

Associação Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Turismo
ANPTUR

Diretrizes da ANPTUR para o Turismo Brasileiro



ANPTUR

DIRETORIA: 2022 - 2024

Presidente:

Alexandre Panosso Netto

Vice-Presidente:

Leilianne Michelle Trindade da Silva Barreto

Diretor Científico:

Sérgio Rodrigues Leal

Diretora Acadêmica:

Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes Minasse (2022/23)

Kerley dos Santos Alves (2023/24)

Diretor Administrativo-Financeiro:

Osiris Ricardo Bezerra Marques

Diretor Institucional:

Luciano Torres Tricárico

Diretora de Comunicação:

Juliana Medaglia-Silveira

CONSELHO FISCAL

Titulares:

Maria Amália Silva Alves de Oliveira

Ilka Maria Escalante Bianchini

Pedro de Alcântara Bittencourt César (2022/23)

Suzana de Conto (2023/24)

Suplentes:

Kerlei Enele Sonaglio

Fábio Perdigão

Kerley dos Santos Alves (2022/23)

Christiane Luce Gomes (2023/24)

A Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR) é uma entidade com objetivos sociais e educativos, sem finalidade lucrativa. Tem 3 categorias de membros: 1) efetivos - instituições de ensino superior que mantêm programas de pós-graduação stricto sensu em turismo, hospitalidade, hotelaria, lazer e áreas afins, com oferta regular de cursos stricto sensu de mestrado e/ou doutorado, reconhecidos e recomendados pelos órgãos oficiais competentes; 2) Institucionais - outras instituições e entidades comprometidas com o ensino e a pesquisa na pós-graduação e 3) Individuais - docentes, discentes, pesquisadores, estudiosos e profissionais cujos interesses coincidam e contribuam com as finalidades da associação. CNPJ: 07.473.253/0001-21

Como citar esta publicação no todo, segundo ABNT NBR 6023: 2018:

ANPTUR. **Diretrizes da ANPTUR para o turismo brasileiro**. São Paulo: Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR, 2024.

Associação Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Turismo
ANPTUR

Diretrizes da ANPTUR para o Turismo Brasileiro



ANPTUR
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO



Esta obra é de acesso aberto. É permitida a reprodução parcial ou total, desde que citada a fonte e autoria e respeitando a Licença Creative Commons indicada

DIAGRAMAÇÃO: Telma Custódio

REVISÃO: Thiago Zilio Passerini

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

Diretrizes da ANPTUR para o turismo brasileiro. -- 1. ed. -- São Paulo : Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR, 2024.

Bibliografia.

ISBN 978-65-983135-2-4

1. Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR) - Diretrizes 2. Turismo - Aspectos ambientais 3. Turismo - Aspectos culturais 4. Turismo - Aspectos econômicos 5. Turismo - Aspectos sociais.

24-225143

CDD-338.4791

1. Turismo : Desenvolvimento sustentável : Economia

338.4791

ANPTUR – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

Campus da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da
Universidade de São Paulo (EACH-USP).

Rua Arlindo Bétio, n. 1000. Bairro Ermelino Matarazzo

Sala T05, Bloco 3 do Ciclo Básico.

São Paulo-SP - CEP 03828-000

 www.anptur.org.br

 anptur@anptur.org.br

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer forma e/ou quaisquer meios (eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia e gravação) ou arquivada em qualquer sistema ou banco de dados sem permissão por escrito da editora.

ISBN: 978-65-983135-2-4

© da edição: ANPTUR, São Paulo, setembro de 2024.

Sumário

Apresentação.....	7
Introdução.....	10
CAPÍTULO I	
Desenvolvimento de pessoas	13
CAPÍTULO II	
Sustentabilidade em toda a sua extensão	25
CAPÍTULO III	
Inovação, ciência e tecnologia.....	31
CAPÍTULO IV	
Inclusão social: reconhecendo nossa ampla diversidade	36
CAPÍTULO V	
Hospitalidade no turismo e no lazer.....	42
CAPÍTULO VI	
Educação, qualificação e formação profissional.....	50
CAPÍTULO VII	
Acessibilidade.....	57
NOTA FINAL	
Compromisso da ANPTUR.....	63
Referências citadas.....	65

Apresentação

O cenário turístico contemporâneo evolui em ritmo acelerado, moldado por transformações tecnológicas, sociais e econômicas. Nesse contexto, as **Diretrizes da ANPTUR para o Turismo Brasileiro** são apresentadas como um guia, uma visão desse grupo, delineando estratégias para aprimorar a experiência dos visitantes, promover o desenvolvimento regional e salvaguardar a autenticidade cultural das diversas localidades brasileiras.

Os sete capítulos que compõem este documento refletem a diversidade e complexidade inerentes ao turismo no país. A ênfase na inovação tecnológica destaca a importância das ferramentas digitais na criação de experiências enriquecedoras para os turistas, enquanto a promoção do turismo de base comunitária realça a valorização das culturas locais e a geração de oportunidades econômicas sustentáveis.

A sustentabilidade, um pilar transversal, permeia todas as seções, reforçando o compromisso com a preservação dos recursos naturais e culturais para as gerações vindouras. O fomento à diversificação de produtos turísticos ressalta a necessidade de atender às demandas variadas dos visitantes, enriquecendo a oferta e fortalecendo a atratividade nacional.

A acessibilidade, princípio fundamental, também é abordada, assegurando que todos, independentemente de suas limitações, possam desfrutar plenamente do turismo. Por sua vez, a cooperação regional surge como estratégia-chave, visando potencializar sinergias entre diferentes destinos e regiões, fortalecendo a competitividade coletiva e promovendo um crescimento turístico integrado.

Este documento é fruto de um esforço conjunto, desenvolvido no período de novembro de 2023 a setembro de 2024, por meio de uma iniciativa colaborativa que envolveu um grupo de associados da ANPTUR que se dispôs a colaborar. Dessa maneira, a elaboração deste documento reflete a dedicação e o comprometimento de profissionais que participam ativamente das discussões e da redação, com o objetivo de contribuir com o campo do ensino, da pesquisa e da gestão, ou seja, de buscar direcionamentos que fortaleçam e impulsionem o turismo em âmbito nacional.

As pessoas que contribuíram com as reflexões, redação e revisão do texto estão relacionadas a seguir. A ANPTUR é grata a cada uma delas:

Adriana Santos Brito
Alexandre Panosso Netto
André Riani Costa Perinotto
Cassiana Gabrielli
Davi Alysson da Cruz Andrade
Diego Ribeiro Santos
Elizabeth Kyoko Wada
Francielle de Lima
J. Laize Soares Oliveira
Kettrin Farias Bem Maracajá
Lúcia Silveira Santos
Manoela Carrillo Valduga
Ricardo Shimosakai

A ANPTUR expressa seus agradecimentos aos que se dedicaram a este projeto, visto que a colaboração e o engajamento são fundamentais para o progresso. Que este documento possa inspirar ações de inovação, sustentabilidade, inclusão, acessibilidade, hospitalidade, ciência e tecnologia em prol do turismo brasileiro, beneficiando tanto os (as) profissionais do setor quanto às comunidades e os (as) turistas e visitantes, sejam eles nacionais ou estrangeiros.

As **Diretrizes da ANPTUR para o Turismo Brasileiro** pretendem ser um norte para orientar a atuação de diversos atores envolvidos no setor, desde governos e entidades privadas até gestores públicos, trabalhadores, professores, estudantes e a comunidade em geral. Elas não esgotam o assunto nem as possibilidades de desenvolvimento do fenômeno turístico no Brasil. É provável que um ou outro tema tenha ficado de fora ou sido abordado de forma mais tangencial, mas também é notório que as principais áreas foram contempladas.

Assim, essas diretrizes refletem a necessidade de adaptação e inovação diante das rápidas transformações tecnológicas, sociais e econômicas que impactam o cenário turístico brasileiro contemporâneo. Elas também reforçam a importância da sustentabilidade, da diversificação dos produtos turísticos e da acessibilidade, princípios fundamentais para garantir um turismo inclusivo, responsável e que contribua efetivamente para o desenvolvimento das diversas regiões do Brasil.

Introdução

O Brasil observou um aumento significativo do número de turistas internacionais após a pandemia de covid-19. Um aumento natural que praticamente acontece e está acontecendo no mundo todo, uma vez que no período pandêmico as viagens turísticas foram severamente prejudicadas.

De acordo com dados do Ministério do Turismo — MTUR (2023a), o faturamento do turismo brasileiro atingiu R\$208 bilhões em 2022, representando um crescimento de 28% em comparação com 2021. Nesse contexto, o setor de transporte aéreo obteve um faturamento de R\$66,5 bilhões, indicando um aumento de 65,2%.

Apontando o panorama da hotelaria nacional, o relatório do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil — FOHB prevê a inauguração de 124 hotéis e mais de 18.800 quartos até 2026, visando uma taxa de ocupação em torno de 65% em média. Dado o predomínio das preferências dos turistas por destinos nacionais, os hotéis devem se destacar pela hospitalidade e acessibilidade e também pela adoção de práticas sustentáveis. Enfrentando desafios como a gestão de custos e a segurança de dados, o setor almeja conseguir atender às demandas em constante evolução.

Segundo o Ministério do Turismo, a previsão é o turismo vir a contribuir com 7,8% do Produto Interno Bruto, o PIB nacional (MTur, 2023b). Estima-se que o setor contribuirá com a geração de 7,9 milhões de empregos, evidenciando seu impacto tanto na economia quanto no mercado de trabalho, representando 8,1% do total de postos laborais no país. Ainda que esses dados possam ser vistos como superlativos, é fundamental pontuar a importância da atividade turística no país.

No Brasil, o turismo abrange diversas segmentações. Do lazer aos negócios, do turismo de aventura ao ecoturismo e do turismo cultural ao histórico, há uma gama de experiências para os(as) visitantes. Cada segmento oferece oportunidades únicas para os(as) viajantes se conectarem com a diversidade atrativa nacional.

Muito além desses dados, se reflete que, em um panorama de potencialidades que vai além das narrativas tradicionais de visitação e lazer, o turismo brasileiro não é apenas uma rota para a exploração de destinos exóticos e cenários pitorescos, mas sim um campo fértil para a transformação humana, o desenvolvimento sustentável e a promoção da inclusão social. Nesse contexto,

a compreensão do turismo como atividade centrada nas pessoas, moldada pela diversidade cultural e influenciada por fatores sociais, assume um papel de destaque.

Em essência, o turismo é um agente de conexão e transformação. Os atores locais, muitas vezes negligenciados nas narrativas turísticas, são determinantes na construção de experiências autênticas e enriquecedoras. A diversidade de perfis e necessidades do público consumidor, moldadas por marcadores sociais, exige uma abordagem adaptativa em que a personalização das experiências seja uma meta. A valorização dos protagonistas do turismo, por meio de reconhecimento e incentivos, não só nutre a melhoria dos serviços, mas também um senso de pertencimento e valorização das próprias comunidades.

A sustentabilidade, como pilar norteador, emerge como uma das prioridades para o turismo nacional. Mais do que um conceito abstrato, se materializa na preservação das riquezas naturais e culturais do país, no cuidado com as comunidades locais e no alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

Desse modo, a interseção entre inovação, ciência e tecnologia constitui uma chave para a construção de um turismo resiliente. A adoção de soluções tecnológicas inovadoras não apenas otimiza as operações da área, mas também enriquece as experiências dos(as) turistas. Ademais, a colaboração entre instituições de pesquisa e o turismo é fundamental para a criação de produtos e serviços em sintonia com as demandas do mercado e as necessidades das comunidades.



CAPÍTULO I

Desenvolvimento de pessoas

Reconhecer que o turismo é feito por pessoas e para as pessoas é o ponto de partida para entender a complexidade desse fenômeno. Mais do que considerar a diversidade entre turistas e anfitriões, é importante compreender as nuances sociais e culturais que caracterizam os atores locais, pois essas distinções têm impacto nas experiências turísticas oferecidas. Ademais, uma crescente atenção tem sido direcionada para os diversos perfis e necessidades dos consumidores, influenciados por marcadores sociais que moldam acessos ao consumo turístico.

Nesse contexto, o desenvolvimento pessoal emerge como um elemento central. Investir na capacitação técnica e comportamental dos profissionais do turismo não apenas eleva a qualidade dos serviços prestados como abre portas para oportunidades de aprendizado e aprimoramento. O aprimoramento das habilidades dos(as) envolvidos(as) no turismo não só enriquece as experiências dos(as) viajantes, mas impulsiona a excelência na prestação de serviços, garantindo que cada interação seja enriquecedora.

A importância de criar um ambiente gerador de oportunidades de emprego, empreendedorismo e inovação também é uma reflexão essencial. Refletir sobre inclusão e diversidade é fundamental nesse contexto, garantindo que todos os indivíduos tenham igualdade de acesso às oportunidades. A colaboração entre os diversos atores do turismo é outro fator-chave, incentivando projetos inovadores e o compartilhamento de boas práticas que podem transformar a área como um campo teórico e prático.

A compreensão do turismo como um fenômeno que abrange diversos campos — social, econômico, cultural, ambiental, entre outros — orienta a necessidade de considerar o papel central das relações humanas na produção do turismo nacional. É fundamental considerar como as diretrizes políticas e a produção científica contemporânea se entrelaçam com as interações humanas para moldar esse setor.

Desse modo, a geração de emprego e renda proporcionada pelo turismo deve ser ponderada de maneira responsável. A qualidade desses empregos, desde os locais de origem até o consumidor final, precisa ser avaliada para garantir contribuições para o bem-estar das comunidades envolvidas.

Tendo como guia os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), se propõe uma abordagem que traz as pessoas para o

centro do turismo. Essa abordagem não só abrange questões relacionadas a emprego e empreendedorismo, mas também à comunidade como um todo. Dessa forma, se estabelece uma conexão direta com os ODS 05 — Igualdade de Gênero, ODS 08 — Trabalho decente e crescimento econômico e ODS 12 — Produção e consumo responsável. Essa perspectiva também impacta de forma indireta os demais ODS.

Abaixo são elencados os pontos de atenção prioritária no processo de produção responsável do turismo feito de, e, para seres humanos.

1.1. Emprego

A oferta de serviços turísticos é ampla e variada, envolvendo sete atividades características: alojamento; alimentação; transporte aéreo; transporte terrestre; transporte aquaviário; agências de viagem; aluguel de transporte; cultura e lazer. No entanto, a predominância do trabalho informal no país dificulta análises do mercado turístico, concentrado no Sul, Sudeste e Nordeste (Santos, 2018).

Muitos serviços turísticos têm raízes domésticas e são ligados às mulheres, que compõem a maioria da força de trabalho no setor, ocupando postos inferiores e recebendo baixos salários (UNWTO/UNWOMEN, 2019). Além disso, apesar da ausência de dados oficiais que permitam análises interseccionais, o sistema capitalista, o autoritarismo, o racismo estrutural e a perspectiva patriarcal ampliam a vulnerabilidade social, a informalidade e a precarização dos postos de trabalho.

Casos recentes de denúncias de subemprego em alguns setores do turismo nacional evidenciam a necessidade de ampliar o debate e fiscalização junto ao *trade* turístico. O diálogo entre produção e consumo responsáveis com a equidade de gênero e a promoção do trabalho digno tornam-se premissas básicas para pensar o turismo desenvolvido com responsabilidade.

1.2 Empreendedorismo

Sendo reconhecido como um setor propício à diversificação e impulsionado pelas recentes reformas trabalhistas nacionais que fomentam o “empreendedorismo individual”, o turismo experimentou um aumento no número de novos negócios.

Levando em consideração que o campo depende da capacidade empreendedora local para desenvolvimento e/ou manutenção em diferentes realidades, é importante ressaltar que, em muitos casos, a informalidade é confundida com empreendedorismo. Em primeiro ponto, isso mostra a necessidade de qualificação dos atores classificados como empreendedores.

Convém lembrar que parte das ofertas de produtos e serviços, especialmente em empreendimentos turísticos familiares, tem na mão de obra feminina, muitas vezes ligado à hospedagem e alimentação. Com isso, é válido ponderar a participação das mulheres não apenas no processo remuneratório, mas também na liderança e tomada de decisões junto aos negócios e à família.

Por outro lado, o Brasil apresenta um elevado índice de famílias lideradas por mães que buscam, por meio do empreendedorismo, conciliar as responsabilidades produtivas e reprodutivas, chegando a 75% o percentual de empreendedoras que optaram por abrir um negócio no pós-maternidade (RME, 2019).

Outras informações recentes destacam que as mulheres somam cerca de 34% dos empreendedores no país, sendo a maior parte delas (53%) atuante no setor de serviços, além de 90% tocarem seus negócios sozinhas (SEBRAE, 2023). Assim, criar um ambiente acolhedor para as crianças, sob uma perspectiva coletiva, revela-se fundamental nesse cenário.

Além disso, ao articular políticas locais em favor do empreendedorismo no turismo, considerando questões de gênero, raça e classe, e ao flexibilizar as condições conforme as particularidades de cada grupo, é possível promover benefícios ao *trade*. Isso também implica o reconhecimento da participação feminina em sua estruturação.

No âmbito do empreendedorismo, também é importante destacar o afroturismo e o turismo indígena, não só devido aos aspectos culturais que carregam, mas também pela colaboração promovida por empreendedores(as) negros(as) e indígenas em diversos destinos turísticos do país. Caminhos que visam incentivar e facilitar esses segmentos — tais como o projeto “Experiências do Brasil Original” — podem fortalecer práticas de turismo responsável na produção e no consumo das atividades que o compõem.

Por fim, o chamado empreendedorismo social fortalece o turismo centrado nas pessoas, promovendo conexões locais e glo-

bais. Essa abordagem responsável exige diálogos expandidos para impulsionar cadeias empreendedoras que gerem impactos positivos. O mercado turístico, propício à inovação e à diversidade, oferece terreno fértil para iniciativas sociais. A integração dos princípios de Responsabilidade Social Corporativa ou Empresarial (Environmental, Social and Governance — ESG) evita práticas enganosas, como o *greenwashing* e outras correlatas.

1.3. Comunidade

Embora muito se debata sobre a peculiaridade de o consumo turístico ocorrer no local de sua produção, durante muito tempo, o enfoque principal nos turistas reduziu a atenção dada à comunidade local nos destinos. Contudo, é evidente que os efeitos resultantes da prática do turismo afetam não apenas os espaços designados para tal, mas também pessoas e lugares que não mantêm interação direta com a produção turística.

O planejamento turístico é essencial para promover a integração entre diversos atores, considerando uma variedade de fatores. A obtenção do conhecimento da comunidade local deve ser facilitada por meio de diversos métodos e técnicas, conforme a realidade de cada destino. Nesse sentido, o estímulo à produção e ao uso de recursos na cadeia produtiva do turismo deve envolver tanto a comunidade quanto os empreendedores locais.

Compreender que a qualidade de vida está ligada à oferta turística e a políticas de bem-estar é essencial para um turismo centrado nas pessoas. Humanizar as relações no turismo é urgente, conectando o potencial turístico a políticas inclusivas para povos indígenas, quilombolas, ribeirinhos, assentados, mulheres, população negra, LGBTQIAP+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Trans, Queer, Intersexuais, Assexuais, Pansexuais e outros) e PcD (Pessoa com Deficiência). Um diálogo que incentiva ações de pesquisas sobre o impacto da violência e desigualdade no turismo é importante, podendo partir da academia.

É importante pontuar que os altos índices de violência contra a população negra, mulheres, LGBTQIAP+ e PcD, além de se caracterizarem como agressões sistemáticas a tais grupos, são nocivos à sociedade brasileira, alimentando discurso de ódio. Destacar que todas as pessoas da população local, indistintamente, devem

ter condições de vida digna, é premissa básica para a prática turística responsável.

Além disso, é fundamental considerar a transversalidade das Políticas Públicas ligadas aos Ministérios das Mulheres, dos Povos Indígenas, da Igualdade Racial, dos Direitos Humanos e Cidadania, do Meio Ambiente e Mudança do Clima e da Cultura. Estreitar o diálogo entre essas instituições e o turismo possibilita abordá-lo com responsabilidade e como agente de transformação social pelo uso sustentável do potencial turístico nacional. Esse potencial deve ser encarado como a interseção entre quatro aspectos: o natural e o cultural, o ambiente e a sociedade.

Com base nessas reflexões, as diretrizes a seguir refletem a convicção de que o turismo é um veículo de transformação, desencadeando um ciclo de crescimento pessoal e coletivo. À medida que os alicerces de uma área mais humana e inclusiva são fortalecidos, o compromisso de tornar o turismo uma força positiva na vida das pessoas e das comunidades que toca é reforçado.

I. Capacitação Profissional

- **Oferecer programas de capacitação técnica para os profissionais:** Para elevar a excelência do turismo, se considera essencial implementar programas continuados de treinamento técnico destinados aos profissionais, concentrados em áreas como aprimoramento do atendimento ao cliente, gestão de destinos e estratégias de *marketing*.
- **Promover cursos e *workshops* que abordem habilidades comportamentais:** Para fortalecer a qualidade dos serviços turísticos, cursos e *workshops* que abordam não apenas competências técnicas, mas também habilidades comportamentais, focando em tópicos como liderança, comunicação efetiva e colaboração em equipe.
- **Estabelecer parcerias com instituições de ensino e universidades:** Para assegurar uma base de conhecimento no turismo, estabelecer parcerias com instituições acadêmicas. Ao colaborar com universidades e escolas especializadas, é possível incentivar a criação de programas educacionais voltados à área, fornecendo aos profissionais uma educação completa.

II. Valorização e Reconhecimento

- **Criar premiações e certificações que reconheçam a excelência dos profissionais:** Estabelecer prêmios e certificações que reconheçam o mérito dos profissionais em turismo. Essas distinções não apenas enaltecem conquistas individuais, mas também motivam outros profissionais a se esforçarem pela qualidade em suas atividades.
- **Implementar programas de reconhecimento que destaquem histórias de profissionais do turismo:** Contar histórias inspiradoras de indivíduos que fizeram contribuições para a área não só aumentará a visibilidade desses feitos, mas também destacará o impacto positivo que eles têm sobre a área, incentivando outros profissionais a seguirem seus passos.

III. Oportunidades de Emprego

- **Fomentar parcerias público-privadas:** A promoção de parcerias público-privadas em projetos pode gerar empregos em campos como tecnologia, *marketing* digital e gestão de destinos. Essas colaborações, além de impulsionarem a inovação, criam oportunidades de emprego em setores relacionados ao turismo.
- **Reduzir o emprego vulnerável para as mulheres, negros, pessoas trans e demais minorias:** Para diminuir o emprego vulnerável entre grupos marginalizados, fornecer consultorias para as empresas implementarem políticas de inclusão por meio do estabelecimento de metas de diversidade e inclusão. Além disso, as empresas podem formar parcerias com organizações que trabalham para melhorar a empregabilidade desses grupos, ajudando a identificar talentos e propiciar oportunidades.
- **Prevenir todas as formas de segregação vertical e/ ou horizontal de gênero:** Estabelecer metas para garantir uma representação equitativa de homens e mulheres em todos os níveis hierárquicos. Uma análise das disparidades de gênero em diferentes departamentos e funções pode identificar desequilíbrios e ajuda a tomar medidas corretivas. Implementar políticas de apoio à parentalidade em todos os níveis hierárquicos.
- **Eliminar as disparidades salariais entre homens e mulheres e entre brancos e negros:** Promover uma cultura de remuneração baseada em habilidades e responsabilidades, não em

fatores de identidade, para garantir equidade. Para manter a transparência, promover a divulgação de informações salariais e estabelecer critérios justos para promoções e aumentos salariais, ajudando a reduzir disparidades.

- **Facilitar e incentivar a associação sindical/representativa das trabalhadoras do turismo:** Criar espaços de diálogo e valorização do trabalho entre as mulheres e das mulheres no turismo, de acordo com a realidade de cada local; criar estratégias de ampliação do espaço de formação e ascensão (aperfeiçoamento profissional e progressão de carreira) de profissionais trabalhadoras do turismo em órgãos públicos e na docência superior, caracterizando a consolidação de um perfil de docente-pesquisadora nos campos do ensino e da pesquisa em turismo, hospitalidade e áreas afins no Brasil; desenvolver e distribuir materiais sobre associativismo e movimentos sindicais, com foco em trabalhadoras do turismo; incentivar pesquisas e discussões sobre grupos e associações de trabalhadoras no turismo; Estimular ações e pautas específicas sobre gênero e raça dentro dos sindicatos, associações e coletivos profissionais de turismo.
- **Respeitar as políticas da Organização Internacional do Trabalho — OIT sobre responsabilidades de maternidade e assistência:** Campanhas de conscientização sobre a importância do apoio à parentalidade também podem contribuir para uma cultura mais inclusiva e solidária. Isso contempla oferecer consultorias às empresas sobre a importância da licença maternidade, garantindo que as trabalhadoras tenham suporte.
- **Combater a exploração sexual e o assédio a mulheres e meninas no turismo:** Promover campanhas de tolerância zero e oferecer treinamento às empresas, destacando comportamentos inapropriados e inaceitáveis, colaborando com organizações não governamentais. A implementação de códigos de conduta tanto para as empresas quanto para os turistas também é fundamental para estabelecer um ambiente seguro e respeitoso.
- **Combater o racismo no turismo e promover letramento racial para todos os trabalhadores do setor:** Incentivar empresas atuantes no setor a fomentar formação e capacitação antirracista para seus trabalhadores; divulgar informações

sobre legislação relacionada à raça-etnia, assim como canais de denúncia, em locais de grande circulação de turistas, em idiomas diversos; formar multiplicadores estratégicos em letramento racial em destinos turísticos, priorizando aqueles próximos e/ou que dialogam com iniciativas de afroturismo e turismo indígena, por exemplo; incentivo à contratação de pessoas racializadas para atuação em todos os níveis hierárquicos e participação em espaços de tomada de decisões relativos ao turismo;

- **Ampliar e qualificar a sistematização de informações sobre os trabalhadores do setor:** Criar bancos de dados regularmente atualizados para coletar informações sobre os trabalhadores da área. Essas informações podem ser desagregadas por gênero, raça e outros fatores, permitindo uma análise mais aprofundada das tendências demográficas e salariais. Esse conhecimento é fundamental para identificar desigualdades e implementar estratégias de igualdade.
- **Implantar mecanismos contrários à precarização dos postos de trabalho informais:** Ampliar a capacitação de gestores de turismo municipais e de empresas privadas com foco nos ODS, em especial o 12, que aborda o Consumo e Produção Responsáveis; dialogar com os órgãos competentes para o desenvolvimento de fiscalização e ações de combate ao trabalho precarizado focadas no setor do turismo, em consonância com a sazonalidade de demanda dos destinos e serviços turísticos.

IV. Empreendedorismo e Inovação

- **Oferecer programas de capacitação em empreendedorismo, gestão de negócios e inovação:** Oferecer programas de capacitação personalizados. Esses programas devem estar focados em temas como empreendedorismo, gestão de negócios e inovação, destinados aos que aspiram criar, expandir seus próprios empreendimentos e para enfrentar os desafios do mercado.
- **Estimular a colaboração entre empreendedores do setor:** Promover eventos, redes e plataformas que permitam a troca de experiências e compartilhamento de boas práticas entre empreendedores cria um ambiente para a geração de ideias inovadoras, fortalecendo negócios.

- **Estimular a ocupação de espaços igualitários na gestão dos negócios:** Promover a ocupação igualitária de cargos de liderança, independentemente do gênero ou identidade, resultando em tomadas de decisões mais representativas.
- **Expandir e diversificar o acesso de mulheres ao mercado e ao comércio justo:** Isso pode ser alcançado por meio de políticas e programas que eliminem barreiras, criem oportunidades de capacitação e promovam a visibilidade das mulheres empreendedoras, permitindo-lhes alcançar seu potencial no mercado.
- **Introduzir medidas direcionadas aos cuidados infantis e aos trabalhos não remunerados:** Medidas que facilitem o equilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal, como creches no local de trabalho e políticas flexíveis, contribuindo para um ambiente onde os empreendedores possam prosperar enquanto atendem a responsabilidades familiares.
- **Promover políticas e facilidades para empreendedores relacionados ao afroturismo e ao turismo indígena e sua cadeia produtiva:** Estimular o desenvolvimento de rotas turísticas que ressaltem a cultura e a história afrodescendente e dos povos originários, bem como a promoção de empreendimentos locais liderados por afroempreendedores e empreendedores indígenas.
- **Validar indicadores de ESG para empreendimentos turísticos:** Estabelecer um selo por meio dos critérios de responsabilidade ambiental, impacto social positivo e governança transparente, para que os negócios turísticos demonstrem um compromisso com práticas sustentáveis e éticas, atraindo investidores preocupados com essas questões.

VI. Bem-estar e Qualidade de Vida

- **Estabelecer normas que garantam condições de trabalho:** Promover a conscientização sobre a importância de estabelecer normas que garantam condições de trabalho aos profissionais do turismo. Isso inclui informar os profissionais e empregadores da importância de uma carga horária justa, que evite a exaustão e contribua para a qualidade dos serviços.
- **Incentivar a implementação de políticas flexíveis de trabalho:** Por meio de campanhas, destacar como a implementação de jornadas flexíveis pode atender às necessidades indivi-

duais dos profissionais, promovendo um equilíbrio saudável entre vida profissional e pessoal.

VII. Parcerias e Colaboração

- **Estabelecer parcerias para desenvolver programas de capacitação e intercâmbio de conhecimentos:** Promover a conscientização da necessidade de colaboração entre o governo, o setor privado, as instituições de ensino e as organizações da sociedade civil. Destacar a relevância de desenvolver programas conjuntos de capacitação que abranjam diversos aspectos do turismo para enriquecer o conhecimento, aperfeiçoar as habilidades e otimizar o uso de recursos.
- **Incentivar a cooperação em projetos e o compartilhamento de boas práticas:** Destacar como a troca de experiências, a cooperação em projetos e o compartilhamento de boas práticas podem fortalecer o turismo. Por meio de eventos, materiais informativos e campanhas de conscientização, incentivar os profissionais do turismo a interagirem, aprenderem uns com os outros e colaborarem em iniciativas que impulsionam o crescimento sustentável e a inovação na área.
- **Incentivar programas de responsabilidade social corporativa:** Sensibilizar o setor privado para a implementação de programas de responsabilidade social corporativa. Enfatizar como o apoio a projetos sociais, o voluntariado corporativo e a oferta de bolsas de estudo podem contribuir para o desenvolvimento de pessoas no campo do turismo.

VIII. Comunidades

- **Estimular a construção de políticas e iniciativas para promover a divisão igualitária do trabalho:** Conscientizar gestores turísticos e empresários da importância de estruturas de políticas inclusivas nas comunidades turísticas. Destacar como a introdução de iniciativas que promovam a divisão igualitária do trabalho e dos cuidados com as comunidades é fundamental para um ambiente equitativo.
- **Estimular a participação política das minorias:** Estimular a participação política das minorias em contextos turísticos e a inclusão cidadã dessas comunidades. Por meio de atividades

de conscientização e educação, encorajar a representatividade e o engajamento das minorias em processos de tomada de decisão que afetem diretamente suas realidades.

- **Fomentar, reconhecer e validar formas diversificadas de consulta e participação popular:** Conscientizar sobre a necessidade de fomentar, reconhecer e validar formas diversificadas de consulta e participação popular. Mostrar como ouvir os diferentes grupos de *stakeholders* contribui para um turismo mais sustentável. Por meio de *workshops*, fóruns e recursos educativos, incentivar a participação ativa da população local em discussões que moldam o desenvolvimento turístico.
- **Reservar condições especiais à comunidade local:** Conscientizar sobre a necessidade de reservar condições especiais para a comunidade local nas definições de parcerias público-privadas e megaprojetos. Destacar como o envolvimento da comunidade não apenas preserva a identidade local, mas promove o desenvolvimento do turismo, garantindo que os interesses da comunidade sejam levados em consideração.

Reconhecendo a diversidade de atores e marcadores sociais no turismo, se enfatiza a importância de considerar tanto os turistas quanto os anfitriões. A interseção entre gênero, grupos étnicos, classe e outros aspectos sociais destaca a necessidade de promover um turismo inclusivo e igualitário, impulsionando o desenvolvimento de pessoas e comunidades, para alcançar um setor verdadeiramente responsável.

Dessa forma, pode-se considerar que essas diretrizes (ações) a serem implementadas tornam-se um caminho que vincula as áreas do conhecimento turismo, hospitalidade e áreas afins, como uma atividade humana, sendo possível a construção social de um campo responsável, sustentável e inclusivo, assegurando que todos(as) possam desfrutar de seus benefícios.



CAPÍTULO II

Sustentabilidade em toda a sua extensão

De acordo com uma pesquisa realizada em 2023 pelo World Travel & Tourism Council (WTTC), pelo Grupo Trip.com e a Deloitte, 69% dos viajantes têm preferência por alternativas no âmbito do turismo sustentável. Essa tendência em ascensão ressalta a crescente relevância que a sustentabilidade alcançou nas decisões de viagem por parte dos turistas, evidenciando que, nos últimos dois anos, 60% desses indivíduos optaram por viagens mais alinhadas com princípios sustentáveis.

A sustentabilidade é um conceito essencial quando se trata do turismo. Contudo, o turismo sustentável não deve ser visto apenas como um segmento de mercado, e sim como uma ação que visa atender às necessidades dos visitantes e das comunidades locais, ao mesmo tempo em que protege e preserva os recursos naturais e culturais para as gerações futuras. Para compreender esses aspectos, é importante abordar os ODS, bem como os temas relacionados.

Caracterizada como pluridimensional, a sustentabilidade abrange diversas áreas, incluindo os aspectos social, ético, jurídico-político, econômico e ambiental. É válido ressaltar que o desenvolvimento sustentável se fundamenta em princípios-chave, a saber: a busca pelo equilíbrio, a promoção da equidade e a interligação harmoniosa entre as várias dimensões da sustentabilidade. Além disso, é preciso observar que os resultados obtidos em uma dimensão podem influenciar as outras. Um indicador ambiental, por exemplo, pode ter impactos na esfera social, na cultural e até na econômica.

A sustentabilidade tem sua base em três pilares: o social, que aborda a qualidade de vida das pessoas, incluindo educação, segurança, lazer, emprego e saúde; o econômico, que abrange a produção, distribuição e consumo de bens e serviços, levando em consideração as questões sociais; e o ambiental, ligado à utilização dos recursos naturais por parte de comunidades e empresas. É importante superar de fato a perspectiva teórica da sustentabilidade e agir de forma prática no setor de turismo.

As dimensões da sustentabilidade formam a base para o desenvolvimento sustentável no setor do turismo:

- **Dimensão ambiental:** Envolve a proteção e conservação dos recursos naturais. Isso inclui a gestão adequada da água, energia e resíduos, a preservação dos ecossistemas e da biodiversidade,

a mitigação das mudanças climáticas e a redução da pegada de carbono. Iniciativas como a adoção de energias renováveis, a implementação de práticas de conservação da água e a promoção do turismo de baixo impacto ambiental são essenciais.

- **Dimensão social:** Concentra-se no respeito aos direitos humanos, à cultura e às comunidades locais. É fundamental promover o envolvimento das comunidades anfitriãs, garantir benefícios econômicos equitativos, respeitar as tradições culturais e fomentar a inclusão social. O turismo comunitário, por exemplo, valoriza a participação das comunidades locais na tomada de decisões e no compartilhamento dos benefícios gerados pelo turismo.
- **Dimensão econômica:** Abrange o desenvolvimento de práticas com retornos econômicos a longo prazo. Isso inclui promover o empreendedorismo local, criar trabalho digno, estimular o comércio justo e estabelecer parcerias equitativas entre os atores do setor. Assim, o turismo sustentável impulsiona a economia local, gera empregos, renda e reduz a pobreza.

Além dos pilares mencionados e dos ODS, outros temas interligados são relevantes para a sustentabilidade no turismo. Esses temas incluem a educação para o turismo sustentável, a gestão sustentável de destinos turísticos, a conscientização dos turistas sobre práticas sustentáveis e a colaboração entre os diferentes atores do setor, como governos, empresas, comunidades locais e organizações não governamentais e até mesmo procedimentos éticos na gestão das pessoas e dos recursos naturais e artificiais.

Os empreendimentos turísticos promovem a sustentabilidade com a estratégia ESG, abrangendo três pilares essenciais: ambiental (respeito ao meio ambiente); social (fortalecimento das comunidades locais pela criação de empregos dignos) e governança (ética e transparência na atuação de mercado). Na governança, é fundamental obedecer às leis locais, estaduais e federais, garantindo que os resultados do uso da estratégia sejam comunicados aos visitantes sem adulterações ou omissões. Isso ajuda a atingir os ODS, reduzindo desigualdades e impulsionando o crescimento econômico local.

Levando em consideração essas reflexões, as diretrizes deste capítulo se concentram na conservação ambiental e em práticas sustentáveis, posicionando-as como ferramentas capazes de at-

nuar os danos e explorar o potencial turístico das regiões. Ao considerar as políticas de conservação e as regulamentações para a utilização eficiente dos recursos naturais, tais diretrizes almejam transcender o presente, buscando a harmonia entre o turismo e a natureza para as gerações futuras.

I. Conservação Ambiental e Biodiversidade

- **Promover a conservação para proteger ecossistemas naturais e biodiversidade:** Conscientizar da necessidade de implementar políticas de conservação para proteger ecossistemas naturais e promover a biodiversidade. Ressaltar a importância da criação de zonas de proteção que salvaguardem *habitats* vitais para a vida selvagem. Promover informações sobre o regulamento do acesso e a promoção de práticas de turismo de baixo impacto para minimizar os efeitos negativos das atividades turísticas sobre a natureza.

II. Redução dos Recursos Naturais nos Empreendimentos

- **Incentivar o uso de fontes de energia renovável:** Conscientizar as pessoas envolvidas com as empresas de turismo da importância de investir em fontes de energia renovável. Destacar como a adoção de tecnologias mais limpas e sustentáveis para atender às necessidades energéticas dos empreendimentos turísticos pode reduzir o impacto ambiental e obter economias de custos a longo prazo, ao reduzir a dependência de combustíveis fósseis.
- **Promover o uso eficiente de água e energia:** Conscientizar sobre a relevância de medidas que incentivem a adoção de tecnologias sustentáveis. Destacar como sistemas de reciclagem de água e fontes de energia renovável podem contribuir para a redução da pegada ambiental dos negócios turísticos, informando também sobre as vantagens econômicas da adoção de práticas responsáveis.

III. Envolvimento da Comunidade

- **Incentivar a participação das comunidades locais:** Assegurar que as vozes dos moradores locais sejam ouvidas e considera-

das nas decisões relacionadas a projetos turísticos. Ademais, a cocriação de planos e estratégias, nos quais os locais tenham um papel ativo, fortalece o sentimento de pertencimento e a sensação de que suas opiniões são levadas em conta na definição do desenvolvimento turístico da região.

- **Valorizar a cultura local, promovendo a preservação de tradições e costumes:** Promover oficinas e atividades educativas organizadas para envolver os jovens na aprendizagem e prática das tradições culturais. Além disso, parcerias entre comunidades e instituições de ensino também são um caminho.

IV. Desenvolvimento Econômico Sustentável e Distribuição de Renda

- **Apoiar o crescimento de pequenos negócios locais:** Fornecer treinamento em gestão empresarial, *marketing* e qualidade do serviço aos (às) empreendedores(as) locais para aprimorar suas habilidades e operações. A criação de redes de cooperação entre diferentes empresas também pode permitir a criação de pacotes turísticos integrados, aumentando a visibilidade de suas ofertas.
- **Contribuir para a distribuição equitativa de renda:** Criar programas de capacitação voltados para as comunidades locais, visando a oportunidades para que também elas se beneficiem dos ganhos econômicos gerados pelo turismo. Incentivar políticas de compra local para aquisição de insumos e serviços por parte das empresas turísticas para direcionar mais recursos à comunidade.
- **Assegurar que o turismo contribua para a qualidade de vida da comunidade:** Realizar consultas públicas e reuniões regulares pode permitir que os residentes expressem suas opiniões e preocupações. Com base nesse *feedback*, políticas de gestão sustentável do turismo podem ser implementadas, limitando a capacidade de carga, controlando os fluxos de visitantes e preservando os recursos naturais.

A implantação de zonas de proteção e a promoção do turismo de baixo impacto estão no núcleo de abordagem deste tema. E não somente a preservação de ecossistemas e a biodiversidade são al-

mejadas, mas também um equilíbrio entre o turismo e o ambiente. O propósito é claro: assegurar que a prosperidade turística atual não seja conquistada às custas da privação das futuras gerações do acesso aos recursos naturais.

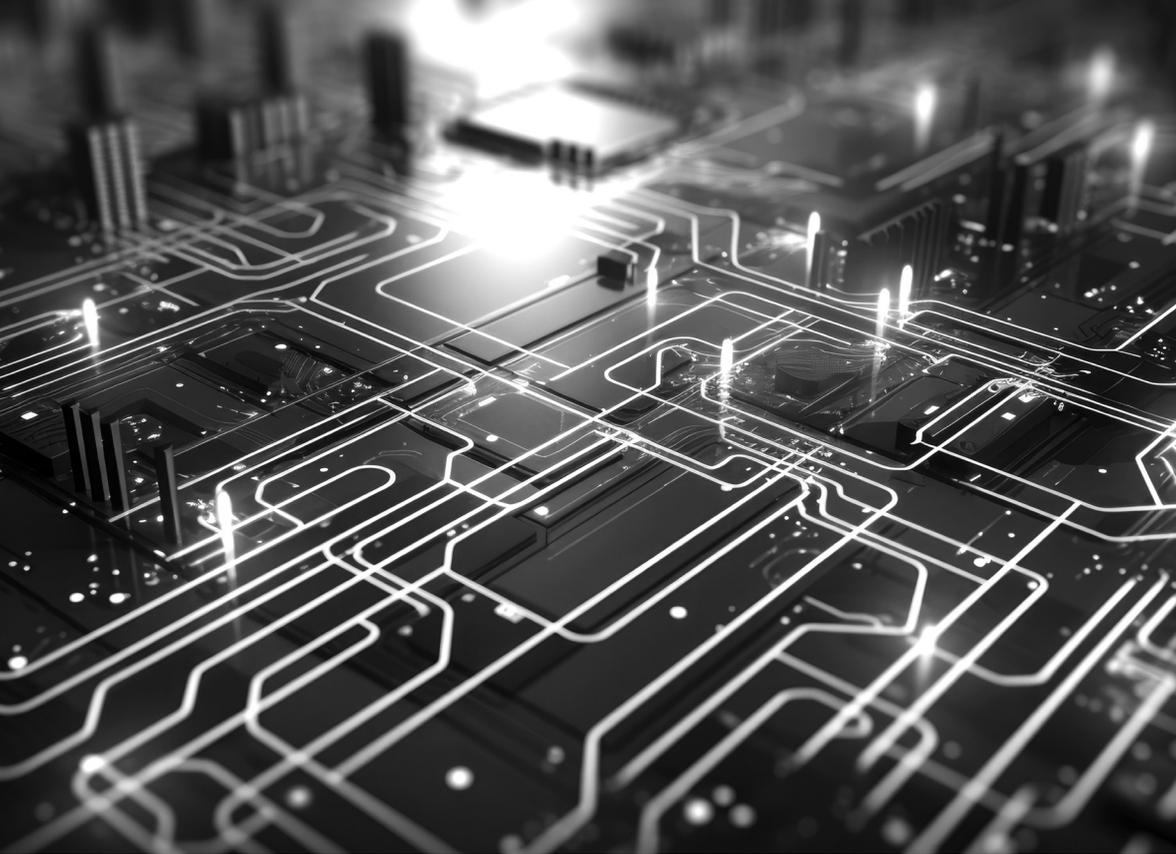
Ademais, a redução da pegada ambiental e o compromisso com a responsabilidade social convergem, não só favorecendo o planeta, mas também conferindo vantagem competitiva aos negócios adeptos. Uma dinâmica se estabelece, atraindo turistas que valorizam a sustentabilidade e ampliam o horizonte econômico.

A participação ativa das comunidades locais, por sua vez, alça-se como pilar fundamental. O empoderamento dos moradores não se limita a reforçar a cidadania, mas também a enriquecer a experiência do visitante. A valorização das tradições culturais e a interação genuína entre os residentes e os turistas vão além das barreiras do entendimento, criando um tecido social coeso.

O desenvolvimento econômico, entrelaçado com a distribuição equitativa de renda, amplia a potencialidade dessas diretrizes. O fomento aos pequenos negócios locais e a diversificação da oferta turística podem impulsionar a economia regional. A educação e a capacitação das comunidades, aliadas a políticas de compra local, promovem inclusão social e combatem disparidades.

Não se trata de ações isoladas, mas de uma reestruturação paradigmática. A valorização ambiental, a harmonização cultural, o crescimento econômico justo e a melhoria da qualidade de vida ganham protagonismo. A concretização dessas diretrizes pode metamorfosear o turismo em um agente positivo, beneficiando tanto o presente quanto o futuro.

Entretanto, o sucesso dessa transformação não é unicamente responsabilidade de um ator isolado. É importante que governos, empresas e comunidades operem em sinergia. A implementação dessas diretrizes depende da colaboração de todos os setores. Somente assim, a construção de um turismo genuinamente sustentável se tornará realidade.



CAPÍTULO III

Inovação, ciência e tecnologia

No atual cenário do turismo brasileiro, ao final do primeiro quarto do século XXI, a necessidade de inovação na criação, comercialização e atualização de produtos e serviços turísticos é fundamental para impulsionar o desenvolvimento sustentável. A ciência e a tecnologia desempenham papéis transversais nesse contexto, fornecendo ferramentas para impulsionar a inovação e aprimorar a experiência dos(as) turistas.

Uma das principais diretrizes é promover a inovação, tanto na criação de novos produtos e serviços turísticos quanto na atualização dos já existentes. Para isso, é essencial estimular uma cultura de inovação no setor, incentivando empresas e empreendedores a buscarem ideias criativas e disruptivas. Além disso, parcerias estratégicas entre o turismo e instituições de pesquisa permitem a aplicação do conhecimento científico para impulsionar o desenvolvimento do turismo.

A ciência e a tecnologia, por sua vez, são elementos-chave nesse processo, oferecendo soluções tecnológicas inovadoras que melhoram a eficiência operacional das empresas turísticas e proporcionam experiências enriquecedoras aos turistas. Por meio de parcerias com empresas de tecnologia e o desenvolvimento de projetos tecnológicos específicos para o turismo, é possível impulsionar a inovação e a competitividade turística no contexto brasileiro.

Ademais, refletimos sobre a importância do investimento na capacitação e atualização contínua dos profissionais do turismo, fornecendo-lhes as habilidades e conhecimentos necessários para compreender e adotar novas tecnologias. Mediante programas de capacitação e reciclagem profissional, os profissionais do turismo podem se manter atualizados com as últimas tendências e avanços tecnológicos, incorporando-os em suas práticas diárias.

I. Estimular a Inovação na Criação, Comercialização e Atualização de Produtos e Serviços Turísticos

- **Promover a cultura da inovação no turismo:** Incentivar empresas e empreendedores(as) a desenvolverem ideias criativas e disruptivas. Reconhecer e premiar empresas que implementem soluções inovadoras para motivar outras a seguirem o exemplo, consolidando uma abordagem voltada para

a inovação, bem como a realização de eventos de *networking* que reúnam empreendedores,

- **Estabelecer programas de apoio à inovação:** Criar programas de apoio à inovação, em parceria com instituições de pesquisa, inclusive com as incubadoras de empresas existentes nas instituições de ensino superior e nas empresas. Esses programas podem oferecer suporte técnico especializado, mentorias por profissionais experientes em turismo, ao mesmo tempo que reduzem os riscos associados ao lançamento de novos produtos ou serviços no mercado.
- **Incentivar a colaboração multidisciplinar:** Conscientizar sobre a importância de incentivar a colaboração entre empresas, *startups*, instituições de pesquisa e universidades. Destacar como essa colaboração não apenas enriquece o desenvolvimento de produtos e serviços, mas também impulsiona a competitividade e a atratividade turística.

II. Reconhecer a Importância da Ciência e Tecnologia

- **Estabelecer parcerias estratégicas:** Colaborar com centros de pesquisa, associações científicas e instituições de ensino superior para ter acesso a visões baseadas em dados de pesquisa. Influenciar políticas de planejamento e gestão de destinos, bem como a inovação de produtos e serviços turísticos, na aplicação prática de conhecimentos científicos.
- **Promover a troca de informações, buscando sinergia entre teoria e prática:** Organizar conferências e painéis de discussão que reúnam especialistas multidisciplinares para estimular a sinergia entre a teoria acadêmica e a aplicação prática. Essa troca de informações ajuda a moldar estratégias e, ao mesmo tempo, capacita os profissionais do turismo a adotarem abordagens baseadas em evidências.
- **Incentivar a realização de estudos e pesquisas:** Oferecer financiamento, bolsas e prêmios para projetos de pesquisa relacionados ao turismo e assim estimular a produção de conhecimento científico, que pode ser aplicado para melhorar a qualidade das experiências turísticas, a gestão de recursos, o equilíbrio entre o desenvolvimento e a preservação, entre outros aspectos.

III. Apoiar o Desenvolvimento de Projetos e Capacitação em Inovação, Ciência e Tecnologia

- **Desenvolver cursos, *workshops* e treinamentos voltados para profissionais:** Criação de cursos que abranjam desde a utilização de tecnologias emergentes, como a realidade virtual e a inteligência artificial, até estratégias de gestão inovadoras. Essas oportunidades de formação podem auxiliar os profissionais a adaptarem-se às dinâmicas da área.
- **Disponibilizar recursos educacionais *online*:** Plataformas de aprendizagem, *webinars*, *podcasts* e tutoriais em vídeo para oferecer conteúdo sobre inovação, ciência e tecnologia no turismo. Esses recursos podem ser acessados a qualquer momento, permitindo aos interessados se atualizarem de acordo com sua disponibilidade e ritmo.
- **Estabelecer parcerias com empresas de tecnologia:** Fortalecer parcerias entre empresas de tecnologia. A *expertise* tecnológica pode impulsionar a inovação fomentando soluções que atendam às demandas específicas do turismo. Por meio de eventos colaborativos e programas de aceleração, criar um ambiente de *networking* para a cocriação de produtos e serviços que otimizem operações, enriqueçam a experiência do visitante e contribuam para a sustentabilidade do turismo.

Na linha das diretrizes deste capítulo, a promoção de uma cultura da inovação é um elemento de reflexão. É imperativo nutrir um ambiente interno no qual a criatividade emerge. Incentivar a geração de ideias disruptivas por meio de concursos voltados para *startups* e eventos de *networking* é uma alternativa para desencadear uma revolução do pensamento turístico na prática. Adicionalmente, a sinergia entre o saber e a prática (de modo geral) cria um ambiente propício para a inovação em turismo.

A colaboração multidisciplinar ganha destaque como um fator propulsor da competitividade. A cooperação entre empresas, universidades e entidades de pesquisa não apenas enriquece o processo de desenvolvimento de produtos e serviços, como fomenta um ambiente favorável à criatividade e à troca de conhecimentos, proporcionando visões baseadas em dados, orientando políticas de planejamento e inovação na área.

Ademais, a troca de informações por meio de eventos que relacionam a teoria e a prática, como conferências e mesas de discussão, propicia a convergência entre perspectivas acadêmicas e aplicação às realidades práticas. Esse intercâmbio auxilia na moldagem de estratégias fundamentadas em evidências, também como um eixo para fomentar o crescimento sustentável.

Por fim, a formação e a qualificação profissional por meio de cursos, *workshops* e recursos *online* desencadeiam a adaptação às dinâmicas do turismo, incentivando a busca por conhecimento em consonância com as dinâmicas da área. Além disso, o desenvolvimento de projetos tecnológicos em colaboração com empresas do turismo é essencial para aprimorar as experiências turísticas e otimizar as operações das atividades que o compõem. A adoção de tecnologias emergentes, como a inteligência artificial e a realidade virtual, personaliza a vivência do(a) viajante.



CAPÍTULO IV

Inclusão social: reconhecendo nossa ampla diversidade

Oturismo é uma atividade que conecta pessoas, promove o intercâmbio cultural e impulsiona o desenvolvimento econômico de uma nação. No contexto do turismo nacional, é essencial reconhecer e valorizar a importância da inclusão social e de nossa ampla diversidade, garantindo que todos tenham o direito de desfrutar das atividades que o compõem, tanto como praticantes quanto como pessoas que desejam se inserir no mercado.

O Brasil é um país rico em diversidade cultural, étnica, de gênero, de religião e de origem geográfica e composto por um povo multifacetado. As diretrizes para o turismo nacional devem abordar a diversidade do país e garantir que ela seja valorizada e respeitada em todas as suas manifestações. É de se compreender que em nossa diversidade está nossa identidade.

Uma das diretrizes fundamentais é reconhecer o direito de todos ao turismo, assegurando que barreiras físicas, econômicas e sociais não limitem a participação de determinados grupos. Além disso, é imprescindível valorizar e respeitar a diversidade cultural, promovendo a preservação das tradições, costumes, culinária e artesanato das diferentes comunidades que compõem o país.

Outro ponto importante é impulsionar a inclusão de grupos historicamente marginalizados, como PcD, indígenas, negros, LGBTQIAPN+ e outras comunidades. Por meio de programas de capacitação e sensibilização, é possível garantir um turismo que atenda às necessidades de diferentes viajantes com respeito. Também é importante incentivar a participação das comunidades locais no turismo, respeitando diferentes culturas e promovendo inclusão socioeconômica por meio de oportunidades de renda.

Ao propor que as relações de produção, distribuição e consumo sejam responsáveis, evidencia-se o compromisso compartilhado entre os atores envolvidos no processo. É importante lembrar que o cenário turístico frequentemente inclui a diversidade cultural, uma vez que envolve o acolhimento de pessoas de várias origens e formações culturais diferentes, por períodos específicos. Vale pensar sobre o respeito e a valorização dessa diversidade no interior das ações estratégicas para promover o turismo, conectando com a realidade local.

Estimular a coleta diversificada de dados em pesquisas sobre fluxos turísticos e o mercado é um fator relevante. A diversidade,

abrangendo grupos historicamente marginalizados, permite identificar e atender as necessidades de diferentes turistas em várias esferas, impulsionando negócios socialmente responsáveis (McKinsey; Company, 2020). Além disso, o entrelaçamento de políticas públicas e a promoção ESG alinham-se com as demandas da diversidade e do consumo responsável.

Nesse contexto, é pertinente abordar a questão da interseccionalidade. Originado do feminismo negro, esse conceito busca destacar as experiências únicas de indivíduos afetados por múltiplos marcadores sociais. Eles impõem desafios e adversidades distintas das enfrentadas por grupos mais amplos, como mulheres ou pessoas negras isoladamente, exemplificando a complexidade das experiências humanas.

Quando se trata de estratégias direcionadas a grupos específicos com base na diversidade no mercado turístico, é essencial evitar práticas rotuladas como *diversity washing* ou suas variantes. Esse termo abrange ações que usam a diversidade para atrair determinados públicos, mas não refletem a diversidade interna da empresa ou comunidade. Isso revela um interesse comercial em vez de um compromisso social real com grupos diversos, indo contra o padrão predominante nas sociedades ocidentais.

Para além de compreender e valorizar a diversidade, é fundamental discutir a democratização do turismo no Brasil. Apesar dos esforços para regionalizar a atividade turística, a falta de políticas e programas de incentivo, tanto para a demanda quanto para o acesso a financiamentos e alívio fiscal, limitam a expansão e o fortalecimento do setor em muitos destinos do país. A disparidade social e o acesso à renda são fatores que têm um impacto direto no progresso do turismo nacional.

Para alcançar uma inclusão social efetiva no turismo, reflete-se sobre a importância não somente de reconhecer, mas também de impulsionar políticas e programas voltados a iniciativas que facilitem o acesso equitativo a experiências turísticas. Iniciativas como o turismo de base comunitária, o afroturismo, o turismo indígena, entre outras, merecem atenção especial.

Esses esforços devem ser colaborativos, envolvendo não apenas o setor público, mas também o setor privado e o terceiro setor. Além disso, é essencial a criação de infraestruturas acessíveis e

a conscientização por meio de campanhas e educação, a fim de assegurar que a importância da inclusão seja compreendida de maneira coletiva.

I. Reconhecer o Direito de Todas as Pessoas ao Turismo

- **Promover a conscientização de que o turismo é um direito de todas as pessoas:** Utilizar canais de mídia para promover a diversidade e a acessibilidade do turismo por meio de campanhas educativas que destaquem histórias de viajantes de diferentes origens e *backgrounds*.
- **Garantir o acesso igualitário a oportunidades de turismo:** Promover a inclusão e a igualdade no turismo, proporcionando a todos a oportunidade de desfrutar de experiências positivamente memoráveis. Garantir o acesso igualitário por meio da prestação de consultoria, oferecendo orientações e assistência técnica para identificar oportunidades de melhoria na acessibilidade de hotéis, atrações turísticas, empresas de transporte e outras entidades. Fornecer diretrizes para adaptar instalações, serviços e comunicações.

II. Valorizar e Respeitar a Diversidade Cultural

- **Promover a valorização e o respeito por todas as expressões culturais presentes no país:** Por meio de parcerias com instituições educacionais, desenvolver materiais e recursos que incorporem as diversas manifestações culturais, proporcionando uma compreensão mais profunda e empática das tradições. Além disso, criar espaços de diálogo e aprendizado que aproximem as pessoas de diferentes expressões culturais e estimulem o respeito mútuo.
- **Incentivar a oferta de produtos e serviços turísticos:** Incentivar a criação de roteiros turísticos que explorem diferentes tradições, costumes e culinárias pode aumentar a visibilidade dessas expressões culturais. Estabelecer certificações ou selos de autenticidade para produtos e serviços turísticos que valorizem e preservem as tradições locais para incentivar as empresas a se comprometerem com a diversidade de maneira genuína.

III. Promover a Inclusão de Grupos Historicamente Marginalizados

- **Desenvolver ações de inclusão para grupos historicamente excluídos:** Campanhas de conscientização que celebrem a diversidade e destaquem a importância da inclusão podem ser eficazes, utilizando plataformas de mídia e eventos culturais. Incentivar a formação de associações de turismo específicas para grupos como pessoas com deficiência, indígenas, negros e LGBTQIAPN+ para fortalecer a voz dessas comunidades e contribuir para uma representação equitativa no turismo.
- **Implementar programas de capacitação para garantir um atendimento inclusivo:** Capacitar os profissionais do turismo para garantir um atendimento inclusivo. Criar programas de treinamento que abordem a diversidade, a sensibilização cultural e as necessidades específicas de diferentes grupos para experiências mais acolhedoras e alinhadas com as expectativas de todos os turistas.
- **Ampliar a coleta e a disponibilização de dados e informações sobre a demanda turística:** Incentivar pesquisas sobre demanda turística a incluírem marcadores sociais, como gênero, etnia e orientação sexual, para entender as necessidades e preferências de grupos diversos. Disponibilizar esses dados a empresas da área e tomadores de decisão para criar produtos e serviços que atendam a essas demandas específicas.
- **Incentivar o desenvolvimento de iniciativas de afroturismo e turismo indígena:** Incentivar o desenvolvimento de iniciativas de afroturismo e turismo indígena, reconhecendo a importância desses grupos culturais como parte fundamental da identidade nacional. Apoiar eventos culturais, roteiros temáticos e iniciativas provenientes das comunidades afrodescendentes e indígenas.
- **Desenvolver indicadores para evitar práticas de *diversity washing* e correlatas:** Para evitar práticas de *diversity washing* e outras ações que pareçam apenas superficialmente inclusivas, desenvolver indicadores que avaliem o compromisso das empresas e organizações com a diversidade e inclusão. Esses indicadores podem medir métricas como representatividade em cargos de liderança, igualdade salarial, inclusão de grupos marginali-

zados em tomadas de decisão e o impacto de iniciativas voltadas para a diversidade.

O reconhecimento do turismo como um direito amplo exige um esforço coletivo para garantir que todas as pessoas, independentemente de sua origem ou condição, possam dele desfrutar. Por meio de estratégias inclusivas de comunicação e educação, o turismo pode criar uma consciência universal sobre a importância da acessibilidade e diversidade, por exemplo.

Por sua vez, a valorização da diversidade cultural encontrada no cenário brasileiro reforça o respeito mútuo entre diferentes culturas. Portanto, quando se incentiva a produção do conhecimento vinculando essa diversidade, seja na forma de expressão, saberes, ofícios e lugares no âmbito acadêmico, nota-se uma relação de elementos que envolve o reconhecer, salvaguardar, apropriar, interpretar e promover novos produtos turísticos que respeitem as tradições e os costumes, enfim, se tece uma compreensão intercultural que fortalece as bases de uma sociedade inclusiva.



CAPÍTULO V

Hospitalidade no turismo e no lazer

O povo brasileiro é conhecido pela alegria, esperança, sorriso aberto, festividade e acolhimento. Tais características são de suma importância para compor a hospitalidade do país. No âmbito do turismo e do lazer, é importante conjugar a qualidade da infraestrutura e a prestação de serviços com a hospitalidade da população.

A gentileza, os encontros calorosos, a condução cortês, o sentimento de segurança no meio da população, a honestidade no trato com os turistas brasileiros e estrangeiros, os esforços para contornar o hiato linguístico, bem como a capacidade de se expressar na língua do turista são características valorizadas por aqueles que visitam destinos turísticos.

É relevante mencionar que o conceito de hospitalidade é abordado de maneiras diversas. Para simplificar, existem dois enfoques principais. O primeiro envolve a tríade “dar-receber-retribuir”, destacada nos estudos de Marcel Mauss (1997 [1950]), caracterizando a hospitalidade como um conjunto de relações sociais entre indivíduos. Outro enfoque está nas relações comerciais, com aspectos tangíveis e intangíveis da prestação de serviço, como a infraestrutura e o atendimento mobilizados em benefício da comunidade local e de clientes, seja em atividades de lazer ou em setores como hospedagem, restauração e eventos.

A hospitalidade é observada em diversos espaços físicos, desde vastos territórios turísticos até áreas urbanas e locais públicos como aeroportos, praças e parques. Ao examinar a hospitalidade nas cidades, é válido considerar as perspectivas de Lúcio Grinover (2007), que enfatiza a acessibilidade física e simbólica dos espaços, imbuídos de boa legibilidade e uma identidade das características passadas e presentes da sociedade local. Um acolhimento caloroso aos residentes também se reflete em uma recepção positiva aos visitantes.

Luiz Otávio de Lima Camargo (2021) destaca a hospitalidade como a arte de receber, hospedar, alimentar e entreter, abrangendo contextos familiares, públicos, comerciais e virtuais. Gestos simples, como um olhar acolhedor e serviços corteses, contribuem para uma hospitalidade notável. Hospedar vai além de oferecer conforto, incluindo segurança e afeto. A comensalidade envolve alimentação de qualidade e tipicidade. O entretenimento visa criar experiências memoráveis aos turistas, fortalecendo a hospitalidade na viagem.

As ações para promover a hospitalidade devem abranger os domínios comercial, social e doméstico (Camargo, 2004; Lashley; Morrison, 2004), considerando particularidades e interconexões. É essencial considerar as características e necessidades tanto dos anfitriões quanto dos visitantes ao implementar essas ações em cada domínio. A compreensão e adaptação da hospitalidade são centralizadas na relação entre anfitriões e hóspedes e facilitadas por aspectos como o ambiente e o contexto em que ocorre a interação hospitaleira, além das normas culturais que orientam essas relações (Lashley; Lynch; Morrison, 2007).

É fundamental promover uma cultura de hospitalidade que não apenas assegure serviços excepcionais, mas também crie memórias marcantes para diversos *stakeholders* (Pizam, 2020; Pizam; Tasci, 2019). Além da oferta de alimentos, bebidas e entretenimento, impulsionar essa cultura nos destinos turísticos pode resultar em conexões positivas. Isso implica enriquecer as interações entre anfitriões e visitantes com transações emocionais, isto é, com uma meta-hospitalidade — termo cunhado por Peter Lugosi (2008).

Para cocriar experiências memoráveis de hospitalidade, é relevante desenvolver a competência hospitaleira nos profissionais do setor, seja em formações de nível superior ou em qualificações de nível técnico. Essa competência facilita um comportamento hospitaleiro autêntico, onde o anfitrião se concentra na satisfação das necessidades do hóspede (Telfer, 2010; Blain; Lashley, 2014; Lashley, 2015). Esses papéis são desempenhados por prestadores de serviços turísticos e não turísticos, além de visitantes de diferentes origens.

Para desenvolver diretrizes e estratégias eficazes para o turismo brasileiro com foco na hospitalidade como uma relação entre anfitrião e hóspede, consideraram-se aspectos essenciais mencionados no texto, como a tríade “dar-receber-retribuir”, a importância das relações sociais e comerciais e a centralidade da experiência do hóspede bem como abordagens de governança essenciais para assegurar que as políticas de turismo e hospitalidade sejam efetivas e coesas em todos os níveis de governo, criando um ambiente propício ao desenvolvimento sustentável do turismo que capitalize na hospitalidade natural do povo brasileiro.

I. Fomento à Hospitalidade na Cultura Local

- **Campanhas Educacionais:** Promover a hospitalidade como valor cultural, destacando a tríade “dar-receber-retribuir” em campanhas nacionais, para fortalecer as relações sociais entre anfitriões e visitantes.
- **Reconhecimento Local:** Implementar programas de reconhecimento para estabelecimentos e profissionais que comprovem altos padrões de hospitalidade.
- **Realizar campanhas de valorização da hospitalidade dos brasileiros:** Mostrar aos residentes que a hospitalidade dos brasileiros é reconhecida e mundialmente valorizada como valioso traço cultural. Destacar que a hospitalidade deve ser praticada com moradores, turistas, imigrantes, refugiados, entre outros.

II. Capacitação Profissional

- **Treinamento Contínuo:** Desenvolver e oferecer treinamentos regulares concentrados não só em habilidades técnicas, mas também em comportamento hospitaleiro, garantindo que os profissionais possam genuinamente atender às necessidades dos visitantes. Buscar parcerias com associações do setor para apoio com infraestrutura (FOHB, ABRACORP, ABAV, BRAZTOA, CLIA, RESORTS Brasil, ABEAR, ABLA, ABIH, ABRASEL, entre outros).
- **Parcerias Educacionais:** Colaboração com instituições de ensino para integrar cursos de hospitalidade que combinem teoria e prática, focando em aspectos culturais e emocionais da hospitalidade, por meio da ANPTUR. Considerar o fomento às ações de extensão universitária para a oferta desses cursos, com bolsas para os extensionistas e recursos para aquisição de material.
- **Implantar programas de qualificação com foco na hospitalidade:** Oferecer cursos de qualificação a residentes que resultem na melhoria da hospitalidade no contexto comercial, de acordo com cada setor e cargo, incluindo cursos de idiomas e atendendo às necessidades específicas de cada localidade. Ampliação desses cursos para atividades de suporte ao turismo e ao lazer, como serviços aduaneiros e aeroportuários,

batalhões de polícia que atendam a eventos turísticos, organismos públicos de fomento ao turismo e ao lazer, entre outros.

III. Medição e Análise de Feedback de participantes locais e turistas

- **Sistemas de *Feedback*:** Implementar sistemas robustos de coleta, análise e resposta ao *feedback* de participantes locais e de turistas, utilizando tecnologia para monitorar e melhorar continuamente as experiências propostas.
- **Taxa de Retorno e de recomendação de participantes locais e de turistas:** Monitorar as taxas de retorno e de recomendação, entendendo os fatores que influenciam essas decisões, ajustando as estratégias conforme necessário para obter a lealdade dos participantes, sejam eles locais ou turistas.

IV. Melhoria da Infraestrutura e Serviços

- **Tornar as cidades brasileiras mais hospitaleiras:** Cuidar dos espaços públicos (praças, calçadas, ruas, parques, mercados, entre outros) garantindo conforto e acessibilidade aos residentes e visitantes, com incentivo a ações de lazer, além de investimento em segurança pública para que as pessoas se sintam seguras.
- **Investimento em Infraestrutura:** Aumentar o investimento em infraestrutura turística e não turística, para garantir que as instalações físicas contribuam para uma hospitalidade excepcional.
- **Normas de Segurança:** Reforçar as normas de segurança para garantir que os residentes e os turistas se sintam seguros e bem-vindos, considerando tanto a segurança física quanto a emocional.

V. Propostas de Valorização da Cultura Local

- **Eventos Culturais e Entretenimento:** Criar eventos que permitam interações autênticas entre visitantes e residentes, destacando a cultura brasileira e promovendo uma experiência imersiva.
- **Gastronomia Local:** Valorizar a comensalidade por meio da oferta de alimentos típicos e de alta qualidade, integrando-os nas experiências turísticas para fortalecer a identidade cultural.

VI. Promoção e Marketing

- **Estratégias de Marketing Inclusivo:** Desenvolver estratégias de marketing que reflitam a diversidade cultural do Brasil e promovam a inclusão, atraindo um espectro mais amplo de residentes e de turistas.
- **Marketing Digital:** Utilizar plataformas digitais para contar histórias exemplares de hospitalidade e compartilhar experiências positivas de residentes e de turistas, aumentando o alcance e a atração.

VII. Abordagens de Governança em Níveis Federal, Estadual e Municipal

Coordenação Federal:

- **Políticas Nacionais de Turismo:** Estabelecer políticas integradas de turismo que promovam a hospitalidade como um valor nacional, envolvendo a criação de padrões e diretrizes a serem seguidos em todos os Estados, incluindo ações de fiscalização.
- **Financiamento e Incentivos:** Prover recursos financeiros e incentivos fiscais a projetos que fortaleçam a infraestrutura turística e a capacitação em hospitalidade em todo o país.
- **Campanhas de Promoção Internacional:** Liderar campanhas de *marketing* em nível internacional para atrair turistas estrangeiros, utilizando embaixadas, consulados e agências de fomento para disseminar informações sobre a hospitalidade brasileira.

Iniciativas Estaduais:

- **Programas de Desenvolvimento Regional:** Desenvolver programas que atendam às necessidades específicas de cada região, promovendo a hospitalidade como um diferencial competitivo regional.
- **Apoio à Diversificação Turística:** Incentivar os estados a desenvolverem e promoverem tipos variados de turismo, como ecoturismo, turismo cultural, de negócios, de saúde, gastronômico, entre outros que destacam as características únicas de cada estado.

- **Parcerias Público-Privadas:** Encorajar parcerias entre o governo estadual e entidades privadas para melhorar a qualidade dos serviços turísticos, não turísticos e infraestrutura local.

Gestão Municipal:

- **Capacitação Local:** Apoiar a capacitação de profissionais em serviços turísticos e não turísticos, em nível municipal, com cursos que enfatizem a importância da hospitalidade na economia local.
- **Melhoria da Infraestrutura Urbana:** Investir em melhorias na infraestrutura urbana, como transporte público, sinalização, segurança e acessibilidade.
- **Eventos e Festivais Locais:** Organizar eventos e festivais que celebrem a cultura local e atraiam visitantes, aumentando a interação entre turistas e residentes, promovendo um ambiente acolhedor.
- **Preparar os serviços de hospitalidade em comunidades tradicionais:** oferecer assistência técnica para que as comunidades possam oferecer um serviço de qualidade, valorizando suas tradições e recursos locais, evitando padronização que descaracterize sua singularidade.
- **Atentar para a hospitalidade nos novos negócios relacionados à economia compartilhada do turismo:** definir regulamentações para a hospedagem em residências, garantindo segurança para anfitriões e turistas. Oferecer qualificação profissional aos prestadores de serviços de hospedagem em residências, motoristas e entregadores de aplicativos, com ênfase na hospitalidade.

A hospitalidade no turismo e lazer no Brasil ressalta a natureza acolhedora do povo brasileiro como um diferencial competitivo crucial para o setor. As análises das relações entre anfitriões e hóspedes sob a ótica da tríade “dar-receber-retribuir” e das interações comerciais demonstram que a experiência turística é profundamente influenciada tanto pela qualidade das infraestruturas e serviços quanto pela alteridade, cordialidade e autenticidade das interações pessoais.

É fundamental fomentar uma cultura de hospitalidade que transcenda a simples prestação de serviços e se entrelace com a

criação de memórias afetivas. Isso envolve não apenas a oferta de uma alimentação de qualidade e eventos de entretenimento, mas também a garantia de segurança, a superação de barreiras linguísticas e a preservação da identidade cultural brasileira.

A capacitação dos profissionais do setor, abrangendo desde formações acadêmicas até treinamentos técnicos, é essencial para que eles possam exceder as expectativas dos visitantes e atuar como disseminadores da cultura local. Estratégias como a melhoria contínua da infraestrutura, a implementação de sistemas robustos de *feedback* e o acompanhamento das taxas de retorno e de recomendação de residentes e de turistas são práticas recomendadas para otimizar continuamente gestão de experiências em hospitalidade

Portanto, a integração estratégica da hospitalidade na iniciativa privada, no terceiro setor e nas políticas de turismo e governança em todos os níveis — federal, estadual e municipal — tem o potencial de transformar o Brasil em um destino ainda mais atraente e memorável. A promoção de uma abordagem holística pode assegurar que a hospitalidade continue a ser um dos diferenciais culturais do país, contribuindo significativamente para o crescimento e a sustentabilidade do lazer e do turismo em cada uma das localidades brasileiras.



CAPÍTULO VI

Educação, qualificação e formação profissional

Ao considerar a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, que dispõe sobre a Política Nacional de Turismo em território brasileiro, documento basilar das propostas aqui elencadas, é fundamental destacar que entre um de seus objetivos (art. 5º, inciso XIX) está a promoção da formação, do aperfeiçoamento, da qualificação e da capacitação de recursos humanos para a área do turismo, bem como da implementação de políticas que viabilizem a inserção profissional no mercado de trabalho. Ainda cabe mencionar que os planos, programas e projetos das diversas áreas do Governo Federal devem incentivar a formação, a capacitação profissional, a qualificação, o treinamento e a reciclagem de mão de obra para o setor turístico e sua colocação no mercado de trabalho.

A proposta preliminar do Plano Nacional de Pós-Graduação (PNPG — 2024-2030), disponibilizado para consulta pública, apresenta inúmeros desafios a serem superados pela pós-graduação no Brasil, entre eles “ampliar as interações com o mundo do trabalho”, sendo este um tema também discutido entre a pós-graduação em turismo e o *trade* turístico. Além disso, a proposta do PNPG 2024-2030 propõe algumas diretrizes em seus vários eixos, especificamente as que seguem:

Diretriz do eixo 1 — SNPG orientado para a ampliação da formação de recursos humanos de alto nível, de forma equitativa e com foco na prospecção e solução dos problemas da sociedade.

Diretriz eixo 2 — Pesquisa, extensão e inovação promovidas no âmbito do SNPG para o fortalecimento da formação de recursos humanos de alto nível em consonância com as potencialidades e os desafios nacionais.

Diretriz eixo 6 — Internacionalização da pós-graduação brasileira orientada para a soberania nacional e o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).

Diretriz eixo 7 — SNPG orientado e articulado para a solução dos desafios da sociedade.

De acordo com as duas fontes indicadas acima, a fim de maximizar o potencial turístico brasileiro, se reflete sobre a importância do investimento na educação, qualificação e formação profissional dos envolvidos na área. Com esse objetivo, foram esta-

belecidas diretrizes para orientar o turismo nacional, abordando aspectos fundamentais relacionados à realidade do país.

Uma abordagem-chave é promover a qualificação por meio de extensão universitária em instituições públicas, como universidades e institutos. A colaboração entre as instituições de ensino superior e o *trade* turístico é essencial para criar programas de capacitação abrangendo tópicos como gestão, hospitalidade, *marketing* e sustentabilidade. Estágios e intercâmbios também oferecem aos estudantes a chance de aplicar seu conhecimento na prática, enriquecendo sua formação profissional. Um exemplo disso é o projeto Lab Academia (<https://labacademia.org.br/>), cujo objetivo é promover a cooperação entre as instituições de ensino superior e o mercado de eventos e turismo, buscando a cocriação de soluções inovadoras no setor no Brasil.

Outro aspecto importante das diretrizes é assegurar recursos financeiros para as ações de qualificação. Esses recursos devem abranger diversas despesas, incluindo custos com recursos humanos, deslocamento, alimentação, materiais, equipamentos e insumos. Nesse sentido, buscar parcerias com empresas privadas e organizações não governamentais, a fim de obter apoio financeiro adicional e garantir a viabilidade das iniciativas de qualificação, é uma estratégia possível.

Além disso, a inovação tecnológica na formação profissional em turismo é encorajada, com investimentos em equipamentos e *softwares* atualizados. Essa abordagem tem o objetivo de capacitar os (as) profissionais do setor com as mais recentes tendências tecnológicas, além de estimular a pesquisa e o desenvolvimento de soluções aplicadas. Mediante parcerias com empresas de tecnologia, é possível obter financiamento e implementar programas de formação que atendam às demandas do mercado.

As diretrizes também destacam a importância de priorizar as comunidades tradicionais e grupos sociais marginalizados ou historicamente excluídos nas ações de qualificação. O turismo de base comunitária é valorizado, considerando as características de cada comunidade, como localização e infraestrutura. Além disso, programas específicos são pensados para coletivos em situação de vulnerabilidade, adaptando-se às suas necessidades em todas as etapas do processo de qualificação.

I. Promover Ações de Qualificação/Extensão Universitária nas Instituições de Ensino (especialmente universidades e institutos)

- **Estabelecer parcerias entre instituições de ensino públicas e privadas:** Propor ações interdisciplinares que ampliem o perfil dos graduandos e pós-graduandos — novos olhares que contribuam com a atuação desses profissionais na vida acadêmica ou no mercado de trabalho; criar programas de qualificação alinhados às necessidades do turismo. Esses programas podem ser desenvolvidos com base em análises de mercado, tendências e demandas, garantindo aos estudantes preparação para enfrentar os desafios práticos e teóricos da área. A participação ativa das empresas de turismo no planejamento e no currículo dos programas pode garantir a sintonia das habilidades e conhecimentos transmitidos com as expectativas do mercado.
- **Buscar parcerias com empresas e organizações para obter apoio financeiro adicional:** Empresas que atuam no turismo ou reconhecem a importância da qualificação profissional podem contribuir financeiramente, fornecer materiais ou até mesmo disponibilizar espaços para a realização de atividades de qualificação. Organizações com foco em educação, treinamento ou desenvolvimento podem ser parceiras, oferecendo *expertise*, recursos e conexões que complementam os esforços de qualificação.

II. Fomentar a Inovação Tecnológica na Formação Profissional

- **Investir na formação complementar:** Criar plataformas de aprendizado *online* e *softwares* específicos para simulações e práticas de capacitação para os alunos, conforme os desafios dinâmicos do turismo.
- **Estabelecer parcerias com empresas de tecnologia:** Essas parcerias podem resultar no financiamento de programas de formação, permitindo aos (às) estudantes acesso a treinamentos de alta qualidade sem custos excessivos. Tais parcerias podem levar à implementação de programas práticos e palestras ministrados por profissionais da tecnologia, para uma perspectiva realista das demandas tecnológicas do turismo.

Em adição às iniciativas voltadas à normatização, qualificação profissional e certificação, para aprimorar o turismo no Brasil, é relevante reconhecer a importância da educação dos residentes. Isso abrange a compreensão do valor do turismo, da arte de bem acolher, da promoção de convivência harmoniosa e da construção de laços sociais enriquecedores. Acredita-se que esses elementos também representam ações essenciais para elevar a qualidade dos destinos turísticos.

Além dos cursos técnicos e superiores, o ensino do turismo na educação básica é um elemento para aprimorar a excelência dos destinos turísticos. Destaca-se a importância de fortalecer a qualidade dos serviços e do atendimento oferecidos por meio da educação. Adicionalmente, promover a conscientização do(a) turista quanto à valorização da cultura local, à adesão às regras e protocolos nos destinos e ao respeito à diversidade natural e humana, que pode diferir de sua realidade diária, é um fator essencial para elevar a qualidade desses destinos.

Com isso, vê-se a possibilidade de ampliar o escopo educacional do turismo, abrangendo a essencialidade de sua dimensão pedagógica e educativa. Essas novas abordagens poderiam incluir iniciativas de formação abrangente, não apenas focadas na profissionalização e no que as forças do mercado turístico desejam, mas sim em uma educação continuada ao longo da vida de cada pessoa envolvida com o turismo.

O turismo pode ir ao encontro da educação e dali podem surgir novas ações e experiências duradouras e profundas com um olhar voltado para as pessoas e a sociedade. Nesse contexto, a promoção de aprendizado, que abrange a transformação educacional das pessoas, emerge como inerente ao turismo.

Considerando os turistas e seu contato não apenas com profissionais, mas também com agentes indiretos, como os residentes, é relevante ampliar a compreensão da qualificação no turismo. Isso vai além da formação profissional, abarcando relações entre visitantes, turistas, empresários e moradores(as). Essa abordagem pode beneficiar destinos que buscam a qualidade de vida dos residentes e dos visitantes, promovendo valores como identidade e diversidade. Assim, a perspectiva pedagógica do turismo pode

assumir o protagonismo em áreas ainda não contempladas pelo Plano Nacional de Turismo.

I. Fomentar o estudo do Turismo nas escolas

- **Criar programas de turismo nas escolas:** incentivar visitas monitoradas de alunos da rede pública de ensino básico aos locais de interesse histórico-cultural de sua cidade e/ou região. Além disso, é igualmente importante promover iniciativas em que o turismo possa ser visto e entendido como um promotor e protagonista de aprendizagens.

II. Promover cursos de Turismo para a comunidade

- **Sensibilizar para o Turismo:** elaborar cursos de curta duração, envolvendo a comunidade e entusiastas do setor, com a finalidade de dialogar sobre as particularidades do turismo, bem como sua importância para os destinos, almejando assim maior envolvimento desses agentes no planejamento turístico.

III. Capacitar gestores públicos do turismo

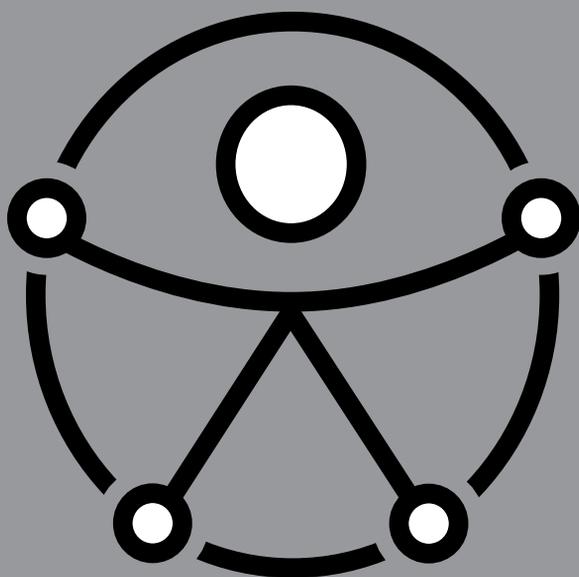
- **Ofertar programas de capacitação a gestores públicos do turismo (membros de secretarias, COMTUR'S, etc.):** organizar cursos de capacitação em gestão pública para agentes governamentais responsáveis pelo planejamento turístico, para que todos entendam seus papéis e conheçam os processos de formulação de políticas públicas. Entre as possibilidades de outras capacitações, salientam-se as abordagens referentes às múltiplas dimensões do turismo e a formulação de políticas públicas com viés pedagógico.

Essas iniciativas além de atender às especificidades do mercado turístico e ao aprimoramento dos serviços prestados pelos trabalhadores da área, buscam ampliar os públicos atingidos pelas ações educacionais de qualificação e formação, envolvendo também a comunidade, gestores públicos, membros de colegiados afetos ao setor, comunidade escolar, entre outros, ou seja, permitem acesso ao conhecimento do turismo a um público mais

diverso, que talvez ainda não saiba como contribuir para o seu desenvolvimento.

Uma vez que o turismo é feito por pessoas e para as pessoas, é de extrema relevância que todas elas possam conhecer e aprender mais sobre o tema, seja para atuar profissionalmente no setor, para valorizar seus potenciais, seja para colaborar no que estiver ao seu alcance.

Com esse entendimento amplia-se o contexto educacional do turismo para além do universo formal e profissional na perspectiva da efetivação de uma educação includente e de um turismo inclusivo.



CAPÍTULO VII

Acessibilidade

Segundo o Censo (2010) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística — IBGE, cerca de 45,6 milhões de pessoas, o equivalente a aproximadamente 23,9% da população do país, possuíam algum tipo de deficiência. Já no ano de 2022, uma pesquisa conjunta realizada pelo IBGE e pela Secretaria Nacional dos Direitos da Pessoa com Deficiência (SNDPD) do Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania (MDHC) apontou que o Brasil abriga uma população de 18,6 milhões de PcD, 8,9% deles com 2 anos ou mais.

Ao divulgar os resultados de um mapeamento do perfil do turista com deficiência, o MTur (2023) ressaltou a importância da empatia e da receptividade para incentivar suas viagens. Em colaboração com a United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization — UNESCO, a pesquisa analisou os hábitos e preferências desse público. Entre os respondentes, 44,30% eram da região Sudeste, enquanto 53,5% deixaram de viajar devido à falta de acessibilidade. A maioria, entre 41 e 50 anos (24,3%), é composta por mulheres (64,4%), e 49% sempre viajam acompanhados.

A busca por uma sociedade inclusiva e igualitária reflete-se em todas as esferas do turismo. Reconhecendo a importância da acessibilidade universal, direcionamos o olhar para atrações turísticas e serviços de lazer acessíveis a todas as pessoas, independentemente de suas habilidades físicas, sensoriais ou cognitivas.

Para concretizar esse objetivo, foram elaboradas diretrizes que abordam desde a implementação da legislação até a promoção de tecnologias e a fiscalização. Nesse contexto, esta seção explora as principais diretrizes que orientam a melhoria da acessibilidade no turismo brasileiro, visando não apenas ao cumprimento das leis, mas também à criação de uma experiência inclusiva para todos os viajantes.

A acessibilidade universal é um direito assegurado a todos por lei. Nesse sentido, os prestadores de serviço e os responsáveis pelo planejamento público no setor de turismo têm a responsabilidade de garantir que todas as pessoas possam desfrutar das experiências turísticas e de lazer, independentemente de suas limitações.

A Lei 13.146, de 6 de julho de 2015, considera PcD

[...] aquela que tem impedimento de longo prazo de natureza física, mental, intelectual ou sensorial, o qual, em interação com uma ou mais barreiras, pode obstruir sua participação plena e efetiva na

sociedade em igualdade de condições com as demais pessoas (Brasil, 2015, s.p.).

O artigo 42 da mesma lei garante o direito da PcD a participar de atividades de lazer e turismo, assegurando o acesso a bens culturais, programas televisivos, cinema, teatro, atividades esportivas, monumentos e outros locais de relevância cultural. Adicionalmente, os estabelecimentos que oferecem hospedagem, alimentação e entretenimento devem seguir a Norma Brasileira — NBR 9050, que estabelece parâmetros técnicos para a acessibilidade, seguindo princípios universais.

É essencial as informações de acessibilidade estarem disponíveis em diversos formatos. Isso possibilita às pessoas as encontrarem facilmente, tanto nos *websites* e canais oficiais dos destinos turísticos quanto nas comunicações das empresas de serviços turísticos. As informações de áudio devem ser traduzidas para a língua de sinais, enquanto textos e imagens devem contar com audiodescrição. Essas informações promovem a conscientização entre aqueles sem deficiência.

Para tornar o turismo acessível, é importante não apenas cumprir a Lei 13.146 e a NBR 9050, mas realizar outras ações. Uma delas é a incorporação de tecnologias assistivas para fortalecer a autonomia das PcD. Além disso, é importante proporcionar treinamento aos profissionais da área para fomentar a inclusão. Isso envolve respeitar a privacidade e a independência dos turistas, prestando assistência somente quando solicitada e de acordo com suas preferências.

I. Implementação Integral da Lei 13.146

- **Criar programas de capacitação para gestores públicos, privados e do terceiro setor:** Criação de material educativo acessível e a disponibilização de recursos *online* para permitir que gestores públicos e privados acessem informações de forma conveniente. Além disso, promover o diálogo e a troca de experiências entre diferentes partes interessadas para enriquecer o aprendizado.
- **Criar fóruns de discussão e grupos de trabalho:** Estabelecer fóruns de discussão e grupos de trabalho para promover a

acessibilidade no turismo. Reunir representantes do governo, empresas de turismo e organizações de pessoas com deficiência para identificar desafios e desenvolver soluções conjuntas.

- **Oferecer apoio técnico e consultoria para empreendimentos:** Estabelecer serviços de consultoria com profissionais qualificados em acessibilidade para orientar empreendimentos a implementarem modificações necessárias para cumprir as normas. Parcerias com especialistas em acessibilidade e organizações de defesa dos direitos das pessoas com deficiência podem enriquecer ainda mais os recursos disponíveis.

II. Tecnologias

- **Estimular a pesquisa e desenvolvimento de tecnologias inovadoras:** Estabelecer parcerias com universidades, empresas de tecnologia e organizações de defesa dos direitos das pessoas com deficiência. Incentivar a criação de ferramentas acessíveis que enriqueçam a experiência de turistas com deficiência, permitindo-lhes explorar destinos com maior independência e segurança.
- **Criar canais de denúncia e *feedback* para turistas com deficiência:** Criar canais para turistas com deficiência é uma estratégia para coletar informações em tempo real sobre desafios de acessibilidade. Isso pode ser feito por meio de aplicativos móveis, *sites* ou linhas diretas de atendimento. Essa abordagem demonstra o compromisso de melhorar a acessibilidade, promovendo um ciclo de melhoria.

No que se refere à implementação completa da Lei 13.146, a criação de programas de capacitação e diálogo evidencia um compromisso com a acessibilidade. A capacitação não só permite que os gestores compreendam e implementem as regulamentações, mas promove uma conscientização sobre inclusão.

Os fóruns de discussão e os grupos de trabalho são plataformas colaborativas relevantes, permitindo que várias partes interessadas unam forças para superar desafios e encontrar soluções. A participação ativa da PcD garante que as estratégias sejam autênticas e alinhadas com as necessidades reais para um turismo acessível e equitativo.

Quanto à adoção de tecnologias, o incentivo às pesquisas sinaliza um ponto de evolução. Parcerias com instituições acadêmicas, empresas de tecnologia e defensores dos direitos da PcD representam uma oportunidade para criar soluções tecnológicas que ampliem as possibilidades para os turistas com deficiência. Ao capacitar esses turistas com ferramentas tecnológicas, as experiências são aprimoradas, impulsionando uma mudança de paradigma.

Há quatro principais áreas para uma total implementação da acessibilidade:

- **Acessibilidade Arquitetônica:** se refere à estrutura de edificações, como por exemplo, largura de portas, inclinação de rampas e espaço de circulação.
- **Tecnologia Assistiva:** equipamentos para facilitar a acessibilidade, como por exemplo, plataformas elevatórias, torneira de monocomando e mapas táteis para cegos.
- **Atendimento Inclusivo:** pessoas capacitadas para oferecer um atendimento adequado, oferecendo segurança, conforto e praticidade, sem atitudes capacitistas.
- **Informação para todos(as):** a informação deve ser passada em formato acessível, mas também deve estar ao alcance de todos. Por exemplo, a exposição acessível, que tenha recursos com audiodescrição e Libras, estes devem ser informados no site do local expositor e em qualquer material de divulgação.

A acessibilidade em si é essencial e obrigatória em muitos casos. Mas há variações de acessibilidade e, para que fique claro qual a melhor escolha, alguns conceitos devem ser seguidos:

- **Autonomia:** o usuário deve ter condições de realizar ações sem a necessidade de ajuda de terceiros. Por exemplo, plataformas elevatórias, devem ter comandos livres, como um elevador, e não devem estar bloqueados necessitando que um funcionário libere o seu funcionamento .
- **Equidade:** Equidade significa dar às pessoas o que elas precisam para todos terem acesso às mesmas oportunidades. Então a igualdade nem sempre é justa. Por exemplo, num passeio de bicicleta, além das bicicletas convencionais, equidade é oferecer *handbikes* para cadeirantes pedalarem com os braços e bicicletas também com dois lugares onde o cego vá acompanhado.

- **Inclusão:** A verdadeira inclusão é quando todos participam mediante recursos de acessibilidade para oferecer equidade. Não confunda com segregação, onde são criados grupos exclusivos de pessoas com deficiência, ou com integração, onde apesar de a pessoa com deficiência estar com todos, não há recursos de acessibilidade adequados ou existem regras que dificultem ou não permitam a verdadeira inclusão
- **Funcionalidade:** um local pode ser acessível, mas não exatamente funcional. Por exemplo, um apartamento acessível em um hotel com uma cama de solteiro não é funcional, pois a grande maioria das pessoas com deficiência viaja acompanhado, seja por necessidade ou conveniência. A funcionalidade é oferecer soluções de acordo com as preferências e necessidades dos usuários.
- **Coletivismo:** Em muitos lugares, a oferta da acessibilidade é feita pensando em uma única pessoa com deficiência, mas há milhares delas, e o local ou serviço deve estar preparado para atender a um coletivo. Por exemplo, a maioria dos ônibus tem espaço para somente uma cadeira de rodas, o que inviabiliza o passeio de dois colegas cadeirantes, muito menos de um grupo deles.

NOTA FINAL

Compromisso da ANPTUR

As Diretrizes da ANPTUR para o Turismo Brasileiro refletem o compromisso da associação com o desenvolvimento de pessoas, a sustentabilidade em todas as suas dimensões, a promoção da inovação, ciência e tecnologia, o reconhecimento da ampla diversidade do país, a valorização da hospitalidade, a educação e qualificação profissional e a garantia de acessibilidade. Sua diretoria e seus associados se comprometem a buscar os melhores meios e ações em suas práticas profissionais para alcançarem os objetivos expressos neste documento.

No que se refere ao desenvolvimento de pessoas, a ANPTUR se compromete a promover a capacitação e a formação profissional, visando à melhoria da qualidade dos serviços turísticos oferecidos. Esse compromisso está alinhado com a previsão de aumento da oferta hoteleira no Brasil, o que demandará profissionais capacitados e qualificados para atender às crescentes demandas do setor.

A sustentabilidade é outro pilar fundamental das diretrizes da ANPTUR. O turismo sustentável não apenas preserva o meio ambiente e a cultura local, mas também contribui para o desenvolvimento econômico e social das comunidades envolvidas. Nesse sentido, a ANPTUR incentiva práticas sustentáveis nos empreendimentos turísticos, como forma de garantir a continuidade e a qualidade da atividade turística.

A inovação, ciência e tecnologia são elementos essenciais para a promoção de um turismo de qualidade e sustentável. A ANPTUR reconhece a importância da adoção de soluções tecnológicas inovadoras para otimizar as operações turísticas e enriquecer as experiências dos turistas. Além disso, a colaboração entre instituições de pesquisa e o setor de turismo é vista como fundamental para o desenvolvimento de produtos e serviços alinhados com as demandas do mercado e as necessidades das comunidades.

A inclusão social e o reconhecimento da diversidade são valores essenciais para a ANPTUR. A associação reconhece a importância de promover um turismo inclusivo, que respeite e valorize a diversidade cultural e social do país. A acessibilidade também é uma preocupação da ANPTUR, que busca garantir que todos tenham acesso igualitário às oportunidades oferecidas pelo turismo.

Em resumo, as diretrizes propostas pela ANPTUR refletem seu compromisso com um turismo responsável, inclusivo, sustentável e inovador. A associação desempenha um papel fundamental na promoção do desenvolvimento do turismo no Brasil, contribuindo para o crescimento econômico e social do país.

Referências citadas

- ACADEMIA Brasileira de Eventos e Turismo. **Lab Academia**. 2023. Disponível em: <https://labacademia.org.br/>. Acesso em: 4 set. 2024.
- BLAIN, M.; LASHLEY, C. Hospitableness: the new service metaphor? Developing an instrument for measuring hosting. **Research in Hospitality Management**, v. 4, n. 1 e 2, p. 1-8, 2014. DOI: <https://bit.ly/4cXfnlk>.
- BRASIL. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Disponível em: <https://bit.ly/4cSM2bG>. Acesso em: 3 set. 2024.
- BRASIL. **Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015**. Disponível em: <https://bit.ly/47hZTHq>. Acesso em: 3 set. 2024.
- BRASIL. PNPg. **Plano Nacional de Pós-Graduação 2024-2028**. Versão preliminar. Disponível em: <https://bit.ly/4dTk4d>. Acesso em: 3 set. 2024.
- BRASIL. **Turismo acessível: Mapeamento do perfil do turista com deficiência**. 2023. Disponível em: <https://bit.ly/3MAXVrU>. Acesso em: 3 set. 2024..
- CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- CAMARGO, L. O. de L. As leis da hospitalidade. **Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo**, v. 15, n. 2, p. 2112, 2021. DOI: <https://bit.ly/3zcoelc>.
- GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.
- IBGE. Censo 2010. Disponível em: <https://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 3 set. 2024..
- LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. J. (eds.). **Hospitality: A Social Lens**. Amsterdam: Elsevier, 2007.
- LASHLEY, C.; MORRISON, A. J. (eds.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri: Manole, 2004.
- LASHLEY, C. Hospitalidade e hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**, v. 12 (especial), p. 70-92, 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3z7R1rh>. Acesso em: 3 set. 2024.
- LUGOSI, P. Hospitality Spaces, Hospitable Moments: Consumer Encounters and Affective Experiences in Commercial Settings. **Journal of Foodservice**, v. 19, n. 2, p. 139-149, 2008. DOI: <https://bit.ly/3zcf73Z>.
- MAUSS, Marcel. Essai sur le don: forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques. In: MAUSS, M. **Sociologie et anthropologie**. Paris: PUF, 1997 [1950]. (Ed. original: **Année Sociologique**, seconde série, tome 1, Paris, 1923-1924).
- MCKINSEY and COMPANY. **Diversity Matters: Latin America**, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/4cWXB1G>. Acesso em: 3 set. 2024.
- MTUR. **Turismo brasileiro fatura R\$ 208 bilhões em 2022**. 2023a. Disponível em: <https://bit.ly/47gnIEV>. Acesso em: 3 set. 2024.
- MTUR. **Turismo será responsável por quase 8 milhões de empregos e 7,8% do PIB do Brasil em 2023, afirma WTTC**. 2023b. Disponível em: <https://bit.ly/3ZcHPMQ> Acesso em: 3 set. 2024.
- PANROTAS. **Brasil tem 124 hotéis em desenvolvimento entre 2022 e 2026**. 2022. Disponível em: <https://bit.ly/4ejix43>. Acesso em: 3 set. 2024.
- PIZAM, A. Hospitality as an Organizational Culture. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 44, n. 3, p. 431-438, 2020. DOI: <https://bit.ly/3MG1n4N>.
- PIZAM, A.; TASCI, A. D. Experienscape: Expanding the Concept of Servicescape with a Multi-Stakeholder and Multi-disciplinary Approach. **International Journal of Hospitality Management**, v. 76, 2019, p. 25-37. DOI: <https://bit.ly/3ZehwFV>.

- RME, Rede Mulher Empreendedora. **Empreendedorismo materno: afinal de contas, de que se trata?** 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3MA7k3f>. Acesso em: 3 set. 2024.
- SEBRAE. **Infográfico – Nº de donas de negócios chega ao recorde de 10,3 milhões.** 2023. Disponível em: <https://bit.ly/4cUhia9>. Acesso em: 3 set. 2024.
- TELFER, E. The Philosophy of Hospitableness. In: MORRISON, A. J.; LASHLEY, C. (eds.). **In search of hospitality: Theoretical perspectives and debates.** Londres: Routledge, 2000, p. 38-55.
- UNWTO; United Nations World Tourism Organization; United Nations Women. **Global report on women in tourism:** 2019. Disponível em: <https://bit.ly/47fGbw1>. Acesso em: 3 set. 2024.
- WTTC; TRIP.COM; Deloitte. **WTTC and TRIP.COM Group Global Traveller Report Reveals Shift Towards Sustainable Travel.** 2023. Disponível em: <https://bit.ly/3AXFuvf>. Acesso em: 3 set. 2024.

O cenário turístico contemporâneo evolui em ritmo acelerado, moldado por transformações tecnológicas, sociais e econômicas. Nesse contexto, as Diretrizes da ANPTUR para o Turismo Brasileiro são apresentadas como um guia, uma visão desse grupo, delineando estratégias para aprimorar a experiência dos visitantes, promover o desenvolvimento regional e salvaguardar a autenticidade cultural das diversas localidades brasileiras.

Este documento é fruto de um esforço conjunto, desenvolvido no período de novembro de 2023 a setembro de 2024, por meio de uma iniciativa colaborativa que envolveu um grupo de associados da ANPTUR que se dispôs a colaborar. Dessa maneira, a elaboração deste documento reflete a dedicação e o comprometimento de profissionais que participam ativamente das discussões e da redação, com o objetivo de contribuir com o campo do ensino, da pesquisa e da gestão, ou seja, de buscar direcionamentos que fortaleçam e impulsionem o turismo em âmbito nacional.

