãos governamentais, instituições culturais, empresas de turismo e as próprias comunidades para garantir a sustentabilidade e promoção do Afroturismo.</p>	<p>Baixa representação de comunidades tradicionais e povos de terreiro</p> <p>A importância de ampliar a participação das comunidades tradicionais nos espaços de construção de políticas públicas voltadas para o Afroturismo.</p>
<p>Capacitação para negócios</p> <p>Foi identificada a necessidade de capacitação para afroempreendedores de gestão financeira, estruturação de experiências, precificação, marketing e inglês. Essas capacitações podem ser fornecidas por outros afroempreendedores, com objetivo de fortalecer o próprio ecossistema.</p>	<p>Baixa adesão no Cadastur</p> <p>Muitas iniciativas de Afroturismo não possuem Cadastur. É necessário o cadastramento para que afroempreendedores tenham acesso a programas ligados à área e a financiamento por meio de bancos oficiais.</p>

Financiamento Reforçou-se a necessidade de financiamento para estruturação de empresas e comunidades tradicionais	Falta de participação das secretarias municipais e estaduais Foi destacado a pouca participação das secretarias municipais e estaduais de turismo e falta de acesso à informação.
Letramento racial Capacitação constante de gestores públicos em educação antirracista e letramento racial.	Falta de conhecimento sobre o Afroturismo A necessidade de ampliar o conhecimento sobre o tema, através de criação de seminários, oficinas e congressos.

Os resultados expostos evidenciam a abrangência de ações necessárias para impulsionar o Afroturismo no Brasil.

O mapeamento serve de base para a criação de políticas públicas e estratégias para apoiar o Afroturismo, além de facilitar parcerias entre governos, empresas e organizações sociais que possam contribuir para o crescimento e fortalecimento do setor.

ANEXO I - Questionário

SEÇÃO I - QUEM SÃO OS EMPREENDEDORES DO AFROTURISMO NO BRASIL?

Identificação do respondente

Preencha com os seus dados de identificação.

Nome:

Telefone:

Email:

Qual o seu gênero?

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Outro

Qual a sua idade?

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 20 a 27 | <input type="checkbox"/> 43 a 50 |
| <input type="checkbox"/> 28 a 35 | <input type="checkbox"/> 51 a 58 |
| <input type="checkbox"/> 36 a 42 | <input type="checkbox"/> 59 a 66 |

Qual a sua cor?

- ☐ Preta
- ☐ Parda
- ☐ Amarela
- ☐ Indígena
- ☐ Branca

Qual o seu nível de escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental
- ☐ Ensino Médio
- ☐ Ensino Técnico

- ☐ Curso Superior
- ☐ Pós Graduação

Qual a sua UF?

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> AC | <input type="checkbox"/> MA | <input type="checkbox"/> TO |
| <input type="checkbox"/> AL | <input type="checkbox"/> MT | <input type="checkbox"/> PE |
| <input type="checkbox"/> AP | <input type="checkbox"/> MS | <input type="checkbox"/> PI |
| <input type="checkbox"/> AM | <input type="checkbox"/> MG | <input type="checkbox"/> RJ |
| <input type="checkbox"/> BA | <input type="checkbox"/> PA | <input type="checkbox"/> RN |
| <input type="checkbox"/> CE | <input type="checkbox"/> PB | <input type="checkbox"/> RS |
| <input type="checkbox"/> DF | <input type="checkbox"/> PR | <input type="checkbox"/> RO |
| <input type="checkbox"/> ES | <input type="checkbox"/> SP | <input type="checkbox"/> RR |
| <input type="checkbox"/> GO | <input type="checkbox"/> SE | <input type="checkbox"/> SC |

SEÇÃO II - MAPEAMENTO DO ECOSSISTEMA DO AFROTURISMO

Seu empreendimento está no Cadastur?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se sim, qual o seu cadastro?

Qual é o nome da sua empresa?

Qual cidade está localizada?

Há quanto tempo você está empreendendo com o Afroturismo?

- ☐ Menos de 1 ano
- ☐ De 1 a 3 anos
- ☐ De 3 a 5 anos
- ☐ De 5 a 7 anos
- ☐ Mais de 7 anos

Em que área seu empreendimento atua no Afroturismo?

- ☐ Agência de viagem
 - ☐ Operadora de Turismo
 - ☐ Guia de Turismo
 - ☐ Restaurante
 - ☐ Jornalista/ Criador de conteúdo
 - ☐ Transporte
 - ☐ Hospedagem
 - ☐ Casa de Evento
 - ☐ Povos de Terreiros ou Comunidades Tradicionais
 - ☐ Outros
-

Qual o foco principal da sua empresa?

- ☐ Turismo cultural (Visitas a centros culturais e museus)
 - ☐ Turismo histórico (roteiros sobre a história negra, escravidão)
 - ☐ Turismo gastronômico (culinária afro-brasileira)
 - ☐ Turismo de eventos (Festas tradicionais, festivais)
 - ☐ Turismo de base comunitária (comunidades quilombolas, povos de terreiros)
 - ☐ Outro. Quais?
-

Seu empreendimento atua em qual região?

- ☐ Urbana
- ☐ Rural
- ☐ As duas

Seu empreendimento faz parte de alguma rede de Afroturismo?

- ☐ Sim
 - ☐ Não
 - ☐ Se sim, qual?
-

Quais produtos/ experiências são comercializados por agências de Afroturismo? Descreva.

Sua empresa oferece produtos ou serviços voltados para o mercado internacional?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Se sim, quais idiomas estão disponíveis para atender turistas estrangeiros?

Canais de Comunicação

Quais as redes sociais são utilizados pela sua empresa? Marque o que for necessário.

- ☐ Instagram
 - ☐ Facebook
 - ☐ TikTok
 - ☐ You Tube
 - ☐ Outra
-

Escreva as suas redes sociais

Quais canais de comunicação são utilizados para promoção de produtos/ experiências a seus clientes? Marque o que for necessário:

- ☐ Blogs de turismo
 - ☐ Site da empresa
 - ☐ Sites de turismo
 - ☐ Assessoria de imprensa
 - ☐ Newsletter
 - ☐ Email
 - ☐ Podcast
 - ☐ Programas de rádio
 - ☐ Outros
-

Comercialização

Qual o valor de seus produtos/ serviços/ experiências?

- ☐ Até R\$50
 - ☐ R\$ 51 a R\$200
 - ☐ Acima de R\$200
 - ☐ Outro
-

Como os turistas podem contratar seus serviços?

- ☐ Compra direta no local
 - ☐ Reserva online próprio site
 - ☐ Reserva por meio de outras plataformas de turismo
 - ☐ Parcerias com agências de viagens ou operadoras de turismo
 - ☐ Outro
-

Quais os canais de comercialização utilizados?

- ☐ Agências de viagem especializadas
 - ☐ Operadoras de turismo
 - ☐ Airbnb
 - ☐ Diaspora. Black
 - ☐ Booking. Com
 - ☐ Get your Guide
 - ☐ Outra
-

Promoção das Rotas/ Eventos

Sua empresa já expôs em alguma feira de turismo?

- ☐ Sim
 - ☐ Não
 - ☐ Se sim, qual?
-

Marketing

Sua empresa faz campanhas de marketing digital?

- ☐ Sim
 - ☐ Não
 - ☐ Se sim, qual?
-

Sua empresa tem parceria com alguma Instituição?

- ☐ Pública
 - ☐ Privada
 - ☐ ONGS
 - ☐ Se sim, quais?
-

Descreva suas Experiências/ Produtos / Eventos ofertados por sua empresa

Qual a frequência das Experiências/ Produtos/ Eventos?

- ☐ Diária
 - ☐ Semanal
 - ☐ Mensal
 - ☐ Anual
 - ☐ Outro
-

Se for um evento, qual é a sua duração?

- ☐ 1 dia
 - ☐ 2 a 3 dias
 - ☐ Mais de 3 dias
 - ☐ Outro
-

Público Alvo

Qual o seu público?

- ☐ Turistas nacionais
 - ☐ Turistas estrangeiros
 - ☐ Estudantes escolar
 - ☐ Estudante universitário
 - ☐ Terceira idade
 - ☐ Outros
-

Quais idiomas sua empresa atende?

- ☐ Inglês
 - ☐ Espanhol
 - ☐ Francês
 - ☐ Alemão
 - ☐ Outros
-

Motivação do Empreendimento

O que motivou você a empreender com o Afroturismo?

- ☐ Geração de Renda
 - ☐ Ser um afroempreendedor(a)
 - ☐ Valorização da Identidade e cultura afro-brasileira
 - ☐ Educação Antirracista
 - ☐ Outro
-

Quais foram os principais desafios enfrentados ao iniciar o negócio?

- ☐ Acesso a crédito
- ☐ Falta de apoio institucional
- ☐ Racismo estrutural
- ☐ Falta de qualificação ou experiência
- ☐ Acesso a mercados
- ☐ Falta de profissionais qualificados
- ☐ Pouco contato com o mercado

Você já participou de algum curso ou programa de capacitação para empreendedores?

- ☐ Sim
 - ☐ Não
 - ☐ Se sim, quais
-

Quais áreas você gostaria de melhorar ou aprender mais para impulsionar o seu negócio?

- ☐ Gestão financeira
 - ☐ Marketing digital
 - ☐ Liderança e gestão de equipes
 - ☐ Estratégias de vendas
 - ☐ Outro
-

Você recebeu apoio de alguma organização ou instituição focada em afroempreendedores?

- ☐ Sim
 - ☐ Não
 - ☐ Se sim, qua(is) instituições forneceram esse apoio?
-

Sua empresa tem acesso a fontes de financiamento ou crédito?

- ☐ Sim, fácil acesso
- ☐ Sim, mas com dificuldades
- ☐ Não, nenhuma opção

Quais são suas principais fontes de receitas atualmente?

- ☐ Roteiros de turismo
 - ☐ Parcerias Comerciais
 - ☐ Eventos ou Feiras
 - ☐ Produtos relacionados ao turismo (souvenir, alimentos)
 - ☐ Outro
-

Qual a média de faturamento mensal da sua empresa?

- ☐ Menos de R\$10.000
- ☐ De R\$10.001 a R\$50.000
- ☐ De R\$50.001 a R\$100.000
- ☐ Mais de R\$100.000

Sua empresa aplica o letramento racial nas atividades oferecidas?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Existem serviços voltados as pessoas com deficiência ou terceira idade?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Desafios e Oportunidades

Quais são os principais desafios que sua empresa enfrenta no setor de Afroturismo?

- ☐ Falta de recursos financeiros
 - ☐ Concorrência desleal
 - ☐ Preconceito racial no mercado
 - ☐ Dificuldade em encontrar mão de obra qualificada
 - ☐ Divulgação e marketing do serviço/ produto
 - ☐ Dificuldade em atrair turistas para destinos não convencionais
 - ☐ Falta de infraestrutura nas regiões de interesse (quilombos, patrimônios históricos)
 - ☐ Outro
-

Como você acredita que a questão racial influencia o seu empreendimento?

- ☐ Positivamente (Valorização da cultura negra)
- ☐ Negativamente (Preconceito racial)
- ☐ Não percebo

Quais são as maiores oportunidades que você enxerga para o seu negócio?

- ☐ Crescimento do mercado do Afroturismo
 - ☐ Aumento da conscientização sobre a importância do apoio a negócios de afroempreendedores
 - ☐ Parcerias com outras empresas
 - ☐ Outros
-

Você se sente representada(o) ou reconhecida(o) no mercado?

- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Às vezes

Que tipo de apoio ou recurso você acredita que é necessário para fomentar o Afroturismo?

- ☐ Capacitação de empreendedores e profissionais do setor
 - ☐ Investimento em infraestrutura turística
 - ☐ Investimento em promoção do Afroturismo internacionalmente
 - ☐ Maior integração entre destinos e roteiros afros
 - ☐ Apoio governamental em campanhas de divulgação regional
 - ☐ Outro
-

Quais oportunidades você enxerga para melhorar ou expandir os seus serviços?

- ☐ Investir em novas tecnologias
 - ☐ Parcerias com mais agências e operadores de turismo
 - ☐ Oferecer mais produtos e experiências turísticas
 - ☐ Marketing
 - ☐ Capacitação de guias de turismo
 - ☐ Outro
-

ANEXO II - Programação

“Oficina de Mapeamento do Ecossistema do Afroturismo no Brasil”

PROGRAMAÇÃO

HORÁRIO	ATIVIDADE	RESPONSÁVEL
14h30	Abertura e apresentação dos objetivos da Oficina	Thaís Rosa Pinheiro Consultora MTur de Afroturismo
14h35	Fala Ministério do Turismo	Ana Carla Lopes Secretária Executiva do Ministério do Turismo
14h40	Fala EMBRATUR	Tania Neres Coordenadora de Afroturismo, Diversidade e Povos Indígenas da Embratur
14h45	Fala Ministério da Igualdade Racial	Melina de Lima Coordenadora do Ministério da Igualdade Racial
14h50	Apresentação dos principais resultados do Diagnóstico de políticas públicas em Afroturismo no Brasil	Thaís Rosa Pinheiro Consultora MTur de Afroturismo
15h10	Apresentação do Panorama do Mercado do Afroturismo no Brasil	Antonio Pitta Diaspora.Black
15h25	Rodas de conversa sobre como aumentar a competitividade e desenvolver o Afroturismo no país	Os participantes serão divididos em grupos e identificarão como poderão criar estratégias para seu desenvolvimento
15h25	Grupo 1: Representantes de governos	Facilitadora: Tania Neres
15h25	Grupo 2: Empresários	Facilitador: Antonio Pita
15h25	Grupo 3: Líderes e representantes de comunidades afro-brasileiras	Facilitadora: Thaís Rosa
16h	Apresentação de Casos de sucesso- Escolha de algum caso que esteja no grupo para ser utilizado como exemplo de caso	Os participantes serão divididos em grupos e identificarão quais erros e acertos, podem ser aplicados localmente, utilizando a

		matriz fofa: Desafios e Oportunidades
16h	Grupo 1: Representantes de governos	Facilitadora: Tania Neres
16h	Grupo 2: Empresários	Facilitador: Antonio Pita
16h	Grupo 3: Líderes e representantes de comunidades afro-brasileiras	Facilitadora: Thaís Rosa
16h30	Grupo 1: Representantes de governos	Facilitadora: Tania Neres
16h30	Grupo 2: Empresários	Facilitador: Antonio Pita
16h30	Grupo 3: Líderes e representantes de comunidades afro-brasileiras	Facilitadora: Thaís Rosa
17h	Considerações Finais dos/as participantes	Todas/os participantes- Facilitação Thaís Rosa
17h30	Encerramento e informe sobre os próximos passos	Fabiana Oliveira Coordenadora- Geral de Produtos e Experiências Turísticas do Ministério do Turismo

ANEXO III - Lista dos participantes da Oficina

Melina de Lima - Ministério da Igualdade Racial
Joice dos Santos - Autônoma
Solange Cristina Virginio Barbosa - Rota da Liberdade
Emerson dos Santos Lopes - Emerson e Turismo Agência
Amadeusa Correia Batista - UFOP
Michel Alves Ferreira- UNEMAT - Campus de Nova Xavantina
Hubber Clemente - Afroturismo HUB
Saulo Ribeiro dos Santos - Secretaria Municipal de Turismo de São Luís
Bruna Cordeiro da Silva - Etnias Turismo e Cultura
Renata Nunes Vaz - Sou mais carioca Turismo Ltda
Adriana Melo Santos - Instituto Federal da Bahia
Bianca D'Aya Dias Peixoto - Me Leva Cerrado
Caroline Couret - Creative Tourism Network
Isaco Santos Costa - Autônomo
Yago Feitosa - Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro
Sueli Conceição - Instituto Gedar
Fabiola Gonçalves de Lima - Sebrae/MT
Déborah Fabrício - Carpe Diem SP
Sinara Leandra S. A. de Souza - Ministério do Turismo
Manoela Ramos - Quase Nativa
Luana de Oliveira Ferreira - Rio Memória Ação
Isabella Fernanda dos Santos - Sampa Negra
Regina Célia Santos - Mulheres a Feira Ltda
Dominga Natalia Moreira - Associação Comunitária do Engenho III(AKCE)
Baltazar de Almeida - TTour
Anita Machado Gomes - Instituto da Cor ao Caso
Adriana Girão
Ubiraci Gonçalves dos Santos - Cadastur
Mãe Juci DÓyá - Terreiro Casa de Mãe Herondina
Ludmila Santos Haupt - Mami Wata
Karkaiu Oataxó
Nathalia Machado Moutinho - PPGTURPATRI-UFOP
Franceli Soares - Afroturismo Coletivo Amapá
Thayná Cambará Beraldo - Bela Oyá Pantanal
Ana Cláudia Beserra Machado - Ministério do Turismo
Fabiana de Melo Oliveira - Ministério do Turismo
Thiago Eduardo Freitas - Sensações Turismo
Thiago Bicalho
Eujacio Batista Lopes - Ministério dos Povos Indígenas
Elisiane da Silva do Nascimento - Afroturismo Amapá
Rariel dos Santos Cruz - Universidade do Vale do Itajaí
Solano de Souza Braga - UFOP
Carlos Fabiano Costa - SETUR-MA
Déborah Fabricio - Afro Sampa Experiences
Ana Clévia Guerreiro - Sebrae
Kelly de Oliveira Tavares - Rio Encantos

Juliana Oliveira - Ministério do Turismo
Gustavo de Andrade - Conselho Municipal de Turismo
Waldenor Moreira Cardoso - Secretaria de Turismo do Estado da Bahia
Adriano Paulino
Barbara Blaudt - Ministério do Turismo
Valeria - Quilombo
Carolina Mara Teixeira - UFRRJ
Rodrigo Canez
Carina Santos - Afrotrip
Antonio Pita - Diaspora.Black
Gabriela Palma - Sou mais carioca
Rejane Pasquali
Emiliana Gomes Borges - Etnias Turismo e Cultura
Mara Messerschmitt - Travessia Ecoturismo
Ana Márcia Marques dos Santos - Secretaria adjunta inovação, cultura e turismo
ILNAH Oliveira - Setur
Laudiara Dias Corrêa - Viva+ POA
Fernanda Silva - UFRJ IPPUR
Edson Vander Campos - Autônomo
Noemi Andrade
Jaci Lara Oliveira
Mãe Nilce
Lene Pinho
Laísa Alcantara
Valdirene Gomes dos Santos Jesus - Curso de Turismo Patrimonial e Socioambiental da UFT
Samara Souza
Leda Galvão Matias - Instituto Art'Afro e Direitos Humanos
Meyre Ribeiro - Target Euro Slr
Meriene Santos de Moraes - Prefeitura Municipal de Porto Alegre
Joelita David Bittencourt - Quilombo
Sheyla Gonçalves da Costa Moura - UFNT
Thaís Rosa Pinheiro
Tania Neres - Embratur

REFERÊNCIAS

African Cultural Heritage Year (2025): A Bridge Between Past, Present and Future. Disponível em:

<https://aedic.eu/en/human-rights/2025-the-year-of-african-cultural-heritage-restitution-and-global-collaboration/>> Acesso em 14 de março de 2025.

AGÊNCIA BRASILEIRA DE PROMOÇÃO INTERNACIONAL DO TURISMO (EMBRATUR).

Afroturismo: Audiência Pública. Disponível em:

<<https://embratur.com.br/2023/06/15/embratur-defende-promocao-da-cultura-negra-para-ala-vancar-o-turismo/>>. Acesso em 08 de março de 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. Diagnóstico das Políticas Públicas de Afroturismo no Brasil.

Disponível em:<

https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/Afroturismo/DiagnosticoDoAfroturismoNoBrasil_FINAL.pdf>.

Acesso em 24 de fevereiro de 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2024-2027. Disponível em:

<<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/PNT/plano-nacional-do-turismo>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. Mapa do Turismo Brasileiro. Disponível em:

<<https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>>. Acesso em 20 de fevereiro de 2025.

Encontro de Trabalho PROMOÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO Afroturismo NO BRASIL. Disponível em:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoese-programas/Afroturismo/Encontro_Afroturismo_fev.24.pdf> Acesso em 10 de março de 2025.

Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. Disponível em:<

<https://www.ipea.gov.br/ods/ods5.html>>. Acesso em 8 de março de 2025.

ONU Turismo. Disponível em:<

https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-10/Conclusions%20%28ENG%29_1era%20Conferencia%20Mujeres%20Turismo%20LATAM_Caribe_21.10.24%20-%20_0.pdf?VersionId=yFB27jZ5vp0DmJhivDGvO_FKOsPbCEQ7> Acesso em 24 de março de 2025.

APOIO



MINISTÉRIO DO
TRABALHO
E EMPREGO

MINISTÉRIO DOS
DIREITOS HUMANOS
E DA CIDADANIA

MINISTÉRIO DA
CULTURA

MINISTÉRIO DO
DESENVOLVIMENTO,
INDÚSTRIA, COMÉRCIO
E SERVIÇOS

MINISTÉRIO DO
TURISMO

MINISTÉRIO DA
IGUALDADE
RACIAL

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO