

TURISMO INDÍGENA

MODOS DE FAZER

Um passo a passo para estruturar
o turismo em Terras Indígenas no Brasil



GARUPA



TURISMO INDÍGENA

MODOS DE FAZER

Edição: Camila Sobral Barra

Autoria: Camila Sobral Barra,
Ana Gabriela da Cruz Fontoura e Thaissa Sobreiro

REALIZAÇÃO



EDITORA



QUEM É A GARUPA

A Garupa é uma associação sem fins lucrativos, qualificada como organização da sociedade civil de interesse público (Oscip), fundada em 2013 por pessoas com formação e experiência em comunicação, ecoturismo, desenvolvimento de projetos de governança comunitária e turismo responsável. Atuamos no apoio a comunidades e iniciativas por meio de três frentes: divulgação de experiências sustentáveis brasileiras para um público amplo, através do Guia Garupa do Brasil Autêntico; realização de Expedições Garupa; e consultorias para outras organizações ou empresas, buscando desenvolver roteiros sustentáveis e/ou comunicar com eficiência esse tipo de produto turístico.

Presidente

Arnaldo Franken

Gestão executiva

Thalita Tomazetti

Gestão de comunicação

Claudia Carmello

Comunicação

Eduardo Cordeiro

Estruturação de novos projetos

Ana Gabriela da Cruz Fontoura

Financeiro

Nuno Maia Areias

Renato Coelho

Valquiria Gonçalves

Praça Dom José Gaspar, 134, 5º andar

República - São Paulo/SP

E-mail: contato@garupa.org.br

garupa.org.br

Apoiam a Garupa



GRUPO
ARBO

AD Turismo
Ahoba Viagens
Casa do Agente
Diversa Turismo
Everstream

Globalis
Kompleta Viagens
L!ke
Ucan

Dedicatória

Saudamos todos os profissionais que já fizeram parte do time da Garupa ou de seus projetos, sem os quais nossa caminhada e, portanto, este livro não teriam sido possíveis. Gratidão especial a Ana Paula Severiano, Bruna Tiussu, Demian Takahashi, Mônica Barroso, Paula Arantes, Raquel Fantinelli, Rosana Rezende e Stephanie Kim Abe.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Barra, Camila Sobral

Turismo indígena [livro eletrônico] : modos de fazer / Camila Sobral Barra, Ana Gabriela da Cruz Fontoura e Thaissa Sobreiro ; Garupa. – São Paulo, SP : PIU Comunica, 2023.
35 Mb ; PDF

ISBN 978-65-980926-0-3 (e-book)

1. Cultura e turismo 2. Ecoturismo 3. Indígenas da América do Sul I. Título II. Fontoura, Ana Gabriela da Cruz III. Sobreiro, Thaissa IV. Garupa

23-3992

CDD 338.4791

Índice para catálogo sistemático:

1. Cultura e turismo

TURISMO INDÍGENA

modos de fazer

Realização

Garupa

Edição

Camila Sobral Barra

Autoria e revisão técnica

Ana Gabriela da Cruz Fontoura,
Camila Sobral Barra e Thaissa Sobreiro

Imagens

Ana Gabriela da Cruz Fontoura
Beptemejti Kayapó
Camila Sobral Barra
Dani Bayer
Erik Lopes
Freepik
Giovanny Vera
iStock
Marcelo Monzillo
Natanael Pereira
Paula Arantes
Thalita Tomazetti

Coordenação editorial

PiU Comunica:

Anna Angotti e Claudia Carmello

Projeto gráfico e editoração

Clarice Fukunari e Maíra Tanaka

Copidesque/Preparação de texto

Eduardo Cordeiro e Paulo Vieira

Ilustrações

Fernanda Sanovicz

Revisão de texto

Cia. Entrelinhas

Agradecemos aos parceiros



SUMÁRIO

CLIQUE NOS ITENS PARA
NAVEGAR PELO LIVRO



| | |
|--|----|
| APRESENTAÇÃO | 8 |
| O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR NESTE LIVRO | 9 |
| AGRADECIMENTOS | 12 |
| A GARUPA E O TURISMO EM TERRAS INDÍGENAS (TIs) | 13 |
| 1. ENTENDENDO O TURISMO | 14 |
| Turismo: que negócio é esse? | 15 |
| Quais são os principais tipos de turismo? | 16 |
| Conceitos e atores | 21 |
| Turismo de base comunitária (TBC) | 24 |
| 2. TURISMO INDÍGENA | 29 |
| O turismo indígena e as outras iniciativas de TBC | 31 |
| Cuidados importantes | 34 |
| Perfil dos visitantes | 38 |
| 3. A ORGANIZAÇÃO PARA O TURISMO | 41 |
| Parcerias – redes para embalar o turismo indígena | 53 |
| 4. AS LEIS E O TURISMO INDÍGENA | 58 |
| Plano de Visitação: um guia para pensar as etapas de organização do turismo indígena | 63 |

SUMÁRIO



| | |
|--|-----|
| 5. COMERCIALIZAÇÃO, PARCERIAS E PREÇOS | 85 |
| Como são as vendas? | 87 |
| Como deve agir uma empresa parceira da comunidade? | 89 |
| Como definir preços e repartir os benefícios? | 92 |
| Pequeno Guia Garupa de Comunicação para o turismo em Terra Indígena | 105 |
| 6. MODOS DE FAZER: INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO INDÍGENA DO RIO NEGRO | 111 |
| Pesca esportiva indígena no Rio Negro | 118 |
| Serras Guerreiras de Tapuruquara | 126 |
| 7. LIÇÕES E CAMINHOS PARA O TURISMO INDÍGENA | 130 |
| SOBRE AS AUTORAS | 135 |

APRESENTAÇÃO

O turismo indígena deve ser organizado conforme o modo como os povos se relacionam com seus territórios e, assim, mostrar a visitantes e parceiros comerciais que cada povo tem regras próprias e coletivas, as quais precisam orientar todas as decisões, inclusive a escolha das atividades e práticas culturais mais importantes que vão gerar os resultados esperados.

O turismo indígena promove impactos positivos diretos na conservação da natureza, na valorização da cultura e na qualidade de vida das comunidades; mais ainda, engaja os visitantes na proteção dos territórios.

Com sua multiplicidade de culturas e povos originários, o Brasil tem enorme potencial para oferecer experiências de turismo indígena, nos mais diferentes biomas, com vivências regenerativas e transformadoras para comunidades, visitantes e territórios.

Boa leitura!

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR NESTE LIVRO

A PUBLICAÇÃO TEM SETE SEÇÕES:

SEÇÃO 1

Apresentamos conceitos importantes sobre turismo, os atores dessa cadeia e as especificidades do turismo de base comunitária.

SEÇÃO 2

Discutimos as expectativas da comunidade em relação aos impactos social e territorial esperados com a atividade.

SEÇÃO 3

Abordamos a necessidade de participação ativa da comunidade que vai receber visitantes para que possam ser compreendidos os processos e para que sejam tomadas decisões bem-informadas sobre como promover (ou não) a atividade turística.

SEÇÃO 4

Debatemos as orientações legais e os aspectos que devem ser levados em consideração para o desenvolvimento do turismo indígena.

SEÇÃO 5

Colocamos em cena a precificação e a comercialização dos roteiros e produtos turísticos, além do que é importante discutir com as empresas interessadas em parcerias com as comunidades na venda dos roteiros.

SEÇÃO 6

Apresentamos exemplos de iniciativas premiadas de turismo indígena na Amazônia.

SEÇÃO 7

Mostramos, por fim, um resumo das principais lições aprendidas, com importantes pontos de atenção para o desenvolvimento de iniciativas turísticas.



O turismo de base comunitária (TBC) vem se consolidando cada vez mais nas áreas protegidas da Amazônia. Além da geração de renda local e da valorização dos modos de vida tradicionais, essas iniciativas promovem alternativas inovadoras para a gestão dos territórios, especialmente nas Terras Indígenas (TIs).

As lições aprendidas com iniciativas pioneiras, a partir da Instrução Normativa nº 3/2015 da Funai¹, apontam caminhos importantes para a organização de um turismo alinhado às decisões coletivas e à gestão territorial, bem como bastante seguro para as comunidades indígenas e os visitantes.

Nesta publicação, visamos compartilhar ideias e modos de promoção do turismo indígena, cuidando de sua estruturação de dentro para fora, a partir das formas de organização das comunidades e dos desafios para a gestão dos territórios. Sistematizamos, assim, um passo a passo para o desenvolvimento de uma proposta de visitação, para ser usado por comunidades e povos indígenas, instituições parceiras, profissionais do turismo, gestores públicos e outros atores do turismo indígena no Brasil.

¹ Que estabelece normas e diretrizes relativas às atividades de visitação para fins turísticos em terras indígenas.

AGRADECIMENTOS

Nós da Associação Garupa compartilhamos aqui aprendizados e reflexões com profunda gratidão pelo apoio e pela confiança da Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro (FOIRN), das organizações indígenas da região do Médio Rio Negro (ACIR, ACIMRN, ACIBRN), das aldeias Haliti-Paresi e de suas associações representativas Halitinã e Waymaré, do Conselho de Caciques dos Povos Indígenas do Oiapoque (CCPIO), da Associação Floresta Protegida (AFP) e das aldeias Tupi-Guarani da Terra Indígena Piaçaguera.

Pela inspiração na construção de uma sociedade mais empática e solidária, somos gratos também às organizações parceiras que atuam na promoção do turismo indígena: Instituto Socioambiental (ISA); Instituto de Pesquisa e Formação Indígena (Iepé); Operação Amazônia Nativa (OPAN); Rede de Cooperação Amazônica (RCA); The Nature Conservancy (TNC); e Comissão Pró-Índio de São Paulo (CPI-SP).

Agradecemos, sobretudo, aos povos indígenas, por seus ensinamentos diários de resistência, visão de coletividade, diversidade, empreendedorismo, conservação, bem viver e pela vocação para receber bem e compartilhar.

A GARUPA E O TURISMO EM TERRAS INDÍGENAS (TIS)

VEJA A LOCALIZAÇÃO DAS TIS ONDE
A GARUPA JÁ ATUOU NO DESENVOLVIMENTO
DE INICIATIVAS DE TURISMO

Santa Isabel do Rio Negro
Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II

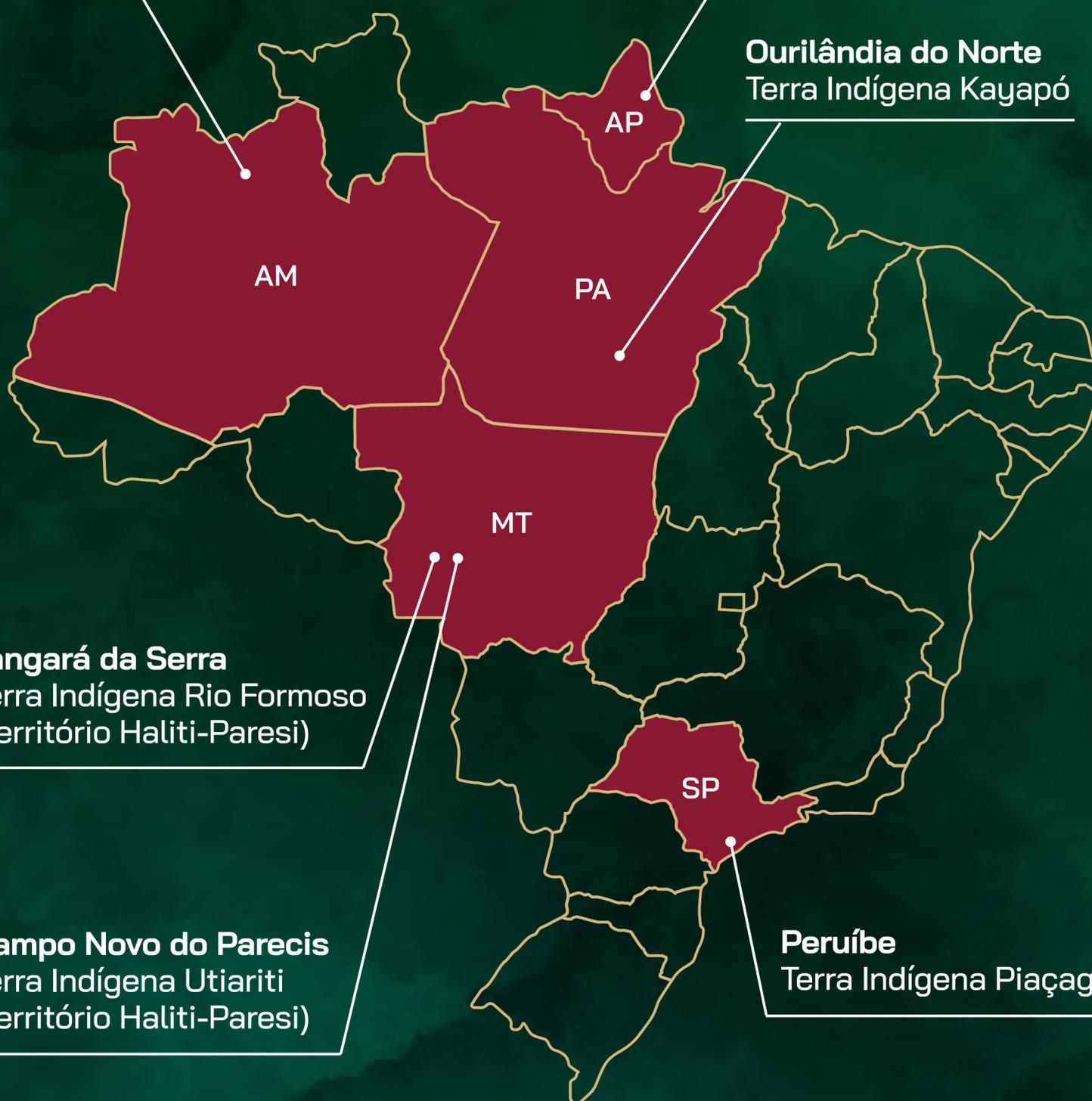
Oiapoque
Terra Indígena Galibi

Ourilândia do Norte
Terra Indígena Kayapó

Tangará da Serra
Terra Indígena Rio Formoso
(Território Haliti-Paresi)

Campo Novo do Parecis
Terra Indígena Utiariti
(Território Haliti-Paresi)

Peruíbe
Terra Indígena Piaçaguera



Turistas em praia do Rio Negro, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Ana Gabriela da Cruz Fontoura/Garupa)



1

ENTENDENDO O

TURISMO



TURISMO: QUE NEGÓCIO É ESSE?

Turismo é o conjunto de atividades, produtos e serviços necessários para o conhecimento de um lugar diferente daquele em que se vive, como transporte, hospedagem, alimentação, passeios etc.

É uma cadeia organizada que conecta diferentes atores e atividades. Tudo para que os viajantes entrem em contato com paisagens, culturas e costumes distintos, aproveitem a natureza, conheçam novas áreas urbanas, façam atividades ao ar livre ou visitem museus, monumentos, parques e pontos de interesse. Cada uma das diversas motivações que interferem na escolha de um destino pelo viajante representa um segmento (ou tipo) de turismo.

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS TIPOS DE TURISMO?

Exemplos de atividades potenciais para as Terras Indígenas (TIs)



ECOTURISMO

Contato e aprendizado com a natureza: o turista quer caminhar na floresta, percorrer trilhas, chegar a mirantes, ver cachoeiras e conhecer a fauna e a flora locais. Em geral, ele adora trocar conhecimentos com quem o recebe e se preocupa com a conservação ambiental.

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS TIPOS DE TURISMO?

ETNOTURISMO

Conhecer culturas e entrar em contato com saberes diferentes são os grandes desejos do visitante, e as comunidades são as anfitriãs dessas experiências. O turista pode conhecer o jeito de fazer roça e as práticas tradicionais das comunidades, ouvir mitos e histórias ancestrais, ver seu artesanato, visitar sítios arqueológicos e participar de festas e cerimônias.



TURISMO DE AVENTURA

O turista viaja para praticar esportes na natureza com segurança: a ideia é fazer rapel e escalada, remar em correntezas, pedalar, nadar em rios e cachoeiras.



QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS TIPOS DE TURISMO?



TURISMO CULTURAL

O patrimônio histórico e cultural, seja ele material (construções, monumentos) ou imaterial (costumes, festas, hábitos alimentares), é o principal interesse do visitante.



TURISMO ARQUEOLÓGICO

É uma especialização do turismo cultural em que o viajante se concentra em visitas a sítios arqueológicos, ruínas, pinturas e gravuras rupestres, nos locais que permitem a atividade sem riscos para pesquisas ou escavações.

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS TIPOS DE TURISMO?



TURISMO GASTRONÔMICO

Além de experimentar os pratos típicos do destino visitado, o viajante também pode acompanhar o processo de produção das refeições, participando dele e conhecendo ainda a roça e o ambiente onde se cozinha.

QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS TIPOS DE TURISMO?

TURISMO DE PESCA ESPORTIVA

Em busca dos melhores e maiores peixes, sempre na modalidade “pesque e solte”, o visitante pesca, tira uma foto do peixe, mede seu peso e tamanho e depois o devolve para o rio. Com grande diversidade de espécies, as TIs têm muito potencial para a atividade.



CONCEITOS E ATORES



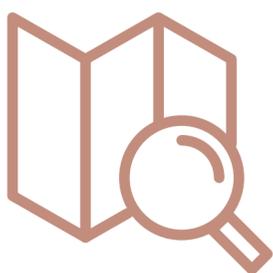
Produto turístico: é a reunião dos atrativos, equipamentos e serviços turísticos de um destino (que pode fazer parte de um ou mais municípios). Os produtos são oferecidos de maneira organizada e têm um preço definido. Trata-se do “cardápio” do turismo local.



Roteiro turístico: é o itinerário por onde os visitantes passarão durante a viagem, com sua programação detalhada. Ou seja: é o conjunto de serviços e atividades que compõem a proposta da visitação, dia após dia.



Turistas na Serra do Tapira, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Marcelo Monzillo/ISA)



Circuito turístico: criado com base em contextos históricos, socioambientais ou temáticos, é a soma de vários roteiros e produtos turísticos com uma identidade comum. A ideia é juntar forças para aproveitar melhor o conjunto de experiências turísticas de uma região.



Agências de viagem: empresas que vendem produtos turísticos aos visitantes. Esses produtos, mais conhecidos como “pacotes turísticos”, são montados pelas operadoras de turismo e juntam tudo o que o viajante precisa desde a sua saída de casa.



Cachoeira do Formoso, na Aldeia Rio Formoso, Território Haliti-Paresi (Marcelo Monzillo/TNC)



Operadoras de turismo: empresas que atuam na organização e produção de roteiros e produtos turísticos. Os roteiros agregam serviços como transporte, hospedagem, passeios, alimentação, seguro-viagem etc. As operadoras negociam direto com os fornecedores em busca de melhores preços, pois costumam trabalhar com volume de vendas maior. Geralmente não vendem pacotes diretamente para turistas, mas sim para agências de turismo.



Parcerias técnicas: acordos feitos com instituições e entidades que apoiam principalmente o planejamento e a estruturação das iniciativas comunitárias de turismo. Essas entidades podem ser gestores públicos, organizações não governamentais (ONGs), institutos técnicos e de pesquisa, escolas e universidades, empresas e agências de fomento.

Praia do Rio Negro, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II
(Ana Gabriela da Cruz Fontoura/Garupa)



TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC)

O TBC tem como objetivo melhorar a vida das pessoas e a economia local, promovendo também a conservação do meio ambiente e da cultura. Envolve iniciativas de baixo impacto, desenvolvidas pela própria comunidade, que privilegiam o uso de mão de obra e de fornecedores locais, fazem uso consciente dos recursos naturais e ajudam a preservar os patrimônios naturais e culturais dos destinos.



Ilustrações: Fernanda Sanovicz (TNC/leapé)

VANTAGENS DO TURISMO NO MODELO DE TBC



Ilustrações: Fernanda Sanovicz (TNC/lepe)

VANTAGENS DO TURISMO NO MODELO DE TBC



A comunidade gerencia coletivamente a atividade turística e é sua principal beneficiária; o turismo contribui para o desenvolvimento local e o fortalecimento de grupos ou organizações comunitárias (associações, cooperativas)

Não é preciso inventar só para atender o visitante: as principais atrações turísticas podem ser baseadas em atividades do modo de vida da comunidade, seus costumes, sua relação com o meio ambiente, seu patrimônio natural e cultural



Atividades possibilitam aprendizagem ou intercâmbio cultural, tanto para visitantes como para anfitriões (comunidades)



Distribuição mais justa e equilibrada dos recursos financeiros

Baixo impacto ambiental, além de contribuição para fortalecer projetos e ações de conservação da natureza



O TBC é uma iniciativa coletiva, e não apenas de uma ou duas famílias. Não precisa envolver diretamente toda a comunidade nos serviços de turismo que serão prestados, **embora as decisões, a distribuição das oportunidades de trabalho e os benefícios coletivos devam ser discutidos por todos.**

Vale observar as três etapas envolvidas no trabalho da comunidade para receber visitantes: **o antes, o durante e o depois das viagens.**



No turismo convencional, em geral, os destinos e seus habitantes são procurados pelos agentes do setor particularmente no “durante”, o que significa que eles não participam da tomada de decisões e do planejamento ou da avaliação da atividade turística. Nesses casos, as empresas e os próprios turistas muitas vezes desconhecem regras internas, valores e calendários, que são decididos nas comunidades, coletivamente.

TURISMO CONVENCIONAL X TBC INDÍGENA

Uma ou duas
pessoas
decidem



X



A comunidade
decide
coletivamente

Turistas
chegam
no improviso



X



Boa recepção
organizada
com
antecedência

Lixo fica na
comunidade
após a saída
dos viajantes



X



Lixo viaja de
volta no barco
ou carro com
os turistas

Viagem
começa com
os visitantes
já no destino



X



Viagem começa
antes na
comunidade,
com
planejamento
e decisões
coletivas

Pouco ou
nenhum
retorno sobre
a viagem



X



Avaliação e
prestação de
contas pelos
integrantes da
comunidade



2

TURISMO

INDÍGENA

O TURISMO INDÍGENA É A ATIVIDADE TURÍSTICA REALIZADA POR POVOS INDÍGENAS, EM TERRAS DEMARCADAS OU NÃO

Aldeia Quatro Cachoeiras,
Território Haliti-Paresi
(Marcelo Monzillo/TNC)



Terra Indígena demarcada é aquela que o governo reconhece e que tem seus limites oficialmente definidos. Antes da demarcação, a terra ou o território indígena já existia, e os povos indígenas sempre viveram ali, mas é essa delimitação que dá segurança para as comunidades da área e autonomia sobre ela.



Equipes da Garupa, Instituto Iepé e Funai durante ciclo de reuniões sobre turismo, Terras Indígenas do Oiapoque (Ana Gabriela da Cruz Fontoura/TNC)

O TURISMO INDÍGENA E AS OUTRAS INICIATIVAS DE TBC

Além de terem os indígenas à frente como protagonistas, atores principais dessa história, as operações respeitam as dinâmicas tradicionais de uso do território e o calendário social e ecológico, ou seja, valorizam os modos de vida de cada povo.



Turista percorre trilha nas Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

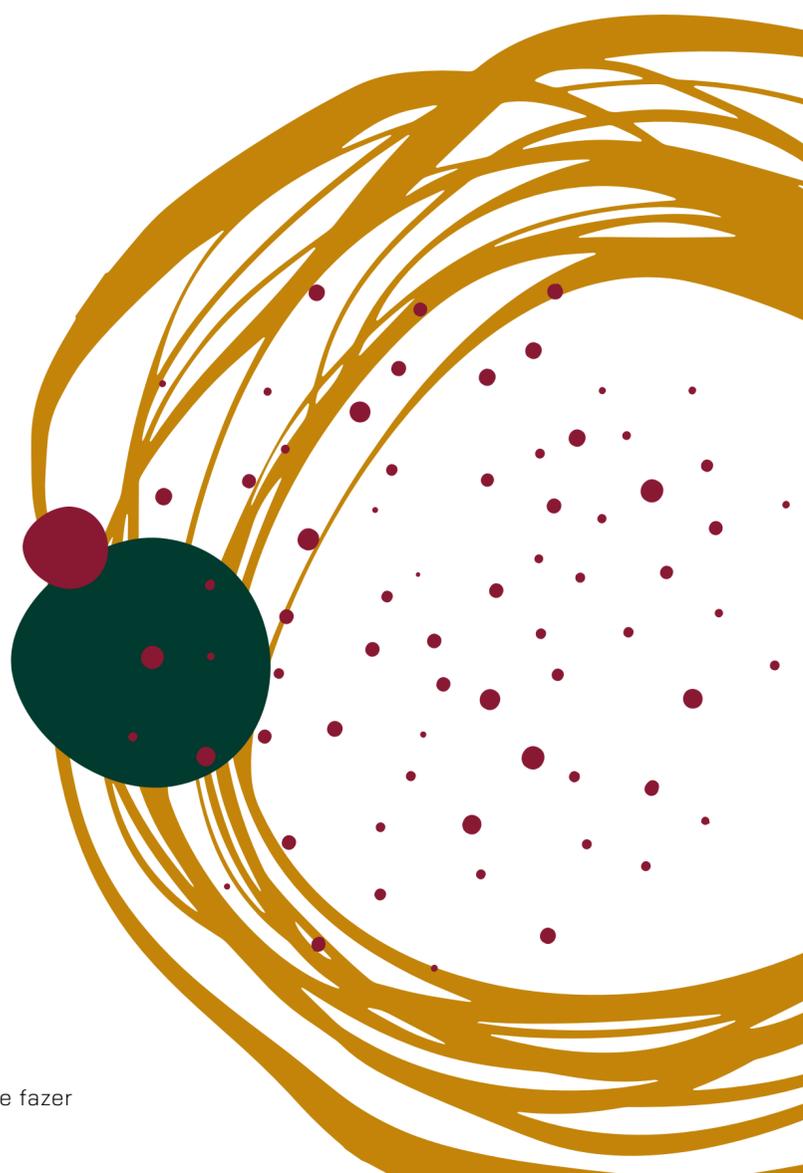
Por exemplo, as trilhas são locais sagrados para algumas culturas, e o visitante que irá percorrê-las deve seguir os costumes e as tradições que as envolvem.

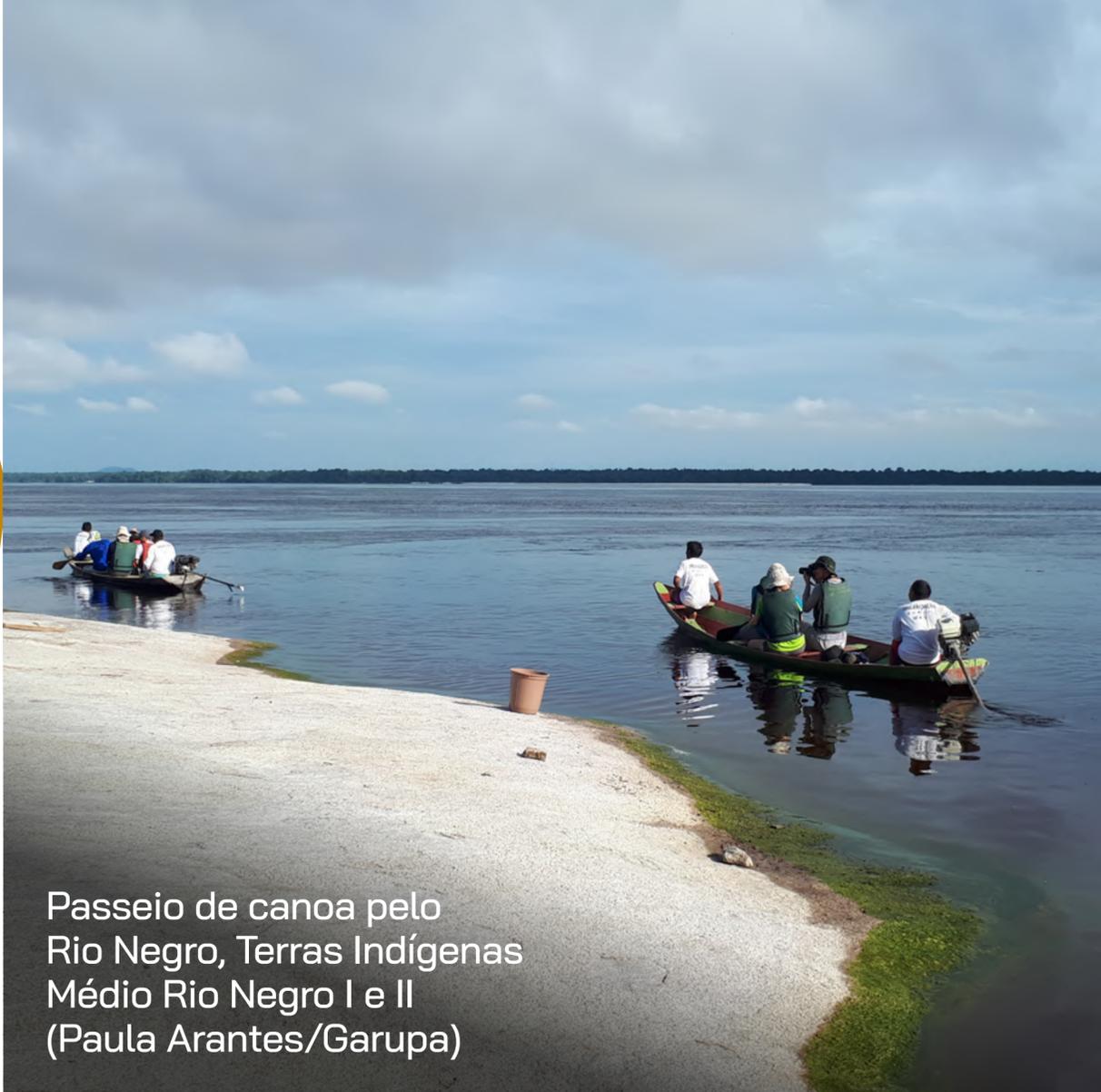
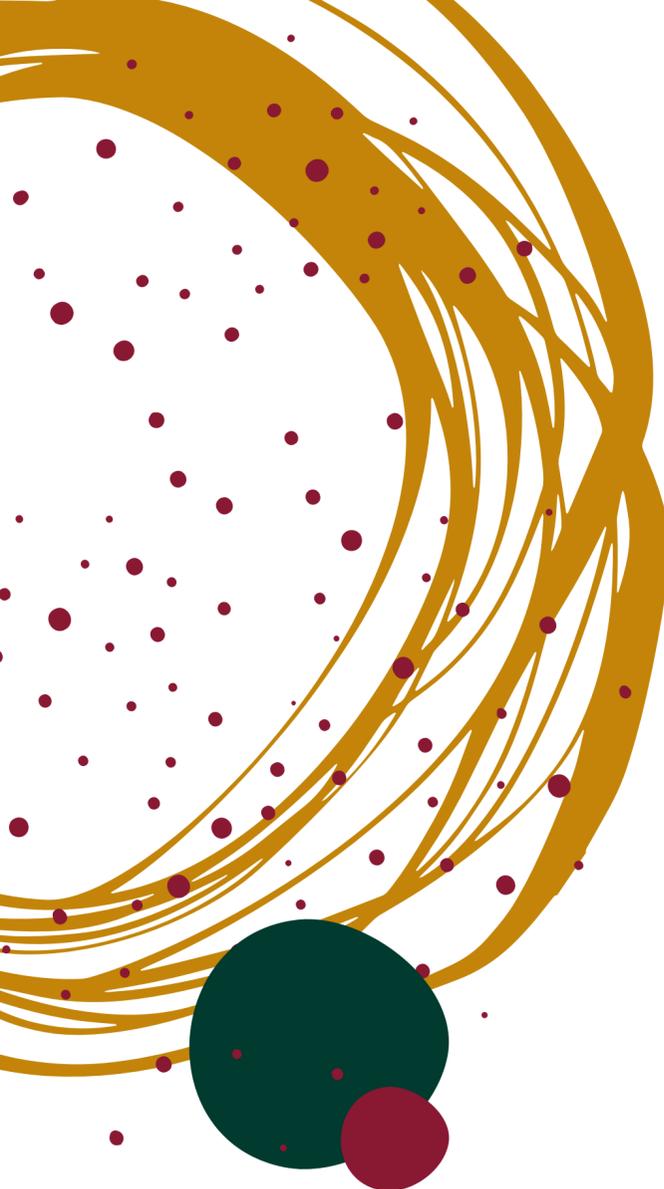


Transporte de turistas no Rio Negro, Terras Indígenas Médio Rio Negro (Marcelo Monzillo/ISA)

O grande diferencial é que a organização das experiências de visitação se apoia na relação ancestral de cada povo com seu território. Nas TIs, natureza e cultura andam juntas. Isso pode ser visto até mesmo nas experiências de turismo indígena de pesca esportiva, em que a área e o rodízio de lagos para uso dos visitantes são organizados com respeito aos lugares sagrados e cuidado para que a reprodução dos peixes esteja garantida.

Quanto ao fortalecimento da comunidade, o turismo indígena permite que os recursos financeiros conquistados sejam utilizados, por exemplo, na proteção territorial e no investimento em melhorias nas aldeias, tendo a própria comunidade no controle de todo o processo.





Passeio de canoa pelo Rio Negro, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

Um bom exemplo de turismo indígena é a iniciativa **Serras Guerreiras de Tapuruquara**, feita no município de Santa Isabel do Rio Negro, no estado do Amazonas. O programa foi premiado pela sua capacidade de gestão comunitária e por cumprir objetivos de melhoria de vida, com destaque para a revitalização cultural e a autonomia. Foi também incluído nos estudos de caso do turismo indígena nas Américas, sistematizados pela [Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas \(UNWTO\)](#).



Quando se trata do turismo indígena, é sempre bom lembrar que as comunidades se organizam e se relacionam com o território a partir de regras, passadas de geração para geração. O turismo desenvolvido por essas populações, nesses territórios, deve ser organizado em um modelo de base comunitária, do contrário não respeitará essa perspectiva ancestral e até mesmo a gestão territorial.



CUIDADOS IMPORTANTES

Ter pessoas desconhecidas e não indígenas dentro do território traz riscos para as comunidades. Elas podem causar problemas levando bebida alcoólica ou drogas para as TIs ou tirando fotos sem autorização, por exemplo. Internamente, caso uma comunidade não esteja unida, organizada e tomando decisões de forma coletiva, pode haver insegurança e até mesmo brigas entre as famílias.

Cada povo deve avaliar as vantagens, as oportunidades e os riscos do turismo em seu território. Com bom planejamento e organização, os perigos podem ser evitados.

VANTAGENS E RISCOS DO TURISMO INDÍGENA



VANTAGENS

- Geração de renda
- Valorização da cultura do povo originário
- Conservação do meio ambiente
- Redução da migração das pessoas para zonas urbanas
- Vigilância da Terra Indígena
- Divulgação da cultura para fora da comunidade
- Atividade econômica de baixo impacto, diferentemente de atividades como pesca comercial, mineração e pecuária



RISCOS

- Desrespeito à diversidade cultural e aos locais sagrados
- Transmissão de doenças
- Roubo de imagem
- Biopirataria
- Acúmulo de lixo
- Entrada de bebida alcoólica
- Conflitos e divisão entre os membros da comunidade
- Acidentes



Turista observa peças de cerâmica nas Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

Há muita coisa para pensar e organizar antes de decidir receber turistas. Em alguns casos, **as famílias podem considerar que realizar o turismo indígena não vale a pena. A palavra final é da comunidade.**

Existem diversas motivações para que os povos indígenas queiram promover a atividade turística, como gerar renda e divulgar a cultura e as belezas naturais do território. Há territórios que já recebem visitantes, mas gostariam de ter melhores resultados. Também há TIs que sofrem alguma pressão de fora ou invasão para realizar o turismo.



Foto: Giovanny Vera/OPAN

Foi o caso nos municípios de Barcelos e Santa Isabel do Rio Negro, no Amazonas. Ali, a pesca esportiva chegou antes de as comunidades se organizarem. A atividade vinha sendo feita sem qualquer estudo de impacto ou monitoramento – e, pior, com invasões das TIs.

Com a regulamentação da atividade dentro das TIs, a pesca esportiva tornou-se uma oportunidade para resolver os conflitos, além de ferramenta para as próprias comunidades realizarem o manejo da pesca e a vigilância territorial, combatendo, assim, as invasões.

Oficina para planejamento da pesca esportiva, Terra Indígena Jurubaxi-Téa (Camila Sobral Barra/ISA)



Mas, vale lembrar: tudo precisa ser discutido e pensado segundo as características de cada comunidade, os atrativos dos territórios e as possíveis parcerias de apoio técnico.

São vários os desafios, o que obriga as comunidades a entrar em consensos e compreender os compromissos que devem assumir, coletivamente, para evitar os riscos que a visitação turística pode trazer.



Turistas no alto da serra,
Terras Indígenas Médio Rio
Negro I e II (Ana Gabriela da
Cruz Fontoura/Garupa)

PERFIL DOS VISITANTES

Quem visita uma aldeia quer conhecer seus atrativos naturais e culturais. **E, mais do que isso, muitas vezes quer contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos povos originários.** Além de trazer dinheiro, os viajantes participam de ações em favor das comunidades.

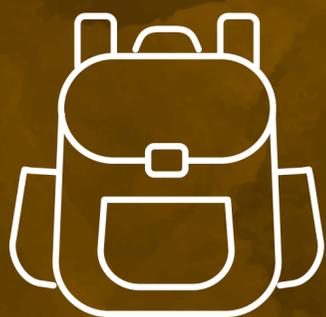
A forma como a visitação é organizada já é uma maneira de selecionar o visitante, pois a proposta da experiência, sua condução e as regras de participação atraem determinado grupo de pessoas.

Às vezes, a comunidade tem medo de perder um potencial visitante por exigir muitos documentos ou preenchimento demorado de formulários, e mesmo por certas proibições dentro da TI.

Mas isso faz parte: é uma maneira de controlar a visitação e de se conectar com viajantes mais conscientes, garantindo respeito às decisões coletivas dos anfitriões.

QUEM VISITA OS TERRITÓRIOS INDÍGENAS

Em sua maioria*:



Morador dos grandes centros urbanos pouco acostumado ao contato diário com a natureza; em geral, interessa-se pelos problemas ambientais e quer conhecer os ecossistemas característicos dos destinos de viagem que escolhe



Tem amplo acesso à cultura e educação, nível superior de escolaridade e deseja contribuir para a melhoria das condições de vida dos povos visitados, seja por meio de parcerias, seja divulgando e consumindo os produtos locais; está disposto a pagar mais por roteiros que sejam cultural e ambientalmente responsáveis



Tem, em geral, de 35 a 44 anos, é das classes média e alta e interessa-se por visitar mais de uma TI – o que mostra que o potencial do turismo indígena é a diversidade dos povos

*Análise de perfil de público das Expedições Garupa realizadas entre 2016 e 2022.

NO CASO DO TURISMO DE PESCA ESPORTIVA, O PERFIL DO VISITANTE É BEM PARTICULAR.

Seu objetivo é unicamente a pescaria, sem grande motivação de conhecer a comunidade e a cultura. Como há turista pescador de todo jeito, é importante pensar no tipo de visitante que a comunidade quer receber!

Por conservar a natureza, algumas TIs têm muito potencial para a atividade. Ao mesmo tempo, os custos para realizá-la com segurança e controle são altos: as grandes distâncias requerem vigilância, monitoramento e capacitações constantes, e tudo isso entra na conta do pacote turístico, encarecendo o preço final.

Nas TIs do Rio Negro, por exemplo, muitos visitantes são profissionais autônomos, aposentados, com mais de 60 anos e estrangeiros. Eles têm condições de pagar mais caro pela experiência de pesca nas TIs, em comparação com uma experiência regular, e fazem isso felizes e conscientes, pois sabem que estão contribuindo diretamente para a proteção do território.

As Terras Indígenas têm alto potencial para o turismo de pesca esportiva

Foto: iStock

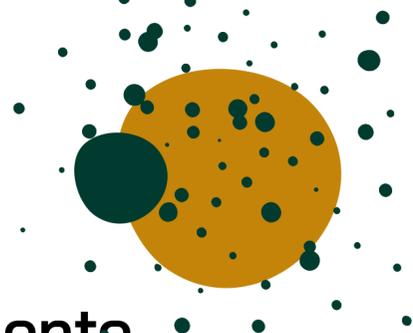


Encontro com o cacique Narciso na aldeia Quatro Cachoeiras, Território Haliti-Paresi (Erik Lopes/TNC)

3

A ORGANIZAÇÃO PARA O

TURISMO



De saída, é preciso conversar coletivamente, entender quais são os objetivos comuns, os sonhos, e como o turismo pode ser uma alternativa para alcançá-los. Também é importante compreender o funcionamento dessa atividade e seus desafios.



Oficina de planejamento para o turismo de pesca esportiva, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Camila Sobral Barra/ISA)



Antes de se dedicar ao turismo, as lideranças e famílias das comunidades e aldeias precisam conversar, entrar em acordo e se organizar. A decisão de todos tem de ser... de todos. Como o turismo não é uma atividade tradicional, é necessário pensar como ela pode ser inserida na proposta de gestão do território e garantir que todas as comunidades envolvidas e afetadas tenham acesso a todas as informações sobre a prática.



Reunião sobre o projeto de turismo na aldeia Salto da Mulher, Território Haliti-Paresi (Marcelo Monzillo/TNC)

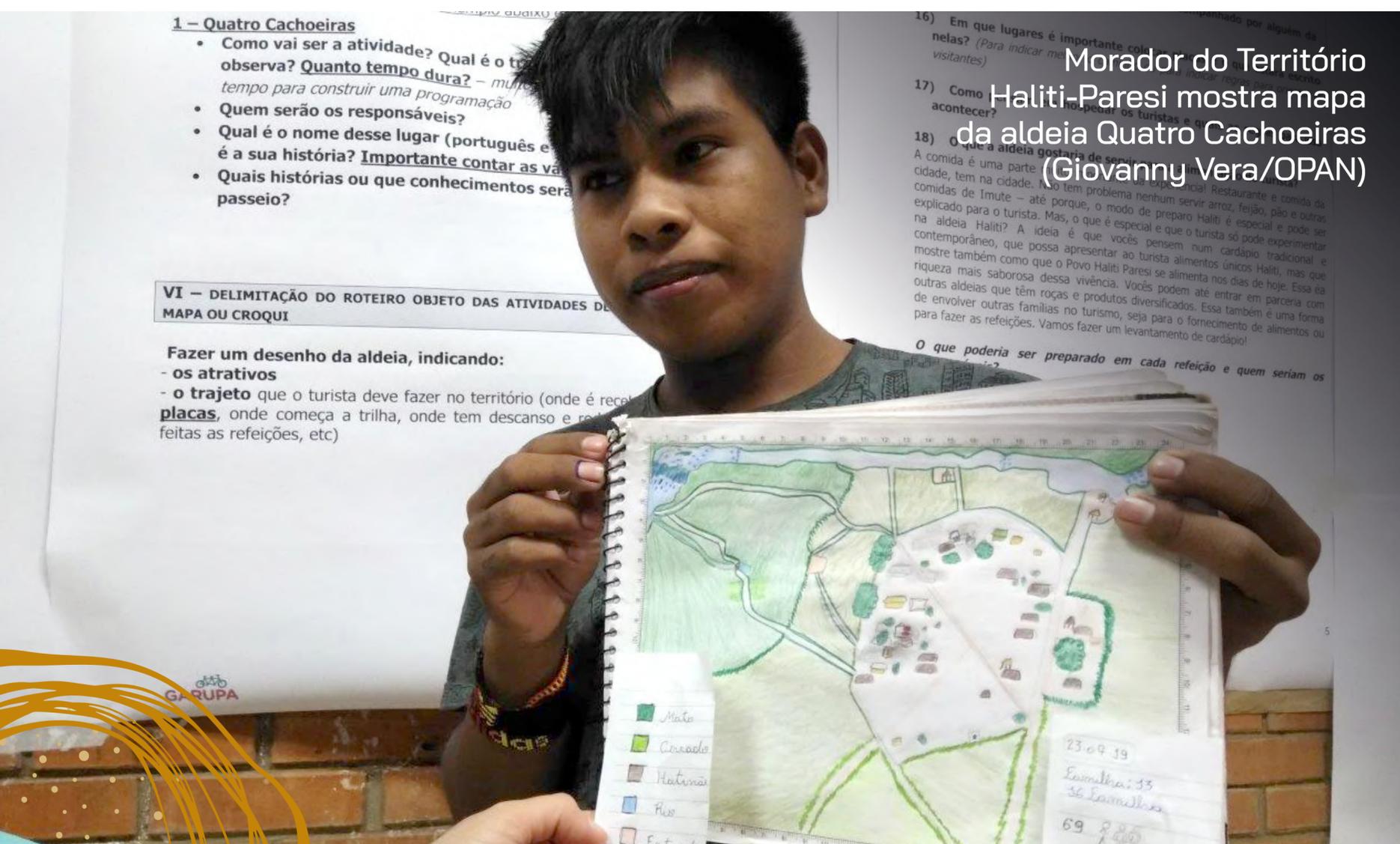
O ideal é que sejam realizadas **consultas** reunindo famílias, jovens, mulheres, sábios, professores e a associação ou representação política do território, de modo que todos entendam os ganhos e os desafios para fazer funcionar a atividade. Se a TI, sua associação ou suas comunidades têm um **Protocolo de Consulta**, um **Regimento Interno** ou qualquer outro documento decisório, isso precisa ser respeitado.

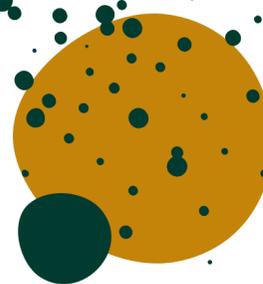
Esses instrumentos **orientam parceiros, gestores e outros atores que queiram apoiar as iniciativas**, pois ajudam esses profissionais de fora a entender como as comunidades se organizam.

É importante levar em conta que o turismo também pode destruir. Por isso, **é necessário discutir seus impactos, definindo os lugares onde as atividades turísticas podem acontecer, como elas serão organizadas, a quantidade máxima de visitantes e como a alimentação e o acesso a algumas áreas não prejudicarão os modos de vida ou colocarão em risco a segurança alimentar das comunidades.**

Além do Protocolo de Consulta, muitas comunidades já têm seus **Planos de Gestão Territorial e Ambiental (PGTA)**, nos quais há regras e orientações para várias atividades, inclusive para a adequação de políticas públicas de saúde e educação. As prioridades apontadas nos PGTA podem ajudar na decisão do uso dos recursos financeiros gerados pelo turismo, por exemplo, e ainda indicar os aspectos culturais e conhecimentos que precisam ser valorizados e que podem compor a narrativa da visita.

E o que ganha quem não participa diretamente das atividades turísticas? Bem, todos podem se beneficiar com **o monitoramento e a vigilância** do território, além de melhorias de infraestrutura nas comunidades, algo que pode ser custeado com os ganhos do turismo.





Monitoramento significa o acompanhamento das atividades por todos: **quem são as empresas parceiras, quantos turistas vão à aldeia, quanto eles pagam e para quem, em que áreas do território podem ir, quando saem, além de estudos e análises dos impactos em rios e roças, avaliações coletivas, prestações de contas etc.**

Tudo isso ajuda a trazer controle para as mãos das comunidades e a evitar bagunça e invasões.

A renda gerada pelas atividades pode contribuir para manter uma associação e custear encontros, necessários para monitorar e avaliar a iniciativa de turismo. Se alguma coisa não estiver funcionando bem, a comunidade tem recursos para realizar reuniões para discutir e ajustar o que não dá certo. Com a casa organizada, a associação fortalecida e a comunidade engajada, é possível potencializar outras formas de gerar renda, como venda de artesanatos e produtos da roça.



Trabalho com fibra de arumã,
Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II
(Paula Arantes/Garupa)

5 PASSOS IMPORTANTES PARA ORGANIZAR O TURISMO INDÍGENA



Ilustrações: Fernanda Sanovicz (TNC/lepe)

1

Consultar a
comunidade

2

Usar protocolo de consulta ou regimento interno para garantir a participação de todos nas decisões



3

Discutir as prioridades do território e a divisão dos resultados financeiros, que devem ser investidos para melhorar a qualidade de vida; Planos de Vida e PGTA são bons guias para essa conversa



4

Definir locais, atividades e quantidade de turistas e montar um bom time para receber com segurança os visitantes; todos devem participar: sábios e sábias, jovens, mulheres etc.



5

Pensar no contrato com operadores e agências de viagem, definindo nele responsabilidades, preços, divisão dos lucros entre empresa e comunidade, multas e custos das reuniões de gestão comunitária





Redário da aldeia Wazare, Território Haliti-Paresi
(Marcelo Monzillo/TNC)

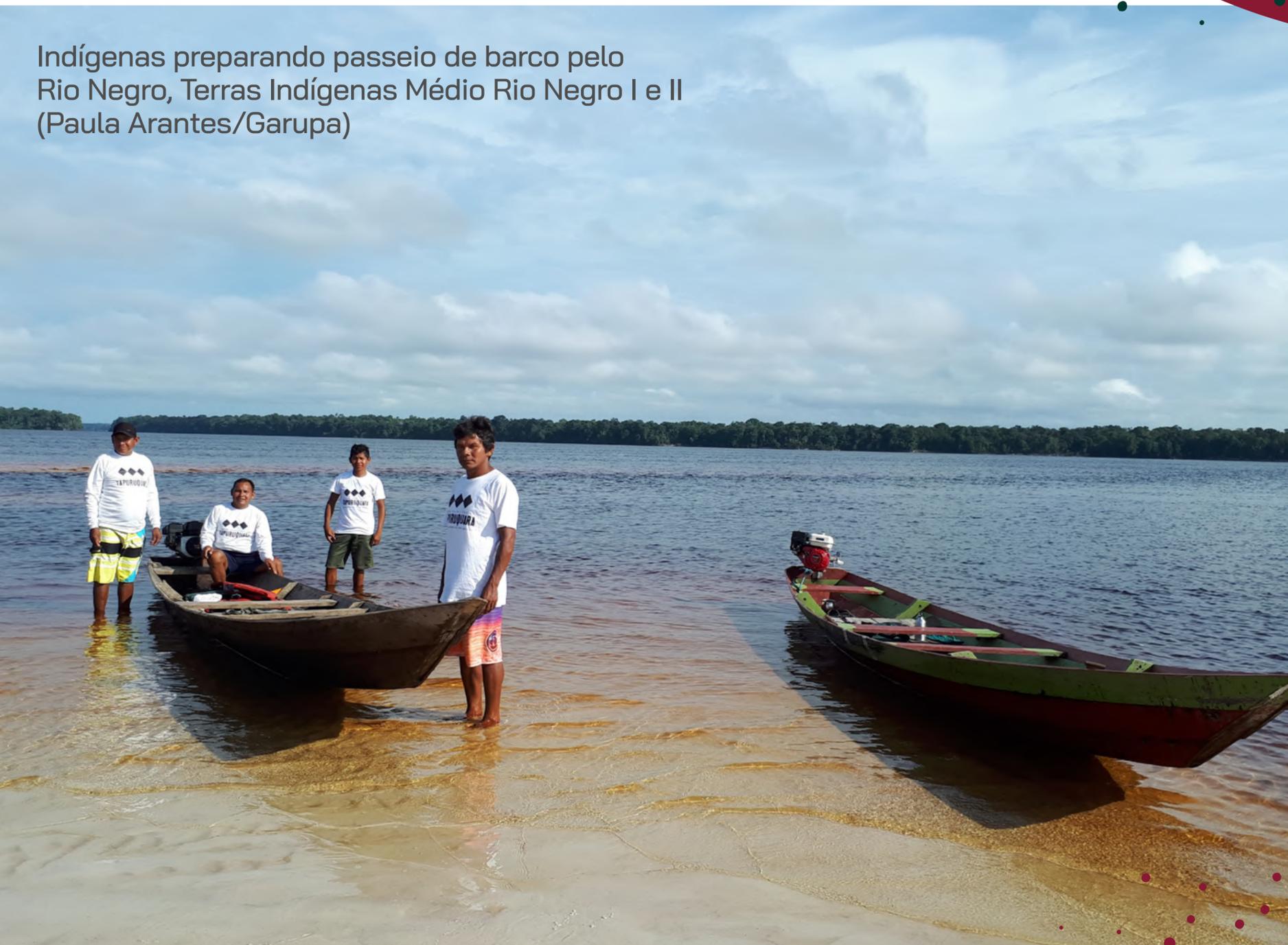
Nas parcerias com empresa ou agência, o acordo deve ser formalizado em **contrato** para que todos saibam **quanto custa a operação, quanto vão receber, como vão receber, quanto tempo vai durar a atividade, onde ela vai ser realizada, o que pode e o que não pode ser feito, as multas e punições em casos de combinados não cumpridos.**

Isso contribui para a qualificação e a profissionalização das iniciativas comunitárias. Tendo organização, as famílias e comunidades envolvidas receberão benefícios de acordo com a sua participação no turismo.

A atividade pode trazer oportunidades de emprego direto e indireto para guias, fornecedores de alimentação e hospedagem etc. O pagamento das pessoas que se envolvem diretamente na prática deve ser discutido antes de a visita começar, para que todos saibam os valores e se sintam satisfeitos com eles.

A renda gerada remunera as pessoas que prestam os serviços, mas também deve ser usada para a manutenção dos espaços de visitação e outras benfeitorias que melhorem a vida das famílias. É importante consultar cada uma delas quanto à sua forma de participação – direta ou indireta.

Indígenas preparando passeio de barco pelo Rio Negro, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)



DICA: faça fotos, vídeos e atas dessas reuniões para registrar as conversas e guardar a história do projeto, além de comprovar a participação ativa de todos.

A FORÇA DA COLETIVIDADE

A COMUNIDADE É QUEM DECIDE

As **decisões envolvem toda a comunidade**, que deve aprovar quem serão os responsáveis pelas atividades e indicar como serão as reuniões para acompanhamento do turismo. Todos precisam saber o que está acontecendo, e nada pode ser decidido por uma pessoa, um pequeno grupo ou sem consultar a maioria.

ATENÇÃO

O turismo desorganizado traz conflitos internos para a TI quando as outras aldeias não têm informação ou percebem que não há controle e que todo o território pode estar vulnerável.



A FORÇA DA COLETIVIDADE

OS BENEFÍCIOS QUE O TURISMO TRAZ

Para a atividade turística dar bons resultados, é preciso que tudo seja combinado antes. Por exemplo: quanto cobrar por cada atividade? Quanto custarão as refeições? Também é importante definir como o recurso será dividido para as famílias que trabalharam e para os investimentos coletivos!

MELHORIAS NA ALDEIA

As iniciativas de turismo podem apoiar a realização de expedições de monitoramento e vigilância, além de melhorias na aldeia. Juntando parte da renda recebida de vários grupos de visitantes, é possível, por exemplo, fazer a reforma do centro comunitário, consertar o gerador ou colocar água nas casas.





Oficina para apresentação dos resultados do Plano Estratégico sobre turismo na aldeia Curipi, Terras Indígenas do Oiapoque (Natanael Pereira)

PARCERIAS – REDES PARA EMBALAR O TURISMO INDÍGENA

Como todo negócio, o turismo requer investimentos para começar. Vale, então, enfatizar o que já sabemos: para fazer reuniões e oficinas, capacitar a comunidade e participar de eventos e intercâmbios de formação, é preciso ter dinheiro. E é aí que as parcerias entram.

O primeiro passo é sempre organizar a casa – e a aldeia. Uma boa ideia pode nascer a qualquer momento, e, para a proposta de visitação se transformar em um roteiro estruturado, o primeiro acordo que tem de acontecer é na comunidade.

Depois, a prioridade é envolver as comunidades e aldeias vizinhas e, claro, conversar com a associação local – se existir alguma. Ela pode ter um papel fundamental no início de um projeto, tanto por representar a comunidade na sua demanda (junto à Funai, à prefeitura e a outros parceiros) quanto pela possibilidade de conseguir apoio e recursos de outras fontes.

As **organizações não governamentais (ONGs)** têm sido indispensáveis para as iniciativas comunitárias, seja pelos projetos e recursos financeiros que conseguem viabilizar para as TIs, seja pela assessoria técnica que podem prover. Se é interesse da comunidade desenvolver o turismo, vale a pena identificar instituições que tenham experiência para apoiar.



Reunião sobre o Plano de Visitação Haliti-Paresi, Território Haliti-Paresi (Giovanny Vera/OPAN)

Parcerias técnicas para realizar capacitações e dar suporte ao processo de construção do Plano de Visitação são fundamentais para que a comunidade se fortaleça em seu objetivo. A Garupa tem atuado como incubadora de iniciativas de turismo indígena, atividade que ajuda a criar laços entre as comunidades e a sociedade e, de quebra, aumenta o interesse pela conservação da natureza.

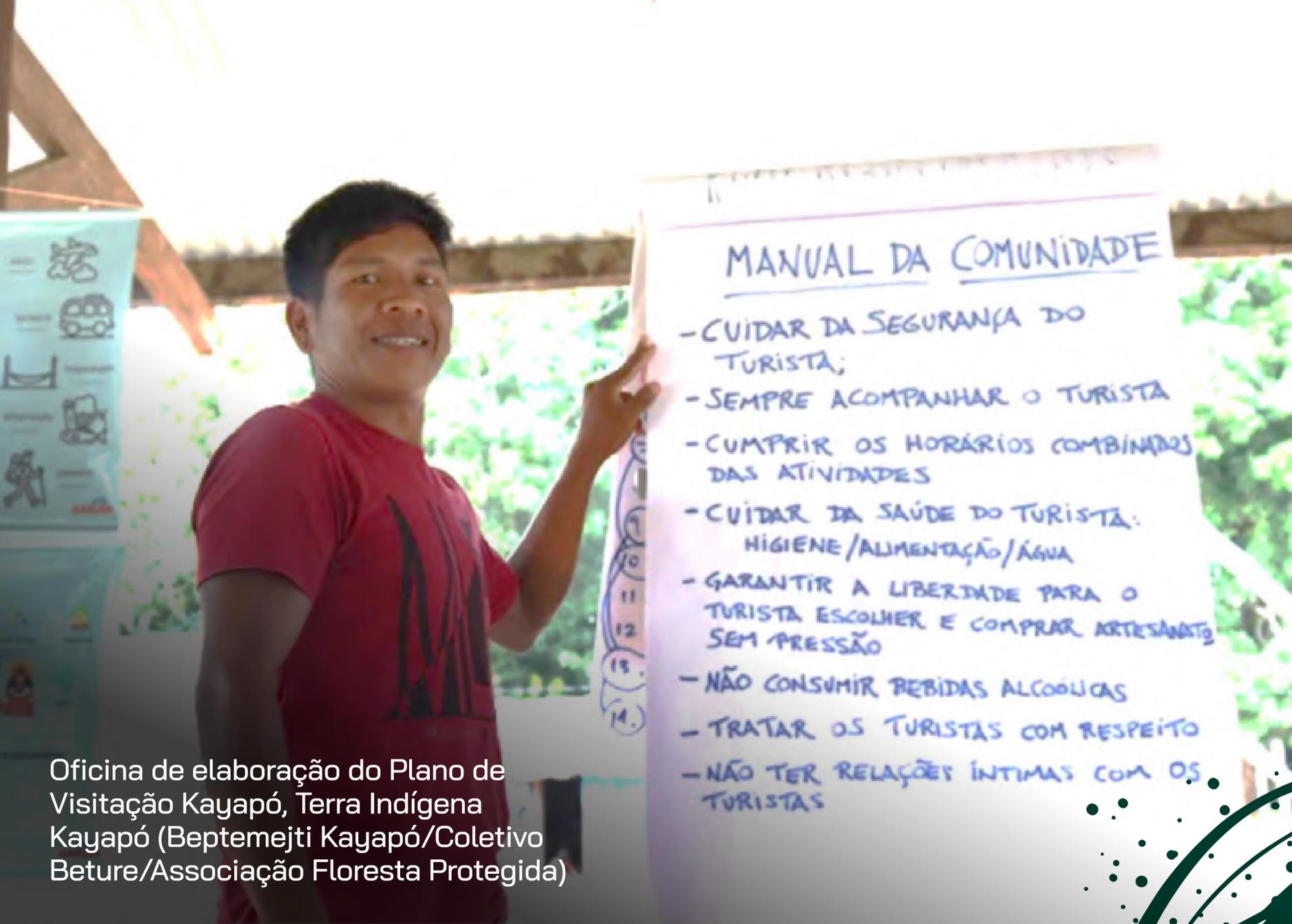
As universidades, os institutos de pesquisa e as escolas técnicas também podem colaborar para a estruturação do turismo indígena com estudos, levantamentos e formações, por exemplo, sobre questões de segurança, primeiros socorros, contabilidade e de administração de negócios.

O mais importante é que o objetivo do turismo e o seu modo de condução sigam as orientações e os critérios decididos coletivamente.

Dessa forma, evita-se que um modelo de projeto turístico seja imposto por gente de fora.



Muitas vezes, mesmo com a melhor das intenções, os parceiros externos trazem ideias e propostas de atrativos e roteiros que podem até instigar turistas, mas contrariam a vontade das comunidades ou simplesmente não estão entre as prioridades do território. É uma má ideia também forçar a aceleração do processo ao conversar e fazer acordos apenas com uma parte dos moradores, e não com todos eles, o que pode gerar problemas mais tarde e colocar todo o projeto de turismo em risco.



Oficina de elaboração do Plano de Visitação Kayapó, Terra Indígena Kayapó (Beptemejti Kayapó/Coletivo Beture/Associação Floresta Protegida)

Nesse contexto, fica claro que ninguém deve definir sozinho como será o turismo na TI. Da mesma maneira, é evidente o papel dos parceiros no alerta de riscos, caso a comunidade queira fazer um turismo desorganizado e sem controle de visitantes.

Outras parcerias muito importantes envolvem as **prefeituras, as secretarias de estado e o Governo Federal, via Funai e o novo Ministério dos Povos Indígenas.**

Além de aprovar o Plano de Visitação, a Funai pode contribuir para a promoção de oficinas, levantamentos e assembleias para estruturar o turismo.

Cabe às comunidades, por meio de suas organizações indígenas, a articulação de visitas a esses órgãos para buscar recursos e apoiar seus negócios.

As comunidades podem participar diretamente dos conselhos municipais e estaduais, podendo ainda se cadastrar como empreendimentos ou prestadoras de serviços turísticos no sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo (Cadastur).

O **Cadastur** é uma plataforma digital criada pelo Ministério do Turismo que reúne diversas categorias de prestadores de serviço. O registro é gratuito e as informações estão na página cadastur.turismo.gov.br.



O cadastro dos empreendimentos colabora para a regulamentação da atividade e permite que gestores municipais acessem mais facilmente programas e políticas públicas para o setor.

Campos alagados na aldeia
Espírito Santo, Terras Indígenas
do Oiapoque (Ana Gabriela da
Cruz Fontoura/TNC)



4

AS LEIS E O TURISMO

INDÍGENA



Preparo de beiju em comunidade das Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

A lei maior do Brasil é a Constituição Federal, publicada em 1988. Ela garante aos povos indígenas o uso exclusivo e permanente de suas terras, bem como o comprometimento do país com a valorização das culturas e dos meios de vida desses povos nas TIs.

A Política Nacional de Gestão Ambiental e Territorial de Terras Indígenas (PNGATI), criada em 2012, reconheceu o direito dos povos indígenas de desenvolver atividades econômicas como o turismo.

Em 2015, a Funai criou uma instrução normativa (IN 3/2015) regulamentando o turismo nas TIs.



Reunião sobre o projeto de turismo nas Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

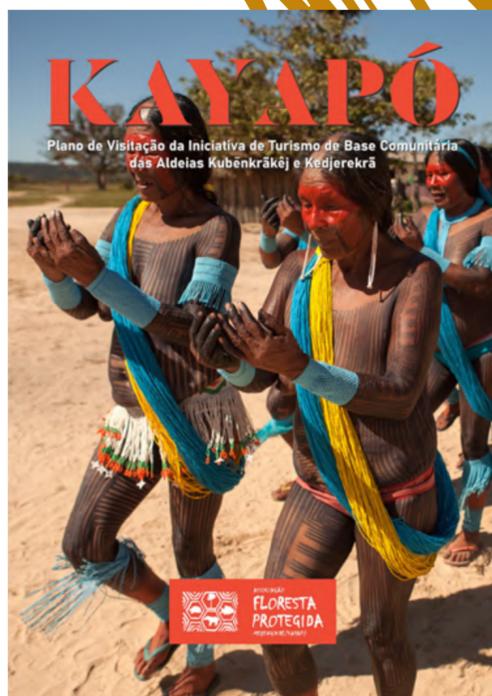
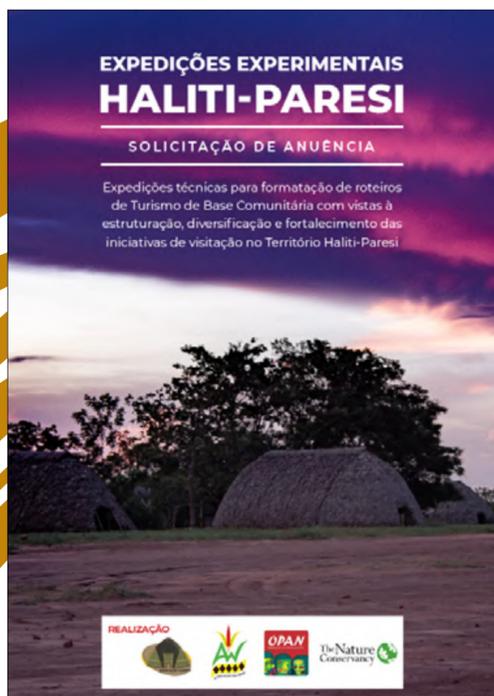
Por ser uma atividade externa e de impacto, a visitação turística requer que medidas de prevenção, monitoramento e controle sejam tomadas. Para isso, é preciso que as comunidades desenvolvam um **Plano de Visitação**, documento que descreve os objetivos do turismo no território, como e quem participa, de que maneira a atividade será controlada e quais os resultados esperados. Nele, são definidas também todas as estratégias e ações de monitoramento para a visitação, conforme determina a normativa da Funai.

Segundo essa normativa, a visitação nas TIs somente pode ocorrer no modelo de base comunitária e nos **segmentos de etnoturismo e ecoturismo**.



Essas classificações do tipo de turismo não são fixas, como já vimos. Cabe aos indígenas determinar os objetivos e segmentos de seus empreendimentos turísticos, respeitando não apenas a legislação, mas principalmente seus PGTA, Protocolos de Consulta e outras regras determinadas coletivamente pelos povos.

Uma vez feito o Plano de Visitação, **ele deve ser enviado para a aprovação da Funai**. O documento deve declarar que a proposta e as parcerias não ferem os objetivos e as decisões coletivas e não colocam em risco o território e as comunidades. Por meio dele, a Funai avalia se a atividade turística naquele modelo pretendido é segura para os indígenas e visitantes e está de acordo com as leis brasileiras.



Capas do Pedido de Anuência para visitação no Território Haliti-Paresi e dos Planos de Visitação das aldeias Kubênkrākêj e Kedjerekrã (Terra Indígena Kayapó) e das Serras Guerreiras de Tapuruquara (Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II)

Aprovado o plano, parceiros e comunidades cuidam das autorizações de entrada dos turistas na TI. Trata-se de mais uma segurança para as comunidades: **todos os visitantes precisam assinar uma declaração afirmando conhecer as regras da TI.** Eles devem entregar também atestado médico, comprovante de vacinação e cópia dos documentos pessoais.

Por que isso? Porque as comunidades, que devem decidir o que fazer em seus territórios, precisam estar bem-informadas para que tudo aconteça com segurança.



Comunidade planeja roteiro turístico nas Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

Não custa repetir: qualquer projeto de turismo indígena é da comunidade, não de uma família, de empresas ou de pessoas de fora.

Os parceiros externos são muito bem-vindos e têm um papel importante no fortalecimento das iniciativas comunitárias, mas são os povos indígenas que devem estar à frente dessas iniciativas – e se beneficiar com o turismo em seus territórios.



PLANO DE VISITAÇÃO:

UM GUIA PARA PENSAR AS
ETAPAS DE ORGANIZAÇÃO
DO TURISMO INDÍGENA

PASSO A PASSO

OBJETIVOS, PÚBLICO-ALVO, ATIVIDADES, PARCEIROS, PLANO DE NEGÓCIOS: NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, MOSTRAMOS O CAMINHO PARA A ELABORAÇÃO DO PLANO DE VISITAÇÃO.

1. Objetivos e justificativas da proposta de visitação
2. Público-alvo, frequência de visitas prevista, quantidade máxima de visitantes e duração de cada visita
3. Distribuição das competências nas comunidades, levando em conta aspectos sociais, geracionais e de gênero
4. Parceiros envolvidos, responsabilidades e atribuições
5. Descrição das atividades propostas aos visitantes
6. Delimitação do roteiro das atividades de visitação com mapa ou croqui
7. Transporte, hospedagem, alimentação e atividades oferecidas aos visitantes, bem como os riscos envolvidos em cada categoria
8. Criação de um plano de negócios simplificado, com custos de operação, manutenção e monitoramento, previsão de receita, lucro e investimentos para que o negócio siga em frente
9. Estratégia de atendimento de primeiros socorros
10. Manual de conduta e boas práticas para visitantes e comunidades
11. Estratégia para impedir a entrada de bebidas e drogas nas comunidades indígenas
12. Estratégia de gestão de resíduos
13. Estratégia de monitoramento da atividade de visitação
14. Estratégia de capacitação dos proponentes

1 OBJETIVOS E JUSTIFICATIVAS DA PROPOSTA DE VISITAÇÃO

- ◆ Por que promover turismo indígena?
- ◆ O que as comunidades desejam apresentar para os visitantes e o que esperam deles?

Este item traz as motivações para realizar o turismo indígena, assim como os impactos e resultados esperados. É importante definir quais são os atrativos do território e que tipo de visitação será realizado.

DICA: o que é único e especial e só existe no seu território? Que paisagens ou conhecimentos o turista só vai encontrar ali?

Para elaborar o **Plano de Visitação**, é importante apresentar informações sobre as aldeias, seus modos de organização, as outras experiências de geração de renda que promovem e como o turismo vem somar na estratégia de gestão territorial e de sustentabilidade do seu território. Importa ainda detalhar como as discussões sobre a atividade foram desenvolvidas, registrando que houve ampla participação e que a decisão foi realmente coletiva.



Encontro para planejamento do turismo Haliti-Paresi, Território Haliti-Paresi (Giovanny Vera/OPAN)

2 PÚBLICO-ALVO, TIPO, QUANTIDADE E DURAÇÃO DAS VISITAS

- ◆ Quem são os turistas?
- ◆ Quantos são?
- ◆ Em que período do ano se darão as visitas?
- ◆ Como divulgar o turismo das aldeias?

Este item define os tipos de visitantes – de que região, estado ou país vêm e qual o seu perfil (idade, profissão, faixa de renda, interesses) –, o número máximo de turistas por visita e o período do ano em que a visitação pode ocorrer. Estabelece ainda a comunicação e a documentação para orientar os visitantes e controlar a sua entrada.

É fundamental informar ao turista que ele só entrará na comunidade se portar **carteira de vacinação e atestado médico que certifica sua condição de saúde.**

Antes de chegar, ele também deve preencher **um formulário sobre sua saúde e suas limitações físicas.** Desse modo, dá para saber se algum visitante tem alergias ou restrições alimentares, ou seja, quem não pode comer de tudo.

O viajante assina ainda um termo de compromisso no qual confirma que conhece as regras de conduta da TI.

Pelas leis brasileiras, ele **NÃO PODE**:

- ◆ levar bebidas alcoólicas ou drogas para a TI;
- ◆ tirar plantas, pedras ou animais do território;
- ◆ vender fotos do local;
- ◆ fazer trabalho de pesquisa durante a viagem de turismo;
- ◆ comprar caça ou artesanato com penas e partes de animais, entre outras restrições.

Vale ressaltar que visitantes conscientes, além de cuidarem de sua saúde antes da chegada ao território, estarão interessados em saber se a comunidade está vacinada e se, em caso de necessidade, tanto turistas quanto indígenas terão acesso a primeiros socorros.



Vista da região das Serras Guerreiras de Tapuruquara, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Ana Gabriela da Cruz Fontoura/Garupa)

3 DISTRIBUIÇÃO JUSTA DO TRABALHO E DAS RESPONSABILIDADES

- ◆ Como as comunidades dividirão as responsabilidades entre as famílias?
- ◆ Quem faz o quê?
- ◆ Mais comunidades participam ou só uma?
- ◆ Como as atividades de turismo incluirão os jovens, as mulheres e os mais velhos?

Este item prevê que tudo isso deve ser bem discutido nas reuniões preparatórias.

O exercício de divisão das responsabilidades nas aldeias deve respeitar a organização das comunidades, mas também considerar os trabalhos do turismo indígena. Cada atividade exige diferentes funções: é preciso ter condutores, cozinheiros, pilotos de embarcação, artesãos etc.

É fundamental, portanto, que todos saibam dessas oportunidades e possam se dividir no trabalho, até mesmo em rodízio, para vivenciar uma participação equilibrada, sem brigas ou desentendimentos.

4 PARCERIAS

- ◆ Funai, Ibama, associações, prefeitura, ONGs e empresas: qual é o papel das instituições?

Neste item, deve ser detalhada a responsabilidade dos parceiros, explicitando quem faz o quê.

Para fazer parcerias seguras, é indispensável registrar todos os combinados – entre as comunidades, as famílias de uma mesma comunidade e os parceiros. As fotos e atas das reuniões são documentos importantes nessa etapa, pois ajudam a avaliar, mais tarde, o que funcionou e o que pode melhorar.



Oficina do projeto de pesca esportiva no Rio Marié, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Camila Sobral Barra/ISA)

5 ROTEIRO DE VISITAÇÃO – PROGRAMAÇÃO DAS ATIVIDADES

- ◆ O que os turistas farão na TI?
- ◆ Qual o tempo de cada atrativo e visita?

Para definir o **roteiro turístico**, é preciso pensar nos detalhes: quais serão as atividades e os locais das visitas? Quem conduzirá o grupo? Quais histórias serão contadas? Este item determina, então, que é hora de pontuar os caminhos que os visitantes percorrerão e escolher os atrativos culturais e naturais a serem apresentados.

Podem integrar a programação oficinas e rodas de conversa, e até mesmo rituais e encontros em que os jovens aprendem com os mais velhos.

Ao delimitar o que os turistas vão fazer na TI, já se estabelece a ordem a ser seguida.

Um exemplo:

Dia 1 – atividades culturais e banho de rio;

Dia 2 – trilha na natureza e descanso;

Dia 3 – visita a cachoeira;

Dia 4 – despedida e retorno.

Vale pensar em diferentes roteiros de acordo com a mobilidade dos visitantes. Dos mais velhos, por exemplo, não se deve exigir demais com trilhas muito cansativas. É interessante definir o roteiro primeiro com a comunidade e os parceiros, para depois fazer testes e ver o que pode dar certo.

6 MAPA DA VISITAÇÃO

- ◆ Quais atrações e lugares da TI serão visitados?

Aqui se estabelece onde vai acontecer a visitação: na comunidade? Em trilhas? No rio? É necessário ter um mapa ou desenho com os lugares pelos quais os turistas passarão, a distância e a dificuldade dos percursos, o tipo e o local dos atrativos (rio, cachoeira, trilha, mata, roça etc.)

Também é importante definir no mapa os espaços interditados aos turistas – seja por risco de acidentes, por serem sagrados ou para não prejudicar a rotina de pessoas da comunidade.



Encontro da ACIR (Associação das Comunidades Indígenas e Ribeirinhas) sobre o Plano de Gestão Territorial e Ambiental e o turismo nas Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Camila Sobral Barra)



Alguns povos podem permitir o turismo, mas não dentro da aldeia ou da comunidade. Essa decisão deve ser discutida e respeitada por todos.

7 CONDIÇÕES DA VISITAÇÃO: TRANSPORTE, HOSPEDAGEM E ALIMENTAÇÃO

- ◆ Como os turistas chegarão?
- ◆ Onde vão dormir?
- ◆ O que comerão?
- ◆ Quem vai acompanhá-los?

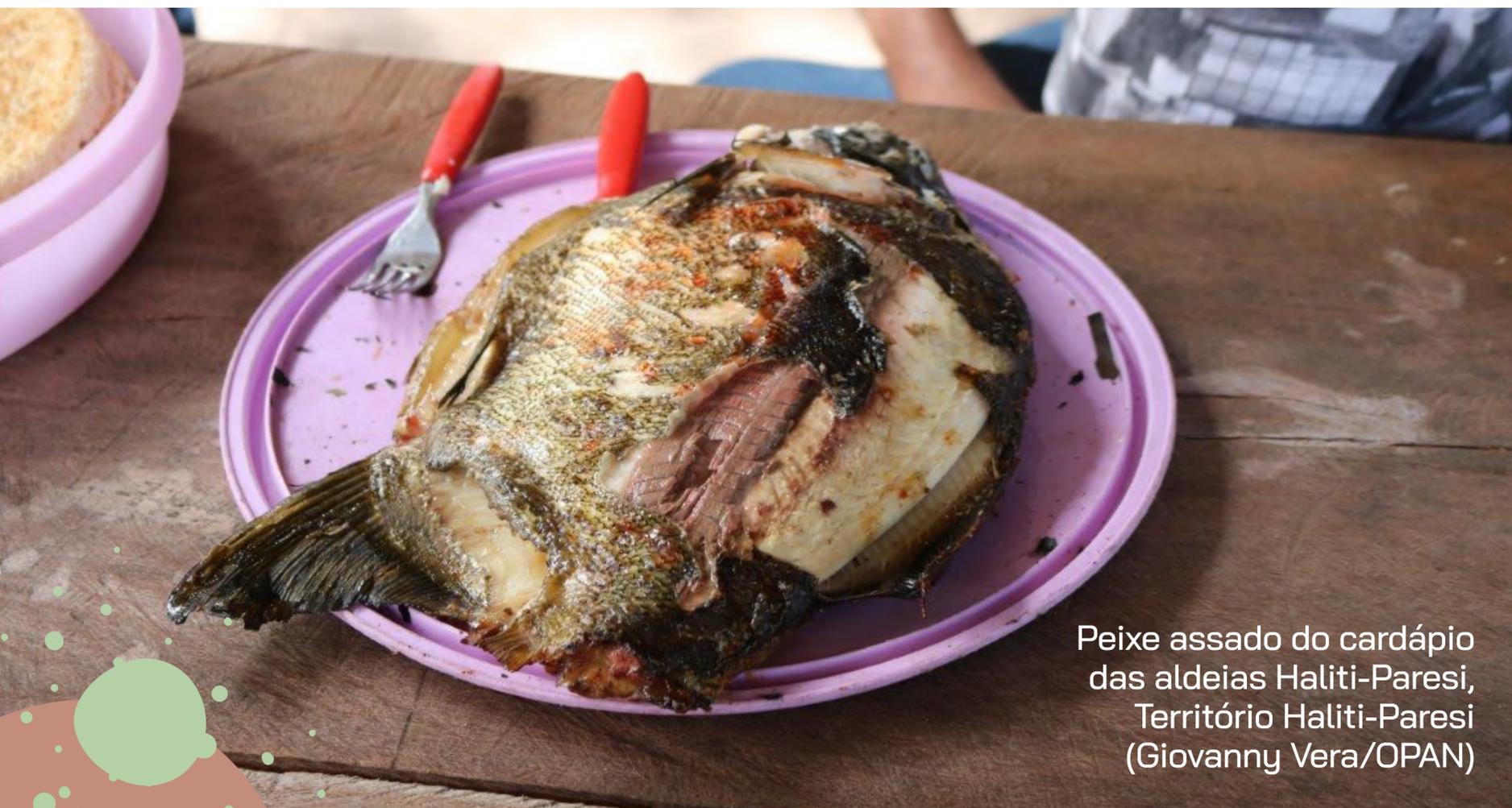
Este é um item importante para **a segurança e a satisfação dos turistas**. Quando uma pessoa sai de casa para uma experiência nova e desafiadora, ela precisa estar orientada sobre a sua segurança e as condições gerais de hospedagem e estadia: como irá dormir, o que comerá e mesmo qual é o estado do banheiro.

O praticante do turismo indígena sabe que não há hotéis ou restaurantes nas comunidades, mas não quer correr riscos e espera contar com apoio local para tirar o melhor proveito de seus dias na TI.

Enviar essas orientações e acolher os turistas antes de sua chegada é fundamental para prepará-los e tornar o trabalho das próprias comunidades mais simples.

Há muito a ser pensado aqui:

- ◆ Como os visitantes chegam à aldeia – de carro, barco, avião?
- ◆ Quem os acompanha?
- ◆ Onde dormem – alojamento ou acampamento mais rústico?
- ◆ Quem da comunidade faz a manutenção e a limpeza desses espaços? Quem cuida da segurança dos visitantes quando dormem?
- ◆ No quesito alimentação, o que servir?
Como fazer para que sejam refeições variadas e nem sempre com o mesmo cardápio?
Que alimentos estão disponíveis na comunidade na época das visitas?
Quem vai pescar, cozinhar e cuidar para que os visitantes tenham água boa para beber?



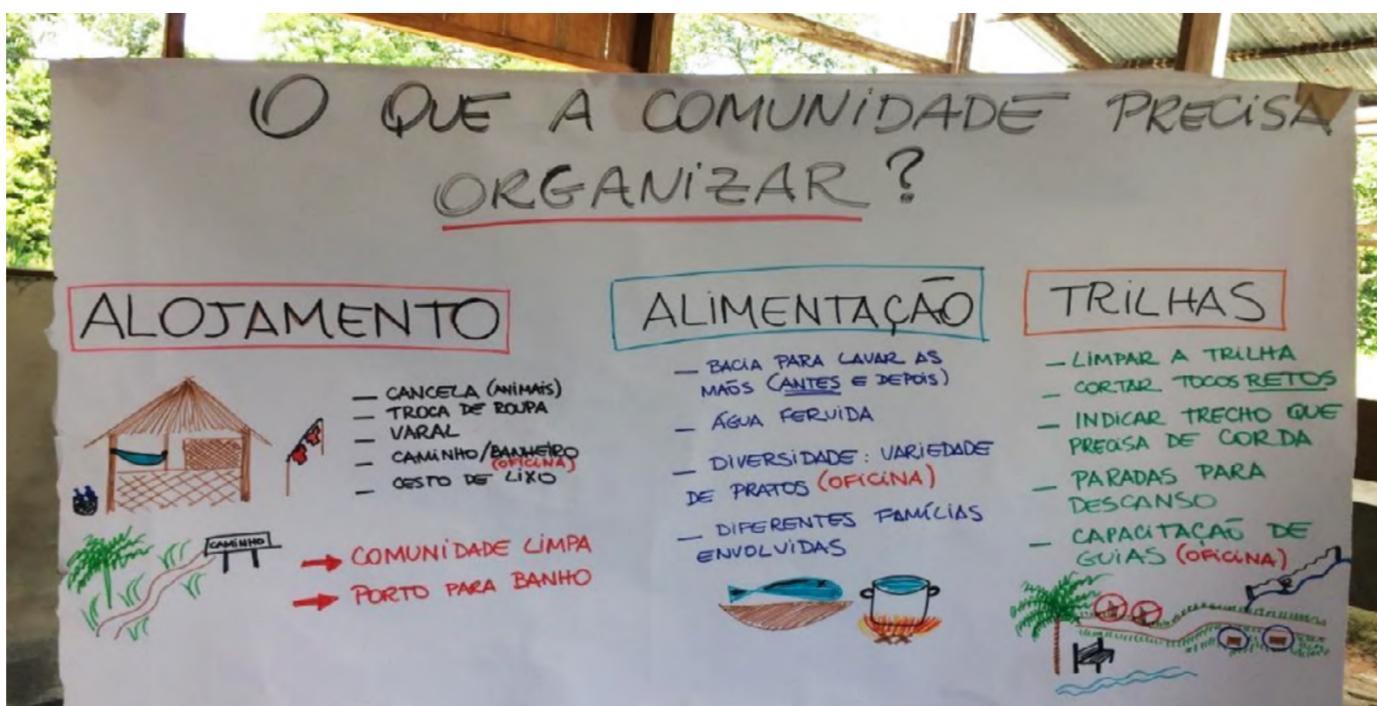
Peixe assado do cardápio das aldeias Haliti-Paresi, Território Haliti-Paresi (Giovanny Vera/OPAN)



Pausa para lanche na floresta, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Ana Gabriela da Cruz Fontoura/Garupa)

É preciso haver preparo tanto na roça como na cozinha, especialmente antes da chegada dos visitantes.

As comunidades e seus parceiros devem combinar como montar essa estrutura e definir os responsáveis por cada etapa. Nesse acordo, é discutido também como fazer para que a visita não interfira no cotidiano das comunidades e na segurança alimentar das aldeias.



Cartaz para planejamento do turismo nas Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Camila Sobral Barra)

8 PLANO DE NEGÓCIOS: O QUE PRECISA ENTRAR NA CONTA DO TURISMO

- ◆ Como calcular cada despesa (comida, gasolina, transporte, salários)?
- ◆ Qual a renda gerada para as comunidades e como ela vira investimento?
- ◆ Como escolher os responsáveis pelos vários trabalhos e seus salários?
- ◆ Quanto cobrar dos turistas, considerando todos os custos para as comunidades?

Um **plano de negócios** auxilia na organização e boa destinação do dinheiro envolvido na atividade turística. Mais do que isso, ele ajuda a planejar e entender o que precisa ser feito para lá na frente ter o resultado financeiro esperado.

Neste item, é essencial definir o preço justo que será cobrado dos turistas, o qual não pode ser caro demais para não os afastar. Todos os gastos têm de entrar nesse cálculo: comida, gasolina, transporte, pagamento dos condutores e de outras atividades, além dos custos para reuniões de coordenação do projeto.

E só vale receber turistas se eles gerarem benefício para todos da comunidade. Assim, é preciso saber ainda como será a aplicação desse benefício coletivo. Os moradores querem construir algo ou adquirir equipamentos com o dinheiro? Quantos turistas precisam ser recebidos por ano para chegar a esse resultado?



Passeio pela comunidade Cartucho, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Marcelo Monzillo/ISA)

O plano de negócios é uma tabela simples de RECEITA (dinheiro pago pelos turistas) e DESPESA (gasto para receber os visitantes e promover a atividade turística).

O documento descreve quanto os visitantes precisam pagar pela experiência, demonstra os custos coletivos da aldeia, as diárias dos serviços e demais insumos – por exemplo, material de construção para reforma de alojamentos, manutenção de motores, frete de avião, produtos da roça e para a cozinha etc.

Também deve prever os custos para cada comunidade monitorar e avaliar as atividades: ter um coordenador, fazer reunião e prestação de contas e outras ações necessárias. Tudo deve estar previsto na conta da receita (entrada de \$), para depois ser gasto na lista de despesas (saída de \$).

9 ESTRATÉGIA DE ATENDIMENTO DE PRIMEIROS SOCORROS

- ◆ Quais são os riscos que os visitantes correm?
- ◆ Caso se machuquem, como cuidar deles?
- ◆ Como removê-los ou resgatá-los, em caso de necessidade?
- ◆ Há agentes de saúde nas comunidades?
- ◆ Como transportar os visitantes a um hospital?
- ◆ Quais as orientações gerais para os visitantes?

As comunidades são responsáveis pelos turistas – eles precisam chegar e deixar o território em segurança. Por isso, deve-se pensar em todos os possíveis riscos e propor ações para evitar acidentes e conflitos.

Neste item do plano, é importante escrever as ações necessárias em caso de acidentes. Saber a rota mais rápida para levar os visitantes a um hospital é fundamental.



Turista em praia do Rio Negro, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Ana Gabriela da Cruz Fontoura/Garupa)

Em geral, as operadoras de turismo parceiras já inserem no pacote um **seguro-viagem** que cobre custos com acidentes. Alguns seguros incluem também o resgate emergencial – e essa é uma questão crítica em TIs.

As comunidades têm que estar preparadas para dar assistência aos visitantes e, se necessário, removê-los do território. Da mesma forma, os indígenas envolvidos nas atividades devem ter práticas de segurança e se preparar para tornar os passeios seguros para eles e para os visitantes.



Passeio pelo igarapé, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Marcelo Monzillo/ISA)

10 MANUAL DE CONDUCTA E BOAS PRÁTICAS PARA VISITANTES E COMUNIDADES

- ◆ Quais são as regras de comportamento para os turistas e as comunidades que os recebem?

Aqui são descritas as regras de comportamento para os visitantes e as comunidades anfitriãs. Elas devem ser bem discutidas entre todos e esclarecidas para os turistas antes de sua chegada e durante a visita.



Recepção aos turistas na aldeia Santa Vitalina, Território Haliti-Paresi (Thalita Tomazetti/Garupa)

11 ESTRATÉGIA PARA IMPEDIR A ENTRADA DE BEBIDAS E DROGAS NAS COMUNIDADES INDÍGENAS

- ◆ Como as comunidades orientam e fiscalizam os turistas para que não levem bebidas e drogas?

Este item deve descrever como as comunidades orientam os turistas e monitoram para que eles não entrem nas TIs com bebidas e drogas.

Vista das Serras Guerreiras de Tapuruquara, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Ana Gabriela da Cruz Fontoura/Garupa)



12 ESTRATÉGIA DE GESTÃO DE RESÍDUOS

- ◆ O que fazer com o lixo produzido pelos turistas?
- ◆ Como serão feitas a limpeza e a manutenção dos banheiros?

Neste item do plano é preciso explicar como comunidades e parceiros realizam o controle e o manejo do lixo, bem como a manutenção dos banheiros durante a visita. Às vezes, são os visitantes, ao deixarem as TIs, que devem levar o lixo produzido. Isso tem de ser pensado e combinado antes, claro.

A escolha do formato e do local do banheiro é um ponto de atenção: além de ser seguro e próximo do alojamento, ele não pode contaminar a comunidade. Conversar com os representantes da saúde indígena, da universidade e de órgãos da prefeitura local é uma boa estratégia para evitar que as comunidades gastem dinheiro construindo banheiros inadequados ou que possam gerar problemas depois.



13 ESTRATÉGIA DE MONITORAMENTO DA ATIVIDADE DE VISITAÇÃO

- ◆ Como as comunidades irão acompanhar e controlar a visitação?

Este item deve descrever como as comunidades poderão avaliar a visitação. Nesse sentido, é importante criar um grupo que represente as famílias e comunidades envolvidas.

Alguns territórios têm associações, outros criam conselhos. De todo modo, é essencial desenvolver uma rotina de avaliação, prevendo reuniões comunitárias e assembleias para prestação de contas, adequações na vigilância e no monitoramento etc.

Considerando que o turismo nas comunidades traz dinheiro, é fundamental ainda que os gestores indígenas e parceiros desenvolvam uma agenda para orientação e apoio à melhor aplicação desse recurso.



Encontro sobre o projeto de turismo na aldeia Otyahaliti, Território Haliti-Paresi (Marcelo Monzillo/TNC)

14 ESTRATÉGIA DE CAPACITAÇÃO DOS PROPONENTES

◆ Como se capacitar para receber os visitantes?

Capacitações são muito importantes não apenas para aprender algo novo, mas também para organizar e combinar coletivamente sua melhor forma de fazer.

Neste item, é necessário que o plano detalhe quais capacitações a iniciativa já fez, quais pretende fazer e, se possível, de onde sairá o dinheiro para isso – recursos do próprio turismo, de parceiros ou de projetos. Segue uma lista de temas e funções importantes para promover a atividade turística nas TIs:



Artesanato das Serras Guerreiras de Tapuruquara, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Marcelo Monzillo/ISA)

- ◆ Condutores locais (conhecedores da cultura, guias, canoieiros);
- ◆ Preparação e manutenção de trilha com segurança e apoio para caminhadas;
- ◆ Hospedagem e banheiro;
- ◆ Alimentação e qualidade da água;
- ◆ Cuidados com o lixo;
- ◆ Primeiros socorros e resgate;
- ◆ Monitoramento e vigilância;
- ◆ Administração financeira.

As comunidades precisam estar preparadas para receber os turistas com segurança, tanto para eles como para quem mora no território. Portanto, no plano, é bom definir o que deve ser feito, quem é responsável por cada uma das ações (ou conjunto delas) e quais as datas de realização.

É muita coisa para pensar, certo? Vale lembrar que é como uma roça nova: dá trabalho, o terreno é novo, tem que abrir e limpar muito bem, escolher as plantas, cultivar e cuidar, para só depois colher.

Turismo exige dedicação. Não basta cuidar dos visitantes quando eles chegam, é preciso organizar o território antes e depois da visita.

Por isso é tão importante o coletivo. As pessoas precisam fazer rodízio e dividir as tarefas entre elas, para que ninguém seja sobrecarregado. Se a comunidade age organizadamente, mais chance tem de ser beneficiada.

- **E que ninguém se esqueça:** turismo indígena não é um negócio do cacique ou de poucas famílias, mas sim de TODA a comunidade. Sendo assim, todos precisam estar informados, participando e se beneficiando da atividade, mesmo que indiretamente.





Cachoeira do Formoso, na Aldeia Rio Formoso, Território Haliti-Paresi (Erik Lopes/TNC)

5

COMERCIALIZAÇÃO,
PARCERIAS E

PREÇOS



A comercialização de produtos e serviços do turismo indígena é um dos principais desafios para a consolidação dessa atividade, assim como das iniciativas de TBC em geral. Trata-se de uma área muito nova, mas de muito potencial, como mostra a crescente busca por experiências com comunidades e territórios indígenas – especialmente depois da pandemia.



Parcerias com agências ou operadoras que vendem os pacotes aos turistas são fundamentais para iniciar ou enriquecer a divulgação do turismo indígena e conquistar visitantes. Uma boa comunicação é essencial para atraí-los.

COMO SÃO AS VENDAS?



Foto: Freepik

Turistas compram roteiro em agência de viagens

Antes de viajar, o turista costuma procurar uma agência de viagens. Definido o destino, a agência oferece um conjunto de serviços que compõem o pacote de viagem (produto). Este costuma incluir todos os passeios, meios de transporte (avião, carro, barco ou bote), hospedagem e refeições. O turista paga um preço fechado.

FLUXO DE ATENDIMENTO E VENDAS



PRIMEIRO CONTATO DO VIAJANTE

WhatsApp, e-mail e Instagram



RESPOSTA AUTOMÁTICA

Envio de informações básicas do projeto + fôlder digital + link para página de pré-inscrição



CONVERSA COM O ATENDENTE

Entrevista para identificação do perfil do viajante + informações completas do projeto



VENDA

Envio de contrato, termo de responsabilidade individual, ficha de saúde e termo de conhecimento de riscos para preenchimento e assinatura + informações de pagamento



CONFERÊNCIA

Recebimento e conferência dos documentos assinados e do comprovante de pagamento



RECIBO E REGISTRO

COMO DEVE AGIR UMA EMPRESA PARCEIRA DA COMUNIDADE?



- ◆ Comunicar com clareza e frequência, realizando planejamento, prestação de contas e avaliações em fóruns coletivos, como as assembleias e reuniões comunitárias.



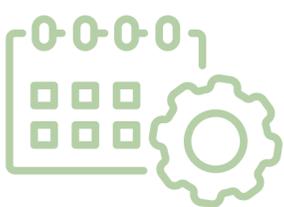
- ◆ Garantir para a comunidade o pagamento dos recursos comuns e outros relacionados à preparação e execução das visitas.



- ◆ Apresentar os valores de comercialização dos pacotes antes de cada temporada, informando possíveis alterações.



- ◆ Respeitar os valores acordados com a comunidade.



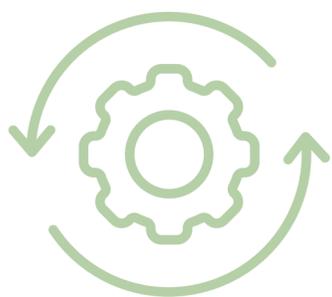
- ◆ Divulgar e promover os roteiros observando o manual de comunicação ou acordos e autorizações de uso de imagens da comunidade. A empresa deve respeitar o calendário combinado e informar com antecedência a confirmação dos grupos e visitas.



Indígena Haliti-Paresi da Aldeia Rio Formoso, Território Haliti-Paresi
(Marcelo Monzillo/TNC)



- ◆ Assessorar a comunidade indígena nos assuntos relativos à parceria e, se possível, colaborar com a gestão dos recursos financeiros.



- ◆ Garantir, em conjunto com a comunidade, o cumprimento do regulamento operacional das atividades previstas no Plano de Visitação e no manual de procedimentos de cada projeto.



- ◆ Desenvolver todas as atividades gerenciais requeridas pela operação: venda, promoção, logística, gestão e administração (e, de preferência, promover a formação dos indígenas e contribuir para o fortalecimento da autonomia na atividade).



- ◆ Apoiar as associações comunitárias no controle e na entrega da autorização de cada turista na TI.



- ◆ Elaborar o termo de compromisso individual e garantir a assinatura dos turistas e funcionários não indígenas envolvidos diretamente na operação, conforme determinação da Funai. O mesmo vale para o termo de responsabilidade dos parceiros.



Oficina sobre turismo na aldeia Sacre II, Território Haliti-Paresi (Giovanny Vera/OPAN)

COMO DEFINIR PREÇOS E REPARTIR OS BENEFÍCIOS?

Depois de acertado o roteiro, deve ser definido o preço de cada atividade (passeio, refeições, hospedagem), pensando tanto no valor unitário (para cada turista) quanto no valor para todo o grupo. Isso é importante para que a comunidade faça uma reflexão sobre a remuneração do trabalho dos indígenas.

Esse é o momento de discutir os valores de hospedagem e alimentação praticados na região, verificar o valor de diárias de trabalho nos municípios e olhar também para outras experiências de turismo como exemplo.

É importante estimar o tempo de trabalho e de dedicação durante a visita e nos preparativos. Por fim, assim como na comercialização de artesanato, é fundamental encontrar o preço justo para a oferta das atividades turísticas.



As TIs em geral são distantes e de difícil acesso para o visitante, por isso a viagem fica cara para ele. Assim, na hora de definir o preço, é muito importante saber:

- ◆ Quanto custa para o turista chegar à TI?
- ◆ Quanto custam seus passeios?
- ◆ Quantas pessoas devem compor um grupo mínimo de visitantes para que haja uma boa divisão das despesas entre eles?
- ◆ Quanto será gasto para acompanhar a atividade com segurança, vigiar o território e, mais tarde, reunir todos os envolvidos para avaliação e prestação de contas?
- ◆ Quanto pagar para quem trabalha na atividade?
- ◆ Como organizar as discussões para utilização da renda gerada e, com ela, melhorar a vida na comunidade?



Turistas conhecem o artesanato da aldeia Quatro Cachoeiras, Território Haliti-Paresi (Giovanny Vera/OPAN)



Artesanato do
Território Haliti-Paresi
(Giovanny Vera/OPAN)



A qualidade do serviço que será oferecido ao turista é muito importante. Também é fundamental proporcionar a ele algo que só encontrará ali, que é único e exclusivo daquele território.

Se as refeições, por exemplo, têm diversos tipos de peixe e muitas frutas, tudo bem-organizado, a comunidade pode até cobrar mais, pois isso é um verdadeiro privilégio para moradores das cidades.

Mas atenção: não dá para cobrar uma fortuna. O princípio é o do preço justo, que tem de valer para a comunidade e para o turista.



Além de saber os valores de alimentação, de hospedagem e de uma diária de trabalho na região, é interessante que a comunidade conheça os valores de outros roteiros comunitários. Cada região tem uma realidade diferente, distintos atrativos e formas de organização variadas. E isso vai ser colocado na balança pelo turista, que deve escolher esse ou aquele destino também em função do preço.

A comunicação clara e objetiva – para a comunidade e para visitantes e parceiros – é muito importante: com a informação organizada e o custo exato de cada item (transporte, passeios, alimentação etc.), é possível chegar ao preço final para cada visitante e informar como esse dinheiro será aplicado na comunidade.

Além do turista, todos da comunidade devem saber dos custos e de quanto o visitante paga, bem como de tudo que esse recurso traz ou trará para a comunidade.



Artesanato das Serras Guerreiras de Tapuruquara, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

Outro fator essencial é o tamanho dos grupos de visitantes. Experiências de turismo indígena mostram que é melhor receber grupos maiores durante o ano (de oito a doze pessoas) do que só uma ou duas pessoas por vez em várias visitas anuais. Veja as vantagens:

Para os turistas, o transporte é, em geral, o que mais encarece a viagem. Até chegar à comunidade, os visitantes precisam viajar de avião até a cidade mais próxima, depois tomar um barco ou um carro para o território. O ideal é que cada meio de transporte tenha ocupação máxima, assim essa despesa será dividida por mais pessoas, tornando a viagem mais barata para todos.

Para a comunidade, dá trabalho preparar-se para receber os visitantes. É preciso fazer mutirão para limpar trilhas, cuidar dos alojamentos e dividir o trabalho entre as famílias. Para as refeições, há que colher, fazer farinha, pescar, ajeitar a cozinha, preparar a comida e arrumar o local para servi-la. Melhor fazer tudo isso menos vezes.

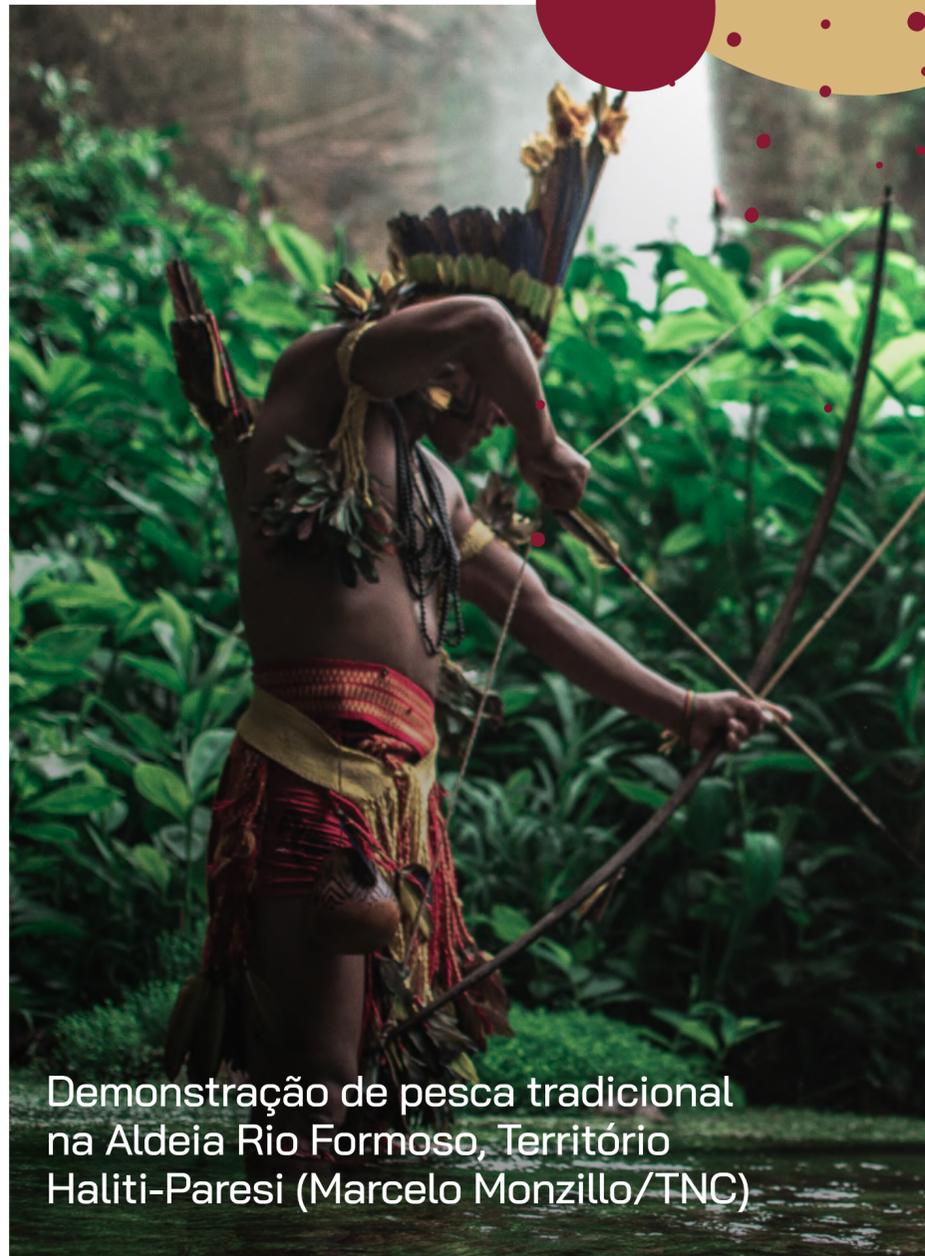


Fotos: Giovanni Vera/OPAN

As experiências mais elogiadas de turismo indígena são as das comunidades mais organizadas. Elas oferecem orientação para o visitante antes da viagem e também quando ele chega ao destino, mantendo-o sempre acompanhado por um guia que auxilia nas dúvidas. Essas comunidades se envolvem inteiramente na atividade e têm gosto por receber. Por isso, é sempre melhor se concentrar em poucas visitas: com muitas delas, trabalha-se sem parar, gerando custos de manutenção altos e resultados financeiros baixos.

Para entender essa conta, pense nos passeios de trilha na mata. A depender da dificuldade do caminho, vale ter dois condutores, um em cada ponta do grupo, protegendo-o. Esses condutores não apenas protegem os visitantes, mas também os orientam e dão explicações a eles, devendo ser remunerados por esse trabalho com uma diária justa previamente combinada.

Um exemplo: a comunidade combinou que cada condutor receberá 100 reais para guiar os visitantes pela trilha. Assim, para esses dois condutores, é preciso gerar 200 reais. Se apenas dois turistas fizerem a trilha, cada um gastará 100 reais, um valor muito alto que nem todo visitante pode pagar.



Demonstração de pesca tradicional na Aldeia Rio Formoso, Território Haliti-Paresi (Marcelo Monzillo/TNC)

EXEMPLO DE PRECIFICAÇÃO DE UM DIA DE PROGRAMAÇÃO NA ALDEIA

| ATIVIDADES DO DIA | PREÇO POR VISITANTE | QUANTIDADE DE VISITANTES | TOTAL |
|-----------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|
| Café da manhã | R\$ 15,00 | 5 | R\$ 75,00 |
| Atividade da manhã | R\$ 80,00 | 5 | R\$ 400,00 |
| Merenda | R\$ 10,00 | 5 | R\$ 50,00 |
| Almoço | R\$ 35,00 | 5 | R\$ 175,00 |
| Atividade da tarde | R\$ 60,00 | 5 | R\$ 300,00 |
| Jantar | R\$ 35,00 | 5 | R\$ 175,00 |
| Apresentação cultural | R\$ 100,00 | 5 | R\$ 500,00 |
| Pernoite em rede | R\$ 60,00 | 5 | R\$ 300,00 |
| Diária | R\$ 395,00 | | R\$ 1.975,00 |

É nesse momento que formar um grupo, ter mais visitantes na mesma viagem, torna-se estratégico.

É preciso juntar o preço atrativo para os visitantes com as expectativas de geração de renda para a comunidade. Assim, recebendo cinco ou seis pessoas, essa contajá fica muito melhor.

Os visitantes dividem as despesas dos passeios, pois podem chegar à aldeia juntos em um mesmo meio de transporte, o que alivia o custo do combustível. No exemplo dos dois condutores da trilha, cada turista no grupo de cinco pessoas pagaria 40 reais para chegar aos 200 reais dos guias (bem melhor que 100 reais!), um valor que torna a experiência possível, remunera corretamente quem participa e ainda gera recurso para manutenção e benefícios coletivos.

Em parceria com a TNC e a OPAN, a Garupa apoiou as aldeias Haliti-Paresi, no Mato Grosso, nesse exercício de construção de preço, considerando o trabalho das agências e da associação e a importância do comissionamento no pagamento desse serviço.



Atividade com dança tradicional na aldeia Wazare, Território Haliti-Paresi (Giovanny Vera/OPAN)

EXEMPLO DE CONSTRUÇÃO DE PREÇO DA PROGRAMAÇÃO NAS ALDEIAS

| | SERVIÇOS | VALOR POR PESSOA | VALOR POR GRUPO (10) | ALDEIA |
|-------------|--|-------------------|----------------------|-----------------------|
| Dia 2 - Sáb | Recepção aldeia + pulseira | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Mirante | R\$ 20,00 | R\$ 200,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Almoço | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Cabeçabol | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Merenda | R\$ 15,00 | R\$ 150,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Pintura corporal + trajes | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Jantar | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Dança | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 2 - Sáb | Pernoite | R\$ 60,00 | R\$ 600,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 3 - Dom | Café da manhã | R\$ 15,00 | R\$ 150,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 3 - Dom | Trilha cachoeira | R\$ 30,00 | R\$ 300,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 3 - Dom | Jantar | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 3 - Dom | Pernoite | R\$ 60,00 | R\$ 600,00 | Aldeia Rio Formoso |
| Dia 4 - Seg | Café da manhã | R\$ 15,00 | R\$ 150,00 | Aldeia Rio Formoso |
| | TOTAL ALDEIA RIO FORMOSO (por visitante) | R\$ 495,00 | | |
| Dia 3 - Dom | Almoço | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Santa Vitalina |
| Dia 3 - Dom | Piscina | R\$ 40,00 | R\$ 400,00 | Aldeia Santa Vitalina |
| Dia 3 - Dom | Merenda | R\$ 15,00 | R\$ 150,00 | Aldeia Santa Vitalina |
| | TOTAL ALDEIA SANTA VITALINA (por visitante) | R\$ 95,00 | | |

Exemplo de tabela de precificação desenvolvida para projeto de turismo indígena em parceria com OPAN e The Nature Conservancy nas TIs Utiariti e Rio Formoso/MT.

MODELO DE PLANILHA DE CUSTOS DE UMA VIAGEM

| SERVIÇOS (ROTEIRO 1) | | VALOR POR NÚMERO DE PARTICIPANTES | | | | |
|--|---|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| | Transfer Cuiabá - Tangará da Serra - aldeias - Cuiabá (Total: R\$ 12.750,00) | R\$ 1.593,75 | R\$ 1.416,67 | R\$ 1.275,00 | R\$ 1.159,09 | R\$ 1.062,50 |
| | Serviços aldeia Santa Vitalina (almoço, merenda e piscina natural) | R\$ 95,00 | R\$ 95,00 | R\$ 95,00 | R\$ 95,00 | R\$ 95,00 |
| | Serviços aldeia Rio Formoso (passeios, refeições, recepção, pernoites, pintura corporal, dança e jogos) | R\$ 495,00 | R\$ 495,00 | R\$ 495,00 | R\$ 495,00 | R\$ 495,00 |
| | Serviços aldeia Salto da Mulher (passeios, refeições, recepção, apresentação da aldeia, exposição de artesanato, fogueira, pernoite, pintura corporal, dança e jogos) | R\$ 600,00 | R\$ 600,00 | R\$ 600,00 | R\$ 600,00 | R\$ 600,00 |
| | Serviços aldeia Wazare (passeios, refeições, recepção, pernoite, pintura corporal, trajes e dança) | R\$ 520,00 | R\$ 520,00 | R\$ 520,00 | R\$ 520,00 | R\$ 520,00 |
| | Equipamentos: redes, cordas, mosquiteiros etc. | R\$ 200,00 | R\$ 200,00 | R\$ 200,00 | R\$ 200,00 | R\$ 200,00 |
| | Materiais de escritório: impressões, pincéis, pastas, canetas etc. | R\$ 62,50 | R\$ 55,56 | R\$ 50,00 | R\$ 45,45 | R\$ 41,67 |
| | Água: suportes e galões de água | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 | R\$ 30,00 |
| | Kit primeiros socorros | R\$ 75,00 | R\$ 66,67 | R\$ 60,00 | R\$ 54,55 | R\$ 50,00 |
| | Seguro-viagem para duas facilitadoras | R\$ 77,00 | R\$ 77,00 | R\$ 77,00 | R\$ 77,00 | R\$ 77,00 |
| | Despesas com motorista (hospedagem e alimentação) | R\$ 62,50 | R\$ 55,56 | R\$ 50,00 | R\$ 45,45 | R\$ 41,67 |
| | Despesas com facilitadoras (hospedagem e alimentação) | R\$ 50,00 | R\$ 44,44 | R\$ 40,00 | R\$ 36,36 | R\$ 33,33 |
| Quarto para uma pessoa | Hotel em Tangará da Serra (para participantes) | R\$ 150,00 | R\$ 150,00 | R\$ 150,00 | R\$ 150,00 | R\$ 150,00 |
| Preço SEM comissão de venda | | R\$ 4,011 | R\$ 3,806 | R\$ 3,642 | R\$ 3,508 | R\$ 3,396 |
| Preço COM comissão de venda* | Comissão (markup) de 3%, ou seja, divide-se o valor da viagem por 0,97 para chegar ao valor da venda. | R\$ 4,135 | R\$ 3,924 | R\$ 3,755 | R\$ 3,616 | R\$ 3,501 |
| Quarto para duas pessoas | Hotel em Tangará da Serra (para participantes) | R\$ 115,00 | R\$ 115,00 | R\$ 115,00 | R\$ 115,00 | R\$ 115,00 |
| Preço SEM comissão de venda | | R\$ 3,976 | R\$ 3,771 | R\$ 3,607 | R\$ 3,473 | R\$ 3,361 |
| Preço COM comissão de venda* | Comissão (markup) de 3%, ou seja, divide-se o valor da viagem por 0,97 para chegar ao valor da venda. | R\$ 4,099 | R\$ 3,888 | R\$ 3,719 | R\$ 3,580 | R\$ 3,465 |
| VALOR DE DOAÇÃO PARA FUNDO COMUNITÁRIO: | | R\$ 100,00 por pessoa | | | | |

Exemplo de tabela de precificação desenvolvida para projeto de turismo indígena em parceria com OPAN e The Nature Conservancy nas TIs Utiariti e Rio Formoso/MT.

* A comissão (markup) pode variar entre 10% e 25%. Como os cálculos acima tiveram como base uma expedição experimental, sem intermediários na venda, foi aplicada uma comissão de 3% de forma simbólica, apenas para o exercício da construção do valor.

Não existe uma receita pronta, mas há algumas providências muito úteis que valem a retomada: combinar antes quem faz o quê; definir quanto cada um da comunidade irá receber; saber quanto será separado para a manutenção das trilhas e dos alojamentos; e prever recursos para as reuniões de organização e avaliação, quando então serão prestadas contas e feitos repasses. Todos devem conversar bastante para definir o preço de cada item da atividade turística, de modo a satisfazer a comunidade e mostrar ao visitante que ele pagou um preço justo.

É preciso cuidado na escolha dos parceiros. Eles devem respeitar as decisões da comunidade e dividir os benefícios de forma justa. É fundamental que a comercialização seja concluída com o visitante bem-orientado e toda a documentação necessária preenchida.



Arara-azul, um dos símbolos da fauna do Território Haliti-Paresi (Marcelo Monzillo/TNC)

AS PRINCIPAIS FORMAS DE VENDA DOS SERVIÇOS TURÍSTICOS AOS VIAJANTES SÃO:

Oferta direta: quando a comunidade comercializa diretamente a viagem, sem contar com o suporte de empresas parceiras no processo. São os indígenas, portanto, que atuam na venda dos roteiros aos visitantes. É preciso ter condições, pessoas e estrutura para divulgar esses roteiros, tirar dúvidas, fazer inscrições, receber pagamentos, emitir recibos etc.

Oferta indireta: quando a comunidade conta com o apoio de parceiros comerciais e realiza a venda por meio de agências e operadoras de turismo. Em geral, esses parceiros já têm grande base de clientes, o que ajuda a tornar a comunidade mais conhecida pelo público.

Vale dizer que ter parcerias com agências e operadoras de turismo não impede que a comunidade também faça a oferta direta ao cliente final. Entretanto, isso demanda preparação e estrutura de comunicação, algo que pode ser muito difícil em algumas TIs. Quanto mais ofertas, mais chances de atingir os resultados desejados.



O **comissionamento** é uma prática comum do mercado de turismo. Quem oferece o serviço paga uma comissão – uma parte do que foi arrecadado – a seus parceiros. Esse valor precisa ser incluído no cálculo de orçamentos dos roteiros de turismo indígena.

Para definir o preço final de um pacote turístico para o viajante, é costume no setor que se faça um cálculo para incluir no valor a comissão de venda (chamada de *markup*) das agências e operadoras envolvidas na comercialização.

É quase como calcular um imposto – o que também deve ser considerado no preço do pacote.

O comum é que agências que vendem um pacote recebam de 10% a 15% de comissão por seu serviço. Para operadoras, que distribuem um pacote de turismo para as agências, 25% é a comissão padrão (veja como calcular na tabela abaixo).

Por que isso? Não é muito? Essa conta que as empresas fazem em cima do valor do roteiro é uma forma de remunerar todo o trabalho de divulgação, atendimento e venda, já que são meses de dedicação antes da viagem para conseguir confirmar os grupos.

CÁLCULO DE COMISSÃO

Para calcular a comissão dos parceiros, a conta é:

EXEMPLO PARA PACOTE NO VALOR DE R\$ 1.000

| PARA COMISSÃO DE | CÁLCULO | TOTAL A SER COBRADO DO VIAJANTE |
|------------------|------------------|---------------------------------|
| 10% | R\$ 1.000 ÷ 0,90 | R\$ 1.111,11 |
| 15% | R\$ 1.000 ÷ 0,85 | R\$ 1.176,47 |
| 25% | R\$ 1.000 ÷ 0,75 | R\$ 1.333,33 |

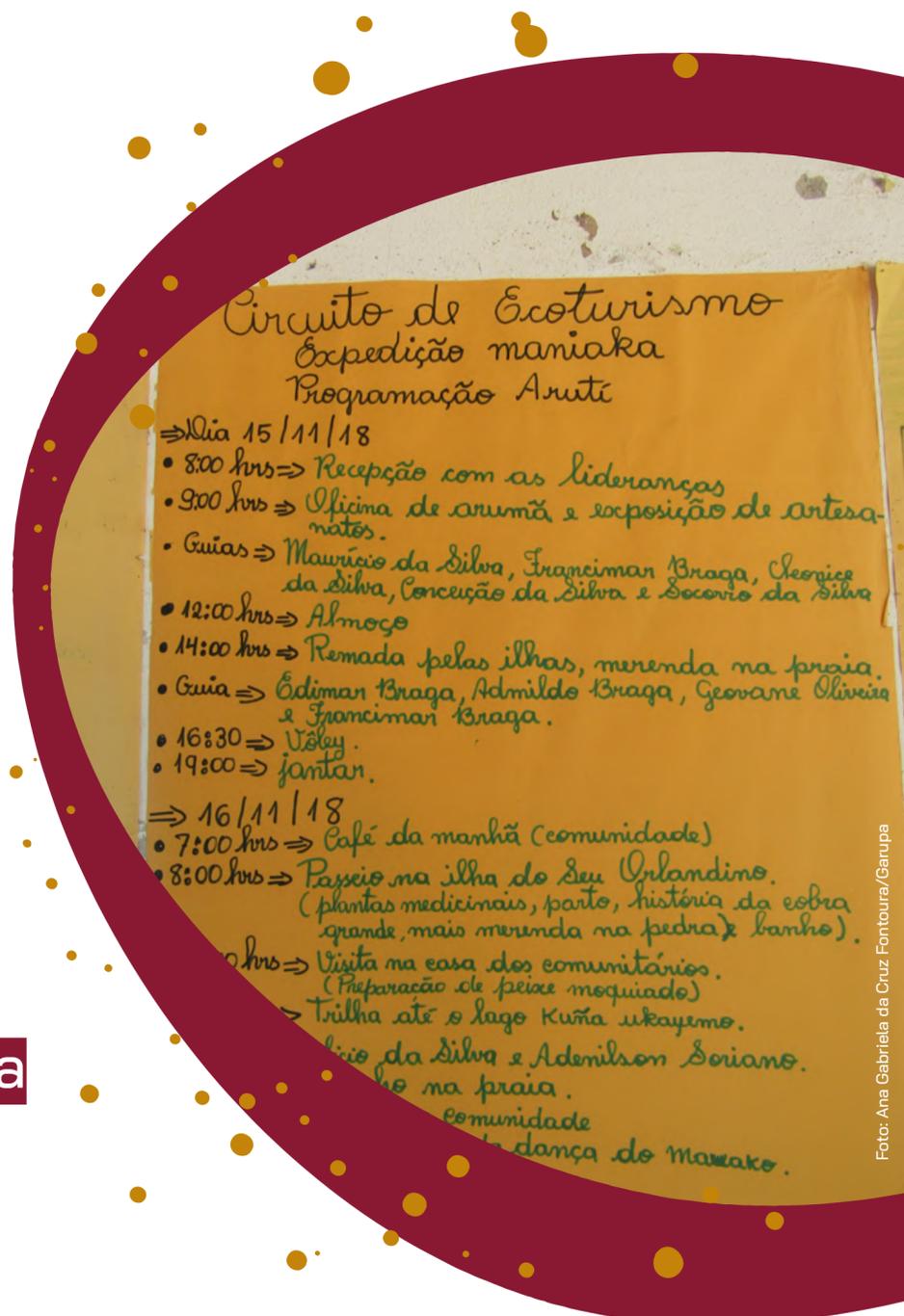
PEQUENO GUIA GARUPA DE COMUNICAÇÃO PARA O TURISMO EM TERRA INDÍGENA

Os materiais de comunicação de uma viagem são um PRIMEIRO CONTATO ENTRE MUNDOS. Eles comunicam a essência do lugar e despertam o desejo de comprar o roteiro. Não pule essa etapa: planeje a comunicação com cuidado, capricho e antecedência – pelo menos seis meses antes da viagem, para ter um bom tempo de divulgação.

BOA COMUNICAÇÃO PARA ESTRUTURAÇÃO

Já nas primeiras conversas com a comunidade, antes da decisão sobre receber ou não turistas, é importante que as organizações que atuam como parceiras técnicas do processo levem um material de comunicação adequado para informar e mediar as conversas.

Conteúdos para levar às aldeias: o que é essa modalidade de turismo, quais as condições para que aconteçam, quais seus benefícios e riscos. Sua apresentação deve ser bem didática e visual. Melhor ainda se estiver em materiais impressos, como cartazes grandes. Tudo deve ser acessível também a quem não domina bem a linguagem escrita ou o português.

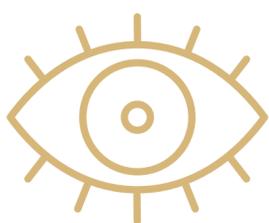


BOA COMUNICAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO

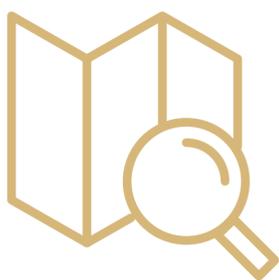
Peças para redes sociais ou WhatsApp, site, folheto, e-mail: tudo isso é material valioso para divulgar um roteiro de turismo indígena ao viajante. É fundamental que essa comunicação seja cuidadosa, respeitosa e acordada, linha a linha, imagem a imagem, com a comunidade. Isso significa ter:



Identidade visual, logotipos e cores que transmitam a essência do território e da cultura.



Cuidado extremo na escolha das imagens (melhor evitar crianças e nunca usar foto sem autorização do retratado ou retratista).



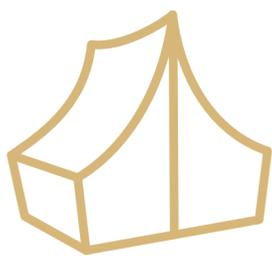
Conteúdos e termos coerentes com a respectiva realidade (a explicitação de aldeia ou comunidade, por exemplo, deve estar de acordo com o uso corrente dos anfitriões do território). São boa pedida brochuras ou roteiros dia a dia contendo não só atividades, datas e preços, mas também pré-requisitos e alertas para que o viajante compreenda como é a experiência, o território e a comunidade.



Operadoras e agências parceiras trabalhando com as mesmas peças de comunicação oficiais do roteiro (em geral, produzidas pela comunidade ou em parceria com ela).

BOA COMUNICAÇÃO PARA SELEÇÃO DE VIAJANTES

Quando começam a chegar as inscrições dos viajantes interessados, é importante que eles sejam contatados por uma pessoa bem-preparada – com experiência em atendimento de passageiros e em turismo indígena. Uma entrevista com cada viajante é essencial antes de confirmar a compra do roteiro. Nela será preciso:



Deixar claro o tipo de experiência que o espera – onde dormirá, como será o banheiro, o que haverá para pra comer, quantas e quais atividades ocorrerão por dia.



Detectar se aquela pessoa está apta àquele roteiro – algumas restrições de saúde, alimentação, condicionamento físico e habilidades (pessoas que não sabem nadar, por exemplo) podem ser limitantes para viajar sem se colocar em risco.

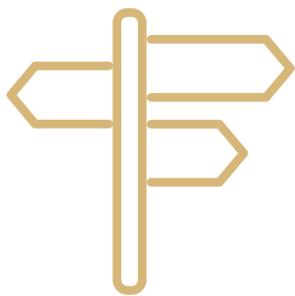


Orientar sobre plano de gestão de risco do roteiro, regras de convívio no território e documentação exigida.

BOA COMUNICAÇÃO PARA O MOMENTO DA VIAGEM

É importante preparar um Guia do Viajante para que o grupo de turistas leia antes da viagem e possa consultar durante a experiência.

Não é possível praticar um turismo consciente sem estar bem-informado sobre o lugar que se visita.



O guia é um material mais completo

contendo aspectos culturais, históricos, étnicos, ambientais e territoriais da TI a ser visitada. Inclui regras da comunidade, registrando o que pode ou não ser feito, o que é esperado em certos momentos da rotina ou nas cerimônias, além de lista do que levar na mala e outros preparativos para a viagem.



Passeio no Rio Negro,
Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II
(Paula Arantes/Garupa)

BOA COMUNICAÇÃO PARA O PÓS-VIAGEM

Pode ser valioso deixar um canal aberto de contato entre comunidade e viajantes. Que canal será esse é também uma decisão da comunidade. De todo modo, depois da viagem, é bacana ter uma maneira de coletar e organizar as percepções dos visitantes sobre a experiência – seja via formulário de pesquisa de satisfação na internet ou enquetes em grupos de WhatsApp, por exemplo. Desse modo, a comunidade pode propor ajustes ou melhorias nos roteiros e compreender melhor qual é o público-alvo ideal – o tipo de viajante que mais valoriza as atividades propostas e convive bem no território.



AS PALAVRAS TÊM PODER!

A todo momento deve estar claro para os viajantes que se trata de um encontro respeitoso e horizontal entre culturas. Os turistas não devem ser abordados, de forma alguma, com uma linguagem assistencialista ou colonialista que os leve a comprar o roteiro motivados a ajudar os indígenas, fazer caridade ou “levar conhecimento”. Turismo responsável e de base comunitária é sempre uma troca de vivências enriquecedora para ambos os lados. Todos dão e todos recebem algo valioso a cada encontro – quando há respeito.

Vista da região das Serras
Guerreiras de Tapuruquara, Terras
Indígenas Médio Rio Negro I e II
(Marcelo Monzillo/ISA)



6

**MODOS DE FAZER: INOVAÇÃO
E SUSTENTABILIDADE NO
TURISMO INDÍGENA DO**

RIO NEGRO



O dia a dia dos indígenas é atração nas Serras Guerreiras de Tapuruquara, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

Comunidades da região do Médio Rio Negro são pioneiras em desenvolver o turismo responsável em TIs de modo organizado e seguro para todos – comunidades e visitantes. Essas experiências foram importantes para consolidar a instrução normativa da Funai que hoje regulamenta o turismo indígena.

Curiosamente, o turismo nunca foi o objetivo principal dessas comunidades. Desde a década de 1990, há registros de invasões nas TIs, principalmente para a visitação das serras e a prática da pesca esportiva. A exploração era feita por pessoas de fora da comunidade, que ficavam com todo o ganho e deixavam impactos negativos nos territórios.



Foto: Giovanny Vera/OPAN

Os projetos de turismo indígena foram desenvolvidos com apoio da **Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro (FOIRN)** e seus parceiros, em especial o Instituto Socioambiental (ISA), sempre com acompanhamento e monitoramento da Funai, do Ibama e do ICMBio.

Foram realizados estudos e oficinas para que as comunidades pudessem se informar e elaborar o projeto coletivo que desejavam, atendendo aos objetivos e às prioridades dos indígenas e dos PGTA dos territórios.

A Associação Garupa tornou-se parceira na formatação do roteiro Serras Guerreiras de Tapuruquara. No manual a seguir, veja exemplo de como as comunidades ligadas à ACIR (Associação das Comunidades Indígenas e Ribeirinhas) organizam as responsabilidades antes, durante e depois da visita.



Praia do Rio Negro,
Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II
(Paula Arantes/Garupa)

MANUAL DE PROCEDIMENTOS

COMUNIDADES LIGADAS À ACIR



OPERADOR FINANCEIRO

Divulga e vende,
fecha grupo, envia e
recebe documentos



ACIR COORDENADOR DAS SERRAS GUERREIRAS

Apoia organização
comunitária, reformas
e preparação da
temporada



COMUNIDADES

COORDENADOR DE
TURISMO DE CADA
COMUNIDADE

Organiza com as
famílias a produção da
roça, o artesanato, a
tabela de preços e a
confeção de canoas

1 MÊS ANTES DA VISITAÇÃO



Confirma o grupo
e as compras
necessárias com
a ACIR



Contrata serviços
externos



Organiza com as
comunidades as
atividades e famílias
participantes e confere
infraestrutura



Faz orçamento da
logística e reservas
com fornecedores
nas cidades



Define as famílias
envolvidas e orienta
sobre a programação
do grupo



Combina a
preparação de
espaços e trilhas

MANUAL DE PROCEDIMENTOS



**OPERADOR
FINANCEIRO**



ACIR

COORDENADOR DAS
SERRAS GUERREIRAS



COMUNIDADES

COORDENADOR DE
TURISMO DE CADA
COMUNIDADE

15 DIAS ANTES DA VISITAÇÃO



Envia para o Coordenador das Serras Guerreiras documentos e informações dos visitantes e da equipe envolvida



Recebe documentação dos viajantes e do operador para autorização de ingresso na TI junto à Funai



Organiza o rodizio com as famílias e aplica os protocolos: monitoramento de casos e vacinação

1 SEMANA ANTES DA VISITAÇÃO



Realiza compras locais e contrata fornecedores



Transfere os recursos coletivos para a conta da ACIR



Retira as compras locais e distribui nas comunidades



Confirma reservas de van, hotel e refeição nas cidades



Confere plano de emergência e protocolos vigentes (hospital, farmácia e agentes comunitários de saúde)



Sistematiza limpeza e ornamentação da comunidade, espaços de visitação e distribuição de insumos

MANUAL DE PROCEDIMENTOS



**OPERADOR
FINANCEIRO**



ACIR

COORDENADOR DAS
SERRAS GUERREIRAS



COMUNIDADES

COORDENADOR DE
TURISMO DE CADA
COMUNIDADE

DURANTE A VISITAÇÃO



Confere a programação junto com a ACIR e os coordenadores de cada comunidade



Cuida das necessidades do grupo e dos horários e apoia a comunicação entre turistas e comunidades



Realiza pagamento das famílias com acompanhamento da ACIR e do coordenador de turismo da comunidade



Confere com o coordenador de turismo de cada comunidade programação, equipe de colaboradores e ajustes necessários. Apoia registro de vendas



Contextualiza o território e o projeto



Coordena logística e divisão de grupos e bagagens nos botes



Coordena a programação com as famílias e os espaços preparados para atividades e pernoite



Orienta o grupo sobre a programação e os horários



Organiza os recibos do pagamento das famílias

MANUAL DE PROCEDIMENTOS



**OPERADOR
FINANCEIRO**



ACIR

COORDENADOR DAS
SERRAS GUERREIRAS



COMUNIDADES

COORDENADOR DE
TURISMO DE CADA
COMUNIDADE

DEPOIS DA VISITAÇÃO



Envia e-mail de agradecimento aos viajantes com link para preenchimento do formulário de avaliação



Produz e entrega relatórios de avaliação e prestação de contas



Realiza a avaliação da expedição para levantamento de ajustes necessários



**APÓS A ÚLTIMA VISITA
DA TEMPORADA:**

Prepara Oficina de Avaliação: manutenção da infraestrutura (como hospedagem e trilhas), ajustes nos roteiros, distribuição das atividades nas comunidades, melhorias indicadas pelos viajantes, prestação de contas e investimentos coletivos



Realiza a avaliação da expedição e repassa para a ACIR



Acompanha a prestação de contas e discute repasse do recurso coletivo



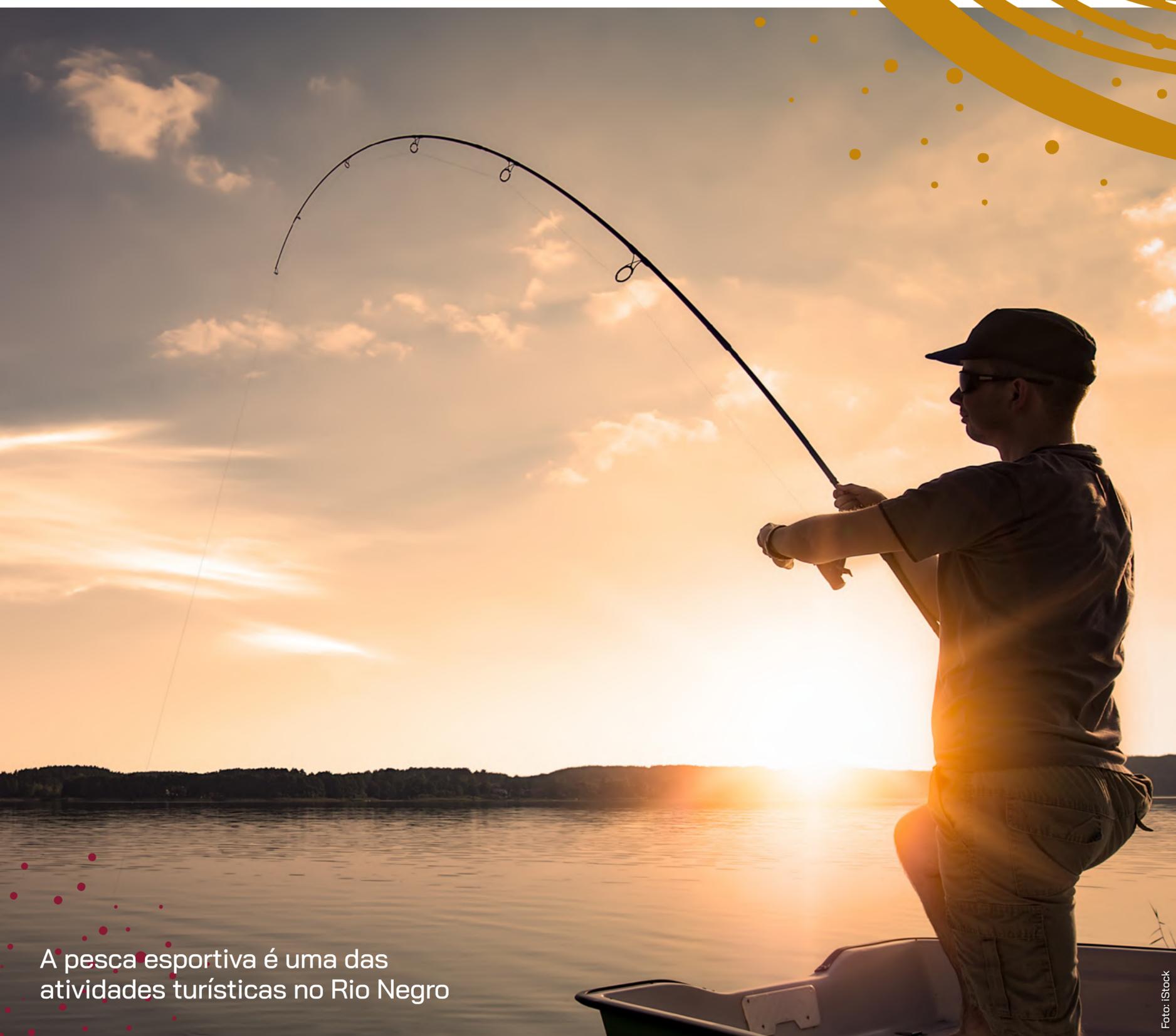
Responde ao questionário de avaliação anual das expedições

A person wearing a blue jacket and a cap is fishing in a river. The background is a blurred natural setting. At the bottom of the page, there is a large, stylized yellow graphic that resembles a river or a series of curved lines. The text is overlaid on the upper part of the image.

PESCA ESPORTIVA

INDÍGENA NO RIO NEGRO

Em 2013, a Associação das Comunidades Indígenas do Baixo Rio Negro (ACIBRN) passou a liderar o turismo de pesca em seu território. Do diálogo com Funai, Ibama, ISA e Exército surgiram um diagnóstico da atividade pesqueira, planos de manejo, oficinas sobre pesca esportiva e estudos socioambientais e sobre vigilância.



A pesca esportiva é uma das atividades turísticas no Rio Negro



PLANO DE MANEJO DA PESCA

Antes de organizar o turismo de pesca esportiva, é preciso discutir um plano de manejo da pesca. O documento informa quais atividades podem ser realizadas, de que maneira e em que locais. Devem ser registrados os lugares importantes para pesca da comunidade, além dos locais considerados sagrados, das áreas de reprodução e de outros pontos que devem permanecer inacessíveis aos visitantes.

- ◆ Quais são as áreas de pesca?
- ◆ Onde os visitantes não devem e não podem entrar?
- ◆ Quais áreas a comunidade quer reservar para os peixes se recuperarem?
- ◆ Quais são os lugares sagrados para a comunidade e proibidos, portanto, para os visitantes?
- ◆ Entre os moradores da comunidade, quais são as regras que todos devem respeitar?
- ◆ Quais áreas poderão ser usadas para a comunidade pescar o peixe destinado à venda?
- ◆ Quais são as áreas para pesca a fim de abastecer festas e cerimônias? Quais as quantidades máximas em cada caso?

As regras devem ser discutidas e acordadas com toda a comunidade. **Sem união e um bom plano de manejo, pode haver problema nas pescarias tanto das famílias quanto dos turistas.**

A partir dos resultados das discussões do plano de manejo, foram definidas as áreas de pesca e os limites da atividade; também foram estabelecidos os critérios para a escolha de empresas parceiras e o formato para a coordenação e o monitoramento da iniciativa, com a criação de um Conselho Gestor da Pesca.

Veja o [Termo de Referência para seleção de parceiros para a pesca esportiva no Rio Marié](#)



Esse trabalho cuidadoso inspirou outras associações do Rio Negro a assumirem o ordenamento da pesca e do turismo. Em 2017, a Associação das Comunidades Indígenas do Médio Rio Negro (ACIMRN) estruturou três novos projetos de turismo de pesca esportiva nas TIs Uneuixi e Jurubaxi-Téa.

NA PRÓXIMA PÁGINA:

Confira o mapa de **ORDENAMENTO DO TURISMO DE PESCA ESPORTIVA NAS TERRAS INDÍGENAS DE SANTA ISABEL DO RIO NEGRO, AMAZONAS**. As legendas do mapa estão abaixo.

ÁREAS PROTEGIDAS

 Terras Indígenas

Unidades de conservação:

 Federal

 Estadual

 Municipal

 Áreas ordenadas para a pesca esportiva nas Terras Indígenas



Áreas de preservação e manejo: proibidas para pesca



Áreas proibidas para a pesca esportiva e comercial



Postos de vigilância

As Terras Indígenas estão protegidas legalmente e a pesca realizada nessas áreas, sem observar os direitos indígenas e ambientais, é crime, como dispõe o Art. 34 da Lei de Crimes Ambientais (Lei nº 9.650/1998)

ORDENAMENTO DO TURISMO DE PESCA ESPORTIVA NAS TERRAS INDÍGENAS DE SANTA ISABEL DO RIO NEGRO, AMAZONAS

LIMITES E SEDES

----- Municípios



Sede municipal



Comunidades



Sítios

50 km



fontes: Base cartográfica IBGE: Limites Políticos, Sedes (unificada 250 mil - ISA), Hidrografia (unificada 100 mil - ISA); Áreas Protegidas (ISA 100 mil), Mapeamentos de lugares importantes, Comunidades e Sítios (ISA/FOIRN e ICMBio - 2017), Relevo (<https://www.cnpqm.embrapa.br/projetos/relevoibr/download/>). Projeção SIRGAS, 2000.

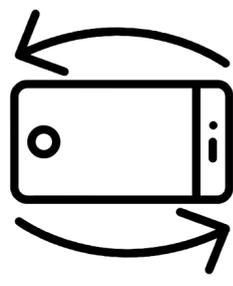
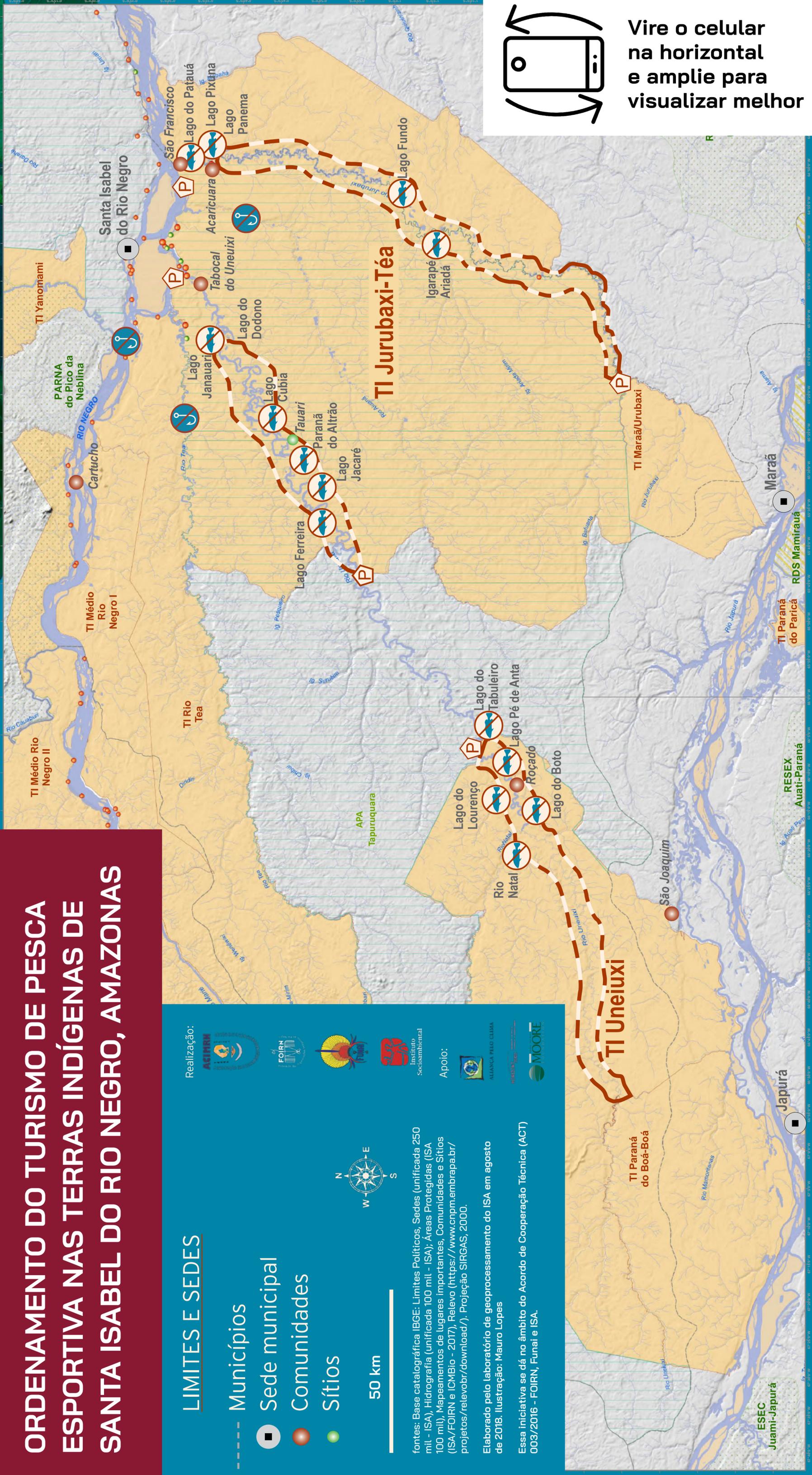
Elaborado pelo laboratório de geoprocessamento do ISA em agosto de 2018. Ilustração: Mauro Lopes

Essa iniciativa se dá no âmbito do Acordo de Cooperação Técnica (ACT) 003/2016 - FOIRN, Funai e ISA.

Realização:



Apoio:



Vire o celular na horizontal e amplie para visualizar melhor



ESTUDOS AMBIENTAIS

O Ibama tem condições de dizer quantos turistas podem pescar nos rios das TIs a cada temporada. Os estudos feitos pelo órgão revelam se os rios estão saudáveis, se os peixes vivem bem, e ainda incluem o mapeamento das áreas para a atividade e seu manejo. Ou seja: indicam se um projeto de pesca esportiva é viável em determinado território. Para isso, pesquisadores do instituto e monitores indígenas percorrem toda a área do futuro projeto por cerca de oito dias. Todo peixe pescado é medido, pesado e devolvido ao rio, e tudo é anotado para posterior avaliação. Os resultados são apresentados para as comunidades discutirem coletivamente.

Os contratos com as operadoras de pesca devem ser elaborados com cuidado, garantindo que os recursos do turismo sejam suficientes para **viabilizar o funcionamento da gestão comunitária, estruturar a comunicação e o transporte entre as comunidades, implementar a vigilância, realizar o estudo ambiental e as capacitações.**

Tudo isso faz parte das despesas da atividade, assim como os custos de barco-hotel, combustível, alimentação, avião e salários dos guias profissionais de pesca (não indígenas) e dos indígenas que trabalham diretamente na atividade.



Tucunaré gigante no Rio Marié,
Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II
(Dani Bayer/Untamed Angling - Rio Marié)

Quando se fala de TBC, é importante olhar para essa especificidade também na formação dos preços, de modo a equilibrar o lucro comunitário e o lucro da operadora parceira. Nesse tipo de turismo, é possível cobrar um valor mais alto que vai cobrir tudo o que é necessário.

Curiosidade: o recorde mundial de pesca do tucunaré foi registrado no Rio Marié, que passou a ser conhecido como Rio de Gigantes.

Por fim, a conta feita pelas comunidades permitiu definir que, além de todas as despesas do pacote de viagem, cada turista pagaria uma taxa de 10% sobre o valor do pacote de pesca. Foi possível, assim, estabelecer o valor do lucro comunitário e a criação de um fundo para a gestão da associação e as melhorias de infraestrutura e equipamentos das comunidades.

ETAPAS DO PROCESSO



- ◆ **Consulta:** diversas reuniões nas comunidades envolvidas para informação e entendimento da atividade, assegurando participação coletiva na tomada de decisão



- ◆ **Oficinas:** encontros para discussão do plano de manejo e definição de regras para a atividade, participação e gestão compartilhada, além de monitoramento e vigilância



- ◆ **Estudos de impacto socioambiental:** levantamento dos estoques pesqueiros e das dinâmicas tradicionais de pesca para avaliar a viabilidade da pesca esportiva



- ◆ **Termos de referência:** elaboração de critérios e regras para a seleção de parceiros afinados com o TBC e com a divisão justa de ganhos



- ◆ **Operação e avaliação:** compromisso mútuo de monitoramento e fiscalização por parte dos indígenas durante a temporada e para a realização de reuniões de avaliação e prestação de contas



SERRAS GUERREIRAS

DE TAPURUQUARA

Ainda em 2014, a Associação das Comunidades Indígenas e Ribeirinhas (ACIR) iniciou a discussão de um projeto de turismo.

A diretoria da associação, formada por jovens professores indígenas, havia conhecido experiências de ecoturismo em aulas e considerado que esse tipo de turismo fazia sentido, especialmente por envolver os jovens que deixavam a aldeia a fim de procurar emprego na cidade e ficavam incapacitados para tarefas fundamentais nas TIs, como fazer um roçado.

Com apoio da FOIRN, da Associação Garupa e do ISA, foram discutidas possibilidades de roteiros nas comunidades e, entre 2017 e 2019, realizadas as expedições experimentais.

Hoje, a iniciativa de turismo indígena **Serras Guerreiras de Tapuruquara** tem dois roteiros que contemplam práticas culturais e experiências amazônicas conduzidas pelos povos das TIs Médio Rio Negro I e Médio Rio Negro II. Os atrativos principais são os conhecimentos tradicionais associados à alimentação e ao território (visita às serras, passeios de canoa, trilhas).



Foto: Paula Arantes/Garupa



Os roteiros permitem ainda aos visitantes se conectarem de alguma forma com a Amazônia, uma vez que os recursos gerados são repartidos coletivamente. Para uma experiência completa de imersão, foram desenhados roteiros de oito a dez dias com grupos de até doze pessoas e uma diversidade de atrativos, o suficiente para vivenciar a dimensão das relações entre as etnias, as comunidades e o próprio território.

Os pacotes turísticos incluem transporte aéreo dentro do Amazonas, combustível, refeições, passeios, pilotos, hospedagem e seguro-viagem. A inscrição dos visitantes se dá pela internet, em formulário que serve de base para a triagem dos interessados. Os operadores parceiros são responsáveis por toda a preparação do viajante e pela compra de passagens



Turistas tomam banho no Rio Negro, Terras Indígenas Médio Rio Negro I e II (Paula Arantes/Garupa)

aéreas e dos insumos necessários para a viagem (combustível, aluguel de voadeiras, reserva de hospedagem nas cidades até chegar às comunidades etc.). No início do ano, as comunidades definem o calendário turístico. Começa, então, a divulgação dessas datas no website do projeto e nas mídias sociais.

Para a elaboração do plano de negócios, foram levantados todos os custos da operação, incluindo a previsão de um fundo de estruturação e manutenção do projeto, bem como as comissões das operadoras e agências de turismo que efetivam e comercializam a atividade. No caso de venda direta, sem a participação de agências, o percentual previsto para a comissão torna-se recurso para a comunidade. O preço final dos roteiros é o resultado da soma de despesas e valores fundamentais para remunerar o trabalho da gestão comunitária e de seus parceiros.



Praia do Rio Negro,
Terras Indígenas
Médio Rio Negro I e II
(Paula Arantes/Garupa)

A ACIR atua como uma operadora local e coordenadora das atividades, proporcionando a manutenção do projeto.

Salto Belo, na aldeia Sacre II, Território Haliti-Paresi
(Marcelo Monzillo/TNC)



7

LIÇÕES E CAMINHOS PARA O

TURISMO INDÍGENA

NESTA PUBLICAÇÃO, APRESENTAMOS
ALGUNS CAMINHOS PARA O
DESENVOLVIMENTO DE INICIATIVAS
DE TURISMO INDÍGENA. COMO
SE VÊ, HÁ BASTANTE TRABALHO
A SER FEITO.



Hatis, as casas tradicionais Haliti-Paresi, Território Haliti-Paresi (Giovanny Vera/OPAN)

A estruturação e a consolidação de projetos de TBC envolvem diálogo, estabelecimento de parcerias, apoio técnico e financeiro, entre outras tarefas.

Veja abaixo um resumo das lições aprendidas e alguns pontos importantes de atenção.



Propósitos da comunidade e avaliação de potencial:

antes de tudo, a comunidade precisa entender como quer se beneficiar do turismo. Além do desejo de realizar essa atividade, é necessário ter vocação e atrativos interessantes para determinados perfis de turistas. Identificar esses potenciais e saber como explorá-los é o primeiro passo.



Organização: uma vez conhecido o desejo da comunidade e identificado o potencial turístico do território, começa a organização para o trabalho. A decisão conjunta das comunidades pela realização da atividade turística deve garantir a criação de grupos e espaços de decisão representativos do povo e do território, para que a gestão do empreendimento esteja alinhada com a governança e os objetivos da gestão territorial e ambiental. A atividade pode contribuir para a proteção do território por meio do monitoramento e da fiscalização da área. Se alguma coisa não estiver indo bem, a comunidade sabe que pode se dirigir à associação, ou ao grupo ligado às atividades, para reclamar ou sugerir melhorias.



Avaliação de riscos e segurança: um projeto organizado, no qual as comunidades e a associação sabem como, quando e de que forma ocorrem as visitas, traz segurança para todos. Se existir empresa ou organização parceira, é preciso formalizar em contrato as responsabilidades, os valores, o que pode e o que não pode ser feito e a maneira como a comunidade irá receber e investir os recursos financeiros.



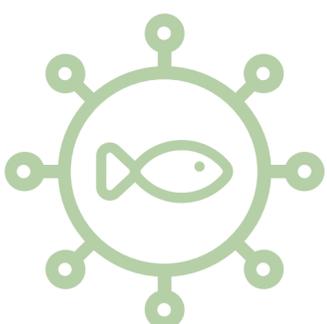
Sustentabilidade e repartição

de benefícios: as comunidades envolvidas se beneficiam de acordo com sua participação nos projetos. O pagamento das pessoas que participam diretamente das atividades deve ser discutido antes e as decisões devem buscar o equilíbrio entre o volume e o tipo de visitantes e os resultados esperados – o famoso plano de negócios. Os recursos gerados também devem ser direcionados para manutenção e fundo coletivo, com vistas a desenvolver a comunidade e melhorar a vida de todas as famílias. Uma renda adicional pode vir ainda da venda de produtos e artesanato.



Fortalecimento institucional:

a atividade de turismo realizada de forma organizada e controlada fortalece a associação que zela pelos direitos e interesses das comunidades. A renda gerada contribui também para promover outras atividades que beneficiam todos no território.



Benefícios indiretos: comunidades ou pessoas que não participam diretamente da atividade de turismo também podem se beneficiar do monitoramento e da fiscalização da



área. Elas passam a ficar informadas sobre o que acontece na sua própria comunidade e nas vizinhas. Outro ponto positivo é o estabelecimento de planos de manejo e regras de uso dos recursos e do território para a visitação, além do plano de investimentos dos recursos do fundo coletivo.



Comunicação: a conversa e o diálogo são fundamentais e precisam se dar tanto internamente, entre as comunidades, sempre buscando entendimento e transparência, como externamente, integrando os vários parceiros e possíveis visitantes.

O momento de avaliação e prestação de contas permite organizar os resultados e pensar, por exemplo, como eles serão comunicados. Tanto para visitantes quanto para empresas que vierem a ser parceiras, informar claramente os impactos positivos do turismo indígena é um grande incentivo para a ampliação dos projetos. A visibilidade e o reconhecimento do sucesso do empreendimento podem tornar a iniciativa perene e sustentável por muitos anos.

SOBRE AS AUTORAS

Camila Sobral Barra é mestre em Antropologia Social pela Unicamp, fundadora da Negócios Comunitários e especialista em promover arranjos para o bem viver. Atua na Amazônia desde 2008, trabalhando em parceria com organizações indígenas e comunidades locais na promoção do diálogo com gestores públicos e setor privado para o desenvolvimento de soluções em sustentabilidade. Há 10 anos dedica-se à cocriação de iniciativas de turismo indígena e de base comunitária a partir de modelos de negócio de impacto social para a governança comunitária de territórios ancestrais em diferentes biomas. Foi colaboradora da Garupa de 2019 a 2022 em iniciativas por AM, AP, MT, PA e SP.

Ana Gabriela da Cruz Fontoura, natural de Belém, Pará, é turismóloga graduada pela UFPA, especialista em Estudos Ambientais pela PUC-Minas e mestranda em Desenvolvimento Local pela Università degli Studi di Padova, Itália. É diretora da Estação Gaboraba, operadora de ecoturismo de base comunitária na Amazônia fundada em 2007, e tem mais de 15 anos de expertise em facilitação de processos participativos e turismo de base comunitária (TBC). Atua na Garupa na estruturação de novos projetos de TBC e turismo indígena.

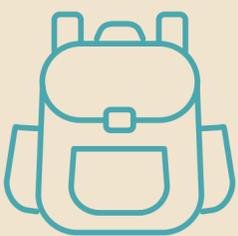
Thaissa Sobreiro é consultora independente com 20 anos de experiência trabalhando em projetos comunitários de gestão territorial, pesquisas sobre uso de recursos naturais e territorialidade por populações tradicionais e direitos dos povos indígenas. Atuou como assessora do Instituto Socioambiental (ISA) no Programa Rio Negro entre 2016 e 2019, apoiando iniciativas de turismo indígena de base comunitária no Médio Rio Negro – Amazonas. É doutora em Ecologia Interdisciplinar com ênfase em Conservação e Desenvolvimento Tropical pela Universidade da Flórida (EUA), especialista em Manejo Colaborativo de Sistemas Socioecológicos Complexos da Amazônia Brasileira pela Universidade do Estado de Mato Grosso e mestre em Ecologia de Água Doce e Pesca pelo Instituto de Pesquisas da Amazônia.

CONSTRUINDO JUNTOS UM TURISMO

DIVERSO, INCLUSIVO E RESPONSÁVEL

A Garupa se dedica, desde 2013,
a fortalecer o turismo responsável do Brasil.

CONECTAMOS



VIAJANTES

que buscam experiências
autênticas



COMUNIDADES,

empreendedores e
organizações que fazem
o turismo responsável
acontecer



GESTORES PÚBLICOS E EMPRESAS

do turismo que,
sensibilizados pela causa,
querem fazer diferente

COMO FAZEMOS



TRABALHANDO JUNTO

- Estruturação de roteiros de turismo sustentável
- Planos de negócios para gestão comunitária e modelos de repartição de benefícios
- Fóruns de diálogo e articulação entre diferentes atores



COMPARTILHANDO RESULTADOS

- Expedições experimentais e metodologias participativas
- Publicações de referência e materiais educativos
- Cursos, treinamentos e oficinas de cocriação



TRAZENDO MAIS GENTE PARA A CAUSA

- Guia Garupa do Brasil Autêntico
- Conteúdo em redes sociais, palestras, *lives*, *podcasts*
- Estratégias de comunicação para destinos e roteiros

A COMUNICAÇÃO PODE MUDAR O JOGO

quando o tema é turismo responsável

Por isso, temos em nosso site um guia com 40 viagens desse tipo no Brasil. Para todo mundo saber que essas opções existem e são incríveis!

Escolha seu destino no GUIA GARUPA DO BRASIL AUTÊNTICO

O guia de quem ama viajar de um jeito mais intenso e positivo. Pode chamar de turismo sustentável, do bem, responsável, consciente.

Comunidades
quilombolas,
turismo indígena

Experiências para
explorar o Brasil
de Norte a Sul

Observação
de fauna, vida
selvagem

Pousadas
domiciliares,
refúgios cheios
de charme

Cozinha tradicional,
arte e cultura
autênticas

Passeios a pé, de bike,
de barco, de trem

garupa.org.br/guia-garupa 

VIAJAR PODE FAZER MAIS. PELAS PESSOAS. PELOS LUGARES.



garupa.org.br