

GLÓRIA GEOVANA DE OLIVEIRA RAIMUNDO

PASSADO HISTÓRICO E PRESENTE DO RACISMO DENTRO DO TURISMO: A
INVISIBILIDADE DE VIAJANTES NEGROS BRASILEIROS NOS ESPAÇOS
TURÍSTICOS

Rosana

2025

GLÓRIA GEOVANA DE OLIVEIRA RAIMUNDO

PASSADO HISTÓRICO E PRESENTE DO RACISMO DENTRO DO TURISMO: A
INVISIBILIDADE DE VIAJANTES NEGROS BRASILEIROS NOS ESPAÇOS
TURÍSTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Turismo da
Faculdade de Engenharia e Ciências -
Câmpus de Rosana, Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita
Filho”, como parte dos requisitos para
obtenção do grau de Bacharel em
Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Juliana Maria
Vaz Pimentel

Rosana

2025

R153p

Raimundo, Glória Geovana de Oliveira

Passado histórico e presente do racismo dentro do turismo : a invisibilidade de viajantes negros brasileiros nos espaços turísticos / Glória Geovana de Oliveira Raimundo. -- Rosana, 2025
83 p.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Turismo) -
Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana

Orientadora: Juliana Maria Vaz Pimentel

1. Turismo. 2. Racismo. 3. Viagens. 4. Afro-brasileiros. I. Título.

GLÓRIA GEOVANA DE OLIVEIRA RAIMUNDO

PASSADO HISTÓRICO E PRESENTE DO RACISMO DENTRO DO TURISMO: A
INVISIBILIDADE DE VIAJANTES NEGROS BRASILEIROS NOS ESPAÇOS
TURÍSTICOS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Turismo da
Faculdade de Engenharia e Ciências -
Câmpus de Rosana, Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita
Filho”, como parte dos requisitos para
obtenção do grau de Bacharel em
Turismo.

Rosana, 10/07/2025.

Componentes da Banca Examinadora:

Presidente e Orientador: Profa. Dra. Juliana Maria Vaz Pimentel, Câmpus de
Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Membro Titular: Profa. Dra. Rosângela Custódio Cortez Thomaz, Câmpus de
Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

Membro Titular: Profa. Dra. Sueyla Ferreira da Silva dos Santos, Câmpus de
Presidente Prudente, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”

AGRADECIMENTOS

Fazer o curso de Turismo não estava exatamente nos meus planos. No início da graduação, eu me perguntava por que estava estudando algo que, até então, não havia vivenciado, por falta de oportunidades e condições. Com o tempo, passei a me identificar com algumas áreas do curso e, por meio das viagens técnicas organizadas pela faculdade, comecei a observar os espaços turísticos de maneira mais crítica. Em muitos desses lugares, me perguntava: *Onde estão as pessoas que se parecem comigo?* A presença predominante de turistas brancos nesses espaços despertou em mim inquietações que deram origem ao tema desta pesquisa. Hoje, ao concluir a graduação, encerro esse ciclo com uma nova visão sobre o turismo mais crítica, mais consciente e esperançosa de que, no futuro, tenhamos um turismo realmente inclusivo e acessível a todos.

Gostaria de agradecer, primeiramente, à minha família, por todo apoio e encorajamento ao longo da graduação, em especial meus pais Cleonice e Aparecido, à minha sobrinha Raianne e ao meu irmão Junior. Às minhas amigas do curso e, especialmente, a Ana, Jackline, Camilly e Nathalia, que foram parceiras em tantos trabalhos e companheiras fundamentais durante essa trajetória. Um agradecimento especial à Nathalia, sou muito grata a amizade que construímos, é um dos maiores presentes que a universidade me deu. E também à Julia, pelas risadas e apoio fundamentais na reta final da graduação.

Aos meus amigos Maycon, Isadora, Gabriella, Geovanna e Livia, agradeço pelo apoio e incentivo em momentos difíceis.

Agradeço a todos os professores do curso de Turismo, que foram essenciais para a minha formação. Em especial, à minha orientadora, Profa. Dra. Juliana Pimentel, pelo apoio constante, pelas orientações e por acreditar no meu potencial ao longo dessa jornada acadêmica. Também ao projeto de extensão TAUR/NUPE-PROEC, que despertou meu interesse pelas questões afro-raciais no turismo e me motivou a aprofundar esse olhar. E ao PET Turismo, primeira entidade que participei na universidade, que contribuiu de forma significativa para minha formação acadêmica e pessoal.

Grata a todos!

EPÍGRAFE

“Quando a mulher negra se movimenta,
toda estrutura da sociedade se
movimenta com ela.”

Angela Davis

RESUMO

A presença de viajantes negros em relação a brancos é discrepante nos espaços turísticos. Compreender o quão problemático é a invisibilidade de pessoas negras no turismo como consumidores e os motivos para isso ocorrer, são os objetivos deste estudo. Relacionando o turismo e o quanto todo o contexto histórico do negro no Brasil recaem de forma negativa em todas as instâncias da sua vida, a presente pesquisa tem como propósito constatar o racismo existente na atividade turística, assim como, identificar as determinantes que fazem com que esse público não tenha o mesmo acesso as viagens quanto a população branca, refletindo na falta de representatividade racial nos espaços turísticos. A pesquisa também visa identificar as preferências e desafios enfrentados por afro-brasileiros ao viajar, assim como explorar a importância da representatividade racial nos destinos turísticos e identificar oportunidades de mercado para atender essa crescente demanda. A metodologia utilizada é pautada na pesquisa qualitativa de caráter exploratório. Com o objetivo de levantar informações sobre essa perspectiva, foi realizada uma pesquisa utilizando o *Google Forms*, que alcançou 45 pessoas negras de 10 estados diferentes. A maioria dos viajantes negros participantes da pesquisa se identifica com o gênero feminino (66,7%), enquanto 33,3% se identifica com o gênero masculino, sendo predominantemente jovens entre 18 a 24 anos (37,8%). Apesar de 60% apresentarem ensino superior completo, grande parte pertence às classes D/E e C. Os resultados também indicam que a maioria realiza viagens apenas uma vez por ano, sendo os principais fatores desmotivadores: a falta de recursos financeiros, violência e segurança, falta de tempo voltado ao lazer e o racismo. Os dados da pesquisa revelam que o racismo e a desigualdade socioeconômica restringem as oportunidades das pessoas negras de explorar e vivenciar novos destinos. Além disso, a pesquisa destaca suas preferências de viagem, formas de planejamento, destinos preferidos e os motivos que influenciam suas escolhas. O turismo, por sua vez, tem sido uma atividade marcada pelo racismo, algo que não pode ser invisibilizado, pelo contrário, é fundamental que o turismo se torne uma atividade econômica inclusiva e acessível a todos.

Palavras-chave: Racismo; Viagens; Turismo; Viajantes Negros; Invisibilidade.

ABSTRACT

The presence of Black travelers compared to white travelers is disproportionate in tourist spaces. Understanding how problematic the invisibility of Black people in tourism is as consumers and the reasons why this occurs are the objectives of this study. By relating tourism and how the entire historical context of Black people in Brazil negatively impacts all aspects of their lives, this research aims to confirm the existence of racism in tourism activity, as well as to identify the determining factors that prevent this group from having the same access to travel as the white population, reflecting in the lack of racial representation in tourist spaces. The research also aims to identify the preferences and challenges faced by Afro-Brazilians when traveling, as well as to explore the importance of racial representation in tourist destinations and identify market opportunities to meet this growing demand. The methodology used is based on qualitative, exploratory research. In order to gather information from this perspective, a survey was conducted using Google Forms, reaching 45 Black people from 10 different states. Most of the Black travelers who participated in the survey identify as female (66.7%), while 33.3% identify as male, being predominantly young people between 18 and 24 years old (37.8%). Despite 60% having completed higher education, a large portion belongs to social classes D/E and C. The results also indicate that most travel only once a year, with the main discouraging factors being: lack of financial resources, violence and safety, lack of leisure time, and racism. The survey data reveal that racism and socioeconomic inequality restrict the opportunities for Black people to explore and experience new destinations. Furthermore, the research highlights their travel preferences, planning methods, preferred destinations, and the reasons that influence their choices. Tourism, in turn, has been an activity marked by racism, something that cannot be rendered invisible; on the contrary, it is essential that tourism becomes an inclusive and accessible economic activity for all.

Keywords: Racism; Travel; Tourism; Black Travelers; Invisibility.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Você já passou por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial durante suas viagens?	27
Gráfico 2 – Quão satisfeito você geralmente fica com suas experiências de viagem?	31
Gráfico 3 – Qual é o seu gênero?	33
Gráfico 4 – Você costuma viajar durante as férias para o lazer?	36
Gráfico 5 – Como você prefere receber informações sobre destinos turísticos?	39
Gráfico 6 – Você acredita que as campanhas de marketing turístico são inclusivas e representam adequadamente a diversidade racial?	40
Gráfico 7 – Você costuma buscar recomendações pessoais de outros turistas negros ao planejar suas viagens?	43
Gráfico 8 – Como prefere planejar sua viagem?	44
Gráfico 9 – Como costuma viajar?	45
Gráfico 10 – A sua viagem costuma ser:	46
Gráfico 11 – Quando viaja, quais são seus principais gastos?	47
Gráfico 12 – Você costuma procurar produtos ou serviços que promovam a diversidade e representatividade racial durante suas viagens?	57
Gráfico 13 – Ao escolher um destino, quão importante é para você que o local tenha uma conscientização cultural e promova a história e contribuições da comunidade negra?	60
Gráfico 14 – Você já ouviu falar em Turismo Étnico-Afro?	62
Quadro 1 – Situações de racismo e/ou injúria racial durante viagens	24
Quadro 2 – Existem destinos específicos que você considera mais acolhedores para o turista negro? Quais?	60

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Frequência de fatores que desestimulam viagens domésticas.....	24
Tabela 2 – Você já passou por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial em algum desses espaços durante suas viagens?.....	29
Tabela 3 – Qual é a sua faixa etária?	33
Tabela 4 – Em que Estado você mora?.....	34
Tabela 5 – Faixa de renda familiar.....	34
Tabela 6 – Com que frequência você viaja?	36
Tabela 7 – Essa viagem costuma acontecer por qual motivo?	37
Tabela 8 – Que tipo de Turismo você procura na maioria das suas viagens?	46
Tabela 9 – Qual transporte você prefere para realizar suas viagens?.....	48
Tabela 10 – Qual foi o destino da sua última viagem nacional no período de 2022-2023?	48
Tabela 11 – Qual foi o destino da sua última viagem internacional no período de 2022-2023?	49
Tabela 12 – Quais fatores te desmotivam a viajar atualmente no Brasil?	50
Tabela 13 – Quais fatores te desmotivam a viajar internacionalmente?	51

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
METODOLOGIA	14
CAPÍTULO 1 - PROCESSO HISTÓRICO DA ESCRAVIDÃO	16
1.1 A Escravidão no Brasil	16
1.2 Cultura, identidade e realidade social do negro após a escravidão	19
CAPÍTULO 2 - TURISMO E RACISMO: A EXPERIÊNCIA DE TURISTAS NEGROS NO BRASIL	23
2.1 Turistas Negros	23
2.2 Turismo e Racismo no Brasil.....	32
CAPÍTULO 3 - O TURISMO E A VALORIZAÇÃO DA CULTURA NEGRA	53
3.1 Afroempreendedorismo: Black Money	53
3.2 Afroturismo	58
CONSIDERAÇÕES FINAIS	67
REFERÊNCIAS.....	70
APÊNDICE A – FORMULÁRIO APLICADO A VIAJANTES NEGROS BRASILEIROS.....	75

INTRODUÇÃO

Na sociedade atual brasileira ainda há reflexos dos fragmentos do período escravocrata que pode ser verificado pelos mecanismos do racismo estrutural. O abismo social entre negros e brancos é uma consequência da atrocidade vivenciada pelos povos africanos que tiveram seus corpos mercantilizados durante o tráfico transatlântico. A população afro-brasileira hodiernamente se encontra em extrema vulnerabilidade devido a diferentes condicionantes atreladas aos aspectos socioeconômicos, ao acesso à educação, a infraestrutura básica, no combate ao racismo constante, na faixa salarial desigual, determinantes que acirram as disparidades entre negros e brancos e que dificultam a vida do negro em sociedade, incluindo na atividade turística.

Embora tenham se passado anos desde a abolição do regime escravista, observa-se que a população afro-brasileira ainda ocupa posições de subalternidade no território brasileiro, como evidenciam dados atuais do IBGE. Apesar de pessoas pretas e pardas representarem a maioria da população, com 9,1% e 47% (IBGE, 2022), são também as que enfrentam os maiores índices de desigualdade. Segundo o IBGE (2024a), as taxas de analfabetismo entre pretos (10,1%) e pardos (8,8%), são significativas em comparação com brancos, que apresentam o menor índice (4,3%). Quanto ao rendimento médio, a população branca recebe, em média, R\$3.273,00, enquanto pessoas negras recebem cerca de R\$1.994,00 (IBGE, 2023). A disparidade também é evidente nos dados sobre as taxas de homicídios: entre jovens negros, a taxa é de 21,9 por 100 mil pessoas; entre pardos, 34,1; já entre os brancos, o índice é de 11,5 (IBGE, 2022). Dessa forma, entende-se que esses indicadores comprovam como as desigualdades sociais, econômicas e raciais estruturais, impossibilitam e limitam o acesso da população negra aos espaços turísticos enquanto consumidores.

A invisibilidade e a escassez da população negra no turismo como consumidores é evidente e pode ser apreendida a partir da falta de recursos financeiros, da violência, da falta de segurança durante as viagens, a discriminação racial e da falta de tempo voltado ao lazer. Apesar dos aspectos mencionados sobre a população negra e constatar a existência de vestígios da escravidão ainda na sociedade atual, é necessário discutir que a demanda de viajantes afro-brasileiros é uma potência ignorada no mercado tradicional do turismo brasileiro. A falta de

pesquisas voltadas a esse público no que condiz ao perfil do turista negro, aos hábitos de viagens e suas expectativas, impossibilitam o desenvolvimento de ofertas de produtos e serviços voltadas ao consumidor negro.

Desta forma, o presente Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo principal compreender quais são as condicionantes que determinam a invisibilidade de pessoas negras enquanto consumidoras do turismo.

Os objetivos específicos e os métodos utilizados são:

- a) Constatar a existência do racismo na atividade turística, por meio de revisão bibliográfica;
- b) Identificar os fatores que limitam o acesso de turistas negros às viagens, a partir da aplicação de um questionário direcionado ao público-alvo da pesquisa (viajantes negros) e do levantamento de dados acerca dos fatores que impossibilitam pessoas negras de viajar;
- c) Investigar o papel do afroempreendedorismo no turismo, analisando sua influência no mercado e sua relevância para a comunidade negra, com base em revisão bibliográfica de estudos que abordam essa temática;
- d) Analisar a representação da população negra como consumidora no mercado turístico, por meio do levantamento bibliográfico de pesquisas que abordam esse tema.

O racismo e a desigualdade socioeconômica que as pessoas negras vivenciam as impedem de conhecer e experienciar diferentes formas de lazer que envolvem a atividade turística. Neste contexto é de extrema relevância compreender o quão problemático é a invisibilidade dos viajantes pretos e os motivos para isso ocorrer, pois se o lazer é para todos porque não é perceptível quando realizamos uma viagem e constatamos a ausência de viajantes pretos nesses espaços turísticos?

Será na perspectiva dessa indagação que transcorrerá a discussão da presente pesquisa, que está dividida da seguinte forma: o primeiro capítulo versa sobre o contexto histórico da escravidão no Brasil e o processo de formação da sociedade brasileira, com base em autores como Nascimento (2016), Prandi (2000), Costa (1988) e Munanga e Gomes (2016). No segundo capítulo, será discutido a invisibilidade do negro no setor turístico, suas condicionantes, as experiências vivenciadas durante as viagens e os hábitos e preferências dos turistas negros participantes da pesquisa, fundamentado nos estudos de Santos (2018), Almeida

(2019), Gonzalez e Hasenbalg (2022), Kilomba (2019), Oliveira (2020;2021), Hintze e Júnior (2012) e Silva e Araujo (2022). Por fim, o terceiro capítulo abordará os termos afroempreendedorismo e empreendedor negro, destacando sua atuação no turismo, como também seus benefícios e impactos positivos no mercado do turismo e para a população negra, baseado nas contribuições de Oliveira (2020; 2021; 2022), Zanella e Magalhães (2023), Nascimento (2018) e Dias (2023).

METODOLOGIA

Para o transcorrer da presente pesquisa, foi utilizada a metodologia qualitativa de caráter exploratório. A pesquisa qualitativa, visa a compreensão, a interpretação e explicação de um conjunto delimitado de acontecimentos, resultantes de múltiplas interações sociais, (Alves e Aquino, 2012). Sobre a pesquisa exploratória Gil (2002, p. 41) assevera que seu objetivo é aproximação do objeto da pesquisa, como maneira de construir dados que possam dar subsídios às hipóteses levantadas em relação ao conteúdo que está sendo pesquisado, além disso, está incluído nessa metodologia, o levantamento bibliográfico.

Na primeira etapa da presente discussão, foi realizada uma análise de referências bibliográficas que abordam o racismo estrutural e a condição das pessoas afrodescendentes quanto consumidores do turismo. Dessa forma, buscou-se levantar informações a partir da leitura de artigos, revistas científicas, livros, sites governamentais, trabalhos de conclusão de curso, blogs, como método para embasar a discussão proposta neste trabalho científico.

Na segunda fase da pesquisa, foi aplicado um formulário com trinta e cinco (35) perguntas a partir da ferramenta *Google Forms*. O instrumento de coleta foi dividido em quatro dimensões principais:

- Perfil sociodemográfico dos participantes;
- Hábitos e preferências de viagem;
- Situações de discriminação racial e percepções acerca do racismo na atividade turística;
- Representatividade racial e consumo de produtos e serviços.

Para a elaboração das perguntas que compuseram o questionário desta pesquisa, foi utilizado como base o estudo de Thainá Souza Santos (2018), intitulado “O viajante afro-brasileiro: enegrecendo o turismo”. Algumas questões já elaboradas pela autora foram incorporadas na pesquisa de coleta de dados, especificamente as questões 26, 27, 28 e 31, conforme apresentado no apêndice deste trabalho.

O formulário ficou aberto para o preenchimento entre os períodos de 25 de janeiro a 16 de maio de 2024. A amostragem foi realizada de forma não-probabilística (Dencker, 1998, p. 179), sendo divulgada principalmente por meio das

redes sociais e da técnica de bola de neve, a partir da rede de contatos da autora. O formulário foi compartilhado no grupo virtual de mulheres viajantes negras “Bitonga Travel”, no *Facebook* em dois grupos de viajantes negros e no *Instagram* do projeto de extensão Tons Afro Unesp Rosana-TAUR, ligado ao Núcleo Negro para Pesquisa e Extensão da UNESP - NUPE. O formulário também foi compartilhado via *WhatsApp* com pessoas que possuem o perfil do objeto central da pesquisa: viajantes negros (as).

A presente pesquisa contou com aproximadamente 45 respostas, de 10 estados diferentes: Bahia, Ceará, São Paulo, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Paraná, Pará, Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e Santa Catarina. Ao longo dos gráficos e tabelas apresentadas, será enfatizada a quantidade de respostas e eventuais ajustes realizados, com o intuito de garantir uma análise mais precisa e uma melhor compreensão dos resultados.

Os dados quantitativos foram organizados em gráficos e tabelas, para facilitar a compreensão das informações obtidas. As respostas foram estruturadas utilizando os próprios recursos da plataforma *Google Forms* e, posteriormente, organizadas de acordo com os temas e informações mais relevantes aos objetivos da pesquisa.

Em relação aos dados qualitativos, resultantes das questões dissertativas, as respostas foram analisadas e organizadas de acordo com as percepções compartilhadas pelos viajantes negros participantes da pesquisa. A partir disso, foi possível compreender de forma aprofundada as experiências relatadas, principalmente em relação às adversidades enfrentadas, ao racismo presente na atividade turística, preferências de viagem e a percepção sobre a representatividade racial no turismo.

A maior parte das questões (em anexo) elaboradas foi composta por perguntas de múltipla escolha e de seleção múltipla, nas quais os respondentes puderam selecionar mais de uma alternativa, além de questões dissertativas obrigatórias e não obrigatórias. Com base na organização e análise dos dados, serão apresentados os resultados mais relevantes para este estudo.

CAPÍTULO 1 - PROCESSO HISTÓRICO DA ESCRAVIDÃO

Este capítulo tem como objetivo discutir o contexto histórico da escravidão no Brasil e o processo de formação da sociedade brasileira, destacando a perda e a ressignificação da cultura e identidade dos negros africanos trazidos ao território brasileiro, assim como seu impacto na continuidade do racismo e da desigualdade vivenciada pelos negros até os dias atuais.

1.1 A Escravidão no Brasil

O início da história do Brasil, mais precisamente no ano de 1500, se inicia com a entrada dos portugueses no território brasileiro. A rápida exploração das terras brasileiras foi marcada além do genocídio indígena pela chegada dos africanos, “fertilizando o solo brasileiro com suas lágrimas, seu sangue, seu suor e seu martírio na escravidão” (Nascimento, 2016, p. 57). Aproximadamente no ano de 1530, os negros trazidos da África de forma desumana presos em corretes, foram subjugados e submetidos a exploração da sua força de trabalho em condições profundamente desumanas (Nascimento, 2016). A partir de 1535, o tráfico de escravos no Brasil, se encontrava devidamente estabelecido e organizado e que sem demora se tornaria algo inesquecível e expandiria esse comércio de forma alarmante (Nascimento, 2016).

Durante o período compreendido entre 1525 e 1851, mais de cinco milhões de africanos foram submetidos ao deslocamento forçado para o território brasileiro, período histórico em que foram impelidos a condição de escravos. É necessário ressaltar que esses números são uma estimativa, não englobando os que faleceram em solo africano devido à violência inerente ao processo de captura escravista, tampouco os que chegaram a falecer durante a perigosa e desumana travessia transatlântica (Prandi, 2000, p. 52).

De acordo com Nascimento (2016, p. 58) essa questão não foi devido à escassez de dados e estatísticas confiáveis, mas especialmente, pela lastimável conjuntura, conhecida como a Circular n.29, de 13 de maio do ano de 1891, em que foi assinada pelo ministro das Finanças Rui Barbosa, que decretou a destruição e queima de todos os documentos históricos e arquivos associados ao comércio de escravos e a escravidão de modo geral.

Desde o momento em que o tráfico se tornou ilegal, a incerteza em relação a quantidade de africanos mercantilizados para o Brasil prevalece. Ao longo de um período que se estende mais de três séculos, simultaneamente ao processo de formação da nação brasileira, os africanos foram deslocados de diversas regiões do continente africano para o território brasileiro (Prandi, 2000, p. 52).

Nesse contexto, a primeira atividade considerada significativa da colônia portuguesa, eram as plantações de cana-de-açúcar, que se estendiam pelas costas da região nordeste, particularmente nos estados da Bahia e Pernambuco. Por volta de 1587, na Bahia, já se encontrava cerca de 47 engenhos de cana-de-açúcar, o que demonstra a rápida expansão da indústria açucareira, impulsionada pelo uso da força de trabalho humana dos africanos (Nascimento, 2016, p. 58).

Por cerca de duzentos anos, o cultivo de cana-de-açúcar e seu processo de preparação, demandaram a concentração de escravos na região Nordeste do Brasil, apesar da presença do negro escravizado em todo o território brasileiro. Segundo o autor, com as descobertas de ouro e diamantes durante o século XVIII no estado de Minas Gerais, foi deslocado o fluxo central de escravos africanos para a região Sul (Nascimento, 2016, p. 58).

A partir desse episódio, ocorreu uma repetição, exatamente na primeira metade do século XIX, onde houve a queda de produtividade das minas e o surgimento do conhecido ciclo do café, que se encontravam principalmente no Rio de Janeiro e São Paulo, encaminhando a migração escrava para a mesma direção, o sul do país (Nascimento, 2016, p. 58). O papel do negro escravo foi determinante para o início da história econômica de um país instituído sob o "signo do parasitismo imperialista".

Sem o escravo, a estrutura econômica do país jamais teria existido. O africano escravizado construiu as fundações da nova sociedade com a flexão e a quebra da sua espinha dorsal, quando ao mesmo tempo seu trabalho significava a própria espinha dorsal daquela colônia (Nascimento, 2016, p. 59).

De acordo com Santos (2018, p. 22), a influência da pressão internacional da Inglaterra teve um papel crucial na coerção do Brasil para abolir o tráfico atlântico. Isso ocorreu em virtude de a Inglaterra já ter tornado a prática do tráfico como ilegal e implementado estratégias de fiscalização por parte da frota inglesa para impedir tentativas de trazer mais escravos do continente africano.

O Brasil era o último país do mundo ocidental a eliminar a escravidão! Para a maioria dos parlamentares, que se tinham empenhado pela abolição, a questão estava encerrada. Os ex-escravos foram abandonados à sua própria sorte. Caberia a eles, daí por diante, converter sua emancipação em realidade. Se a lei lhes garantia o *status* jurídico de homens livres, ela não lhes fornecia os meios para tornar sua liberdade efetiva. A igualdade jurídica não era suficiente para eliminar as enormes distâncias sociais e os preconceitos que mais de trezentos anos de cativeiro haviam criado. A Lei Áurea abolia a escravidão mas não o seu legado. Trezentos anos de opressão não se eliminam com uma penada. A abolição foi apenas o primeiro passo na direção da emancipação do negro. Nem por isso deixou de ser uma conquista, se bem que de efeito limitado (Costa, 1958. p.14).

Nos anos que se seguiram à abolição, os sonhos de liberdade dos alforriados converteram-se muitas vezes em pesadelo em virtude das condições adversas que tiveram de enfrentar. Eles não tardaram em reconhecer que sua luta não terminará. Coube a eles próprios se organizar para alcançar seus objetivos. A emancipação foi apenas o primeiro passo para a liberdade. Muitos anos após o fim da escravidão, o eco de sua frustração ainda se podia ouvir (Costa, 2010, p. 138).

[...] Os negros continuaram a ser vítimas dos preconceitos raciais que a sociedade escravista criara. Muitos abandonaram as fazendas onde viviam, empregando-se em outras. Outros abandonaram o campo pela cidade, onde a maioria continuou a viver em condições miseráveis. Pode-se dizer que o processo de emancipação do negro não culminou na Abolição. Começou com ele e ainda está longe de se concretizar. Hoje, negros lutam ainda pela sua emancipação (Costa, 1988. p.12).

Com o fim do tráfico e depois da própria escravidão, as referências às nações dos africanos, enquanto suas identidades étnicas, foram apagadas, passando todos os negros a serem classificados simplesmente como negros, africanos ou de origem africana. Segundo Prandi (2000, p. 58) as misturas étnicas se generalizaram em todas as partes da América, formando-se o tipo “negro”, que apagou todas as suas identidades e ancestralidade. Esse processo culminou na invisibilização do vasto legado cultural que os africanos trouxeram do processo afrodiaspórico e que contribuíram, incomensuravelmente, para a formação da identidade do povo brasileiro.

[...] desde a travessia do atlântico manifesta-se por consequência, uma redefinição da identidade dos africanos presentes em solo brasileiro. Para estes indivíduos, repensar como se inserir no novo espaço, com novos conhecimentos adquiridos e a mudança forçada da narrativa do seu futuro. A sequência geracional desses novos significados concebeu o que é hoje a população negra nacional com ascendência africana, o afro-brasileiro (Santos, 2018, p. 24).

A partir dessa conjuntura entende-se que:

Esse descolamento de corpos, culturas, etnias, linguagens e laços afetivos é o cenário no qual o Brasil se constituiu por quase quatro séculos - trabalho escravo de negros diaspóricos, afrodescendentes e povos indígenas, que já habitavam o território (Santos, 2018, p. 21).

Desse modo, entende-se que o negro africano após ser colocado na situação de deslocamento forçado, ser usado como mão de obra escrava em um país desconhecido de maneira desumana e viver em condições precárias, teve como consequência irreparável, a perda e redefinição de sua identidade e cultura.

1.2 Cultura, identidade e realidade social do negro após a escravidão

A valorização da cultura negra no Brasil ocorreu juntamente com a formação dos movimentos de minorias, entre os quais o movimento negro, nas suas mais diferentes manifestações, avivou-se para os afrodescendentes a questão da origem e da identidade (Prandi, 2000, p. 60). Conforme Santos (2018, p. 24) a formação da identidade afro-brasileira foi construída mediante a histórias que estereotiparam a verdadeira condição dos africanos que chegaram ao Brasil colonial para trabalharem como mão de obra escrava.

Santos (2018, p. 25) destaca que o extermínio da identidade do negro e a sua não inclusão na sociedade, se desdobraram diretamente em consequências irreparáveis aos povos negros.

A situação social do negro depois da abolição é vista à luz da herança do antigo regime. Preconceito e discriminação raciais, o despreparo cultural do ex-escravo para assumir a condição de cidadania e de trabalhador livre e a sua negação do trabalho como forma de afirmação da posição de homem livre resultaram na marginalização e desclassificação social do negro, que se estendeu por mais de uma geração (Hasenbalg, 2022, p. 108).

Embora a população preta (9,1%) e parda (47%) seja a maior parte (IBGE, 2022), a taxa de analfabetismo é extremamente perceptível ao analisar os estudos realizados pelo IBGE. A pesquisa realizada em 2022, demonstra que a população branca com 15 anos ou mais de idade detém as menores taxas de analfabetismo, cerca de 4,3%. Enquanto da população preta, parda e indígena do mesmo grupo etário obtiveram taxas de cerca de 10,1%, 8,8% e 16,1%. (IBGE, 2024a). Em resumo, percebe-se que as taxas de analfabetismo de pretos e pardos são mais que o dobro em comparação ao dos brancos, e a de indígenas sendo quatro vezes maior.

Já em relação a remunerações é bastante discrepante, ao mesmo tempo que brancos possuem um rendimento médio de R\$3.273,00, ganhavam, em média, 64,2% mais que pessoas pretas que detêm cerca de R\$1.994,00 (IBGE, 2023). Já homens recebiam cerca de R\$2.838,00, sendo 27% a mais que as mulheres, que detinham R\$2.235,00. No entanto, é importante destacar que o rendimento médio das mulheres brancas (R\$2.858,00) ultrapassa o dos homens pretos ou pardos (R\$2.230,00).

Em 2022, a população ocupada de cor ou raça branca recebia rendimento-hora de R\$ 20,0, que era 61,4% maior que o da população de cor ou raça preta ou parda (R\$12,4). Essa desigualdade ocorria em qualquer nível de instrução. A maior diferença (37,6%) ocorreu entre quem tinha nível superior completo: R\$ 35,30 para brancos e R\$ 25,70 para pretos ou pardos (IBGE, 2023).

Em relação a violência, as taxas de homicídios por 100 mil pessoas, são profundamente altas. Enquanto 21,9 jovens pretos e 34,1 pardos são assassinados, o índice entre jovens brancos é de 11,5 (IBGE, 2022). De acordo com o Atlas da Violência, a violência letal resulta na morte de, em média, 4,22 pessoas negras por hora no país. O estudo destaca o número preocupante de homicídios de pessoas negras em 2021, totalizando 36.922. Outro dado relevante da pesquisa refere-se aos homicídios de mulheres: entre 3.858 casos registrados, 2.601 eram mulheres negras (IPEA, 2023).

Além disso, é necessário destacar aspectos referente as disparidades entre a faixa salarial entre brancos e negros:

[...] a população branca também registrou indicadores mais favoráveis. Esse quesito tem particular importância, pois o trabalho é a principal fonte de renda para a aquisição de bens e serviços e para o padrão de consumo de indivíduos e famílias. Em 2021, o rendimento médio mensal de pessoas ocupadas brancas (R\$ 3.099,00) foi bastante superior ao de pretas (R\$ 1.764,00) e pardas (R\$ 1.814,00). A diferença relativa em favor das pessoas ocupadas brancas ocorre desde o início da série histórica, em 2012 (IBGE, 2022).

De acordo com Munanga e Gomes (2016, p.172), o abismo racial brasileiro existe e é por meio de pesquisas e estatísticas que analisam as condições de vida, emprego, escolaridade entre negros e brancos que é evidenciado e comprovado a presença da significativa desigualdade racial na nação brasileira. Os autores salientam que: “Essa desigualdade é fruto da estrutura racista, somada à exclusão social e à desigualdade socioeconômica, que atinge toda a população brasileira e, de modo particular, os negros”.

Mesmo após anos da abolição do escravismo, até os dias atuais, o afro-brasileiro permanece restrito em posições subalternas na sociedade brasileira. O negro se encontra concentrado em regiões menos desenvolvidas do país, ao contrário do branco. Além disso, o acesso da população negra ao sistema educacional é limitado, especialmente nos níveis mais altos de ensino.

Em relação a contribuição do negro no sistema produtivo, Hasenbalg (2022, p. 121) salienta que é caracterizada pela centralização desequilibrada nos setores de trabalho que empregam mão de obra com menos qualificação e menos remuneração. Destacando assim, a desigualdade na distribuição de renda e no acesso ao consumo do produto social.

Segundo Hasenbalg (2022, p.122), o perfil das desigualdades raciais não pode ser visto apenas como um legado do passado, mas é mantido pela estrutura desigual de oportunidades sociais enfrentadas por brancos e negros no presente. Os negros enfrentam uma desvantagem competitiva em todas as etapas da mobilidade social, com menores possibilidades de superar as limitações de uma posição social baixa e maiores dificuldades para manter as posições já conquistadas, em comparação com os brancos da mesma origem social.

De acordo com a autora Kilomba em seu livro *Memórias da plantação: episódios do racismo cotidiano* a autora, salienta que o racismo:

É a combinação do preconceito e do poder que forma o racismo. [...] O racismo, por sua vez, inclui a dimensão do poder e é revelado através de diferenças globais na partilha e no acesso a recursos valorizados, tais como representação política, ações políticas, mídia, emprego, educação, habitação, saúde, etc (Kilomba, 2019, p. 76).

De acordo com Gonzalez (2022, p. 21), desde o período colonial até os dias atuais, percebe-se uma nítida divisão do espaço físico entre dominadores e dominados. A autora faz uma releitura da teoria do 'lugar natural', proposta pelo filósofo Aristóteles. Nesse contexto, o lugar natural do grupo dominante (brancos) são as residências amplas e bem localizadas, protegidas por diversas formas de segurança, como os antigos feitores, capitães do mato, capangas e, atualmente, a polícia institucionalizada. Já o lugar natural do negro é o oposto: senzalas, favelas, cortiços, porões, invasões, alagados e conjuntos 'habitacionais'. Embora os espaços tenham mudado ao longo do tempo, o critério da divisão racial do território permanece o mesmo.

Os sucintos processos históricos contextualizados aqui sobre a escravização dos povos africanos, deixaram graves vestígios da escravidão na sociedade atual, como por exemplo, o racismo estrutural que ocorre em diversas instâncias da sociedade. De acordo com Almeida (2019, p. 38), podemos definir de maneira resumida o racismo como:

[...] decorrência da própria estrutura social, ou seja, do modo “normal” com que se constituem as relações políticas, econômicas, jurídicas e até familiares, não sendo uma patologia social e nem um desarranjo institucional. O racismo é estrutural. Comportamentos individuais e processos institucionais são derivados de uma sociedade cujo racismo é regra e não exceção. O racismo é parte de um processo social que ocorre “pelas costas dos indivíduos e lhes parece legado pela tradição”. Nesse caso, além de medidas que coíbam o racismo individual e institucionalmente, torna-se imperativo refletir sobre mudanças profundas nas relações sociais, políticas e econômicas.

Destarte, a história da escravidão e suas consequências persistem de forma profundamente enraizada na sociedade brasileira, evidenciado nas desigualdades raciais evidentes até os dias atuais. A exclusão social dos negros, que iniciou no processo da escravidão, continua a impactar de maneira significativa negativamente as condições de vida, educação, trabalho e segurança da população negra.

A partir desse contexto é possível compreender que “uma vez que a maioria da população, que é negra e pobre, demanda por infraestrutura básica, educação e enfrenta a discriminação racial, a viagem se distancia desse público” (Santos, 2018, p. 35). Entende-se que, a disparidade entre as remunerações, as altas taxas de analfabetismo, a violência, entre outras questões, ressalta o caráter estrutural do racismo no Brasil, também presente no turismo, onde se encontra uma escassez de turistas negros nos espaços turísticos em todo o território nacional.

CAPÍTULO 2 - TURISMO E RACISMO: A EXPERIÊNCIA DE TURISTAS NEGROS NO BRASIL

Este capítulo, tem como objetivo analisar a invisibilidade do negro no setor turístico, suas condicionantes, as experiências vivenciadas durante suas viagens e compreender seus hábitos e preferências enquanto turista negro. Estarão contidas nesse item, as perguntas balizadoras da pesquisa, realizada de forma online, que irá abordar principalmente os costumes e experiências de viajantes negros. Além disso, serão discutidos os resultados e análises das respostas dos participantes da pesquisa.

2.1 Turistas Negros

No turismo, Ferreira e Casagrande (2018) indagam sobre escassez da presença de pessoas pretas nos espaços turísticos no território brasileiro e explica que essa realidade, pode ser explicada devido as práticas interseccionais e estruturantes de gênero, classe e etnia/raça, decorrente do processo de formação social brasileira, que remonta o período escravocrata no Brasil e que culminaram na inexpressiva presença de corpos negros em espaços turísticos.

O turismo, em sua essência, é uma atividade que surge com o propósito de conectar pessoas, lugares e aproximar culturas diferentes. Porém, embora a atividade turística seja produzida por muitos, apenas uma minoria privilegiada costuma usufruir dessa prática em sua plenitude (Silva; Araujo, 2022).

Com relação aos viajantes negros e ao concordarmos com Silva e Araújo (2022) quando aproximamos essa discussão às questões raciais, percebemos que, no momento em que os corpos negros ocupam espaços turísticos, constantemente são estigmatizados como trabalhadores do turismo por aparentemente não pertencerem à conduta de um consumidor do turismo (Oliveira, 2021).

Sobre essa realidade, a pesquisa elaborada por Santos (2018, p. 57) demonstrou que dentre 580 pessoas afro-brasileiras, cerca de 63,5% estabeleceram a falta de recursos financeiros como um dos fatores que desmotivam viajar no Brasil. Enquanto 10,5% por Violência e Segurança, 5,6% por falta de tempo e também pelo Racismo, com uma frequência relativa de 5,5%. No que se refere aos fatores que desmotivam a viajar ao exterior, o que prevaleceu foi a falta de recursos financeiros

com 45,2%, em segundo o Câmbio 11,2%, em terceiro o idioma com 8,3% e o quarto pelo racismo com 6,0%.

Tabela 1 – Frequência de fatores que desestimulam viagens domésticas

Tabela 7 - Frequência de fatores que desestimulam viagens domésticas

Quais fatores te desestimulam a viajar hoje no Brasil?	
Fatores	Frequência Relativa
Falta de recursos financeiros	63,5%
Violência e Segurança	10,5%
Falta de Tempo	5,6%
Não entendeu ²⁷	5,6%
Racismo	5,5%
Outros	2,9%
Nenhum fator	1,8%
Machismo	1,4%
Companhia	1,1%
Política e Políticas Públicas	0,8%
Mobilidade e Transporte	0,7%
Conhecimento, planejamento e informações	0,7%
Total	100,0%

Fonte: Santos (2018, p.57).

Ademais, a pesquisa de Santos (2018, p. 59) destaca acontecimentos de racismo/ou injúria racial em viagens domésticas, no qual foi averiguado que 46,7%, já vivenciaram e/ou presenciaram situações de racismo. Já em viagens internacionais, 78,8% não vivenciaram e/ou presenciaram o racismo durante as viagens. De maneira geral, os turistas destacam as situações, em que houveram:

Quadro 1 – Situações de racismo e/ou injúria racial durante viagens

Situações de racismo e/ou injúria racial durante viagens
1 - Atendimento diferenciado.
2 - Olhares desconfortáveis.
3 - Perseguição em estabelecimento.
4 - Hipersexualização.
5 - Agressão verbal.
6 - Acusações de furto e/ou roubo.
7 - Impedido (a) de entrar no ambiente.
8 - Condição financeira questionada.
9 - Exclusão/invisibilidade
10 - "Piadas".
11 - "Confundido (a)" com funcionário (a).
12 - Inospitalidade.
13 - Depreciação estética: traços negróides e cabelo crespo.
14 - Agressão física.

15 - Pertences pessoais revistados sem motivo comprobatório.
16 - Ameaças.

Fonte: (Santos, 2018, p. 60).

De acordo com o estudo realizado por Hintze e Júnior (2012) constatou-se um predomínio quase exclusivo da representação do turista caucasiano, em comparação aos negros em todas as categorias de turistas analisadas. Sendo assim, no caso das pessoas negras, o papel exercido como turistas é invisibilizado, pois são frequentemente associados ao papel de prestadores de serviço no setor turístico ou mesmo como parte do atrativo turístico. Os autores acrescentam que:

O turismo tem seu discurso formado a partir do encontro com o “outro”, mas, o “outro” está tão deformado e estereotipado, que o encontro não se dá, dá-se um pseudo-encontro, um simulacro. O olhar do turista é produzido a partir de um viés notadamente racista (Hintze; Júnior, 2012, p.71).

Oliveira (2021, p. 268) salienta que é problemática a carência de dados oficiais a respeito da inserção de negros no turismo no Brasil. Não se encontra informações oficiais quanto a viajantes negros, não se sabe quem são eles, para onde deslocam-se, o que consomem, quais seus hábitos de viagens.

Os dados da população negra no Brasil evidenciam que os impactos da escravidão ainda persistem e resultam em desigualdades estruturais que afetam o acesso à educação, emprego, renda e segurança, uma dívida histórica que irá demorar anos para ser saldada. No entanto, apesar dessas barreiras históricas, a população negra também se declara como um público consumidor relevante, em que a presença no mercado tem crescido progressivamente e despertado maior atenção dos setores econômicos, incluindo o turismo (Oliveira, 2020a).

O Instituto Data Popular, publicou uma pesquisa no ano de 2013, em que foi observada uma demanda crescente de afrodescendentes viajando, porém as ofertas de produtos e serviços para atender o perfil do consumidor negro ainda é considerado muito escasso (Cartacapital, 2015).

O perfil da demanda de turistas negros é denominado como afroturista e considerada uma potência no mercado turístico. No entanto, devido a exclusão histórica, barreiras econômicas, racismo e a falta de representatividade, permanece invisível no mercado tradicional do turismo brasileiro. O racismo gera prejuízos ao setor turístico ao desconsiderar o potencial dos negros brasileiros como consumidores e limitar suas oportunidades de participação no mercado do turismo,

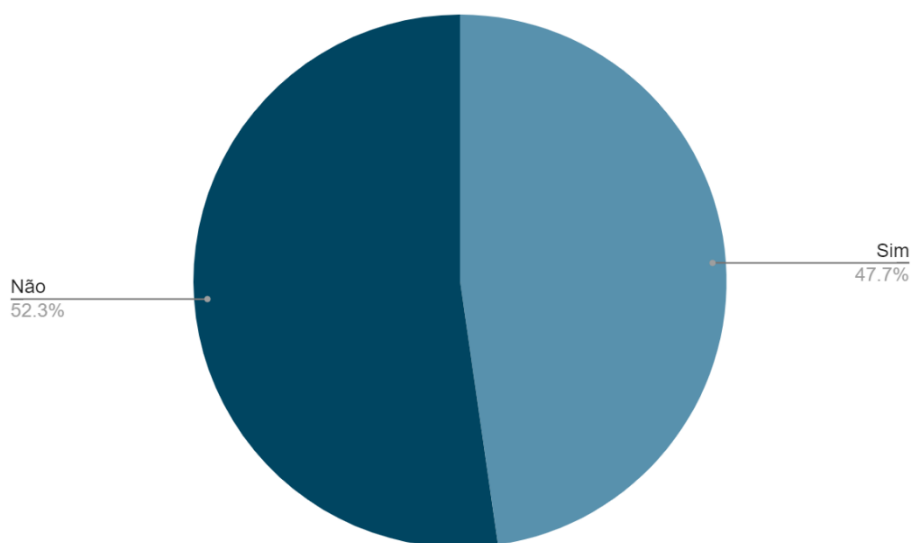
principalmente pela ausência de ações eficientes para prevenir e enfrentar situações de racismo que são sempre relatadas por viajantes negros (Clemente, 2021). Ainda que a população negra se encontre em maioria nas classes C, D e E, pesquisas demonstram que esse perfil foi, entre outros, um dos que mais cresceram referentes ao consumo de viagens (Clemente, 2021).

Clemente (2021) destaca que apesar de todo o potencial que detém, os turistas negros são desconsiderados como prioridade dos fornecedores do turismo tradicional. A falta de pesquisas voltadas a esse público no que condiz ao perfil do turista negro, aos hábitos de viagens e suas expectativas, impossibilitam o desenvolvimento de ofertas de produtos e serviços voltadas ao consumidor negro. “O acesso ao lazer e ao turismo é o sonho de consumo de grande parte dos brasileiros de classe C e D e nos traz a questão: quem são os viajantes afro-brasileiros?” (Santos, 2018, p. 51).

Para levantarmos dados acerca dessa pergunta aplicamos um formulário com trinta e cinco (35) perguntas a partir da ferramenta *Google Forms*, que ficou aberto para o preenchimento entre os períodos de 25 de janeiro a 16 de maio de 2024 objetivando levantar dados referentes a: quem são os viajantes negros brasileiros, seus hábitos de viagens, destinos visitados, comportamentos e situações vivenciadas durante suas viagens?

Em relação a pergunta sobre o viajante negro passar por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial durante suas viagens. Os resultados da pesquisa destacam que uma proporção significativa dos participantes, já passaram por situações de desconforto e/ou discriminação racial durante suas viagens, 47,7% relataram essas experiências.

Gráfico 1 – Você já passou por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial durante suas viagens?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Segundo Kilomba (2019), o racismo estrutural se manifesta na exclusão de pessoas negras das principais estruturas sociais e políticas, que privilegiam os sujeitos brancos e colocam os demais grupos racializados em uma posição de desvantagem evidente. Além disso, a autora transcorre sobre a questão de como os corpos negros são vistos:

No racismo, corpos negros são construídos como corpos impróprios, como corpos que estão “fora do lugar” e, por essa razão, corpos que não podem pertencer. Corpos brancos, ao contrário, são construídos como próprios, são corpos que estão “no lugar”, “em casa”, corpos que sempre pertencem. Eles pertencem a todos os lugares: na Europa, na África, no norte, no sul, leste, oeste, no centro, bem como na periferia (Kilomba, 2019, p. 56).

A partir desta pergunta, foi adicionada uma questão não obrigatória para os participantes que responderam “sim” e que se sentissem confortáveis em compartilhar e descrever as situações de racismo vivenciadas em suas viagens de forma geral.

Ao analisar as descrições dos participantes, verificamos que as 16 respostas recebidas na questão não obrigatória, relatam as situações de racismo que sofreram em suas viagens, em ambientes diferenciados e que são espaços que recebem um intenso fluxo de turistas, sugerindo o quanto esses espaços não são acolhedores e seguros para turistas negros. Nesse contexto, das 16

respostas obtidas, foram selecionadas 6 por serem mais completas em relatarem a situação. Destacam-se os trechos retirados das respostas dos viajantes negros participantes da pesquisa:

estava em um restaurante classe média na Bahia, com roupa de praia e com características bem óbvias de turista. Quando estava no caixa pagando minha conta uma mulher branca apareceu pedindo para pegar o resto da comida dela e colocar em uma embalagem de Marmitex para ela entregar aos cachorros da rua. Todos os funcionários usavam roupa preta, avental e lenço na cabeça, enfim. O racismo clássico nosso de cada dia (Depoimentos dos participantes, 2024).

Além de serem associados com funcionários de estabelecimentos comerciais, é muito comum que turistas negros não sejam vistos como tal, como relatado por um dos participantes: *“uma viagem feita ao México onde eu, minha irmã e meu pai não somos vistos como turistas, mas minha mãe (branca) é abordada como turista”*. Essa situação torna a viagem extremamente desconfortável e desagradável.

Outro relato importante a ser destacado é: *“já passei pela famosa “revista aleatória”, que de aleatória não tem nada, né?”*, que, muitas vezes, ocorre sem motivo. Essa situação foi mencionada de forma recorrente em nossa pesquisa. E foi mencionado de modo recorrente nessa questão.

Um participante compartilhou:

fui alvo de discriminação no hotel onde estava, no qual ao esperar no térreo para jantar, fui 'confundido' com o manobrista do hotel (mesmo com roupa totalmente distinta), onde o caso já veio entregando as chaves pedindo pra eu retirar o veículo deles... (Depoimentos dos participantes, 2024).

Essas experiências são complementadas por outras situações de tratamento diferenciado, como no relato: *“são comuns situações em que o atendimento a turistas negros é inferior ao de turistas brancos. Já tive dificuldade de consumir e/ou ser atendida em comércio e hotéis”*.

Outro participante relatou:

Ao sair do café da manhã com um prato com doces, fui orientado a deixar o prato na sala do café pois não era permitido. No outro dia, eu vi uma senhora branca, e depois um adolescente branco, saindo da sala de café, sem serem parados pela mesma funcionária que me parou no dia anterior (Depoimentos da pesquisa, 2024).

Essas citações salientam a necessidade de promover práticas inclusivas e antirracistas e combater a discriminação racial dentro do turismo. Ainda que, a maioria (52,3%) dos participantes não tenha relatado experiências de discriminação, a existência de uma parte dos participantes ter enfrentado essas situações comprova que o racismo ainda é uma adversidade para muitos viajantes negros. Nesse contexto, a experiência do turista negro é prejudicada na sensação de pertencimento e segurança, afetando também a maneira que selecionam os destinos e serviços de suas viagens.

Quando foi realizada a seguinte pergunta: “você já passou por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial em algum desses espaços durante suas viagens?” os dados demonstraram que:

Tabela 2 – Você já passou por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial em algum desses espaços durante suas viagens?

Ambiente/Outro fator	Frequência	%
Aeroporto	11	30,60%
Atrativo	4	11,10%
Lojas	17	47,20%
Mercado	10	27,80%
Restaurante	11	30,60%
Praça	4	11,10%
Parque	2	5,60%
Hotel	9	25,00%
Rua	9	25,00%
Ônibus	1	2,80%
Polícia Rodoviária Federal	1	2,80%
Não se lembra	1	2,80%
Não	2	5,60%
Shoppings	1	2,80%
Outro	1	2,80%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Ao analisar os espaços que ocorreram situações de desconforto e/ou racismo, o local mais mencionado foram as lojas, com 47,2% dos viajantes negros relatando discriminação racial. Outros espaços que foram frequentemente selecionados incluem aeroportos (30,6%), restaurantes (30,6%), mercados (27,8%), ruas (25%) e hotéis (25%). A partir desses dados podemos verificar que o racismo pode ocorrer em diversos contextos durante as viagens de uma pessoa negra, afetando as experiências dos viajantes negros em diferentes momentos e locais. Os recintos mencionados com menos frequência, mas ainda notáveis, foram os relatos de discriminação em atrativos turísticos (11,1%), praças (11,1%), e parques (5,6%). Ademais, os menos referidos ocorreram em ônibus, na polícia rodoviária federal, em shoppings, e em outros locais não especificados, todos com 2,8%.

Conforme ressalta Kilomba (2019, p. 80), nesse contexto a autora conceitua o que é conhecido como racismo cotidiano, no qual é vivenciado pelos viajantes negros em suas viagens e na rotina do dia-dia:

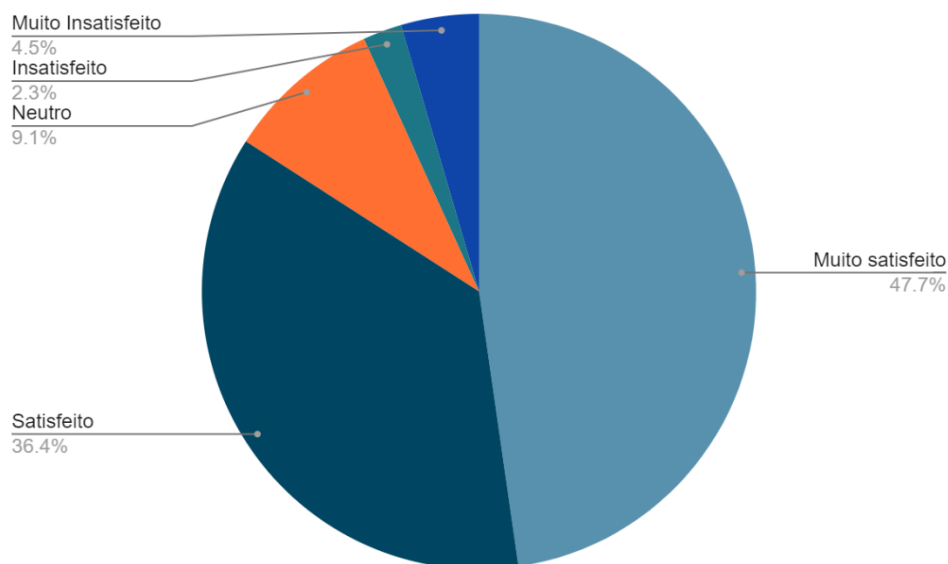
O termo “cotidiano” refere-se ao fato de que essas experiências não são pontuais. O racismo cotidiano não é um “ataque único” ou um “evento discreto”, mas sim uma “constelação de experiências de vida”, uma “exposição constante ao perigo”, um “padrão contínuo de abuso”, que se repete incessantemente ao longo da biografia de alguém – no ônibus, no supermercado, em uma festa, no jantar, na família.

Nesse sentido, observa-se que os resultados apresentados reforçam a necessidade de iniciativas mais eficazes para combater a discriminação racial em todos os aspectos do turismo. As situações de discriminação em ambientes como lojas, aeroportos e restaurantes destacados pelos viajantes negros, ressalta a importância e urgência de treinamentos de capacitação em diversidade e inclusão para os profissionais que interagem com turistas e, principalmente, a implementação de uma educação antirracista no setor.

Em relação a pergunta “Quão satisfeito você geralmente fica com suas experiências de viagem?” Os resultados da pesquisa indicaram que a maioria dos viajantes negros estão satisfeitos com suas experiências de viagem, com 47,7% afirmando estarem “muito satisfeitos” e 36,4% “satisfeitos”. Expressando que mesmo com a presença de adversidades enfrentadas durante suas viagens,

como racismo ou outros fatores desmotivadores, as experiências de viagem dos viajantes negros de modo geral são positivas, de acordo com os participantes.

Gráfico 2 – Quão satisfeito você geralmente fica com suas experiências de viagem?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Apenas uma pequena parte dos turistas negros declarou-se "muito insatisfeitos" (4,5%) ou "insatisfeitos" (2,3%), enquanto 9,1% se consideram neutros em relação à sua satisfação com as viagens. Esse número elevado de satisfação pode ser devido à boas experiências e a capacidade dos viajantes de encontrar aspectos positivos mesmo diante de desafios.

Dessa forma, percebe-se que a presença do negro enquanto consumidor do turismo e sua representatividade como turista ainda são escassas. O turismo, muitas vezes, reproduz uma perspectiva excludente, explícita pelas recorrentes situações de discriminação racial e pela escassez de dados oficiais sobre a inserção da população negra nesse setor.

A atividade turística, assim como outras modalidades econômicas, ajuda a reproduzir os traços de um país desigual em sua essência, ou seja, uma condição estrutural que passa pela forma como o Brasil foi se organizando econômica e politicamente desde o período da escravidão (Silva; Araujo, 2022).

Mesmo que diversos fatores desmotivem a participação do negro como turista, há uma demanda em potencial de afro-brasileiros que buscam por experiências turísticas. Entretanto, apesar de serem um público em potencial e em

crescimento infelizmente ainda não é tratado como prioridade pelo mercado do turismo tradicional brasileiro. Diante desse cenário, torna-se perceptível a necessidade de mudanças estruturais no setor do turismo para proporcionar maior inclusão e representatividade. A invisibilidade do turista negro e a falta de representatividade racial no setor não são fenômenos isolados, mas sim reflexos do racismo estrutural presente no Brasil.

2.2 Turismo e Racismo no Brasil

O turismo é considerado um fenômeno social que representa o encontro com o outro e com as diferenças, resultando em trocas de conhecimento e experiências. No entanto, ainda se observam discursos etnocêntricos que são repletos de hostilidade e racismo (Oliveira, 2021). Desse modo, o racismo, alicerce da construção social brasileira, permeia todas as esferas da sociedade, incluindo o setor do turismo (Santos; Sá, 2021).

O racismo no Brasil é estrutural, estruturado e estruturante, visto que interfere na formação dos sujeitos e das instituições de modo habitual (Arruda, 2021). Segundo Almeida (2019, p. 39), o racismo se expressa de forma concreta como desigualdade política, econômica e jurídica. Entretanto, ao utilizar o termo “estrutura” não implica em afirmar que o racismo seja uma condição irreversível e que ações e políticas institucionais antirracistas não sejam eficazes ou, que indivíduos que cometam atos discriminatórios não devam ser responsabilizados pessoalmente. Nesse contexto o autor destaca que:

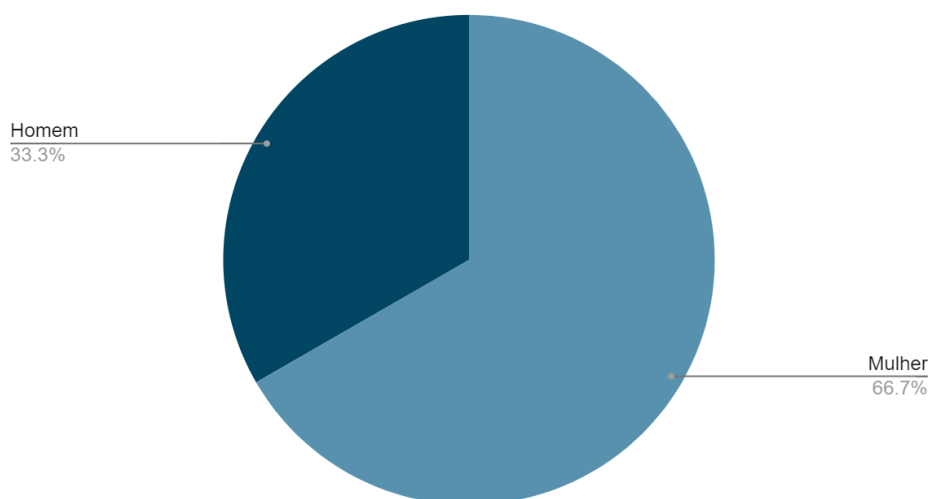
Dizer isso seria negar os aspectos social, histórico e político do racismo. O que queremos enfatizar do ponto de vista teórico é que o racismo, como processo histórico e político, cria as condições sociais para que, direta ou indiretamente, grupos racialmente identificados sejam discriminados de forma sistemática. Ainda que os indivíduos que cometam atos racistas sejam responsabilizados, o olhar estrutural sobre as relações raciais nos leva a concluir que a responsabilização jurídica não é o suficiente para que a sociedade deixe de ser uma máquina produtora da desigualdade racial (Almeida, 2019, p. 39).

Dessa forma, entende-se que o racismo se manifesta no turismo, impactando negativamente a experiência dos viajantes negros em suas viagens. Neste tópico, serão apresentados dados relativos às informações pessoais dos participantes da pesquisa realizada de forma online, incluindo costumes, preferências, formas de planejamento de viagem, entre outros aspectos. Essa análise destaca, a presença

do racismo, as desigualdades sociais e a percepção dos participantes da pesquisa sobre questões de representatividade no setor turístico.

No que diz a respeito à pergunta “qual é o seu gênero?”, 66,7% dos participantes se identificaram como do gênero feminino, enquanto 33,3% é do gênero masculino.

Gráfico 3 – Qual é o seu gênero?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Em relação a questão “qual é a sua faixa etária?”, os resultados da pesquisa destacaram que principalmente jovens de 18 a 24 anos 37,8%, 38 a 43 anos 17,8% e de 25 a 31 anos 15,6% participaram do estudo. Considerando que a maioria dos viajantes negros se autodeclararam como pretos correspondendo a 80%, enquanto 20% se autodeclararam pardos.

Tabela 3 – Qual é a sua faixa etária?

Faixa Etárias	Frequência	%
18 a 24 anos	17	37,80%
25 a 31 anos	7	15,60%
32 a 37 anos	5	11,10%
38 a 43 anos	8	17,80%
44 a 49 anos	4	8,90%
50 a 55 anos	2	4,40%
56 a 64 anos	1	2,20%
65 anos ou mais	1	2,20%

Total	45	100%
-------	----	------

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

No que se refere ao nível de escolaridade dos viajantes negros das 45 pessoas que responderam, 60% possui o ensino superior completo, 28,9% com o ensino superior em andamento, 8,9% o ensino médio completo e 2,2% com o ensino superior incompleto.

Tabela 4 – Em que Estado você mora?

Estados	Frequência	%
Bahia	2	4,4%
Ceará	1	2,20%
Minas Gerais	4	8,90%
Mato Grosso do Sul	5	11,10%
Paraná	5	11,10%
Pará	1	2,20%
Rio Grande do Sul	1	2,20%
Rio de Janeiro	5	11,10%
Santa Catarina	1	2,20%
São Paulo	20	44,40%
Total	45	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

No que diz a respeito à questão “em que estado você mora?”, verificamos que os dados evidenciaram que 44,4% dos viajantes negros são residentes do estado de São Paulo, 11,1% do Mato Grosso do Sul, Paraná e Rio de Janeiro e 4,4% do estado da Bahia, pode-se destacar as regiões que mais se sobressaíram como a região sudeste (Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo), região centro-oeste (Mato Grosso do Sul) e região sul (Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina).

Tabela 5 – Faixa de renda familiar

Faixa de renda familiar (R\$)	Frequência	%
R\$ 1.000,00 a 3.000,00	13	28,90%

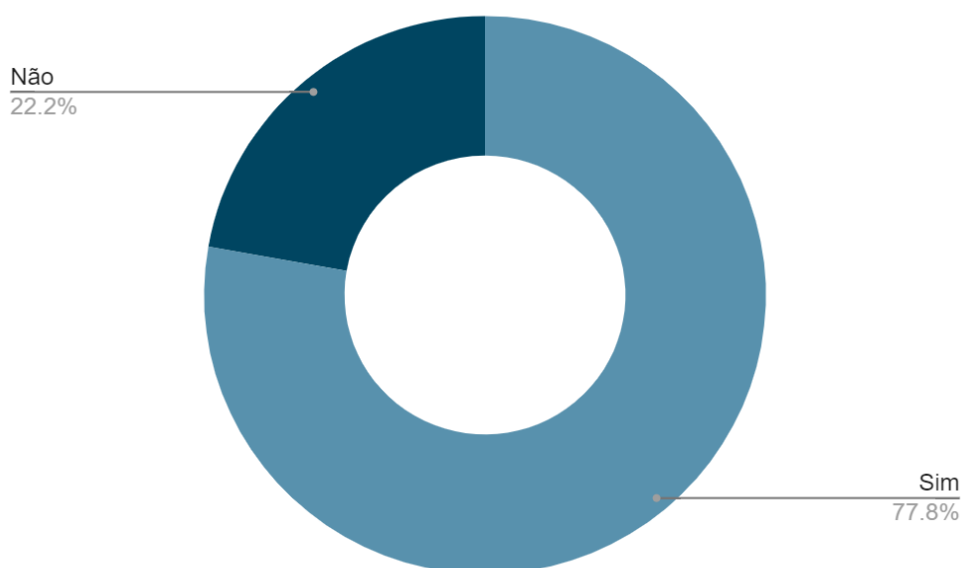
R\$ 3.000,00 a 5.000,00	12	26,70%
R\$ 5.000,00 a 7.000,00	8	17,80%
R\$ 7.000,00 a 9.000,00	4	8,90%
R\$ 9.000,00 a 11.000,00	5	11,10%
Mais de R\$ 11.000,00	3	6,70%
Total	45	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Em relação a faixa de renda familiar dos viajantes negros, cerca de 28,9% estão na faixa de R\$ 1.000,00 a 3.000,00, enquanto 26,7% possuem a faixa de R\$ 3.000,00 a 5.000,00 e em terceiro 17,8% detém R\$ 5.000,00 a 7.000,00 de renda familiar. Essas informações apontam que a maioria dos viajantes negros pertencem a classe D/E (renda mensal domiciliar até R\$ 2,9 mil) e C (renda mensal domiciliar entre R\$ 2,9 mil e R\$ 7,1 mil) (Infomoney, 2022).

De acordo com um estudo desenvolvido pela Consultoria Tendências em 2022, mais da metade dos brasileiros se encontra em situação de pobreza. A pesquisa indica que cerca de 50,7% dos brasileiros recebem uma renda mensal domiciliar de até R\$ 2,9 mil, pertencendo às classes D e E. Além disso, 33,3% possuem rendimentos entre R\$ 2,9 mil e R\$ 7,1 mil. A classe B, com renda entre R\$ 7,1 mil e R\$ 22 mil, representa aproximadamente 13,2% da população brasileira, enquanto a classe A, com rendimentos superiores a R\$ 22 mil, corresponde a 2,8%. “Entre os mais vulneráveis, de acordo com o levantamento, estão as mulheres, jovens, pessoas pretas ou pardas, aquelas com menor escolaridade e as da região Nordeste” (Garcia; Campos, 2022).

Ainda o questionário contou com a seguinte indagação: “você costuma viajar durante as férias para o lazer?”, os participantes responderam que:

Gráfico 4 – Você costuma viajar durante as férias para o lazer?

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Cerca de 77,8% dos viajantes negros, costumam viajar durante suas férias com o propósito de lazer, enquanto 22,2% responderam que não. Foi adicionada um complemento na questão caso a resposta fosse negativa, para justificar o motivo, o maior número de respostas foi em relação a falta de condições financeiras, falta de planejamento e por ausência de férias.

Tabela 6 – Com que frequência você viaja?

Com que frequência você viaja?	Frequência	%
Não Viajo	3	6,70%
Uma vez por ano	23	51,10%
Duas vezes por semana	2	4,40%
Mais de duas vezes por semana	4	8,90%
Menos de uma vez por ano	2	4,40%
Mais de uma vez por ano	2	4,40%
Duas vezes por ano	2	4,40%
Uma ou duas vezes por mês	1	2,20%
Duas a três vezes por ano	1	2,20%
Três vezes por ano	3	6,70%
Quatro vezes por ano	1	2,20%
Outro	1	2,20%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Os dados coletados referente a questão “com que frequência você viaja?”, a maioria dos viajantes negros relataram que viajam uma vez por ano, representando 51,1% da pesquisa. Esse resultado deixa claro que a maioria das pessoas realiza viagens anuais, possivelmente devido às dificuldades financeiras, tempo livre ou preferências pessoais.

Cerca de 6,7% de viajantes negros, relataram não viajar, o que pode ser pela falta de interesse em viagens, dificuldades econômicas ou questões pessoais. Em oposição, 8,9% dos turistas negros viajam mais de duas vezes por semana, o que é bastante incomum. Esses dados nos aponta um perfil de viajantes frequentes, que possivelmente está relacionado a trabalho ou atividades acadêmicas, visto que muitos estudantes demandam deslocamento constante ou entre outras atividades.

Pode-se apontar os outros exemplos de viagem mencionadas pelos viajantes negros do questionário que são menos comuns, com 4,4% das pessoas viajando duas vezes por semana, menos de uma vez por ano, mais de uma vez por ano, ou duas vezes por ano. Esses dados nos apresentam que há uma variedade de hábitos de viagem entre os participantes, apesar de ser em menor número. Os participantes que viajam três vezes por ano também representam 6,7% da pesquisa, enquanto outros, como viagens mensais ou trimestrais, têm percentuais muito baixos, abaixo de 2,2%.

Dessa forma percebe-se que, os resultados indicam uma tendência evidente de viagens anuais, o que pode estar relacionado a férias e feriados prolongados. A pequena porcentagem de viajantes frequentes (mais de duas vezes por semana) sugere que, mesmo que a maioria viaje esporadicamente, encontra-se uma parte de pessoas com necessidades de deslocamento constantes.

Tabela 7 – Essa viagem costuma acontecer por qual motivo?

Essa viagem costuma acontecer por qual motivo?	%
Visitar a família	52,30%
Lazer	75%
Viagem de negócio	20,50%
Evento especial (casamento, aniversário, etc.)	13,60%
Conhecer novas culturas	34,10%
Educação ou conferência	18,20%

Busca espiritual ou religiosa	6,80%
Saúde e bem-estar (retiros, spas, etc.)	11,40%
Aventura e atividades ao ar livre	29,50%
Participação em festivais ou eventos culturais	25%
Não viaja	2,30%

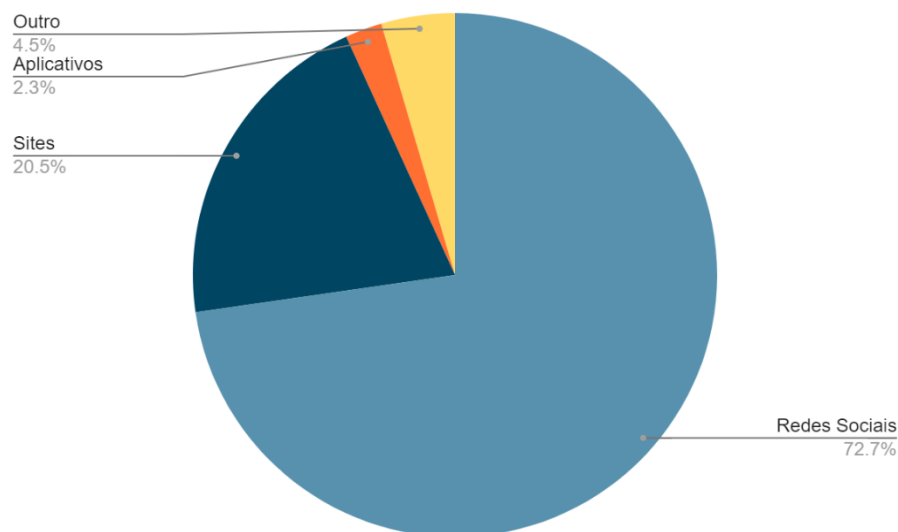
Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Em relação ao motivo da realização das viagens dos viajantes negros observa-se que a principal motivação para viajar, com 75% das respostas é o lazer, apontando que a maioria dos participantes tem preferência por momentos de descanso e distração em suas viagens. Outro fator a ser destacado é o de visitar a família, que foi o segundo motivo mais citado, com cerca de 52,3%, em que destaca a relevância da convivência familiar.

Conhecer novas culturas foi mencionado por 34,1% dos viajantes negros, o que expressa um grande interesse em explorar e estudar sobre diferentes modos de vida, tradições e costumes. Aventura e atividades ao ar livre também foram bastante selecionadas, com 29,5%, sinalizando que uma parte dos viajantes, busca experiências mais dinâmicas e em contato com a natureza. Participação em festivais ou eventos culturais foi outro motivo relevante, com 25%, destacando o interesse por atividades culturais específicas como um atrativo importante para viagens.

Viagens de negócio foram mencionadas por 20,5% dos respondentes. Já no que tange a área de educação ou conferência aparecem em 18,2% das respostas, sugerindo que há um segmento de viajantes que se desloca para aprimorar seus conhecimentos ou participar de eventos acadêmicos. Motivos menos comuns abrangem saúde e bem-estar, com 11,4%, e busca espiritual ou religiosa, com 6,8%. Por fim, 2,3% dos participantes responderam que não viajam, o que é em menor número.

Quando os entrevistados foram indagados sobre como gostariam de ser informados sobre os destinos turísticos, as respostas foram:

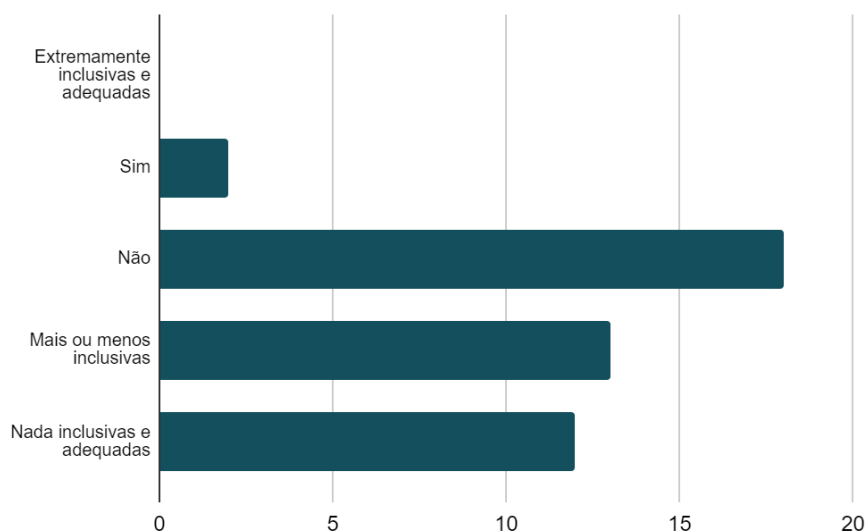
Gráfico 5 – Como você prefere receber informações sobre destinos turísticos?

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

No que se refere a preferência de como receber informações sobre destinos turísticos, a maioria dos viajantes negros afirmaram preferir receber informações sobre destinos turísticos por meio de redes sociais (72,7%), destacando sua importância na promoção de viagens. Sites são a segunda opção mais selecionada (20,5%), enquanto aplicativos têm um menor número (2,3%). Além disso, 4,5% escolheram outras formas de obter informações, mas não especificaram.

Referente a questão voltada sobre como: “você acredita que as campanhas de marketing turístico são inclusivas e representam adequadamente a diversidade racial?”, os informantes responderam que:

Gráfico 6 – Você acredita que as campanhas de marketing turístico são inclusivas e representam adequadamente a diversidade racial?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Apenas 4,4% dos participantes acreditam que as campanhas de marketing são inclusivas, enquanto 40% consideram que não são, e 26,7% as veem como "nada inclusivas e adequadas". Além disso, 28,9% as classificam como "mais ou menos inclusivas".

Hintze e Júnior (2012, p. 71) enfatizam que “a comunicação e, portanto, a produção turística no Brasil, no caso de nosso objeto de estudo, é consideravelmente influenciada pela ideologia racista.” Nesse sentido, apontam que, em relação ao turista consumidor, os dados revelam que:

A partir dos dados trabalhados, constatamos que o turista-consumidor é quase exclusivamente representado por pessoas “mais” brancas em relação aos negros em todas as categorias de turistas pesquisadas, sem exceção. Nestes casos, a representação do branco como “naturalmente” turista, representante “natural” do consumidor. Apontamos, ainda, dois tipos diferentes de (re)produção da imagem do negro: (1) invisibilidade no papel de turista; (2) espetacularização no papel de atrativo turístico e servidor do turismo (Hintze; Júnior, 2012, p. 71).

Hasenbalg (2022, p.125), aborda a questão da representação da figura do negro na publicidade, segundo o autor o registro que o Brasil faz de si mesmo tende a colocar o negro na condição de invisibilidade. O autor menciona alguns exemplos que ilustram as manifestações características dessa condição: a historiografia atribui um valor insignificante à experiência e à contribuição dos negros na formação da sociedade; a queima dos documentos referentes ao tráfico de escravos e ao

regime escravista; a retirada da informação sobre a cor da população nos censos demográficos de 1900, 1920 e 1970, juntamente com a recusa persistente em discutir a existência de qualquer problema de índole racial. “O intento de fazer do negro um ser invisível não deveria chamar a atenção em uma cultura que, proclamando-se racialmente democrática, está permeada pelo ideal obsessivo do embranquecimento” (Hasenbalg, 2022, p. 125).

Nesse contexto, o apagamento do registro histórico e a invisibilidade do negro estão relacionados ao processo de construção de sua identidade. Embora haja tentativas em sentido contrário, a identidade do negro é, em grande parte, definida pela perspectiva do branco. Dessa maneira é fundamental distinguir duas identidades. A primeira sendo derivada das ideias elaboradas por Gilberto Freyre no ano de 1930: a identidade do negro delimitada pelos critérios de uma democracia racial, ou seja, o afro-brasileiro é como qualquer outro indivíduo, dessa maneira, não está suscetível a preconceitos e discriminações (Hasenbalg, 2022, p.126).

Já a segunda identidade se refere ao plano privado e abrange duas dimensões. A primeira delas, mais consciente e marcada, envolve o repertório de ditados populares, frequentemente expressos em discussões entre brancos, que carregam imagens negativas sobre os negros. A segunda, mais inconsciente, está relacionada à estereotipação dos papéis e lugares ocupados pelos negros: o negro é caracterizado como trabalhador braçal, sem qualificação, ou como um indivíduo que progrediu socialmente pelos meios de mobilidade que são vistos como únicos existentes para o negro (Hasenbalg, 2022, p. 126).

Dessa forma, os princípios de invisibilidade e de identidade pública e privada estabelecidas pelo branco favoreceram fatores conceituais mínimos para ser analisado a imagem que o negro é representado na publicidade. A partir disso, o autor realiza uma análise da publicidade de 203 anúncios publicitários por revistas e televisão selecionadas, o negro estando presente em apenas nove, visto que, três deles estão em propagandas do governo, de natureza não comercial. Sendo assim, foi constatado que no critério do publicitário, “o negro quase que inexiste como consumidor” (Hasenbalg, 2022, p. 128).

[...] o negro brasileiro, exposto ininterruptamente às imagens de um mundo branco dominante, ficará confinado às alternativas de uma autoimagem negativa ou à adoção de um ideal de ego branco nos seus intentos de ascensão social” (Hasenbalg, 2022, p. 135).

De acordo com Urry (1999, p. 188), que investiga modos pelos quais as gerações, o gênero e etnicidade se interconectam com a classe, classifica duas questões fundamentais: a composição social dos turistas com que se viaja e a composição social dos indivíduos que vivem nos lugares visitados:

[...] elas são importantes devido ao modo como a maior parte das práticas turísticas envolvem um movimento em e através de vários tipos de espaço público, tais como praias, lojas, restaurantes, hotéis, passeios, aeroportos, piscinas e praças. Nesses espaços as pessoas olham e são olhadas por outras pessoas, fotografam e são fotografadas” (Urry, 1999, p. 188).

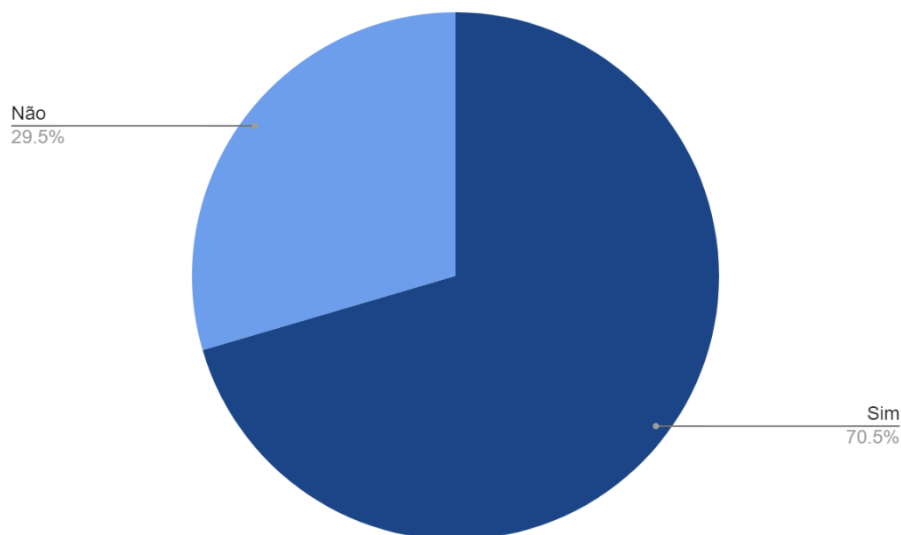
Além disso, é compreendido que durante a década 90, especificamente na Grã-Bretanha, negros britânicos eram uma das categorias sociais que se encontrava excluída das férias convencionais, em sua divulgação de turismo:

[...] O material de divulgação produzido pelas companhias mostra que os turistas são brancos. Simplesmente não existem fisionomias negras entre os que partem de férias. Se não existem rostos não-brancos nas fotografias, presume-se que eles são os “nativos exóticos” a serem contemplados. O mesmo processo parece ocorrer naquelas regiões da Grã-Bretanha que atraem grande número de turistas estrangeiros. Se negros ou asiáticos forem vistos nelas, presume-se que são visitantes de além-mar ou que talvez trabalhem na prestação de serviços, mas não se imaginará que são residentes britânicos que estão gozando suas férias. O campo, sobretudo, é construído como se fosse branco” (Urry, 1999, p. 190).

Em relação a pergunta do questionário “você acredita que as campanhas de marketing turístico são inclusivas e representam adequadamente a diversidade racial?” De acordo com a respostas dos viajantes negros, percebemos uma discrepância entre o desejo dos viajantes por representatividade e a percepção de como essas questões são abordadas nas campanhas de marketing turístico. Verificamos uma predominância de respostas negativas acerca da inclusão adequada da diversidade racial em campanhas de marketing no turismo, destacando a necessidade de mudanças nessa área que seja mais representativa e inclusiva para atender às expectativas de um público cada vez mais consciente da importância da diversidade racial no turismo.

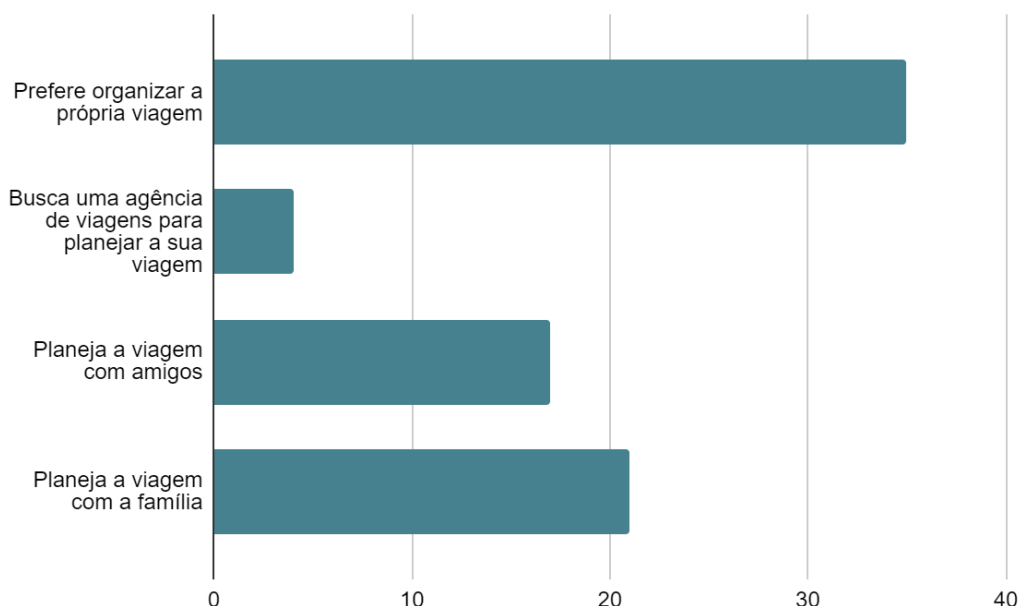
Ao indagarmos sobre como o viajante negro costuma buscar recomendações pessoais de outros turistas negros ao planejar suas viagens, pudemos verificar que, 70,5% dos viajantes negros buscam recomendações pessoais de outros turistas negros ao planejar suas viagens, indicando que as opiniões e experiências de indivíduos com perspectivas raciais semelhantes são extremamente reconhecidas. Porém, 29,5% não consideram essas recomendações ao tomar decisões sobre suas viagens.

Gráfico 7 – Você costuma buscar recomendações pessoais de outros turistas negros ao planejar suas viagens?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Outra pergunta realizada aos turistas negros referiu-se a: como preferem viajar? Os viajantes negros participantes em sua maioria responderam que (79,5%) preferem organizar suas próprias viagens, identificando que se encontra um interesse e preferência de ser responsável pelo próprio planejamento e personalização de viagem. Apenas 9,1% optam por utilizar agências de viagens, ou seja, muitos viajantes preferem executar o próprio planejamento de suas viagens. Além disso, 47,7% planejam suas viagens com a família e 38,6% com amigos, mostrando que o planejamento coletivo é comum e bastante apreciado pelos participantes, conforme podemos verificar no gráfico abaixo.

Gráfico 8 – Como prefere planejar sua viagem?

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Entende-se que as agências contribuem na maior facilidade no planejamento, como a compra de passagens, a reserva de hospedagem, passeios e outros detalhes, como traslados e reservas em restaurantes, elas auxiliam na organização da viagem, poupando o tempo do cliente. Além disso, as agências possuem conhecimento sobre os locais, roteiros e oferecem possíveis dicas, contando com profissionais especializados. Alguns pacotes oferecidos podem incluir promoções, tornando a experiência mais acessível financeiramente (Garcia, [s.d]).

Entretanto, uma das principais desvantagens é a falta de flexibilidade, já que não apresentam alternativas para personalizar o cronograma conforme as preferências do viajante. Outro fator negativo a ser mencionado é o custo adicional que algumas agências podem exigir, o que pode aumentar o preço final da viagem e torná-la pouco atrativa para quem não tem condições financeiras de arcar com esse valor (Garcia, [s.d]).

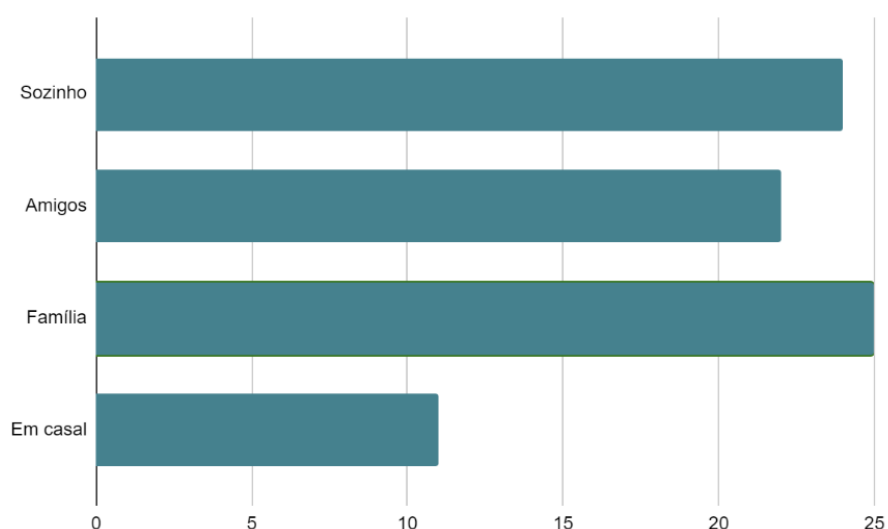
Dessa forma, turistas negros entrevistados optam por planejar suas viagens por conta própria, uma vez que o indivíduo tem o poder de escolha sobre o que fazer, os locais que deseja visitar e o controle do tempo. Em síntese, isso proporciona a capacidade de adaptar a viagem de acordo com seus próprios interesses. Também é importante destacar um benefício relevante ao se ter o

controle do orçamento, a possibilidade de selecionar alternativas econômicas, além de ser uma maneira de vivenciar uma experiência mais autêntica.

Em contrapartida, assim como ao planejar viagens com agências, essa abordagem também apresenta desvantagens. O processo de planejamento pode ser longo e exaustivo, dependendo do conhecimento sobre o destino escolhido. Além disso, fatores como o risco de imprevistos e a falta de familiaridade com o destino também são desvantagens reconhecidas (Garcia, [s.d.]).

Quanto a questão “a sua viagem costuma ser com família, sozinho com amigos ou casal?”: os resultados demonstraram que os turistas negros: 56,8% viajam com a família, 54,5% sozinhos e 50% com amigos. Viagens em casal são menos frequentes, representando 25% das respostas. Esses dados explicam que os viajantes buscam uma combinação de experiências pessoais e sociais, estabelecendo a companhia de acordo com suas preferências.

Gráfico 9 – Como costuma viajar?

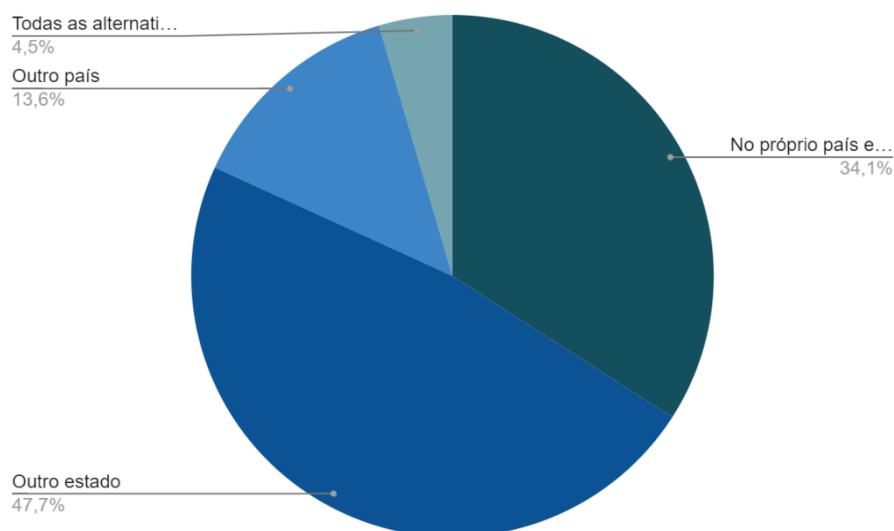


Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Ao ser questionado sobre como a viagem dos viajantes negros costuma ser, com as alternativas: no próprio país e estado, outro estado, outro país, todas as alternativas. A análise dos resultados mostra que a maioria das viagens dos participantes entrevistados ocorre dentro do próprio estado (47,7%) ou do país (34,1%), com uma menor proporção viajando para outro país (13,6%) e apenas 4,5% realizando viagens com todas as alternativas mencionadas. Isso representa uma

escolha expressiva por explorar locais mais próximos, eventualmente em razão de fatores econômicos, tempo ou preferência por familiaridade.

Gráfico 10 – A sua viagem costuma ser:



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

O próximo questionamento buscou verificar o tipo de turismo realizado pelos (as) viajantes negros (as):

Tabela 8 – Que tipo de Turismo você procura na maioria das suas viagens?

Que tipo de Turismo você procura na maioria das suas viagens?	%
Turismo de Lazer	79,50%
Turismo de Sol e Praia	63,60%
Turismo de Aventura	22,70%
Turismo Cultural	65,90%
Ecoturismo	29,50%
Turismo Gastronômico	45,50%
Turismo Religioso	13,60%
Turismo da Terceira Idade	2,30%
Turismo de Esporte	4,50%
Turismo Rural	9,10%
Turismo Étnico-Afro	25,00%
Turismo de Pesca	2,30%
Turismo de Saúde	4,50%
Turismo de Negócios e Eventos	15,90%
Turismo Estudos e/ou Intercâmbio	20,50%
Turismo Náutico	6,80%
Nenhum	4,50%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

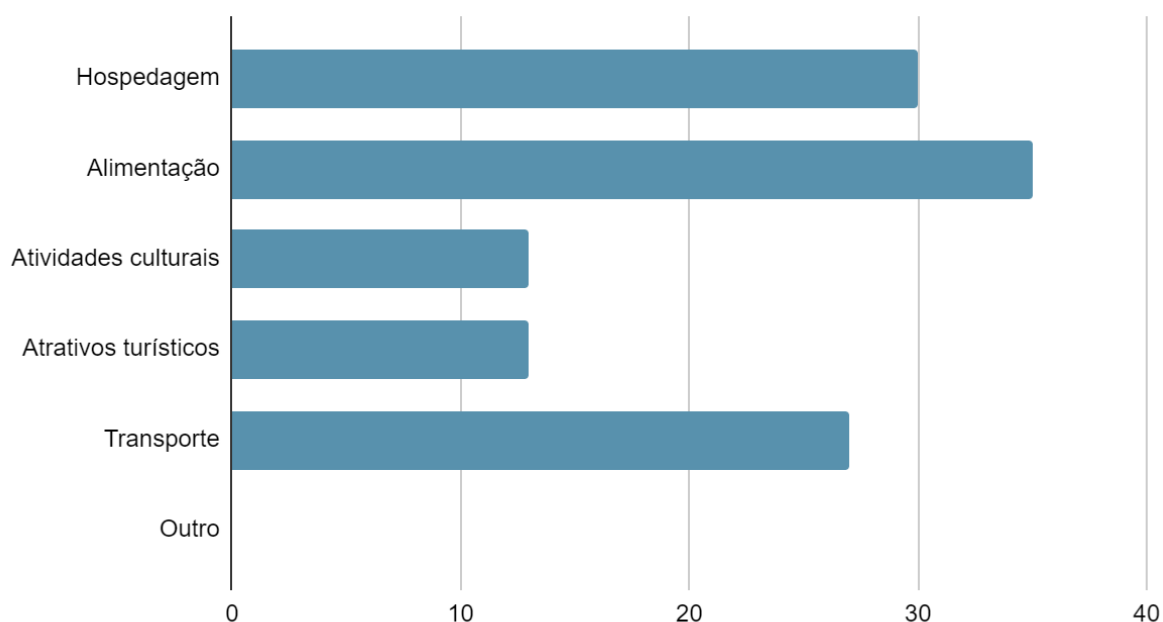
Os resultados correspondem que em relação ao tipo de turismo procurado, o turismo de lazer é o mais selecionado pelos participantes, com 79,5% dos viajantes

negros buscando, principalmente, momentos de descanso e distração. O turismo de sol e praia (63,6%) e o turismo cultural (65,9%) também foram intensamente desejados, representando um grande interesse dos turistas negros por momentos de contato com a natureza e experiências culturais. É importante destacar, as atividades preferidas dos entrevistados que envolvem participar de eventos culturais e festivais (72,7%), explorar a culinária local (70,5%), realizar atividades ao ar livre (63,6%) e, por fim, visitar museus (52,3%). Os tipos de turismo como aventura (22,7%), ecoturismo (29,5%) e turismo gastronômico (45,5%) foram os menos selecionados, mas ainda têm relevância para uma parte dos viajantes.

Entende-se que a maioria dos viajantes negros preferem destinos e experiências mais próximas e acessíveis, com propósitos principais, como lazer e cultura. As viagens internacionais e tipos de turismo mais específicos são menos comuns, destacando que os turistas preferem prezar pela convivência e ao mesmo tempo buscam experiências diversas de acordo com os fatores.

Referente a questão “quando viaja, quais são seus principais gastos?”, os participantes entrevistados responderam que:

Gráfico 11 – Quando viaja, quais são seus principais gastos?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Evidencia-se que a alimentação é o principal item de gasto durante as viagens, com 79,5% dos turistas negros revelando que gastam mais nesse tópico. Além disso, a hospedagem aparece com uma relevância significativa dos gastos, com 68,2%. Transporte (61,4%) e atividades culturais e atrativos turísticos (29,5% cada um) são outras áreas importantes de consumo. É importante frisar que os presentes dados correspondem que os viajantes reservam uma parte considerável do orçamento para alimentação e acomodação, posteriormente, por transporte e atividades.

Tabela 9 – Qual transporte você prefere para realizar suas viagens?

Qual transporte você prefere para realizar suas viagens?		
Transportes	Frequência	%
Avião	27	61,40%
Carro	25	56,80%
Trem	3	6,80%
Ônibus	20	45,50%
Todos	1	2,30%
Barco e Caminhão	1	2,30%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Em relação ao transporte preferido, a maioria dos viajantes negros opta por viajar de avião (61,4%) e carro (56,8%), preferências por opções que oferecem flexibilidade e agilidade. O ônibus é a escolha de 45,5% dos participantes, enquanto o trem é menos selecionado (6,8%). Poucos viajantes utilizam barco ou caminhão (2,3%) e apenas 2,3% priorizam por todos os meios de transporte mencionados. Nesse sentido, esses dados indicam que apesar de o avião e o carro sejam as opções mais selecionadas, observa-se que outras preferências de transporte podem ser a escolhidas dependendo de fatores como custo e a organização da viagem.

Tabela 10 – Qual foi o destino da sua última viagem nacional no período de 2022-2023?

Qual foi o destino da sua última viagem nacional no período de 2022-2023?		
Regiões	Frequência absoluta	%
Norte	0	0,00%
Nordeste	14	32,60%
Centro-Oeste	4	9,30%
Sudeste	20	46,50%

Sul	5	11,60%
Total	43	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Os resultados da pesquisa revelam que no período de 2022-2023, o Sudeste foi o destino mais visitado em viagens nacionais, com 46,5% dos turistas negros escolhendo essa região. O Nordeste também foi um destino relevante, com 32,6% das viagens, seguido pelo Sul (11,6%) e Centro-Oeste (9,3%).

Esses dados elucidam uma preferência por regiões mais desenvolvidas e turísticas do Brasil, como o Sudeste e Nordeste, que oferecem uma ampla gama de atrativos culturais, praias e infraestrutura turística. De acordo com o IBGE (2024b), em 2023, a maioria das viagens dos brasileiros de modo geral, foi nacional, sendo a origem principal a Região Sudeste, além disso, percebe-se que houve um padrão de viagens intrarregionais, especificamente nas Regiões Sudeste, Nordeste e Sul.

Tabela 11 – Qual foi o destino da sua última viagem internacional no período de 2022-2023?

Qual foi o destino da sua última viagem internacional no período de 2022-2023?		
Continentes	Frequência absoluta	%
América do Sul	7	18,40%
África	4	10,50%
Europa	4	10,50%
América do Norte	2	5,30%
Ásia	2	5,30%
Nenhum	12	31,60%
Nunca fiz uma viagem internacional	7	18,40%
Total	38	100%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Já às viagens internacionais no mesmo período, cerca de 31,6% dos viajantes negros não realizaram viagens para o exterior e 18,4% nunca fizeram uma viagem internacional. Entre os que viajaram para fora do país, a América do Sul foi o destino mais frequente, com 18,4% das respostas, devido à proximidade geográfica e, possivelmente o custo ser mais acessível para os turistas.

A África e a Europa foram selecionadas por 10,5% dos turistas negros cada um, enquanto a América do Norte e a Ásia foram destinos menos escolhidos, ambos com 5,3%. Entende-se que os resultados evidenciam que, embora uma parte

expressiva dos viajantes negros tenha experienciado mais as viagens nacionais e não tenha viajado internacionalmente, aqueles que a realizaram optaram por destinos relativamente próximos, como a América do Sul, ou pelo fator cultural e histórico, como a Europa e África.

Em relação aos fatores que desmotivam a viajar no Brasil, os viajantes negros informaram:

Tabela 12 – Quais fatores te desmotivam a viajar atualmente no Brasil?

Quais fatores te desmotivam a viajar atualmente no Brasil?	
Fatores	%
Falta de Recursos Financeiros	79,50%
Violência e Segurança	34,10%
Falta de Tempo voltado ao lazer	31,80%
Racismo	27,30%
Nenhum fator	2,30%
Machismo	15,90%
Falta de Companhia	6,80%
Política e Políticas Públicas	15,90%
Mobilidade e Transporte	22,70%
Conhecimento, planejamento e informações	6,80%
LGBTfobia	15,90%
Não entendeu	2,30%
Preço das passagens aéreas/rodoviárias e da hospedagem	2,30%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

A pesquisa evidencia que para viagens nacionais e internacionais, a falta de recursos financeiros é o principal fator que desmotiva os participantes a viajar, com 79,5% para viagens dentro do Brasil e 81,8% para viagens ao exterior. Isso comprova como o custo se torna uma barreira significativa para o turismo, revelando que muitos potenciais viajantes são desestimulados em virtude das despesas associadas às viagens, visto que:

Através da mobilidade social e o aumento do poder de consumo, é evidente que a viagem estará na lista dos itens desejados por todas as classes sociais. Entretanto, uma vez que a maioria da população, que é negra e pobre, demanda por infraestrutura básica, educação e enfrenta a discriminação racial, a viagem se distancia desse público (Santos, 2018, p. 35).

Para viagens nacionais, além da falta de recursos, outros fatores importantes que desmotivam os viajantes negros envolvem a violência e a segurança (34,1%), a falta de tempo voltado ao lazer (31,8%), e o racismo (27,3%). Esses aspectos dizem a respeito de questões sociais e estruturais que afetam nas tomadas de decisão em viajar, demonstrando que além do custo, a percepção de segurança e a luta constante contra o racismo, também exercem papéis alarmantes. Outros fatores como machismo (15,9%), políticas públicas (15,9%), e mobilidade e transporte (22,7%) também são relevantes, com menor intensidade.

Sobre as viagens internacionais, os fatores que desmotivam foram:

Tabela 13 – Quais fatores te desmotivam a viajar internacionalmente?

Quais fatores te desmotivam a viajar internacionalmente?	
Fatores	%
Falta de Recursos Financeiros	81,80%
Câmbio	31,80%
Idioma	27,30%
Racismo	43,20%
Medo e Insegurança	31,80%
Falta de Tempo	16,60%
Documentação (ex: Visto e Passaporte)	22,70%
Nenhum fator	4,50%
Violência e Segurança	29,50%
Falta de Companhia	6,80%
Conhecimento, planejamento e informações	13,60%
LGBTfobia	15,60%
Acessibilidade	6,80%

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

Em relação às viagens internacionais, a falta de recursos financeiros (81,1%) e o racismo sobressaem como fatores desmotivadores notáveis, selecionado por 43,2% dos viajantes negros, seguidamente, pelo câmbio desfavorável (31,8%), medo e insegurança (31,8%), e barreiras linguísticas (27,3%). A documentação necessária (22,7%) e preocupações com violência e segurança (29,5%) também influenciam negativamente na decisão de viajar para o exterior. Esses dados salientam que para as viagens internacionais, a questão financeira, adversidades relacionadas à discriminação, insegurança e barreiras burocráticas e linguísticas são particularmente desmotivadoras.

Em ambas categorias, as questões de discriminação, como racismo, machismo e LGBTfobia, desempenham papéis relevantes na tomada de decisão de não viajar, significando que além de fatores econômicos, as experiências sociais e culturais dos viajantes influenciam profundamente em suas escolhas, visto que nos dias atuais, outras condições e características sociais, como orientação sexual, religião, identidade de gênero e origem geográfica, também podem gerar relações desiguais que ao serem somadas à questão racial, resultam na violência e desigualdade por determinados grupos sociais no Brasil (Silva; Araujo, 2022).

A partir deste capítulo, foi possível compreender que os viajantes negros entrevistados apresentam hábitos, destinos específicos e formas próprias de planejamento de viagens, além de outros fatores que influenciam sua experiência turística. Entretanto, apesar das barreiras que dificultam sua participação no turismo, esse público é considerado como um potencial, porém permanece invisibilizado no setor, manifestando o racismo estrutural presente na sociedade.

A ausência de turistas negros nos espaços turísticos, assim como a escassez de campanhas e publicidades que os representem como consumidores do turismo, reforça a existência do racismo estrutural no Brasil e no setor do turismo. Dessa forma, é imprescindível analisar a valorização da cultura negra por meio do turismo, abordando iniciativas que promovam maior representatividade e inclusão desse público na atividade turística.

CAPÍTULO 3 - O TURISMO E A VALORIZAÇÃO DA CULTURA NEGRA

Neste capítulo, serão abordados os termos afroempreendedorismo e empreendedor negro, destacando sua atuação no turismo, como também seus benefícios e impactos positivos no mercado do turismo e para a população negra. Além disso, será discutido o afroturismo, uma importante área de atuação dos afroempreendedores, considerada uma potência no turismo brasileiro. Este capítulo, também incluirá a análise de perguntas do formulário referentes ao apoio e consumo de produtos e serviços provenientes de empreendedores negros (as).

3.1 Afroempreendedorismo: Black Money

No contexto social marcada pelo racismo e pela ideologia do branqueamento, ser um empresário (a) negro (a), tem um significado complementar, de forma mais precisa, a cor é relevante nas estratégias (Zanella; Magalhães, 2023, p. 63). Diante das desigualdades socioeconômicas que persistem há séculos, o empreendedorismo tem se tornado uma forma de inclusão social para grande parte da população negra. Impulsionados por fatores como desemprego, a desigualdade salarial e a luta constante contra a discriminação racial, pessoas negras optam por abrir seus próprios negócios, o que tem contribuído para a expansão de um fenômeno econômico e cultural denominado afroempreendedorismo (Reis, 2019, p. 9).

O empreendedorismo, seja no turismo seja em outras áreas, envolve a tentativa de criação de um novo negócio ou empreendimento, como, por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou ainda a expansão de um empreendimento existente (Oliveira, 2020a, p. 403).

A definição dos termos afroempreendedorismo e afroempreendedor ainda enfrenta certos percalços, devido a limitada literatura voltada a esse tema, devido ser considerado marginal em estudos acadêmicos (Oliveira, 2020a, p. 404). Neste trabalho, considera-se como o afroempreendedor o indivíduo autodeclarado preto ou pardo que produz e oferece produtos e serviços que sejam diretamente relacionados com à valorização da identidade estética e cultural africana e afro-brasileira. Outro fator importante a ser mencionado, é a existência da distinção entre os termos afroempreendedor e empreendedor negro. O último mencionado, refere-se a um indivíduo autodeclarado preto ou pardo que cria o próprio negócio, sem

necessariamente seguir uma referência étnico-racial em seus produtos ou prestação de serviços (Nascimento, 2018, p. 6).

Essa conceituação tem sido amplamente popularizada entre os afroempreendedores que se promovem por meio de eventos, feiras, rodas de conversa, vídeos, palestras e conteúdos produzindo para redes sociais - atividades que, de alguma maneira, estão vinculadas ao ativismo social antirracista. Entretanto, como observa Nascimento (2018, p. 7), a definição de afroempreendedorismo ainda não é unânime.

De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada em 2020 no Brasil pelo Sebrae, em parceria com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), cerca de 62,3% dos adultos pretos e pardos manifestaram o desejo de serem donos do próprio negócio, apresentando uma diferença de 9,6 pontos percentuais em relação aos adultos brancos (52,7%). A pesquisa ainda destaca que, entre a população negra, esse é o segundo maior sonho, ficando atrás apenas do desejo de viajar pelo Brasil, mencionado por 62,8% dos entrevistados (Sebrae, 2023).

Além disso, segundo outro estudo do Sebrae (2023), com base em dados da PNADC (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua) (1º trimestre de 2012 ao 2º trimestre de 2021), foi realizada uma análise comparativa entre empreendedores brancos e negros, evidenciando diferenças significativas no perfil empreendedor. Os dados revelam que os negros foram os mais impactados pela crise provocada pela pandemia da Covid-19, sendo afastados em maior proporção de suas atividades. Também apresentam, em média, menor nível de escolaridade e rendimento mensal (52% recebem até dois salários mínimos, contra 36% entre os brancos).

Ademais, há maior proporção de trabalhadores por conta própria (e menor de empregadores entre os negros). Observou-se ainda que não há diferença significativa quanto ao gênero, porém os empreendedores negros estão, em média a pouco tempo na atividade, são menos formalizados, contribuem menos à previdência, são mais jovens (43% têm até 34 anos, contra 39% entre os brancos) e enfrentam maior dificuldade no acesso ao crédito (Sebrae, 2023).

Existem no Brasil 28,6 milhões de empreendedores: 9,8 milhões de homens negros, 8,7 milhões de homens brancos, 5,0 milhões de mulheres brancas e 4,7 mulheres negras. Os homens e mulheres brancos(as) têm maior presença no Sudeste, já os homens e mulheres negros(as) têm maior presença no Nordeste (Sebrae, 2023).

No setor do turismo, o afroempreender pode ser compreendido como um turismo empreendido por pessoas negras, fundamentado na formação e valorização de narrativas afrocentradas, bem como na oferta de hospedagens, experiências e vivências que expressam e valorizam a cultura negra (Oliveira, 2020b, p. 45). Desse modo, segundo Oliveira (2020b, p. 45) refletir sobre o afroempreendedorismo é debater como o empreender para e pela a cultura negra engloba uma rede que busca fortificar-se por meio de seus negócios, “em um ecossistema de produção de negros para negros”. A percepção dessa corrente é conhecida como *Black Money*.

O conceito de *Black Money*, originalmente associado a dinheiro ilegal, foi popularizado nos Estados Unidos e, com o tempo, ressignificado pelo jamaicano e ativista Marcus Garvey durante o século XX (Amcham, 2023), que criou o movimento para referir-se ao incentivo ao consumo de produtos e serviços produzidos por negros. Esse movimento possibilita que o dinheiro circule por mais tempo dentro da comunidade afrodescendente, promovendo a consciência social, econômica e financeira da comunidade negra. “A proposta do *Black Money* envolve o fortalecimento da comunidade negra, gerando renda, trabalho e também empoderamento, todas as proposições presentes quando se fala em afroempreendedores” (Oliveira, 2020b, p. 46).

Os afroempreendedores, em sua maioria, afirmam a luta contra o racismo, promovem a visibilidade positiva da identidade negra, realizam atividades voltadas para o empoderamento estético e identitário da população afro-brasileira. Para isso, eles fomentam o afroempreendedorismo e o afroconsumo como estratégia de enfrentamento à vulnerabilidade econômica e social. Dessa forma, incentivam o consumo de produtos e serviços oferecidos por empreendedores negros que valorizam e fortalecem a identidade étnica afro-brasileira e africana (Nascimento, 2018, p. 2).

No Brasil, o *Black Money* se baseia em dois pilares principais: “se não me vejo, não compro” e “compro de afroempreendedores para fortalecer seus negócios”. Dessa forma, o movimento enfatiza a relevância de empregar o poder de compra dos negros e investir na própria comunidade, fomentando a integração de afroempreendedores ao sistema financeiro (Rock Content, 2019).

Cada vez mais, a comunidade negra busca se identificar com os produtos antes de realizar uma compra, resultando no que se chama de afroconsumo (Oliveira, 2020a). Segundo a ETNUS (2016), esse movimento de contracultura destaca a influência das características étnico-raciais nas experiências de consumo,

seja de forma consciente ou inconsciente, ressaltando a importância da estética e das particularidades raciais e culturais dos afrodescendentes.

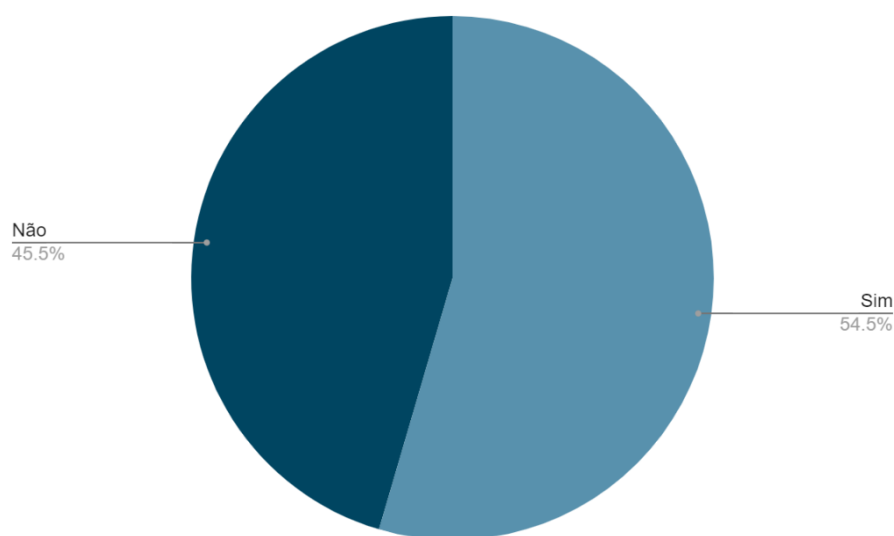
Esse movimento busca fortalecer o afroempreendedorismo a partir de uma visão que ultrapassa o lucro puro e simplesmente, mas focando-se na agregação de valor à atividade empreendedora de pessoas negras, fortalecendo a comunidade negra e a movimentação financeira entre elas como forma de combater o racismo estrutural (Sebrae, 2023).

Nessa perspectiva, foi indagado aos participantes da pesquisa do trabalho a seguinte questão: “ao viajar, você procura apoiar negócios locais de propriedade de empreendedores negros?”, os resultados da pesquisa demonstraram que a maioria dos viajantes negros preferem apoiar negócios de empreendedores negros durante as viagens, com 74,4% dos participantes afirmando que buscam fazer isso, enquanto 25,6% não têm esse objetivo.

Quando foi questionado a seguinte pergunta “o quão importante é para você que o destino turístico tenha representatividade racial em sua promoção e oferta de serviços?”, foi evidenciado que essa questão é bastante relevante para a maioria dos viajantes negros. Com 93,2% dos respondentes considerando a representatividade racial como “importante” (45,5%) ou “muito importante” (47,7%). É perceptível que a inclusão e a diversidade racial são levadas em consideração nas tomadas decisões de viagem. Apenas 6,8% responderam que a representatividade racial como “mais ou menos importante” (4,5%) ou “um pouco importante” (2,3%).

Ao questionar a seguinte pergunta “Você costuma procurar produtos ou serviços que promovam a diversidade e representatividade racial durante suas viagens?” os participantes responderam que:

Gráfico 12 – Você costuma procurar produtos ou serviços que promovam a diversidade e representatividade racial durante suas viagens?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

A análise dos resultados demonstra que uma parcela considerável dos participantes (54,5%) busca ativamente por produtos ou serviços que promovam a diversidade e representatividade racial durante suas viagens. Isso indica um interesse em apoiar economicamente comunidades negras. Entre os itens mais procurados foram mencionados artesanatos, roupas, souvenirs, artigos para casa e bijuterias que carregam significados culturais e históricos. Além disso, muitos participantes destacam a importância de vivências culturais, como visitas a museus, locais históricos e centros de valorização cultural, assim como a participação em eventos direcionados à comunidade preta.

Por outro lado, 45,5% dos respondentes não têm o hábito de procurar produtos ou serviços que promovam a diversidade racial. Essa diferença revela uma oportunidade de aumentar a conscientização sobre a importância desse apoio.

O levantamento conduzido pelo Afroturismo Hub, intitulado "Perfil Inicial do Turista Negro Brasileiro 2024", liderado por Hubber Clemente, responsável pela iniciativa, em parceria com Bianca D'Aya, CEO da Me Leva Cerrado, identificou que 82% dos entrevistados demonstram preferência por empreendimentos gerenciados por profissionais negros. Esse dado reforça a busca por representatividade em um setor que ainda apresenta lacunas significativas na inclusão desse público. Hubber Clemente destaca: "Os turistas negros estão atentos às suas escolhas e buscam empresas que valorizem sua identidade. Isso não é apenas uma questão de

preferência, mas também uma resposta ao racismo estrutural presente no turismo tradicional brasileiro.” Outro dado relevante da pesquisa aponta que 62% dos respondentes estão dispostos a pagar mais por serviços de empresas que realizam treinamentos antirracistas periódicos com suas equipes, o que evidencia a importância de práticas efetivas de inclusão no setor (Panrotas, 2024).

Na esfera dos negócios, destacam-se duas vertentes associadas ao afroempreendedorismo no turismo: a primeira demonstra que essa prática favorece na implementação de medidas antirracistas nas empresas, servindo como exemplo a ser seguido para outras iniciativas; a segunda diz a respeito de sua importância na geração de renda, empregos e na propagação de capital dentro da própria comunidade negra. Dessa forma, constitui-se um ecossistema sustentável e colaborativo que, apesar de ser inserido em uma atividade dominada por pessoas brancas, busca valorizar a diversidade por meio da atuação de afroempreendedores, do afroturismo e dos próprios afroturistas (Oliveira, 2020b, p. 60).

Compreende-se que, apesar do afroempreendedorismo ser considerado uma temática que precisa ser ampliada no âmbito acadêmico, ele desempenha um papel fundamental como alternativa de valorização da cultura, identidade e estética negra por meio do turismo. Além disso, constitui-se como uma ferramenta de enfrentamento ao racismo e às condições de vulnerabilidade socioeconômica vivenciadas por grande parte da população negra. A preferência por empreendimentos liderados por pessoas negras, o interesse por vivências culturais afrocentradas e o desejo em apoiar financeiramente iniciativas comprometidas com a diversidade e representatividade racial evidenciam o potencial transformador do afroempreendedorismo no setor turístico.

3.2 Afroturismo

O afroturismo representa uma das áreas de atuação dos afroempreendedores no âmbito do turismo, apesar de encontrar uma escassez de dados referentes a ele no mercado, assim como a falta de informações oficiais sobre turistas negros brasileiros. É necessário mencionar que, embora o afroturismo seja realizado por pessoas de diversas etnias, é predominante entre a população negra. Oliveira, (2022, p.16) afirma:

Pesquisar responsabilidade social/corporativa das empresas de afroturismo brasileiras é perceber como o afroempreendedorismo atua pela diversidade,

por uma sociedade racialmente mais justa e que tem em seu cerne o combate ao racismo.

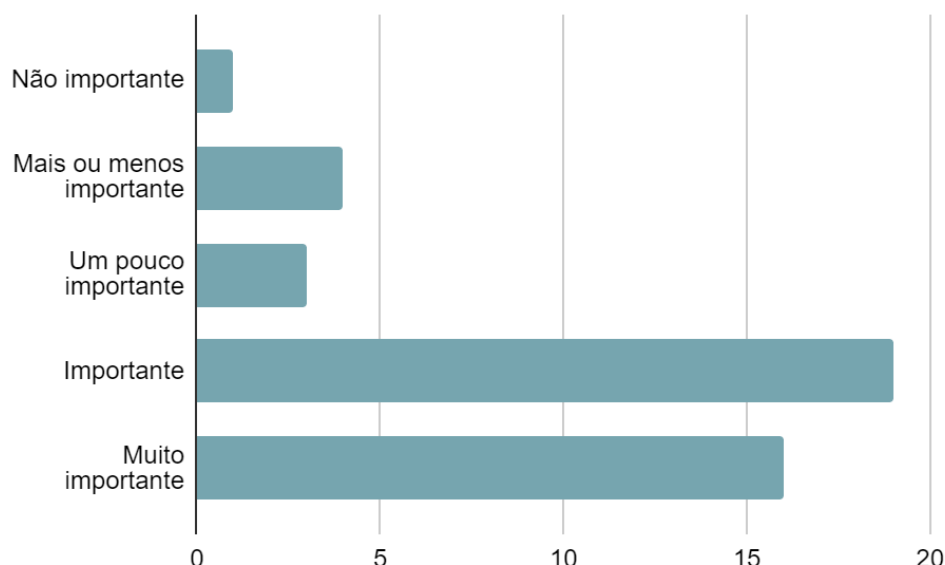
Segundo Oliveira (2022), as empresas de afroturismo tem uma missão clara de promover o turismo mais diversificado, que respeite as diferentes culturas e principalmente destaque à história afrodiáspórica. Além disso, ao trabalhar com afroturismo, os profissionais do setor têm a oportunidade de se orgulhar de sua história, cor e cultura.

[...] o afroturismo não deve ser visto como um nicho restrito do turismo, mas sim como uma abordagem ampla e interseccional com caráter de preservação de saberes e patrimônios; valorização de identidade e memória; formação pedagógica voltada à promoção da equidade racial, e promoção econômica de protagonismo negro nos diversos segmentos da economia criativa associados à cadeia de valor do turismo (Brasil, 2023, p. 3).

A partir desse contexto teórico e do potencial crescente do afroturismo para a valorização da cultura negra e a promoção da diversidade, é necessário compreender as percepções e comportamentos dos viajantes negros acerca dessas questões. Nesse sentido, a pesquisa de viajantes negros realizada buscou investigar a importância da representatividade racial ao escolher um destino turístico. A pesquisa indicou que essa característica é considerada fundamental por uma ampla maioria dos participantes. Com 93,2% dos respondentes considerando a representatividade racial como "importante" (45,5%) ou "muito importante" (47,7%), é possível identificar que a inclusão e a diversidade racial são importantes no planejamento das viagens dos viajantes negros. Apenas 6,8% identificam a representatividade racial como "mais ou menos importante" (4,5%) ou "um pouco importante" (2,3%).

Quando foi questionada a seguinte questão: "Ao escolher um destino, quanto importante é para você que o local tenha uma conscientização cultural e promova a história e contribuições da comunidade negra?", os viajantes negros responderam que:

Gráfico 13 – Ao escolher um destino, quão importante é para você que o local tenha uma conscientização cultural e promova a história e contribuições da comunidade negra?



Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

A conscientização cultural e a promoção da história e contribuições da comunidade negra são vistas como importantes pela maioria dos participantes. Enquanto 44,2% consideram esse fator importante e 37,2% acreditam ser muito importante, apenas 2,3% o consideram não importante.

A partir desses resultados destaca-se uma intensa preferência por apoiar e reconhecer a diversidade racial e cultural, no que diz respeito a respeito de negócios e na escolha de destinos turísticos, conhecido como afroturismo. De acordo com Dias e Ferreira (2020) o afroturismo vem crescendo atualmente, sendo considerado “experiências turísticas com foco em conhecer mais da história e cultura da população negra e sua identidade, têm ganhado força no Brasil e no mundo”.

Quando os respondentes foram indagados sobre destinos específicos mais acolhedores, foram mencionados os seguintes destinos:

Quadro 2 – Existem destinos específicos que você considera mais acolhedores para o turista negro? Quais?

Estados do Brasil, Cidades e destinos	Outros Países	Regiões do Brasil
1. Bahia (Porto Seguro e Salvador)	África do Sul (Cape Town)	Nordeste
2. Minas Gerais (Cidades históricas de MG, Ouro Preto)	Colômbia	Norte
3. Rio de Janeiro (Paraty)	Moçambique	

4. Pernambuco	Egito	
5. São Paulo	Cuba	
6. João Pessoa (PB)		
7. Fortaleza (CE)		
8. Natal (RN)		
9. Maranhão (São Luís)		
10. Quilombo Zumbi dos Palmares (AL)		

Fonte: Elaborado pela autora, 2024.

A análise dos resultados retrata que muitos participantes identificam destinos específicos no Brasil como mais acolhedores para turistas negros. A Bahia, especialmente cidades como Salvador e Porto Seguro, foi mencionada com destaque, considerando a percepção de que esses locais compreendem uma cultura rica e inclusiva, bastante associada à população negra. Salvador, em particular, a capital da Bahia, a cidade com a maior população negra fora da África sendo 80% da população é de origem afrodescendente, é vista como um destino representativo devido à sua história e cultura afro-brasileira, o que a torna um local naturalmente acolhedor para turistas negros. Entende-se que o turismo é uma das principais atividades econômicas da Bahia, em que o visitante encontra a oportunidade de experimentar a cultura negra, suas manifestações e no cotidiano da vida local (Brasil, 2016).

Outras regiões e cidades mencionadas: Minas Gerais, com suas cidades históricas como Ouro Preto, uma das primeiras cidades tombadas pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), em 1938, além de ser a primeira cidade brasileira a receber o título de Patrimônio Mundial, conferido pela Unesco, em 1980, (IPHAN, 2014). Ademais, o Rio de Janeiro que é reconhecido por sua forte influência da cultura negra, reproduzida na música, na gastronomia e no modo de viver de sua população. Apesar da cidade ser conhecida por seus pontos turísticos como a zona sul, o Cristo Redentor e o Pão de Açúcar, sua riqueza cultural vai além.

Com cerca de 3 milhões de pessoas que se identificam como pretas ou pardas, o Rio abriga a segunda maior população negra do Brasil, ficando atrás apenas de São Paulo, que conta com 4,2 milhões de habitantes (Nascimento, 2022). Além disso, as referências ao Nordeste de forma geral, que é considerado por muitos viajantes negros como uma região inclusiva e culturalmente rica, com cidades

como São Luís no Maranhão, João Pessoa na Paraíba, Fortaleza no Ceará, e Natal no Rio Grande do Norte foram mencionadas.

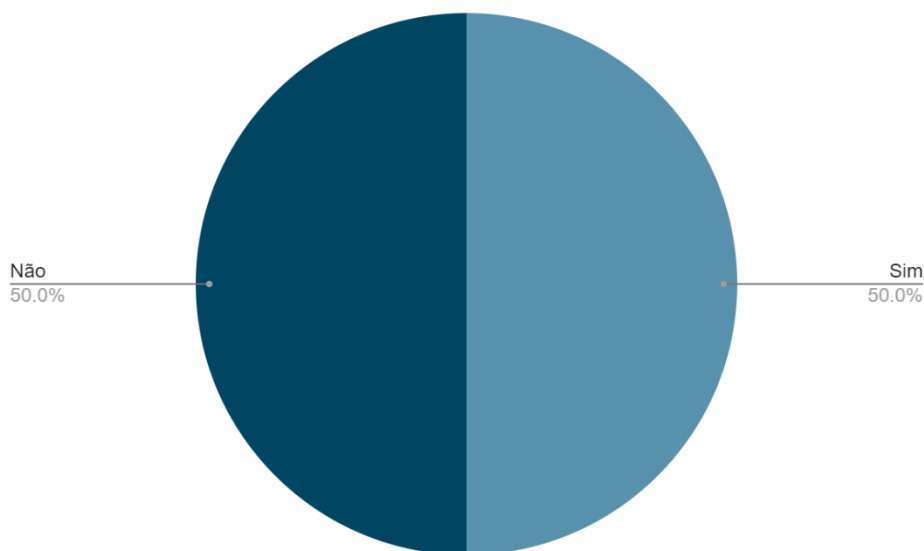
A cultura afro é uma das bases das tradições brasileiras e está presente na maioria dos atrativos e destinos turísticos do país, como igrejas construídas pelos escravos, museus e centros culturais. Entre os estados mais influenciados pela cultura africana estão Maranhão, Pernambuco, Alagoas, Bahia, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo e Rio Grande do Sul. Tanto que capitais como São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador criaram até roteiros turísticos que resgatam a história dos afrodescendentes por meio do incentivo à visita de atrativos turísticos com referência a esta vasta cultura (Brasil, 2016).

A percepção de acolhimento também se estende a destinos fora do Brasil, com a África do Sul (especialmente Cape Town), Moçambique, Colômbia, Egito e Cuba sendo apontados como locais acolhedores para turistas negros.

No entanto, também houve respostas da pesquisa que expressam que alguns participantes nunca haviam refletido sobre a existência de destinos específicos que consideram acolhedores para viajantes negros.

Em relação a pergunta “Você já ouviu falar em Turismo Étnico-Afro?” ou afroturismo, os participantes da pesquisa responderam:

Gráfico 14 – Você já ouviu falar em Turismo Étnico-Afro?



Fonte: Elaborado pela autora, 2018.

Os resultados correspondem uma divisão igual entre os participantes, com 50% afirmando que já ouviram falar do conceito, enquanto os outros 50% não têm conhecimento sobre o assunto. Essa divisão sugere que, embora metade dos

viajantes esteja ciente desse tipo de turismo, ainda é necessário aumentar a conscientização e a promoção do afroturismo.

O turismo étnico-afro, também apreendido por afroturismo, é uma vertente do turismo cultural que destaca o patrimônio material e imaterial de grupos étnicos específicos. No caso do turismo étnico-afro, o foco principal está na valorização da identidade da população negra, sendo frequentemente referido como afroturismo. Ainda que, o principal objetivo seja promover o conhecimento, a vivência da cultura e história negra, essa forma de turismo está aberta a qualquer pessoa interessada (Dias, 2023).

Empresas, entidades e profissionais ligados ao afroturismo têm se expandido por todo o país. Entre as iniciativas destacam-se a Diáspora.Black, um marketplace que oferece experiências relacionadas à cultura negra e hospedagens em lares de pessoas negras; a Brafrika Viagens, uma agência afrocentrada que organiza viagens para destinos como Ouro Preto, Salvador e Rio de Janeiro; a Black Bird Viagem, que desenvolve experiências como a Caminhada São Paulo Negra e a Suburbana Tour em Salvador; o Sou + Carioca, que promove tours no Rio de Janeiro; a Black Travellers, que acolhe turistas negros em cidades como Rio e Salvador; e a Rota da Liberdade, que oferece passeios para quilombos no interior de São Paulo (Dias, 2023).

Outra iniciativa que se pode mencionar é o Bitonga Travel (2019), idealizado por Rebecca Alethéia, que surgiu com o objetivo de aumentar a visibilidade de mulheres negras em suas viagens e movimentos pelo mundo. Criado em dezembro de 2019, durante um encontro de viajantes negras e negros em Guarujá, São Paulo, o projeto visa compartilhar histórias de mulheres negras que viajam, oferecendo uma plataforma colaborativa que inspira outras meninas e mulheres a sonharem com essa possibilidade. A falta de representatividade das mulheres negras no turismo e a exclusão que muitas vezes enfrentam nos serviços do setor impulsionaram a criação dessa iniciativa, que busca apoiar e dar visibilidade às viajantes negras das Américas e da África. O Instagram, blog e podcast do Bitonga Travel são usados para compartilhar histórias e dicas de viagem, conectando mulheres negras ao redor do mundo.

O afroturismo é uma das bases de nossa atuação, através do qual valorizamos e promovemos a cultura e a história afrodescendentes nos destinos que visitamos. Nossa abordagem é inclusiva e respeitosa, garantindo que a voz das comunidades locais seja ouvida e que a riqueza cultural desses locais seja celebrada (Bitonga Travel, 2019).

O afroturismo, que valoriza as culturas e histórias das populações afrodescendentes, pode ser uma área de crescimento potencial para o setor, especialmente se levar em consideração o desejo evidenciado pelos viajantes negros de apoiar a diversidade e a representatividade racial em suas escolhas de destinos e serviços.

Segundo Dias (2023), o afroturismo tem como objetivo proporcionar às pessoas uma vivência mais profunda da cultura negra, abordando aspectos como história, gastronomia, religião, museus, experiências culturais, negócios, visitas a comunidades e quilombos, além da música. Sendo assim, entende-se que:

Se for bem planejado, implementado e administrado, ele pode promover a interação do turista com a população local; dos turistas entre si, no contexto local; e dos moradores locais entre si, na relação com o turismo e os turistas. O turismo étnico insere-se, portanto, no que se pretende entender por sociedades democráticas, pluralistas, complexas, multiétnicas e multiculturais (Trigo; Netto, 2011, p. 5).

Esses dados apontam para a importância de continuar promovendo e veiculando o marketing do afroturismo, assim como a necessidade de atender as expectativas de satisfação nas experiências de viagem, garantindo que todos os viajantes possam desfrutar suas viagens de maneira positiva, enriquecedora e segura.

Além disso, duas perguntas de caráter não obrigatório foram incluídas: “há mais alguma informação ou sugestão que você gostaria de compartilhar sobre suas experiências como turista negro?” e “existe alguma outra consideração ou comentário que você gostaria de compartilhar para melhorar a experiência turística para a comunidade negra?”. A partir delas foram destacadas algumas respostas dos participantes.

Os participantes da pesquisa compartilharam importantes percepções sobre suas experiências como viajantes negros. Um dos relatos aponta: "Falta política pública." Outro participante observou:

É notório que há uma maior discriminação racial com pessoas retintas dentro do país (especialmente no Sul); no entanto, por meio de relatos familiares, é possível perceber que, fora do país, há um grande racismo tanto com pessoas retintas quanto com não retintas nos aeroportos (Depoimentos da pesquisa, 2024).

Outro ponto levantado foi a escassez de iniciativas voltadas ao turismo étnico-racial no Brasil. Um dos participantes mencionou:

Sinto falta de atividades de turismo étnico-racial no Brasil. Há poucas iniciativas de valorização de locais e histórias voltadas para o povo negro e indígena conhecerem suas tradições. Em países menores e com menor PIB, já notei esforços mais consolidados (Depoimentos da pesquisa, 2024).

Essas reflexões destacam a necessidade urgente de políticas públicas que valorizem e promovam o afroturismo de forma mais eficiente.

Os viajantes negros da pesquisa destacaram várias considerações importantes para melhorar a experiência turística da comunidade negra. Um dos relatos enfatiza: *"Considero que, aos poucos, mais pessoas negras estejam viajando, mas ainda estamos longe do ideal, já que somos 54% da população brasileira. O fator econômico também restringe muitas pessoas de viajarem"*. Outro participante sugeriu; *"que o governo nacional desse mais visibilidade e apoio a esses projetos!"*.

Outros comentários incluem a necessidade de conscientização, com um participante mencionando: *"falta conscientização."* Além disso, a segurança foi uma preocupação expressiva: *"nunca me sinto segura por ser mulher, negra e PCD"*. Houve também sugestões sobre a importância de uma rede de apoio, com um participante sugerindo: *"divulgação de rede de apoio locais nos hotéis e pontos turísticos para suporte em caso de racismo,"* e outro destacando: *"acredito que o turismo negro precisa de redes mais efetivas de ajuda, apoio e colaboração para que as experiências de turismo sejam menos traumáticas"*.

A partir dos comentários coletados é reforçada a necessidade de ações específicas para tornar o turismo mais inclusivo e seguro para a comunidade negra, envolvendo políticas governamentais e iniciativas de conscientização e apoio dentro do setor turístico, como enfatiza Oliveira (2021):

Assumir o racismo do turismo permite que se pense em políticas públicas, planos de desenvolvimento, cursos de capacitação, políticas de representação, de cotas, entre outros itens essenciais para planejar um turismo antirracista. É indispensável que o debate seja pauta nos setores públicos e privados e que não se torne apenas um discurso.

A construção de um novo turismo envolve reflexão interna, autocrítica e uma nova forma de pensar (Oliveira, 2021). Diante disso, percebe-se que o afroempreendedorismo no turismo desempenha um papel relevante, ao possibilitar que pessoas negras empreendam por meio da oferta de produtos e serviços que incorporam narrativas afrocentradas. Essa prática contribui para a valorização da cultura, identidade e memória negra, assim como para a preservação do patrimônio

material e imaterial afro-brasileiro. Além disso, permite a circulação de recursos dentro da própria comunidade negra, fortalecendo economicamente seus negócios e promovendo empoderamento estético e identitário para os afroempreendedores e aos turistas negros que vivenciam os roteiros oferecidos por empresas de afroturismo. Pode-se mencionar também que é uma alternativa eficaz para a implementação de medidas antirracistas nas empresas, além de gerar renda, oportunidades de trabalho e promover a independência financeira da população negra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil foi o último país do mundo ocidental a abolir a escravidão. Mesmo após anos que se seguiram, nota-se que essa luta está longe de terminar, pessoas negras continuam enfrentando cotidianamente o racismo, uma das consequências mais profundas e irreparáveis da travessia do atlântico. Além disso, a perda, o apagamento e a redefinição de suas identidades étnicas, resultaram na invisibilização de um legado cultural africano que foi substancial para a formação da identidade nacional do povo brasileiro.

As consequências dessa exclusão são perceptíveis como o apagamento da identidade negra e a não inserção da comunidade negra na sociedade. Pesquisas e estatísticas que investigam sobre condições de vida, emprego e escolaridade entre negros e brancos, destacam de forma incontestável a desigualdade racial em território brasileiro, em que o racismo é regra e não exceção. Trata-se de um racismo estrutural, que está presente nas instituições e práticas sociais. Essa exclusão social, iniciada com a escravidão, resultou em consequências irreparáveis para a população negra, que, muitas vezes, necessita direcionar seus esforços à própria sobrevivência, fazendo com que a viagem, um lazer desejado por todos, torne-se algo distante para grande parte da população negra.

A população preta ou parda, mesmo que seja a maioria no Brasil, ainda se encontra à margem da sociedade, devido a fatores como altas taxas de analfabetismo, condições socioeconômicas precárias, baixa infraestrutura básica e altos índices de homicídios entre jovens negros. Decorrente do processo de formação da sociedade brasileira, entende-se que esses fatores, juntamente com a discriminação racial, dificultam o acesso dessa população a experiências turísticas, reforçando sua invisibilidade no setor. Quando presentes, negros são frequentemente vistos como trabalhadores ou até como "atrações turísticas", o que evidencia a exclusão histórica e o racismo que ainda permanece enraizado.

A ausência de dados oficiais em relação à população negra como consumidora do turismo é evidente e não deve permanecer do mesmo modo. A pesquisa com viajantes negros, evidenciou: o racismo estrutural escancarado e enfrentado pelos turistas durante suas viagens; os fatores que desestimulam as pessoas negras a viajar; hábitos, motivações e preferências de viagem; as percepções acerca da representatividade do negro no marketing e nos destinos.

Informações que são necessárias para desenvolver produtos, serviços e segurança para atender as expectativas de um público com grande potencial no mercado do turismo, que infelizmente é ignorada.

É imprescindível a inserção de iniciativas que promovam a representatividade e inclusão do viajante negro na atividade turística. O afroempreendedorismo é uma das iniciativas que tem sido considerada uma alternativa de inclusão social, além de proporcionar oportunidades de inserção de práticas antirracistas nas empresas, o afroempreendedorismo auxilia na geração de renda, empregos e na circulação de dinheiro entre e para a comunidade negra, seja no setor do turismo ou em outras áreas. Além disso, promove valorização da identidade negra, da cultura afro-brasileira, da estética e do empoderamento negro.

Evidencia-se que os viajantes negros participantes da pesquisa, destacaram em suas respostas o grande interesse em apoiar negócios de empreendedores negros em suas viagens e se importam com a representatividade racial em produtos e serviços ofertados, destacando a importância da identificação com produtos antes de finalizar uma compra.

O afroturismo é uma iniciativa correspondida como um setor de atuação dos afroempreendedores, desempenhando um papel imprescindível na promoção de um turismo diversificado, que incorpore narrativas afrocentradas e que atue no enfrentamento do racismo estrutural presente no turismo. As respostas dos viajantes negros participantes da pesquisa evidenciaram o quanto a representatividade racial no turismo é levada em consideração na escolha de destinos turísticos. Além disso, também ao destacarem locais considerados acolhedores para um turista negro, foi percebido o quão preocupante é existir uma infinidade de destinos no mundo para visitar, mas infelizmente muitos acabam sendo descartados por conta do medo e insegurança ao viajar para uma localidade vista como não acolhedora a pessoas negras.

A escassez de divulgação sobre o afroturismo é perceptível. Em decorrência disso, torna-se fundamental a criação e propagação mais efetivas de políticas públicas que valorizem o afroturismo como uma alternativa de inclusão no turismo. Também, servindo como referência para que outras empresas adotem a educação antirracista em todos os âmbitos do turismo, sem exceção.

Os dados dos respondentes apontam que a maioria dos viajantes negros pertence às classes econômicas D/E e C. Cerca de 28,9% possuem renda familiar

entre R\$ 1.000,00 a 3.000,00; 26,7% entre R\$ 3.000,00 a 5.000,00; e 17,8% entre R\$ 5.000,00 a 7.000,00. Esses dados indicam que a maior parte dos participantes recebe uma renda familiar considerada baixa, o que contribui para que realizem viagens com menor frequência, geralmente apenas uma vez por ano. Entre os principais fatores desmotivadores mais mencionados estão a falta de recursos financeiros, a violência e segurança durante as viagens, a falta de tempo voltado ao lazer e o racismo. No que se refere, a principal motivação para viajar, 75% dos viajantes negros selecionaram o lazer como principal motivo, demonstrando que buscam por momentos de descanso e descontração. A visita a familiares foi o segundo motivo mais citado, com 52,3% das respostas.

Atrelado às condicionantes socioeconômicas dos respondentes, a pesquisa ressalta que o racismo afeta profundamente a experiência de viagem dos turistas negros, que frequentemente enfrentam desconforto e discriminação, tornando suas viagens experiências negativas. Ficou evidente que apesar de muitos não relatarem diretamente situações de discriminação, o número daqueles que vivenciaram esses episódios é significativo, apontando para uma questão preocupante e não resolvida.

Essa pesquisa visa entender como a população negra está inserida no turismo, destacando a necessidade de políticas públicas e ações que promovam a diversidade e a inclusão. Sendo assim, é necessário desenvolver políticas que capacitem os profissionais do setor turístico para lidar com a diversidade, implementar a educação antirracista em todos os setores do turismo sem exceção, além de ampliar a visibilidade do afroturismo. Esse segmento tem grande potencial de crescimento e pode promover a valorização das culturas afro-brasileiras. Além disso, o estudo do perfil dos viajantes negros é fundamental para criar produtos e serviços que atendam a essa demanda crescente, garantindo que todos os turistas possam desfrutar de suas viagens de forma segura e sem medo de discriminação ou desconforto.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, S. **Racismo Estrutural**. São Paulo: Editora Jandaíra, 2019.

ALVES, E. C.; AQUINO, M. A. A Pesquisa Qualitativa: Origens, desenvolvimento e utilizações nas dissertações do PPGCI/UFPB - 2008 a 2012. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v.22, Número especial, p. 79-100, 2012.

AMCHAM. Movimento Black Money: história, importância e insights a respeito. **Amcham**, 2023. Disponível em: <https://www.amcham.com.br/blog/movimento-black->. Acesso em: 14 maio. 2025.

ARRUDA, D. P. Dimensões subjetivas do racismo estrutural. **Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN)**, [S. l.], v. 13, n. 35, p. 493-520, 2021.

BLACK Money: o futuro dos afroempreendedores no Brasil. **Rock Content**, 16 jan. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/black-money/>. Acesso em: 15 jun. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **A influência negra nos destinos turísticos brasileiros**, 2016. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/a-influencia-negra-nos-destinos-turisticos-brasileiros>. Acesso em: 15 jun. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Promoção e Consolidação do Afroturismo no Brasil**. Informe de encontro de trabalho, 2023. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/programas-projetos/programas-projetos-aco-es-obras-e-atividades/afroturismo/Encontro_Afroturismo_fev.24.pdf. Acesso em: 14 maio. 2025.

CARTACAPITAL. O perfil do empreendedor negro no Brasil. **Cartacapital**, 2015. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-perfil-do-empreendedor-negro-no-brasil/>. Acesso em: 21 abr. 2023.

CLEMENTE, H. Turismo tradicional não está preparado para o afroturista. **Guia Negro**, 2021. Disponível em: <https://guianegro.com.br/turismo-tradicional-nao-esta-preparado-para-o-afroturista/>. Acesso em: 21 abr. 2023.

COSTA, E. V. da. **A abolição**. 4. ed. São Paulo: Global, 1988.

COSTA, E. V. da. **A abolição**. 9. ed. São Paulo: Unesp, 2010.

DENCKER, A. de F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 8. ed. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, G. S. Afroturismo: o que é, onde ocorre e como praticá-lo?. **Guia Negro**, 2023. Disponível em: <https://guianegro.com.br/turismo-etnico-ou-afroturismo-o-que-e-onde-ocorre-e-como-pratica-lo/>. Acesso em: 16 jul. 2024.

DIAS, G. S; FERREIRA, L. Afroturismo: conheça 16 iniciativas brasileiras que te levam para conhecer mais da cultura negra. **Guia Negro**, 2020. Disponível em: <https://guianegro.com.br/afroturismo-conheca-13-iniciativas-brasileiras-que-te-levam-para-conhecer-mais-da-cultura-negra/>. Acesso em: 16 jul. 2024.

ETNUS. Afroconsumo: Pesquisa sobre comportamento e hábitos de consumo dos afrodescendentes da cidade de São Paulo. **Etnus**, São Paulo, 2016. Disponível em: https://irp-cdn.multiscreensite.com/4e69c2ec/pdf/ETNUS_Afroconsumo_SP_102016_v7_LOW.pdf. Acesso em: 07 jan. 2024.

FERREIRA, M. A.; CASAGRANDE, L. S. E quem disse que não é seu lugar? Por um turismo democrático e inclusivo para negros e negras. **Revista Mundi Sociais e Humanidades**, Curitiba, v. 3, n. 1, p. 1-21, 2018.

GARCIA, A.; CAMPOS, B. Mais da metade dos domicílios no Brasil está abaixo da linha da pobreza, diz estudo. **CNN Brasil**, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/mais-da-metade-dos-domicilios-esta-abaixo-da-linha-da-pobreza-diz-estudo/#:~:text=Macroeconomia-,Mais%20da%20metade%20dos%20domic%C3%ADlios%20no%20Brasil%20est%C3%A1,linha%20da%20pobreza%2C%20diz%20estudo&text=Um%20estudo%20realizado%20pela%20Consultoria,Lucas%20Assis%2C%20da%20Consultoria%20Tend%C3%AAncias>. Acesso em: 15 jul. 2024.

GARCIA, L. Viajar com agência ou por conta própria?. **Acqua Viagens**, [s.d]. Disponível em: <https://www.acquaviagens.com.br/blog/viajar-com-agencia-ou-conta-propria/424/>. Acesso em: 21 jul. 2024.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GONZALEZ, L; HASENBALG, C. **Lugar de Negro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2022.

HINTZE, H.; JÚNIOR, A. Estudos críticos em turismo: a comunicação turística e o mito da democracia racial no Brasil. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, [S. l.], v. 1, n. 17/18, p. 57-72, 2012.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Desigualdades Sociais por Cor ou Raça no Brasil**. Estudos e Pesquisas - Informação Demografia e Socioeconômica, 2022. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101972_informativo.pdf. Acesso em: 02 abr. 2023.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2022: Taxa de analfabetismo cai de 9,6% para 7,0% em 12 anos, mas desigualdades persistem**. 2024a. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/40098-censo-2022-taxa-de-analfabetismo-cai-de-9-6-para-7-0-em-12-anos-mas-desigualdades-persistem#:~:text=As%20taxas%20de%20analfabetismo%20de,grandes%20regi%C3%B5es%20e%20faixas%20et%C3%A1rias>. Acesso em: 12 mar. 2025.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: turismo 2023. 2024b. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv102116_informativo.pdf. Acesso em: 07 ago. 2024.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Síntese de Indicadores Sociais**: em 2022, rendimento-hora dos trabalhadores brancos (r\$ 20,0) era 61,4% maior que o dos pretos ou pardos (r\$12,4). Em 2022, rendimento-hora dos trabalhadores brancos (R\$ 20,0) era 61,4% maior que o dos pretos ou pardos (R\$12,4). 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38543-em-2022-rendimento-hora-dos-trabalhadores-brancos-r-20-0-era-61-4-maior-que-o-dos-pretos-ou-pardos-r-12-4>. Acesso em: 12 mar. 2025.

INFOMONEY. Classes D e E continuarão a ser mais da metade da população até 2024, projeta consultoria. **Equipe InfoMoney**, 2022. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/classes-d-e-e-continuarao-a-ser-mais-da-metade-da-populacao-ate-2024-projeta-consultoria/>. Acesso em: 15 jul. 2024.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). **Ouro Preto** (MG), 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/373/>. Acesso em 15 jul. 2024.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Atlas da Violência**. 2023. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/publicacoes/280/atlas-2023-populacao-negra>. Acesso em: 12 mar. 2025.

KILOMBA, G. **Memórias da plantação**: episódios do racismo cotidiano. Rio de Janeiro: Editora Cobogó, 2019.

MUNANGA, K.; GOMES, N. L. **O negro no Brasil de hoje**. São Paulo: Global, 2016.

NASCIMENTO, A. **O Genocídio do Negro Brasileiro**: processo de um racismo mascarado. 4. ed. São Paulo: Perspectivas, 2016.

NASCIMENTO, E. Q. Afroempreendedorismo como estratégia de inclusão socioeconômica. In: III SEMINÁRIO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, 3, 2018, Vitória. **Anais do Seminário de Ciências Sociais PGCS-UFES** - Vol. 3. Vitória: Ufes, 2018. p. 1-19. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/scs/article/view/21718>. Acesso em: 14 maio. 2025.

NASCIMENTO, J. Roteiro do Rio de Janeiro: dicas de lugares de cultura e história negra. **Guia Negro**, 2022. Disponível em: <https://guianegro.com.br/roteiro-do-rio-de-janeiro-dicas-de-lugares-de-cultura-e-historia-negra/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

OLIVEIRA, N. A. de. Afroempreendedorismo e responsabilidade social/corporativa: turismo e cultura afrodiaspórica no Brasil. RITUR - **Revista Iberoamericana de Turismo**, [S. l.], v. 12, n. 2, p. 4-23, 2022. Disponível em:

<https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/13753>. Acesso em: 14 maio. 2025.

OLIVEIRA, N. A. de. Afroempreendedorismo no turismo, desigualdade racial e fortalecimento da identidade negra. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 42-63, 2020b. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/22322>. Acesso em: 14 maio. 2025.

OLIVEIRA, N. A. de. Afroempreender em Turismo no Brasil: discussões iniciais. In: MENEZES, P. D. L. de; BRAMBILLA, A.; SOARES, A. L. V. (org.). **Perspectivas da Gestão em Turismo e Hotelaria II**. João Pessoa: Editora do Ccta, 2020a. p. 8-532. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/344883108_Perspectivas_da_Gestao_em_Turismo_e_Hotelaria_II. Acesso em: 03 abr. 2023.

OLIVEIRA, N. A. de. Precisamos falar sobre racismo no turismo. **RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo**, [S. l.], v. 11, n. 2, p. 267-280, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/11889>. Acesso em: 03 abr. 2023.

PANROTAS. Pesquisa aponta potencial dos turistas negros e caminhos para inclusão. **Panrotas**, 2024. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/mercado/diversidade/2024/12/pesquisa-aponta-potencial-dos-turistas-negros-e-caminhos-para-inclusao_212440.html#:~:text=O%20estudo%20aponta%20ainda%20que,situaçõe s%20de%20racismo%20durante%20viagens.&text=Os%20espaços%20onde%20 essas%20ocorrências,Restaurantes%20e%20bares:%2069%25. Acesso em: 14 maio. 2025.

PRANDI, R. De africano a afro-brasileiro: etnia, identidade, religião. **Revista Usp**, São Paulo, v. 46, n. 46, p. 52-65, 2000.

QUEM somos. **Bitonga Travel**, [2019?]. Disponível em: <https://bitongatravel.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 21 jul. 2024.

REIS, A. M. S. dos. **UJIMA – CIRCUITO AFROEMPREENDEDOR MEMÓRIA DO PROJETO CULTURAL**. 2019. 55 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

SANTOS, J. dos; SÁ, N. S. C. de. A mulher negra viajante: experiências e estratégias de combate à sua (in)visibilidade no turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 252-269, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/23584>. Acesso em: 14 maio. 2025.

SANTOS, T. S. **O viajante afro-brasileiro: enegrecendo o turismo**. 2018. 83 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Turismo, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.

SEBRAE. Afroempreendedorismo feminino. **Sebrae**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/afroempreendedorismo-feminino,2a4ca0b694b05810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Esse%20movimento%20busca%20fortalecer%20o,de%20combater%20o%20racismo%20estrutural>. Acesso em: 14 maio. 2025.

SEBRAE. O perfil do empreendedorismo por raça/cor e gênero, no Brasil. **Sebrae**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-perfil-do-empreendedorismo-por-racacor-e-genero-no-brasil,effabec394316810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 14 maio. 2025.

SILVA, J. P. da.; ARAUJO, C. P. de. Turismo no Brasil, desigualdade social e o discurso das políticas públicas. **Revista Sociedade e Estado**, [S. l.], v. 37, n. 3, p. 1051-1072, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/Tw5T3XBCTTKkMkr4ZbxNnmk/#>. Acesso em: 18 abr. 2024.

TRIGO, L. G. G.; NETTO, A. P. Turismo étnico afro no Brasil. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 8, 2011, Balneário Camboriú. **Anais Anptur**. Balneário Camboriú: Anptur, 2011. p. 1-12.

URRY, J. **O Olhar do Turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 2. ed. São Paulo: Editora Nobel, 1999.

ZANELLA, N.; MAGALHÃES, Y. Empreendedorismo negro e Black Money. **Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação**, Paranaguá, v. 5, n. 3, p. 61-72, 2023.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO APLICADO A VIAJANTES NEGROS BRASILEIROS

Pesquisa sobre a Invisibilidade de viajantes negros brasileiros nos espaços turísticos
Este formulário foi desenvolvido com o objetivo de investigar a invisibilidade de viajantes negros nos espaços turísticos. Sua participação será fundamental para compreendermos as experiências e os hábitos de viagens que pessoas negras detêm em suas viagens.

1. Qual é o seu gênero?

- ☐ Mulher
- ☐ Homem
- ☐ Não Binário

2. Qual é o seu nível de escolaridade?

- ☐ Analfabeto
- ☐ Ensino Fundamental Incompleto
- ☐ Ensino Fundamental Completo e Ensino Médio Incompleto
- ☐ Ensino Médio Completo
- ☐ Ensino Superior Incompleto
- ☐ Ensino Superior em Andamento
- ☐ Ensino Superior Completo

3. Como você se autodeclara?

- ☐ Preto (a)
- ☐ Pardo (a)

4. Qual é sua faixa etária?

- ☐ 18 a 24 anos
- ☐ 25 a 31 anos
- ☐ 32 a 37 anos
- ☐ 38 a 43 anos

- ☐ 44 a 49 anos
- ☐ 50 a 55 anos
- ☐ 56 a 64 anos
- ☐ 65 anos ou mais

5. Qual é sua nacionalidade?

Texto de resposta curta

6. Em que Estado você mora?

Texto de resposta curta

7. Quanto é sua renda familiar?

- ☐ R\$ 1.000,00 a 3.000,00
- ☐ R\$ 3.000,00 a 5.000,00
- ☐ R\$ 5.000,00 a 7.000,00
- ☐ R\$ 7.000,00 a 9.000,00
- ☐ R\$ 9.000,00 a 11.000,00
- ☐ Mais de R\$11.000,00

8. Você costuma viajar durante as férias para o lazer?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se não, por qual motivo?

Texto de resposta curta

9. Com que frequência você viaja?

- ☐ Não viajo
- ☐ Uma vez por ano
- ☐ Duas vezes por semana
- ☐ Mais de duas vezes por semana
- ☐ Outros____

10. Essa viagem costuma acontecer por qual motivo? (Pode selecionar mais de uma)

- ☐ Visitar a família
- ☐ Lazer
- ☐ Viagem de negócio
- ☐ Evento especial (casamento, aniversário, etc)
- ☐ Conhecer novas culturas
- ☐ Educação ou conferência
- ☐ Busca espiritual ou religiosa
- ☐ Saúde e bem-estar (retiros, spas, etc.)
- ☐ Aventura e atividades ao ar livre
- ☐ Participação em festivais ou eventos culturais
- ☐ Outros____

11. Como você prefere receber informações sobre destinos turísticos?

- ☐ Redes Sociais
- ☐ Sites
- ☐ Aplicativos
- ☐ Outros____

12. Você acredita que as campanhas de marketing turístico são inclusivas e representam adequadamente a diversidade racial?

- ☐ Extremamente inclusivas e adequadas
- ☐ Sim
- ☐ Não
- ☐ Mais ou menos inclusivas
- ☐ Nada inclusivas e adequadas

13. Você costuma buscar recomendações pessoais de outros turistas negros ao planejar suas viagens?

- ☐ Sim
- ☐ Não

14. Ao viajar, você procura apoiar negócios locais de propriedade de empreendedores negros?

- ☐ Sim
- ☐ Não

15. Como prefere planejar sua viagem? (Pode escolher mais de uma)

- ☐ Prefere organizar a própria viagem
- ☐ Busca uma agência de viagens para planejar a sua viagem
- ☐ Planeja a viagem com amigos
- ☐ Planeja a viagem com a família
- ☐ Nenhuma das opções acima
- ☐ Outros__

16. Ao escolher um destino, quão importante é para você que o local tenha uma conscientização cultural e promova a história e contribuições da comunidade negra?

- ☐ Não importante
- ☐ Mais ou menos importante
- ☐ Um pouco importante
- ☐ Importante
- ☐ Muito importante

17. Como você costuma a viajar? (Pode selecionar mais de uma)

- ☐ Sozinho
- ☐ Amigos
- ☐ Família
- ☐ Em casal

18. A sua viagem costuma ser:

- ☐ No próprio país e estado
- ☐ Outro estado
- ☐ Outro país

☐ Outros____

19. Que tipo de Turismo você procura na maioria das suas viagens?

- ☐ Turismo de Lazer
- ☐ Turismo de Sol e Praia
- ☐ Turismo de Aventura
- ☐ Turismo Cultural
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Turismo Gastronômico
- ☐ Turismo Religioso
- ☐ Turismo da Terceira Idade
- ☐ Turismo de Esporte
- ☐ Turismo Rural
- ☐ Turismo Étnico-Afro
- ☐ Turismo de Pesca
- ☐ Turismo de Saúde
- ☐ Turismo de Negócios e Eventos
- ☐ Turismo de Estudos e/ou Intercambio
- ☐ Turismo Náutico
- ☐ Nenhum

20. Quando viaja, quais são seus principais gastos? (Pode selecionar mais de uma)

- ☐ Hospedagem
- ☐ Alimentação
- ☐ Atividades Culturais
- ☐ Atrativos Turísticos
- ☐ Transporte
- ☐ Outros____

21. Qual transporte você prefere para realizar suas viagens?

- ☐ Avião
- ☐ Carro

- ☐ Trem
- ☐ Ônibus
- ☐ Outros__

22. Quais são suas atividades de lazer preferidas para realizar durante suas viagens?

- ☐ Visitar museus
- ☐ Participar de eventos culturais, festivais
- ☐ Explorar a culinária da região
- ☐ Atividades ao ar livre
- ☐ Outros__

23. Você costuma procurar produtos ou serviços que promovam a diversidade e representatividade racial durante suas viagens?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se sim, qual/quais?

Texto de resposta curta

24. Existem destinos específicos que você considera mais acolhedores para o turista negro? Quais?

Texto de resposta longa

25. O quão importante é para você que o destino turístico tenha representatividade racial em sua promoção e oferta de serviços?

- ☐ Não importante
- ☐ Mais ou menos importante
- ☐ Um pouco importante
- ☐ Importante
- ☐ Muito importante

26. Qual foi o destino da sua última viagem nacional no período de 2022-2023?

Texto de resposta curta

27. Qual foi o destino da sua última viagem internacional no período de 2022-2023?

Texto de resposta curta

28. Quais fatores te desmotivam a viajar atualmente no Brasil?

- ☐ Falta de Recursos Financeiros
- ☐ Violência e Segurança
- ☐ Falta de Tempo voltado ao lazer
- ☐ Racismo
- ☐ Nenhum fator
- ☐ Machismo
- ☐ Falta de Companhia
- ☐ Política e Políticas Públicas
- ☐ Mobilidade e Transporte
- ☐ Conhecimento, planejamento e informações
- ☐ LGBTfobia
- ☐ Não entendeu
- ☐ Outros__

29. Quais fatores te desmotivam a viajar internacionalmente?

- ☐ Falta de Recursos Financeiros
- ☐ Cambio
- ☐ Idioma
- ☐ Racismo
- ☐ Medo e Insegurança
- ☐ Xenofobia
- ☐ Falta de Tempo
- ☐ Documentação (ex: Visto e Passaporte)
- ☐ Nenhum fator
- ☐ Violência e Segurança
- ☐ Falta de Companhia

- ☐ Conhecimento, planejamento e informações
- ☐ LGBTfobia
- ☐ Acessibilidade
- ☐ Outros____

30. Você já passou por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial durante suas viagens?

- ☐ Sim
- ☐ Não

Se sim, poderia compartilhar uma breve descrição da situação?

Texto de resposta longa

31. Você já passou por alguma situação de desconforto e/ou discriminação racial em algum desses espaços durante suas viagens? (Pode selecionar mais de uma)

- ☐ Aeroporto
- ☐ Atrativo
- ☐ Lojas
- ☐ Mercado
- ☐ Restaurante
- ☐ Praça
- ☐ Parque
- ☐ Hotel
- ☐ Rua
- ☐ Outros____

32. Quão satisfeito você geralmente fica com suas experiências de viagem?

- ☐ Muito satisfeito
- ☐ Satisfeito
- ☐ Neutro
- ☐ Insatisfeito
- ☐ Muito Insatisfeito

33.Você já ouviu falar em Turismo Étnico-Afro?

☐ Sim

☐ Não

34.Há mais alguma informação ou sugestão que você gostaria de compartilhar sobre suas experiências como turista negro?

Texto de resposta longa

35.Existe alguma outra consideração ou comentário que você gostaria de compartilhar para melhorar a experiência turística para a comunidade negra?

Texto de resposta longa