**Segmento de TURISMO afrocentrado**

10.1. CARACTERIZAÇÃO DO SEGMENTO

Desde os primeiros registros da humanidade existem referências sobre os deslocamentos do homem de um lugar a outro . Especulam-se as razões que levaram nossos antepassados a empreender aventuras arriscadas. Por necessidade, por vontade de conhecer novas terras, por prazer, o homem sempre foi impulsionado a viajar e a empreender esforços para melhorar e aperfeiçoar os deslocamentos. Viajar é uma expressão de cultura presente em todas as sociedades e é isso que hoje faz girar um dos mais importantes setores da economia contemporânea: o turismo.

Toda viagem turística é uma experiência cultural. “(...) ao sair de seu ambiente, o turista entra em contato com novos sabores da culinária local, com as músicas mais pedidas nas estações de rádio do local, com a forma dos habitantes locais de lidarem com visitantes (BRASIL, 2006)”[[1]](#footnote-1). Mas nem todo turista é um turista cultural. O que define o Turismo Cultural é a motivação da viagem em torno de temas que permeiam a cultura local.

 Diante da abrangência dos termos “turismo” e “cultura”, das inúmeras possibilidades de interação entre as duas áreas em benefício do desenvolvimento de ambas, o Ministério do Turismo, em parceria com o Ministério da Cultura e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e, com base na representatividade da Câmara Temática de Segmentação do Conselho Nacional do Turismo, realizou a releitura das atividades e suas características para, desta forma, definir e conceituar o turismo cultural, pressuposto para orientar a formulação de políticas públicas para o segmento.

“Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (BRASIL, 2006, p? )” [[2]](#footnote-2)

A OMT por sua vez, conceitua o turismo cultural como:

“Um tipo de atividade turística em que a motivação essencial do visitante é aprender, descobrir, vivenciar e consumir o tangível e o intangível dos atrativos/produtos culturais em um destino turístico. Essas atrações/produtos se relacionam a um conjunto de características materiais, intelectuais, espirituais e emocionais distintas de uma sociedade que engloba artes e arquitetura, patrimônio histórico e cultural, herança culinária, literatura, música, indústrias criativas e as culturas vivas com seus estilos de vida, sistemas de valores, crenças e tradições (OMT, 2017, p. ?)”[[3]](#footnote-3).

 Atrelado ao turismo cultural, desenvolve-se o turismo étnico que constitui-se das atividades turísticas decorrentes da vivência de experiências autênticas em contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos. Busca-se estabelecer um contato próximo com a comunidade anfitriã, participar de suas atividades tradicionais, observar e aprender sobre suas expressões culturais, estilos de vida e costumes singulares. Muitas vezes, tais atividades podem articular-se como uma busca pelas próprias origens do turista, em um retorno às tradições de seus antepassados. O Turismo Étnico envolve as comunidades representativas dos processos imigratórios europeus e asiáticos, as comunidades indígenas, as comunidades quilombolas e outros grupos sociais que preservam seus legados étnicos como valores norteadores em seu modo de vida, saberes e fazeres.

Considerando a abrangência de etnias se desponta a subdivisão do turismo etnico-afro, também chamada de turismo afrocentrado, afroturismo, turismo afro referenciado, ou ainda *black travel movement*. Em todas essas denominações e o que está em pauta é o foco na população preta e sua identidade. Histórias que foram esquecidas ou apagadas durante muitos séculos e passam a ser protagonistas através do turismo. Esse movimento no turismo não é recente, vem sendo discutido em alguns espaços, em sua maioria como forma de resistência, e sendo desenvolvido por vários profissionais no Brasil e no Mundo.

O afroturismo ou turismo étnico teve um ano promissor no Brasil, em 2019????. Houve a criação de novas empresas e a consolidação das que tinham chegado ao mercado nos anos anteriores e o I e II Fórum de Afroturismo, capitaneados pelos atores do setor, pelo I Fórum do Negro Viajante promovido pela *South African Tourism*, que também realizou viagens com *influencers*, jornalistas e empresários negros do setor do turismo para a África do Sul. Além do país africano, destinos como Colômbia, Bahia, Palmares, São Paulo, Ouro Preto, Estados Unidos, Gana e Rio de Janeiro foram os mais visados por essa nova vertente do turismo, que ganha espaço no Brasil, assim como já ocorre nos Estados Unidos, onde o *black travel movement* é realidade entre os afroamericanos.

Por isso, desenvolveu-se uma pesquisa deat, com o

Também foi feito um levantamento do tema na internet e em redes sociais ........................

Precisa fazer um parágrafo explicando o que virá na sequência. Agências especializadas? Blogs? Coletivos? Projetos? Quantos ? Como foram encontrados? Nacionais e estrangeiros???

**Bitonga Travel**

Idealizada ?? o quê? por Rebecca Alethéia, a rede foi lançada em janeiro de 2019 e abre caminhos para a visibilidade de mulheres negras em trânsito e movimento pelo mundo. O projeto nasceu para compartilhar histórias de mulheres negras que viajam com o intuito de potencializar novas viagens. Ao longo do ano, a rede organizou rodas de conversa, viagens e muitos relatos de viajantes negras pelo mundo afora.

**Black Bird e as caminhadas São Paulo Negra**

Fundada ?? O quê? pela relações públicas Luciana Paulino e pelo jornalista Guilherme Soares Dias tem como proposta compartilhar relatos de viajantes negros, histórias de lugares e cultura negra, além de inspirar novas narrativas e viagens, com dicas e promoção de alguns roteiros especiais de turismo afro-referenciado.

É idealizadora e realizadora da Caminhada São Paulo Negra e de outros walking tours baseados na cultura e história negra, como a Caminhada Bixiga Negra e Caminhada Barra Funda Negra, todas em São Paulo. Na Bahia, desenvolve a Suburbana Tour e a Caminhada Salvador Negra, que ocorre no Pelourinho.

**Black Traveller e Destino Afro porque estão juntas? As duas são agências?**

Enquanto a Black Traveller traz desde 2016 turistas negros de outros países para conhecer o Brasil. A Destino Afro, que surgiu esse ano, leva os afro-brasileiros para conhecerem lugares de cultura e história negra. Carina Santos, idealizadora de ambas, decidiu criar grupos de viagens para África e Diáspora Negra. A Black Traveller também realizou viagens e eventos virtuais, como a “Carnaval Experience”, “Rio African Heritage” e “Caipirinha Class”.

**Brafrika**

De acordo com a fundadora da Brafrika, Beatriz Souza, o primeiro ano da agência de viagens afrocentrada foi de aprendizado e posicionamento. “Percebemos como os espaços que nos recebem se comportam, como a gente se deslocando se comporta, o que espera quando se desloca, o que a gente não espera, mas acontece com esse recorte de raça”, afirma. A agência organiza viagens para Ouro Preto, São Paulo, Salvador, Rio de Janeiro, entre outros destinos, incluindo internacionais como para Marrocos, Cabo Verde, Nigéria, etc.

**Descubra África do Sul**

O país de Nelson Mandela é o queridinho dos viajantes brasileiros no continente africano. Reúne possibilidade de intercâmbio, mochilão, lua de mel, safari, troca cultural, praia e história. A agência que representa o Ministério do Turismo no Brasil levou *influencers*, jornalistas e proprietários de agências de viagem negros para conhecer o país. Pelo menos três viagens foram realizadas ao longo do ano de 2019 com esse foco. Participaram Camila Pitanga, Nataly Neri, Djamila Ribeiro, Monique Evelle, Eliane Dias, entre outros.

**Diaspora.Black**

Após ser acelerada pelo Facebook em 2018, a startup com foco no turismo afrocentrado participou da sua primeira campanha de financiamento e conseguiu arrecadar R$ 600 mil em uma ação promovida pela Vox Capital, empresa que investe em projetos de impacto social. Ao todo, foram 86 investidores que entraram com, no mínimo, R$ 1 mil cada um. O dinheiro será investido em consultoria, melhoria de tecnologia e marketing. A plataforma ampliou o número de cidades em que está presente, o número de usuários e de experiências. “O trade começa a olhar para o mercado que a gente está se posicionado”, considera Antônio Pita, sócio-fundador da Diaspora.Black.

**Encontro do Negro Viajante**

A primeira edição do fórum “O Viajante Negro do Brasil: Reconexões Através do Turismo” aconteceu nos dias 23 e 25 de julho, em São Paulo e Salvador, respectivamente. A rodada de conversas e debates levantou reflexões sobre as possibilidades de reconexão dos afro-brasileiros com o continente africano por meio do turismo, ampliando perspectivas e despertando novos vínculos e descobertas.

**Fórum de Afroturismo**

O Fórum foi uma iniciativa de empresas de turismo com objetivo de aprofundar os temas de relevância apresentados pela rede. Ocorreram duas edições durante o ano, uma em fevereiro e outra em dezembro. Estiveram presentes representantes da sociedade civil que mostraram, discutiram e analisaram as novas tendências do turismo. Entre os convidados estiveram: viajantes, agentes de viagem, operadores de turismo, trade turístico, órgãos públicos, empresas, estudantes, imprensa, blogs de viagem e influenciadores.

**Gana e o ano do retorno**

O ano de 2019 marcou os 400 anos dos primeiros africanos escravizados retirados de Gana. O país decretou 2019 como “o ano do retorno”. Ao longo do ano, houve vários programas, atividades e cerimônias especiais realizadas para comemorar o evento. Mais de 200 mil viajantes chegaram a Gana no ano passado. O fluxo de turistas injetou US$ 1,9 bilhão na economia, de acordo com a Ministra do Turismo, Artes e Cultura, Barbara Oteng-Gyasi. Além do aumento monetário, o país concedeu a cidadania a mais de 200 pessoas da diáspora africana e terras foram oferecidas a outros como uma maneira de incentivá-los a tornar o país seu novo lar.

**Go Diaspora acelerada pelo Facebook**

A Estação Hack é um centro de inovação do Facebook em parceria com a aceleradora de negócios Artemisia. Localizado no WeWork da Avenida Paulista, em São Paulo, o projeto promove cursos, oferece mentoria e alia tecnologia ao impacto social. O programa de aceleração semestral de startups, principal produto da Estação Hack, anunciou entre suas escolhidas em 2019 a Go Diaspora, primeira agência de intercâmbio do Brasil a trabalhar principalmente com países onde a cultura negra se faz fortemente presente. Além de desmistificar a realidade desses países, oferece essa experiência a um custo acessível para todos os gostos e bolsos.

**Palmares – visita a quilombos**

A expedição histórica para Maceió e Serra da Barriga reuniu Black Bird Viagem, Brafrika e Disapora.Black Uma viagem inédita que ocorreu em novembro com objetivo de celebrar a memória de um povo e marcar a sua história. A expedição visitou pontos turísticos importantes de Maceió, além de curtir as praias paradisíacas, com uma curadoria de lugares de cultura negra, além do ponto ápice que foi o Parque Nacional Quilombo dos Palmares.

**Roteiros afros aumentam**

Além das experiências já citadas, foram surgindo novas ao longo do ano de 2019. Seja contando as histórias negras de SP, a Linha Preta em Curitiba, e Andança Negra em Maceió, e os guias que passaram a explorar mais a “Pequena África”, região no centro do Rio.

**Sou mais Carioca finalista do prêmio Brasil Criativo**

Foi o primeiro ano desta agência especializada como uma empresa com sociedade limitada, a empresa passou pela incubação da RJ Criativo e fez parcerias com Brownie do Luiz, o Grupo Cataratas e a Rádio CBN, além de produtores de conteúdo. Essa agência foi tema do TEDx Petrópolis. A empresa foi ainda uma das três finalistas na categoria Patrimônio e Artes do Prêmio Brasil Criativo. Uma das sócias, Renata Vaz, foi uma das 60 mulheres selecionadas para participar do Programa de Aceleração do Desenvolvimento de Lideranças Femininas Negras: Marielle Franco. A Renata foi aprovada com a proposta “A valorização do turismo interno e das guias de turismo”.

**10. 2 RELEVÂNCIA PARA A REGIÃO**

Diante dos dados expostos sobre a ascensão do turismo afrocentrado não só no Brasil, mas no mundo inteiro, surgindo cada vez mais agências, roteiros e empreendimentos voltados para esse segmento, e considerando que na região do Vale Histórico Paulista há um forte apelo na história preta, em relação a época da escravatura e no ciclo do café quando tomou posição significativa para a prosperidade econômica no Brasil (e exploração do povo negro sequestrado para o Brasil).

Em pesquisa prévia, a região constava como membro da Rota da Liberdade, roteiro elaborado por Solange Barbosa para visitação e enaltecimento de locais e comunidades de cultura afro-referenciada. Entretanto, em palestra[[4]](#footnote-4) que ela foi convidada, na aula aberta da disciplina de Sociologia do Lazer e do Turismo no Programa de Pós-Graduação de Turismo da USP-Leste, ela revelou a grande dificuldade de inserir um roteiro afro na região, sendo até protagonista de uma matéria de jornal, em que era rechaçada por querer implantar tal tipo de roteiro na região, isso nos primeiros anos de fundação do programa turístico, por volta de 2006 (BARBOSA, 2020).

Porém, Solange relatou que, recentemente, ela foi sondada pela operadora Turística Bocaina Experience para inserir um roteiro de turismo pedagógico na região voltada para a questão afro-brasileira, e destaca que “levou 15 anos para haver uma mudança na região (BARBOSA, 2020)”, demonstrando uma realidade de tribulação ao estruturar roteiros étnicos-culturais no Vale Histórico Paulista.

Refletindo sobre as questões acima, julga-se que a região pode ter forte influência no turismo étnico no país, desde que este segmento seja desenvolvido de forma consciente e haja um trabalho de sensibilização de empresários e comunidade local para que valorizem e incorporem questões afrocentradas em seus serviços e cotidiano, para então atrair turistas, mas principalmente membros da comunidade negra, do movimento negro e entusiastas da história afro-brasileira.

**10.3 CARACTERIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA**

 Infelizmente, há pouco ou quase nenhum dado sobre o perfil da demanda potencial para o nicho de turismo afrocentrado no Brasil, ainda menos para a região do Vale do Paraíba. Na tentativa de preencher essa lacuna, utilizou-se dados da pesquisa realizada na monografia “O viajante brasileiro: enegrecendo o turismo” da ex-aluna do curso Thaina Souza Santos (2018). Para sua pesquisa, ela elaborou um questionário com 17 questões que foi disponibilizado online, cujo público era “pessoas negras que nasceram no Brasil; brasileiros com ascendência africana; afro-brasileiros (SANTOS, 2018, p. ??)”. O questionário foi respondido por 580 pessoas.

Das 580 pessoas que responderam ao questionário, 447 eram mulheres. Além da predominância do sexo feminino, a maior parte das pessoas entrevistadas têm escolaridade entre as faixas de “ensino superior completo” e “ensino superior incompleto”. A respeito da idade, a maior parte dos entrevistados fazem parte de um público jovem, na faixa etária de 18 a 25 anos. Com relação à renda familiar mensal, a maioria do público pesquisado revelou ganhar entre R$1.000,00 e R$ 5.000,00 mensais. E, por fim, com relação ao conhecimento sobre empresas no setor de agenciamento que vendem roteiros pautados exclusivamente em experiências afrocentradas, 475 pessoas das 580 pessoas entrevistadas, ou seja, 81,9% desse público afirmou desconhecer a existência de oferta desse serviço.

O que se pode inferir a partir disso é que, diante dessa demanda potencial, predominantemente jovem, economicamente ativa, com alto grau de escolaridade e que se identifica como preto ou pretaa, são poucas as pessoas que sabem sobre agências especializadas na oferta de experiências afrocentradas. Isso é algo curioso, uma vez que o momento histórico se caracteriza por mobilizações e a ampliação de discussões sobre afrodescendentes , como por exemplo o movimento #VidasNegrasImportam, versão brasileira do Black Lives Matter (2020); a repercursão de quando a repórter Maju Coutinho assumiu a posição de âncora no Jornal Hoje, na TV Globo (2019; e a estréia do filme Pantera Negra, em 2018, que se tornou um verdadeiro fenômeno (principalmente entre crianças e jovens) e que sensibilizou milhões de pessoas ao redor do mundo sobre o protagonismo de pessoas pretas e suas representações na arte.

Diante desse *boom* de acontecimentos que reivindicam o protagonismo de pessoas pretas em todos os setores da sociedade, é no mínimo curioso pensar o porquê esse nicho de oferta turística afrocentrada ainda é tão desconhecido. Há uma grande ausência de dados sistematizados sobre esse nicho e sobre os o público que se interessa por essa oferta, inviabilizando, de certa forma, estudos sobre demanda potencial.

À título de exemplificação, elaborou-se um roteiro de entrevista com quatro perguntas e que foi aplicado via e-mail para três atores consideradas pessoas-chave, sua atuação ou por sua familiaridade com o tema no âmbito da academia, e poderiam oferecer relatos que contribuíssem para a pesquisa sobre esse perfil de demanda e nicho turístico. No questionário proposto, uma das perguntas era: a partir da sua própria pesquisa e vivência, você conseguiria dizer qual é o perfil dessa demanda para o turismo afroreferenciado? Existe um perfil predominante, ou há uma variedade de perfis? E com relação à caracterização socioeconômica? Você acha que há dados suficientes sobre isso hoje em dia ou ainda não? Caso haja, esses dados estão sistematizados em algum lugar, alguma fonte pública, sobre esse movimento turístico em escala estadual e nacional?”

A resposta do Entrevistado 1, atuante na área e fundador de um blog referência na área, respondeu:

Há uma variedade de perfil. São homens e mulheres, jovens e mais velhos, de diferentes classes sociais. Ainda faltam dados sobre o setor. O Ministério do Turismo não faz pesquisa sobre quantas pessoas negras viajam e estão chegando nos hotéis (Entrevistado 1).

E as respostas dos outros 2 entrevistados?????????????

Porque fizeram 3 entrevistas se só usaram uma????

Ou seja, pode-se dizer que a oferta de experiências afrocentradas pode ser uma oferta muito interessante, a depender de suas propostas, inclusive no cerne pedagógico da experiência, fator de suma importância, que ganha valor ainda maior na Região do Vale do Paraíba, uma região com forte legado escravocrata. Entretanto, esse nicho dentro do mundo do agenciamento ainda é muito diminuto e pouco procurado. A falta de dados sistematizados sobre os fluxos turísticos em geral, e ainda mais dados sobre esse público, dificulta maiores análises sobre o tema e a tarefa de se traçar uma demanda potencial para esse tipo de atividade. Por enquanto, ao que parece, ainda está em curso um movimento pelo resgate histórico e cultural da população preta, que ainda há de se consolidar e se expandir em diversos sentidos, inclusive no meio turístico. Talvez com o tempo esse nicho venha a amadurecer e possa ganhar, gradativamente, espaço no mercado, e seja possível conhecer melhor o perfil do seu público-alvo.

**10.4 QUANTIFICAÇÃO**

Como citado anteriormente a falta de dados a respeito de afroturismo e mesmo a desatualização de informações sobre o praticante do turismo cultural impulsionou uma ação alternativa de cruzamento de dados oficiais ligado a hábitos de consumo do turismo cultural com a monografia de Santos (2018), citada anteriormente, para tentar oferecer visão com números e dados a respeito deste segmento.

Segundo o Ministério do Turismo na pesquisa “Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo do Brasileiro (2009)”, 10,1% dos entrevistados praticam atividade culturais e 7,9% tem como principal motivação de viagem o turismo cultural(turismo doméstico). Que pode ser complementado com o dado da Agência do Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR) no documento “Pesquisa do Perfil do Turista em Santa Catarina (2018)” onde relatório apresentou que 23,0% consideraram cultura como motivador da viagem para Santa Catarina ( p. ???). Também segundo o Ministério do Turismo na pesquisa “Estudo de Demanda Turística Brasil (2018)”` 9,5% dos turistas de lazer internacionais tem como cultura principal motivador.

Conclui-se, portanto, que o seguimento de cultura é um grande motivador de viagens, mesmo quando não é o principal motivador de viagem ele é citado como segundo ou terceiro, sendo um complemento de outros segmentos como ecoturismo ou turismo de sol e praia. Sendo de interesse tanto de turistas domésticos como internacionais, podendo ser um fator decisivo na escolha dos vários destinos fortes em atrativos naturais, como é o caso do Vale Histórico Paulista que localiza-se entre as serras da Mantiqueira e da Bocaina. Podendo ser este segmento de afroturismo, se adequadamente desenvolvido, um grande diferencial de escolha para o turismo na região.

**10.5 LOCALIZAÇÃO: CANAIS DE CAPTAÇÃO**

 Considerando as características básicas da demanda para o turismo afrocentrado, elencadas neste item alguns meios de captação desse público foram considerados. Primeiramente, a divulgação deve ser feita em parceria com agências de turismo que promovem e atuam nesse segmento de Turismo Cultural/Afro Turismo. Atualmente a Black Bird, Black Traveller, Destino Afro e a Brafrika, como já apresentado, são agências de grande relevância no meio, que construíram ao longo dos anos ou nos últimos meses, uma carteira de viajantes e turistas em potencial. Como o produto principal dessas empresas tem relação com a demanda a ser buscada para visitar o Vale Histórico Paulista, é de relevância que seja pensada uma parceria com essas agências, considerando ações de divulgação ou até mesmo comercialização do roteiro. Após parceria firmada, seria possível fomentar esse segmento de turismo nas plataformas digitais dos municípios, da APEAR e em redes sociais, que contam com alto número de visualizações e acessos.

 Foi pensado também ações para captação de interessados pela temática em eventos voltados ao público desejado. São eventos que promovem o empreendedorismo e podem servir como porta de entrada para que os turistas tomem conhecimento e sejam atraídos para esse roteiro de turismo afrocentrado desenvolvido no Vale Histórico. Seria uma forma de inserção no mercado e divulgação através das feiras, como a Feira Preta e a PerifaCon.

 Por fim, com foco em meios digitais, podem ser utilizados para divulgação grupos de Facebook e contas no Instagram que tratam de temas específicos em possam apoiar iniciativas como essa. Nos grupos de Facebook há maior facilidade em postar e compartilhar conteúdos, pois , é necessário apenas ser aceito no grupo e ter sua mensagem autorizada pelo gestores para que esta seja publicada. Para as contas do Instagram, é necessário conversar com a administração da página para que o conteúdo seja publicado.

Também é interessante criar uma conta de Instagram e uma página no Facebook para divulgação própria. Por fim, para divulgação dos principais direcionamentos do segmento de truísmo afrocentrado, no próprio Vale Histórico, vale a pena focar na usar de jornais, sites, páginas na internet e nas redes sociais comuns e mais acessadas na região. Dessa forma, espera-se que, tanto turistas de fora do Vale Histórico, quanto turistas que moram no Vale sejam atraídos para prestigiar serviços e futuros roteiros ligados à temática étnico-afro.

**REFERÊNCIAS**

UNWTO. **Tourism and Culture.** Disponível em: <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

Ministério do Turismo. **Marcos Conceituais - Ano de 2006.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/downloads\_publicacoes/Marcos\_Conceituais.pdf.>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: Orientações Básicas.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\_ministerio/publicacoes/downloads\_publicacoes/Turismo\_Cultural\_Versxo\_Final\_IMPRESSxO\_.pdf>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

BARBOSA, Bruna. **Rede Afro Turismo.** Expressinha, 2019. Disponível em: <https://expressinha.com/rede-afro-turismo-etnico-intercambio/>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

VAZ, Renata. **Afro Turismo.** Geledés, 2020. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/afro-turismo/>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

DIAS, Guilherme Soares. **O ano do afroturismo no Brasil: novas empresas, novas viagens, fóruns e redes.** Guia Negro, 2020. Disponível em: <https://guianegro.com.br/o-ano-do-afroturismo-no-brasil-novas-empresas-novas-viagens-foruns-e-redes/>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

GRATÃO, Paulo. **Empreendedores criam negócios especializados em turismo afro.** Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 2020. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empreendedoras/noticia/2020/03/empreendedores-criam-negocios-especializados-em-turismo-afro.html>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

REDAÇÃO. **Rede Afro Turismo integra Brasil e África.** Revista Marco Zero, 2019. Disponível em: <https://www.revistamarcozero.com.br/rede-afro-turismo-integra-brasil-e-africa/>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

VELOSO, Lucas. **Brasil realiza primeiro fórum sobre turismo negro.**  Alma Preta, 2019. Disponível em: <https://www.almapreta.com/editorias/realidade/brasil-realiza-primeiro-forum-sobre-turismo-das-pessoas-negras>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

**Fórum destaca o viajante negro brasileiro.** South African Tourism, 2019. Disponível em: <https://www.southafrica.net/br/pt/travel/article/f%C3%B3rum-destaca-o-viajante-negro-brasileiro>. Acesso em: 16 de nov. 2020.

SANTOS, Thaina Souza. **O viajante afrobrasileiro: enegrecendo o turismo.** Trabalho de conclusão de curso - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo. Orientador: Reinaldo Miranda de Sá Teles. São Paulo, 2018, 83 p. Disponível em: <ENEGRECER o Turismo - Thainá SANTOS.pdf (usp.br)> . Acesso em: 02/12/2020.

SANTUR ´´**Pesquisa do Perfil do Turista em Santa Catarina**``Março de 2018. Disponível em: <http://www.santur.sc.gov.br/images/Relatorio\_Final\_Pesquisa\_do\_perfil\_do\_Turista\_de\_Lazer\_editado.pdf>. Acesso em 12/12/2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO **´´Estudo de Demanda Turística Brasil 2018`**` 2018. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional/item/download/964\_616b0e66c036db76857f828354967e04.html>. Acesso 12/12/2020

MINISTÉRIO DO TURISMO **´´Pesquisa de Hábitos de Consumo do Turismo do Brasileiro 2009``** 2009. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas\_noticias/Noticias\_download/13.11.09\_Pesquisa\_Hxbitos\_2009.pdf>. Acesso 18/11/2020.

**APÊNDICE**

Abaixo, as respostas que recebemos de três entrevistados - entrevistado 1, entrevistado 2 e entrevistado 3 - do roteiro de entrevista contendo quatro perguntas que foi elaborado e aplicado via e-mail para fundamentar essa pesquisa de demanda potencial do turismo afroreferenciado. Atores que consideramos pessoas-chave, que por sua atuação ou por sua familiaridade com o tema no âmbito da academia poderiam oferecer relatos que pudessem contribuir para a pesquisa sobre esse perfil de demanda e nicho turístico.

**Entrevistado 1**

**Q1: Como foi o processo de concepção da criação do blog\*? Quais foram as dificuldades desse processo?**

R: O projeto foi nascendo aos poucos. Após um mochilão de um ano que fiz, no qual passei por 25 países, percebi que não tinham pessoas negras escrevendo sobre viagem numa quantidade que fosse proporcional ao número de pessoas negras no Brasil. Fiz um primeiro texto sobre como é ser um corpo negro no mundo, que viralizou, muita gente pendindo pra continuar e outras dizendo que era mimi. Realmente, tinha pouca gente falando sobre isso em 2017, quando surgimos. Até hoje a dificuldade é a sustentabilidade financeira. Ainda trabalhamos sem recursos. Mas acredito no potencial do que fazemos e no potencial de falar de afroturismo e cultura negra.

**Q2: Dentre os termos apresentados aqui: turismo étnico-afro/afro turismo/turismo afro referenciado, qual deles você costuma adotar no seu dia a dia? Tem alguma razão específica para isso? Na internet encontramos algumas variáveis de nomenclatura e parece não haver consenso sobre isso.**

R: Tenho adotado afroturismo por ser mais direto e nítido. As pessoas que trabalham com o setor têm trabalhado com essa nomenclatura.

**Q3: Onde é mais provável encontrarmos o público interessado nesse tipo de turismo, sem que seja através de agências especializadas? Como você, por exemplo, chegou até a fonte do seu público-alvo? Esse tipo de turismo parece ser ainda um nicho com poucos dados sistematizados sobre, apesar do tema estar mais em voga nos dias atuais do que antigamente.**

R: O público do meu trabalho é todo mundo que está interessado em história e cultura negra. Foi bastante espontâneo. Fazemos conteúdo e distribuímos nas redes. Acabamos sendo vistos e replicados por pessoas que nem imaginávamos. O afroturismo tem se consolidado, mas já é realidade.

**Q4: A partir da sua própria pesquisa e vivência, você conseguiria dizer qual é o perfil dessa demanda para o turismo afro referenciado? Existe um perfil predominante, ou há uma variedade de perfis? E com relação à caracterização socioeconômica? Você acha que há dados suficientes sobre isso hoje em dia ou ainda não? Caso haja, esses dados estão sistematizados em algum lugar, alguma fonte pública, sobre esse movimento turístico em escala estadual e nacional?**

R: Há uma variedade de perfil. São homens e mulheres, jovens e mais velhos, de diferentes classes sociais. Ainda faltam dados sobre o setor. O Ministério do Turismo não faz pesquisa sobre quantas pessoas negras viajam e estão chegando nos hotéis.

**Entrevistado 2**

**Q1: Como foi o processo de concepção da pesquisa sobre a Feira Preta? Quais foram as dificuldades da pesquisa?**

R: A primeira fase foi entender feiras diante da visão minorias sociais e qual era suas funções nesse espaço. Após entender o modus operandi das feiras étnicas, alinhei os recortes, em busca de uma pesquisa exequível a qual eu teria mais sucesso (não facilidade), para colher dados e alcançar os objetivos. As principais dificuldades foram definir o sujeito “afroempreendedor” no meio de tantas informações encontradas e também entrevistá-los durante o Festival Feira Preta (nome desde 2017), momento onde dividi a atenção com os consumidores.

**Q2: Dentre os termos apresentados aqui: turismo étnico-afro/afro turismo/turismo afro referenciado, qual deles você costuma adotar no seu dia a dia? Tem alguma razão específica para isso? Na internet encontramos algumas variáveis de nomenclatura e parece não haver consenso sobre isso.**

R: Acredito que étnico seria mais apropriado, pois atenderia diversos desdobramentos culturais. Porém não faço uso de nenhum dos termos, pesquiso eventos, nesse momento meu foco é feiras étnicas e a inserção da população negra nos meios tradicionais de produção, o qual essa parcela da população foi severamente excluída.

**Q3: Onde é mais provável encontrarmos o público interessado nesse tipo de turismo, sem que seja através de agências especializadas? Como você, por exemplo, chegou até a fonte do seu público-alvo? Esse tipo de turismo parece ser ainda um nicho com poucos dados sistematizados sobre, apesar do tema estar mais em voga nos dias atuais do que antigamente**.

R: Atualmente sou frequentadora do Festival Feira Preta (FFP) há alguns anos. Conheci o evento através de um amigo de trabalho, quando ainda era Feira Preta (2002-2016), num primeiro convite não fui, é difícil recordar o local da feira naquele ano (2007), mas achei longe (resido no ABCD Paulista). Percebo que o fato do evento se aproximar do centro-econômico, torna-se mais visitado, na minha pesquisa identificou que na última edição em 2019 com evento em formato presencial houveram 52 mil visitantes.

Os visitantes são na maioria a população negra contribuindo para fluxo periferia centro e admiradores da cultura negra.

**Q4: A partir da sua própria pesquisa e vivência, você conseguiria dizer qual é o perfil dessa demanda para o turismo afro referenciado? Existe um perfil predominante, ou há uma variedade de perfis? E com relação à caracterização socioeconômica? Você acha que há dados suficientes sobre isso hoje em dia ou ainda não? Caso haja, esses dados estão sistematizados em algum lugar, alguma fonte pública, sobre esse movimento turístico em escala estadual e nacional?**

R: A minha pesquisa teve como ponto de partida o hiperconsumo (Lypovetsky), tempos líquido (Bauman), Epistemologia do Sul (Boaventura) que não tratam de racismo, porém trazem questões pertinentes a permanência das férias étnica e o crescimento do afro empreendedorismo. A pesquisa Sebrae-IBGE (2001-2011) aponta o crescimento de 29% dos donos de negócios pretos e pardos, ou seja, temos um contingente de 11 milhões de afroempreendedores atende diferentes setores econômicos. Existem pesquisas sobre o consumo identitário, elas não estão agrupadas em uma só fonte. Porém das quais pesquisei a única que fez relação turismo afro referenciado foi a entidade privada Panrotas (2018\*), com edição especial no mês da consciência negra. Para Silvio de Almeida (2018) "sua cor de pele pode definir sua vida e sua morte", assim os afroempreendedores tentam sobreviver e recriam se para serem economicamente ativos. O processo de diáspora tem se refletido nos valores da população negra, que está se reafirmando diante do todo arsenal cultural que foi invisibilizado. Daí surgem os visitantes, população negra em busca de resgate histórico e cultural, além dos admiradores da cultura negra. \*Recentemente a Panrotas (2020) publicou outra edição especial, não tive a oportunidade de ler.

**Entrevistado 3**

**Q1: Como tem sido sua trajetória estudando a cultura negra e o turismo brasileiro? Você poderia nos dizer quais foram as dificuldades encontradas até agora pesquisando esse tema?**

R: Tem sido um desafio, pois é um constante processo de descobertas, análises e reflexões. Não é fácil, embora seja muito prazeroso ver a evolução da discussão das temáticas e vincular dois temas que tenho muito carinho. É muito mais que estudar o turismo e estudar a cultura negra é me apropriar da minha própria ancestralidade e me reconhecer nos espaços em que visito e viajo. A minha pesquisa traz uma perspectiva mais geral, eu falo do Turismo de forma mais ampla e das relações raciais que o envolvem, questões de branqueamento, racismo, apagamento e como esses temas recaem sobre as atividades turísticas, então a principal dificuldade foi localizar os artigos acadêmicos sobre essas temáticas, estão espalhados em diversas áreas e aparecem por palavras-chaves diferentes, então busquei na história (econômica, social), nas ciências sociais (sociologia, na antropologia), na Educação, no próprio Turismo, eu cito até artigos no Direito. A dificuldade de conceituação também apareceu, pois ainda não há um consenso e os termos se confundem, muitas vezes sendo usados como sinônimos.

**Q2: Dentre os termos apresentados aqui: turismo étnico-afro/afro turismo/turismo afro referenciado, qual deles você costuma adotar no seu dia a dia? Tem alguma razão específica para isso? Na internet encontramos algumas variáveis de nomenclatura e parece não haver consenso sobre isso.**

R: Realmente não há consenso, a discussão ainda está muito recente e os termos foram se modificando conforme o diálogo avança(va). Particularmente eu costumo usar bastante o termo afroturismo, acredito que ele exprime bem o movimento de resgate e valorização à memória, história e cultura negra, tanto para negros como para não-negros. Pelas minhas observações percebo que o afro referenciado é bastante utilizado para enfatizar a importância do lugar de fala e incentivar afroempreendedores, como uma cadeia que envolve não somente o afroempreendedor para um público preto, mas também como forma de incentivo para que os não-negros também apoiarem essas iniciativas.

**Q3:Onde é mais provável encontrarmos o público interessado nesse tipo de turismo, sem que seja através de agências especializadas? Como você, por exemplo, chegou até a fonte do seu público-alvo? Esse tipo de turismo parece ser ainda um nicho com poucos dados sistematizados sobre, apesar do tema estar mais em voga nos dias atuais do que antigamente.**

R: As redes sociais são importantes ferramentas de comunicação com esse público, os grupos e páginas sobre negritude, antirracismo, ancestralidade e cultura negra são ótimos exemplos para acessá-los. As discussões sobre as relações raciais propostos pela academia e instituições culturais também auxiliam na busca desse público. Sim, apesar de emergente, não temos dados consolidados sobre a temática, seja sobre a segmentação, seja para avaliar o público-alvo, por enquanto há muitas análises por meio de observações e entrevistas, por meio desses relatos que se obtém uma noção mais geral sobre isso, mas nada conclusivo, infelizmente.

**Q4: A partir da sua própria pesquisa e vivência, você conseguiria dizer qual é o perfil dessa demanda para o turismo afro referenciado? Existe um perfil predominante, ou há uma variedade de perfis? E com relação à caracterização socioeconômica? Você acha que há dados suficientes sobre isso hoje em dia ou ainda não? Caso haja, esses dados estão sistematizados em algum lugar, alguma fonte pública, sobre esse movimento turístico em escala estadual e nacional?**

R: Por meio dessas observações citadas anteriormente eu notei que há, pelo menos, dois públicos, a população negra, jovem adulta e adulta, que começa a se informar, tem curiosidade para descobrir mais sobre o tema, se reconectar com essa negritude e também pessoas não negras, que se interessam por história, por cultura, pela cidade e buscam mais informações e em ambos os casos são pessoas que possuem alguma graduação ou estão nas universidades. Sobre a caracterização socioeconômica eu não consigo determinar um perfil, se eu for considerar as caminhadas negras nos centros urbanos os valores variam entre, aproximadamente R$ 60 - R$ 100,00, os roteiros em quilombos envolvem uma estrutura maior e depende de outras variantes. Então, neste momento não consigo estabelecer esse perfil. Não, os dados são insuficientes, sejam de conceitos e suas evoluções, seja para determinar o perfil de turista negro e do consumo dessa segmentação.

1. BRASIL, Ministério do Turismo & Unicamp. Estudos de Competitividade do Turismo Brasileiro - O Turismo Cultural no Brasil. Brasil: Ministério do Turismo, 2006. [↑](#footnote-ref-1)
2. BRASIL, Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. [↑](#footnote-ref-2)
3. Definição adotada durante a 22ª Sessão da Assembléia Geral da OMT sediada em Chengdu, China (11–16 Setembro 2017). [↑](#footnote-ref-3)
4. Afroturismo e Turismo Antirracista. Palestra proferida na Escola de Artes, Ciências e Humanidades - USP-Leste (São Paulo), nov. 2020. De estiver no Youtube, precisa colocar o URL. [↑](#footnote-ref-4)