



Março 2026
www.cnc.org.br

TURISMO
**CENÁRIOS
EM DEBATE**

Turismo responsável

Parceiro  INSTITUTO
AUPABA



TURISMO
**CENÁRIOS
EM DEBATE**

Turismo responsável



Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo – CNC

Turismo – Cenários em debate: Turismo responsável | 2026

Presidente: José Roberto Tadros

Vice-presidentes: 1º – Abram Abe Szajman, 2º – Luiz Carlos Bohn, 3º – Francisco Valdeci de Sousa Cavalcante, Darci Piana, Edison Ferreira de Araújo, José Aparecido da Costa Freire, José Marconi Medeiros de Souza, José Wenceslau de Souza Júnior, Marcelo Baiocchi Carneiro, Raniery Araújo Coelho e Sebastião de Oliveira Campos

Vice-presidente Administrativo: Antonio Florencio de Queiroz Junior

Vice-presidente Financeiro: Leandro Domingos Teixeira Pinto

Diretores: Abel Gomes da Rocha Filho, Aderson Santos da Frota, Alexandre Sampaio de Abreu, Ari Faria Bittencourt, Armando Vergílio dos Santos Júnior, Hélio Dagnoni, Idalberto Luiz Moro, Itelvino Pisoni, Ivo Dall'Acqua Júnior, José Lino Sepulcri, Kelsor Gonçalves Fernandes, Marcos Antônio Carneiro Lameira, Maurício Aragão Feijó, Maurício Cavalcante Filizola, Nadim Elias Donato Filho, Nilo Italo Zampieri Júnior e Rubens Torres Medrano

Diretores Administrativos: 1º – Marcelo Fernandes de Queiroz, 2º – Bernardo Peixoto dos Santos Oliveira Sobrinho.

Diretores Financeiros: 1º – Ademir dos Santos, 2º – Ladislao Pedroso Monte

Conselho Fiscal: Carlos de Souza Andrade, Domingos Tavares de Sousa e Valdemir Alves do Nascimento.

Gabinete da Presidência: Elienai Tavares Câmara (interino)

Diretoria-geral Executiva: Simone de Souza Guimarães

Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur):

Diretor Coordenador: Alexandre Sampaio de Abreu
Gerencia do Cetur: Aline Lopes da Silva
Equipe Técnica: Ana Paula Siqueira, Débora Dutra, Luciene Barbieri, Regina Cardoso e Vanessa Paganelli

Curadoria Instituto Aupaba: Luciana De Lamare, Presidente e cofundadora do Instituto Aupaba

Projeto editorial e realização: Insight Comunicação

Edição: João Bettencourt

Redação: Gabriel Saboia

Capa e diagramação: Paula Barrenne

Revisão: Geraldo Pereira

Turismo: cenários em debate / Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade - mar. 2026-. Rio de Janeiro: Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, 2026.

Março 2026.
Irregular.
Tema da edição: Turismo Responsável

1. Turismo. I. Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo.

CDD 790.1805

Bibliotecário responsável: Luisa Abreu – CRB-7: 6758

CNC – RIO DE JANEIRO

Av. General Justo, 307 - CEP: 20021-130
213804-9200

CNC – BRASÍLIA

SBN Quadra 1 Bl. B - nº 14 - CEP: 70041-902
613329-9500/3329-9501

www.cnc.org.br/turismo

Sumário



Apresentação	4
Turismo Responsável: o compromisso é de todos!	6
Mensagem da Curadoria	8
Turismo com respeito à natureza e às comunidades locais	11
Engajar os moradores gera valor	12
Sustentabilidade em Ação: Governança Empresarial, ESG e Integração Setorial	19
Um motor do desenvolvimento regional e ambiental	20
Quando um resort muda uma comunidade	24
Turismo de aventura é coisa séria!	29
Responsabilidade, natureza e desenvolvimento	35
Sesc Pantanal – ecoturismo atrelado a mudanças sociais	36
O sonho do menino que plantou 5 milhões de árvores	40
O turismo com valores agregados	45
Reconhecer para regenerar	51
Modelos de trabalho e liderança para alcançar melhores resultados	53
Sustentabilidade nas políticas públicas	59
Planejar é preciso	61
Eventos que movem comunidades: cultura, identidade e desenvolvimento regional	69
Um calendário de transformação	70
Economia circular como modelo de criatividade e eficiência	79
Projetos que apontam caminhos	80
Conclusões e destaques	87
Um mapa para o turismo responsável	88
Recomendações, por eixo de atuação	89
Tendências e percepções: o que o público leva do Seminário Turismo Responsável	90
Transformação necessária	94

Apresentação

José Roberto Tadros

Presidente do Sistema CNC-Sesc-Senac

Esta publicação é um desdobramento natural do Seminário Turismo, Território e Transformação – A Responsabilidade é de Todos, encontro que reafirmou a importância do diálogo, da reflexão qualificada e da construção coletiva em torno de um tema que se tornou central para o futuro do país: o Turismo Responsável.

As contribuições dos especialistas que participaram do seminário iluminam caminhos possíveis e reforçam o papel estratégico do setor na agenda climática, na preservação dos territórios e no desenvolvimento sustentável do Brasil.

Pela primeira vez em grande escala, a COP30 dedicou dias temáticos ao turismo, reconhecen-

do oficialmente sua relevância na discussão global sobre clima, sustentabilidade e economia.

Este marco histórico reforça aquilo que a CNC defende há décadas: o turismo não é apenas um conjunto de atividades econômicas, mas um agente ativo de responsabilidade ambiental e social, capaz de proteger destinos vulneráveis, gerar oportunidades, qualificar territórios e mobilizar pessoas em favor de um desenvolvimento mais equilibrado e inclusivo.

Esta publicação também celebra uma data emblemática. Em agosto de 2025, o Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur) da CNC completou 70 anos de atuação, consolidan-



do-se como um dos pilares do Sistema Comércio e um dos colegiados mais importantes na formulação e defesa de políticas públicas de turismo no Brasil.

Seu legado é expressivo: foi protagonista no incentivo à criação do Ministério do Turismo, do Conselho Nacional de Turismo, da Embratur, da Lei Geral do Turismo, do Fundo Geral do Turismo e do Programa de Regionalização do Turismo.

Ainda na década de 1950, já liderava movimentos em defesa da oficialização do turismo no país, promovendo os primeiros Congressos Brasileiros de Turismo e estruturando a base institucional que sustenta o setor até hoje.

Ao longo dessa trajetória, a CNC tem se mantido firme na defesa de pautas essenciais. São temas que impactam diretamente a competitividade do setor e a capacidade do Brasil de se destacar como destino sustentável no cenário internacional: a política de isenção de vistos para turistas internacionais; o fortalecimento da segurança; a regulação das plataformas de hospedagem, em busca de isonomia com o setor hoteleiro; a manutenção do Perse (Programa Emergencial de Retomada

do Setor de Eventos); alíquotas diferenciadas para o turismo e os serviços; o estímulo ao trabalho intermitente; a segurança jurídica para atrair investimentos; e o aprimoramento das estratégias de promoção turística e concessão de áreas naturais.

Também é fundamental ressaltar o papel do Sesc, que há décadas promove o turismo social, democratizando o acesso ao lazer, à cultura e às viagens, fortalecendo vínculos comunitários e ampliando o sentimento de pertencimento. E o do Senac, referência nacional na formação profissional em turismo e hospitalidade, que prepara trabalhadores, eleva padrões de qualidade e impulsiona a empregabilidade e a competitividade das empresas.

A inovação, a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental tornaram-se valores incontornáveis para o turismo contemporâneo. Que as reflexões reunidas aqui inspirem gestores, empreendedores, profissionais e pesquisadores. E que este material continue ecoando como um convite à ação: agir pelo turismo e pela transformação sustentável do Brasil.

A CNC renova, com esta publicação, seu compromisso com um turismo forte, responsável, competitivo e capaz de contribuir de maneira decisiva para o desenvolvimento nacional. ●



A inovação, a sustentabilidade e a responsabilidade ambiental tornaram-se valores incontornáveis para o turismo contemporâneo.”

José Roberto Tadros

Turismo Responsável: o compromisso é de todos!

Alexandre Sampaio

Diretor da CNC responsável pelo Cetur

Nunca se viajou tanto a lazer para o exterior quanto em 2025. Dados recentes de organismos internacionais do turismo e do setor de viagens apontam para um cenário inequívoco: o turismo global não apenas se recuperou da pandemia, como entrou em um novo ciclo de crescimento. O futuro, de fato, é promissor.

Em 2025, o turismo movimentou quase US\$ 12 trilhões na economia mundial, superando 10% do PIB global e, aproximadamente, US\$ 1,5 trilhão acima do recorde anterior à pandemia, em 2019. Esses números revelam a força de um setor que gera emprego, renda, inclusão produtiva e desenvolvimento regional.

O Brasil está inserido nesse circuito de forma cada vez mais relevante. Batemos recordes na entrada de turistas internacionais e ampliamos nossa presença como mercado emissor. Nosso protagonismo já impacta destinos vizinhos e parceiros, como Curaçao, que registrou crescimento histórico de visitantes impulsionado pelo público brasileiro. Isso demonstra que o Brasil não apenas recebe turistas, mas influencia positivamente o desempenho de outros destinos, reforçando seu papel estratégico no turismo mundial.

Foram necessários alguns anos para que a paralisação forçada pela pandemia se tornasse apenas uma memória difícil. No entanto, o período também trouxe aprendizados valiosos. A grande missão agora é não deixar para trás as reflexões feitas naquele momento. A ideia de reconstruir o turismo sobre bases mais equitativas, sustentáveis e respeitadas não pode ser tratada como utopia. Deve ser encarada como diretriz.

Transformar o turismo exige escolhas. Escolhas que passam por políticas públicas nacionais e cooperação internacional, sempre orientadas pelo bem comum. O turismo já é reconhecido como setor estratégico em agendas econômicas, sociais e ambientais, inclusive na agenda climática. Isso amplia nossa responsabilidade.

Falar em turismo responsável é falar de qualificação profissional, formalização, segurança jurí-



dica, equilíbrio concorrencial e planejamento de longo prazo. É enfrentar a informalidade, reduzir assimetrias competitivas e direcionar investimentos públicos - inclusive emendas parlamentares - para infraestrutura, capacitação e projetos estruturantes que deixem legado duradouro para os destinos.

Nesse contexto, a atuação institucional ganha importância. A articulação entre iniciativa privada, poder público e entidades representativas é essencial para construir políticas eficazes. O trabalho desenvolvido pelo Sistema Confederativo do Comércio, seus conselhos e suas Federações patronais têm sido fundamental para conectar quem pensa o turismo e quem o realiza na prática, em todo o território nacional.

O que não podemos é permitir que a expansão do turismo reproduza modelos concentradores, baseados na apropriação privada dos destinos, na concentração de lucros, na exploração predatória de patrimônios naturais e culturais ou na

flexibilização excessiva de padrões sociais, fiscais e ambientais. Crescer sem responsabilidade não é desenvolvimento, é apenas expansão de curto prazo.

O turismo que defendemos é aquele que gera prosperidade compartilhada, preserva identidades locais, respeita comunidades anfitriãs e protege o meio ambiente. Um turismo que transforma positivamente os territórios e melhora a vida das pessoas.

O Brasil reúne todas as condições para ser referência global em turismo responsável: diversidade cultural, patrimônio natural, hospitalidade reconhecida e um setor empresarial cada vez mais profissionalizado. Nosso novo desafio não é apenas crescer, mas liderar pelo exemplo.

O futuro do turismo, e de nossa nação, será definido pelas escolhas que fazemos agora. E a escolha certa é clara: crescimento com responsabilidade, competitividade com sustentabilidade e desenvolvimento com inclusão. •



O turismo que defendemos é aquele que gera prosperidade compartilhada, preserva identidades locais, respeita comunidades anfitriãs e protege o meio ambiente.”

Alexandre Sampaio

Mensagem da Curadoria

Luciana De Lamare

Presidente e cofundadora do Instituto Aupaba

O fortalecimento do turismo no Brasil exige uma visão integrada, capaz de articular desenvolvimento econômico, regeneração ambiental e protagonismo comunitário. Nesse sentido, o terceiro setor desempenha papel estratégico ao operar como ponte entre territórios, populações locais, poder público e iniciativa privada. Organizações como o Instituto Aupaba contribuem para identificar vocações, mapear ativos culturais e

ambientais e apoiar processos participativos que auxiliam na formulação de políticas e projetos de impacto territorial.

A curadoria do seminário parte desse entendimento: para que o turismo cumpra seu potencial como vetor de desenvolvimento, é necessário reconhecer realidades, escutar comunidades, compreender desigualdades regionais e propor soluções que respeitem a identidade e a complexi-



dade de cada território. Mapeamentos com sensibilidade técnica e institucional orientam decisões mais assertivas, seja na proteção de biomas, no fortalecimento de economias locais, na promoção de experiências culturais ou na geração de oportunidades para trabalhadores e empreendedores.

Nesse processo, a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) tem papel essencial ao contribuir para qualificar o debate, mobilizar atores econômicos e ampliar a capacidade de implementação de projetos estruturantes. Ao reunir setor empresarial, lideranças públicas, especialistas e representantes comunitários, a CNC fortalece a construção de agendas de longo prazo, que consideram sustentabilidade, governança, geração de renda e inclusão social como elementos centrais.

O Brasil possui patrimônios naturais e culturais singulares, capazes de posicionar o país como

referência internacional no turismo responsável. Porém, esse potencial só se concretiza quando há continuidade, planejamento e compromisso público-privado com resultados duradouros. É preciso que o turismo deixe de ser tratado como moeda de troca em ciclos eleitorais e passe a ser reconhecido como política de Estado, conduzida com técnica, transparência e participação social.

Ao atuar como curadora do seminário, o Instituto Aupaba reforça a importância de práticas colaborativas que conectam território, comunidade e cadeia produtiva do turismo. Acreditamos que experiências transformadoras são resultado de processos que valorizam saberes locais, respeitam a diversidade cultural e promovem o bem-estar de moradores e visitantes. A partir dessa abordagem, o turismo deixa de ser apenas deslocamento e passa a ser instrumento de desenvolvimento, pertencimento e regeneração. ●



É preciso que o turismo passe a ser reconhecido como política de Estado, conduzida com técnica, transparência e participação social.”

Luciana De Lamare








Turismo com respeito à natureza e às comunidades locais



Engajar os moradores gera valor

A conferência de abertura do Seminário Turismo Responsável 2025, promovido pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), reuniu representantes do setor público, da iniciativa privada e de organizações da sociedade civil. O objetivo foi discutir caminhos para conciliar o crescimento do turismo com a sustentabilidade ambiental e o desenvolvimento social, em um momento em que o Brasil se prepara para ampliar seu protagonismo internacional no tema.

O que é necessário para a sustentabilidade?

 Planejamento a longo prazo	 Responsabilidade	 Fortalecimento Institucional
Planejamento estratégico contínuo	Geração de emprego e renda para comunidades locais	Necessidade de governança participativa e transparente
Crescimento econômico x conservação ambiental	Valorização da cultura e do patrimônio local	Integração entre setores público, privado e sociedade civil
Políticas públicas integradas e visão de futuro	Inclusão social e capacitação profissional	Criação de marcos regulatórios e incentivos sustentáveis

Ao longo do encontro, os debates ressaltaram a sustentabilidade como vetor de oportunidades econômicas para o turismo e a importância de políticas públicas e certificações que garantam práticas responsáveis em toda a cadeia produtiva. Ao longo do encontro, os debates ressaltaram a sustentabilidade como vetor de oportunidades econômicas para o turismo e a importância de políticas públicas e certificações que garantam práticas responsáveis em toda a cadeia produtiva. As discussões resultaram em propostas que reforçam o papel estratégico do turismo na agenda de desenvolvimento sustentável do país, promovendo inovação, responsabilidade socioambiental e maior competitividade para os destinos brasileiros.

Em sua apresentação, Fernanda Westin destacou o turismo como um eixo estratégico de desenvolvimento, capaz de integrar economia, meio ambiente e sociedade. Defendeu a criação de políticas que valorizem as comunidades locais dentro de projetos integrados de expansão, com foco na capacitação e na participação dos moradores dos polos turísticos, além do investimento em infraestrutura nas regiões receptoras.

“A sustentabilidade vai muito além do dinheiro que fica em uma comunidade. É preciso pensar em como essas comunidades seguem com seu fluxo fora da alta temporada. O morador precisa se sentir pertencente ao turismo local, e não apenas servir a ele. A comunidade deve estar envolvida para querer preservar o local”, afirmou Westin.



A sustentabilidade vai muito além do dinheiro que fica em uma comunidade. O morador precisa se sentir pertencente ao turismo local, e não apenas servir a ele. A comunidade deve estar envolvida para querer preservar o local.”

Fernanda Westin
Consultora sênior do
Centro Brasil do Clima

Para ilustrar modelos capazes de mensurar o impacto do turismo nas comunidades, a especialista citou o conceito de Felicidade Interna Bruta (FIB), utilizado pela ONU para avaliar a qualidade de vida de populações diretamente afetadas pela atividade econômica. O modelo considera 88 indicadores, reunidos por meio de questionários aplicados aos moradores, e busca orientar políticas públicas a partir das percepções locais.

“A Felicidade Interna Bruta revela as demandas e prioridades dos moradores e mostra como as políticas podem melhorar suas vidas. Não se trata apenas de economia e geração de empregos, mas também de fatores como o uso equilibrado do tempo, cultura e governança”, explicou a turismóloga.

Como exemplo, ela destacou o caso do Butão, pequeno país localizado entre a China e a Índia, referência mundial em turismo sustentável. Ali, as regras de convivência e o respeito à cultura local se tornaram base para um modelo turístico responsável, centrado na convivência harmoniosa entre visitantes e comunidades.



Durante a pandemia de Covid-19, o Butão enfrentou queda no fluxo de visitantes, o que levou o governo a reavaliar suas políticas de turismo. Os resultados deram origem a uma nova estratégia — válida até 2027 — na qual a taxa de permanência de US\$ 100 por turista é revertida para ações definidas pelos moradores, voltadas a preservação ambiental, cultura, educação e saúde.

“Existe um número limitado de turistas por ano, justamente para evitar sobrecarga ambiental e cultural. Os visitantes são orientados a respeitar os costumes locais e a vivenciar o cotidiano e os valores religiosos da população. Gastronomia, religiosidade e respeito à natureza são elementos que também atraem o turista”, observou Westin.

Modelos brasileiros de sustentabilidade

A palestrante destacou que capitais como Florianópolis e Belo Horizonte já desenvolvem iniciativas inspiradas no conceito de Felicidade Interna Bruta. Em setembro de 2025, Fernando de Noronha, arquipélago situado em Pernambuco, tornou-

Turismo sustentável em Bonito-MS

 Problemas encontrados	 Estratégias adotadas
Desmatamento e degradação ambiental: Expansão agrícola afeta rios e ecossistemas. O uso de agrotóxicos e drenagem irregular comprometem a qualidade da água.	Controle de acesso aos atrativos naturais: Número limitado de visitantes por dia, com agendamento prévio.
Pressão sobre infraestrutura urbana: Aumento da demanda por saneamento, moradia e mobilidade.	Cobrança de taxas ambientais: Parte da renda é reinvestida na conservação e infraestrutura.
Conflitos de acesso: Moradores têm dificuldade para acessar atrativos naturais.	Capacitação da comunidade local: Moradores atuam como guias, condutores de trilhas e empreendedores.
Falta de valorização cultural: Turismo pouco engajado com a cultura local. Informar sobre costumes e tradições antes da visita e estimular o respeito pela cultura local.	Parcerias público-privadas: Gestão compartilhada entre governo, empresas e ONGs.

-se o primeiro destino brasileiro a ser oficialmente avaliado por esse conceito. No local, fatores como bem-estar psicológico, cultura, moradia, meio ambiente e saúde vêm sendo monitorados para orientar políticas públicas. Países reconhecidos por sua qualidade de vida, como Noruega e Nova Zelândia, também adotaram indicadores semelhantes.

Entre os exemplos nacionais de resiliência comunitária e ambiental, Westin destacou o caso de Bonito (MS). A degradação provocada pelas atividades do agronegócio na região vem sendo compensada por investimentos em infraestrutura e regras rígidas de visitação, que ajudam a preservar o ecossistema e garantem sustentabilidade a longo prazo.

“Em Bonito, temos um ecossistema muito frágil, em que as atividades agropecuárias interferem na manutenção das bacias dos rios, que são muito sensíveis. Mas o turismo preserva a região a longo prazo, apesar desses desafios. Só em julho de 2024, Bonito recebeu mais de 30 mil turistas. O saneamento e a demanda de energia e água de um local como esse ficam afetados, então é necessário criar alternativas sustentáveis tanto para o visitante quanto para o morador”, explicou Westin.

A limitação do número diário de visitantes nas atrações, a cobrança de taxas ambientais revertidas em investimentos comunitários e a capacitação de moradores locais, realizada por meio de parcerias público-privadas, foram apontadas como elementos centrais para o sucesso do modelo.

“Os turistas devem conhecer as regras de convivência na comunidade antes mesmo de explorar a região. Em Bonito, há um limite diário de visitantes, e os próprios moradores atuam como condutores de trilhas e comerciantes, devidamente capacitados para isso. Além disso, as áreas de replantio mantidas por companhias aéreas que operam na região tornaram-se novos atrativos turísticos, conectando a questão ambiental à realidade local”, detalhou.

Integração entre turismo, conservação e cidadania

O destino, considerado um dos principais polos de ecoturismo do mundo, abriga o Projeto Águas de Bonito, desenvolvido em parceria entre o Instituto de Meio Ambiente de Mato Grosso do

Sul (Imasul), o Instituto das Águas da Serra da Bonduquena (IASB) e o Ministério Público Estadual. O programa demonstra a importância de valorizar o papel das comunidades locais na preservação dos recursos naturais e do potencial turístico da região.

O projeto realiza o monitoramento da qualidade das águas dos rios e seleciona propriedades rurais para receber mudas de espécies nativas, insumos para isolamento de reservas e apoio técnico para o plantio. Além de promover conscientização ambiental, a iniciativa integra os moradores em um esforço coletivo de regeneração que traz benefícios sociais, econômicos e ecológicos.

“É importante olhar para os municípios e pensar em leis que valorizem o turismo local e o desenvolvimento conjunto. Também é essencial fortalecer as parcerias com a iniciativa privada, de modo a promover sustentabilidade e qualidade de vida para quem vive nesses territórios — para além da atividade turística. Junto a isso, os turistas devem ser instruídos a conhecer e respeitar as regras de convivência local, garantindo uma interação equilibrada com a natureza e a comunidade”, concluiu Westin. ●

Conheça mais sobre o conceito de Felicidade Interna Bruta:

<https://fibbrasil.com.br>

Veja o Relatório Mundial da Felicidade:

<https://www.unsdsn.org/resources/world-happiness-report-2025>

Fernanda Westin é turismóloga e geógrafa, doutora em Planejamento Energético pela UFRJ e consultora sênior do Centro Brasil do Clima. Em sua conferência de abertura, defendeu o turismo como vetor estratégico de desenvolvimento econômico, ambiental, social e institucional. Resaltou a necessidade de políticas públicas que fortaleçam as comunidades locais por meio de capacitação, participação social e infraestrutura, destacando que a sustentabilidade no turismo deve transcender a geração de renda, incorporando pertencimento, preservação cultural e equilíbrio ambiental.

Palestra de Abertura: A Importância do Turismo como Vetor Estratégico para o Desenvolvimento

Fernanda Westin, consultora sênior do Centro Brasileiro do Clima, turismóloga e geógrafa, iniciou o seminário destacando o papel multifacetado do turismo responsável como estratégia para o desenvolvimento econômico, social, ambiental e institucional. Sua palestra enfatizou a necessidade de um planejamento de longo prazo que integre todos os atores envolvidos e contemple as diversas dimensões da sustentabilidade.

PRINCIPAIS INSIGHTS:

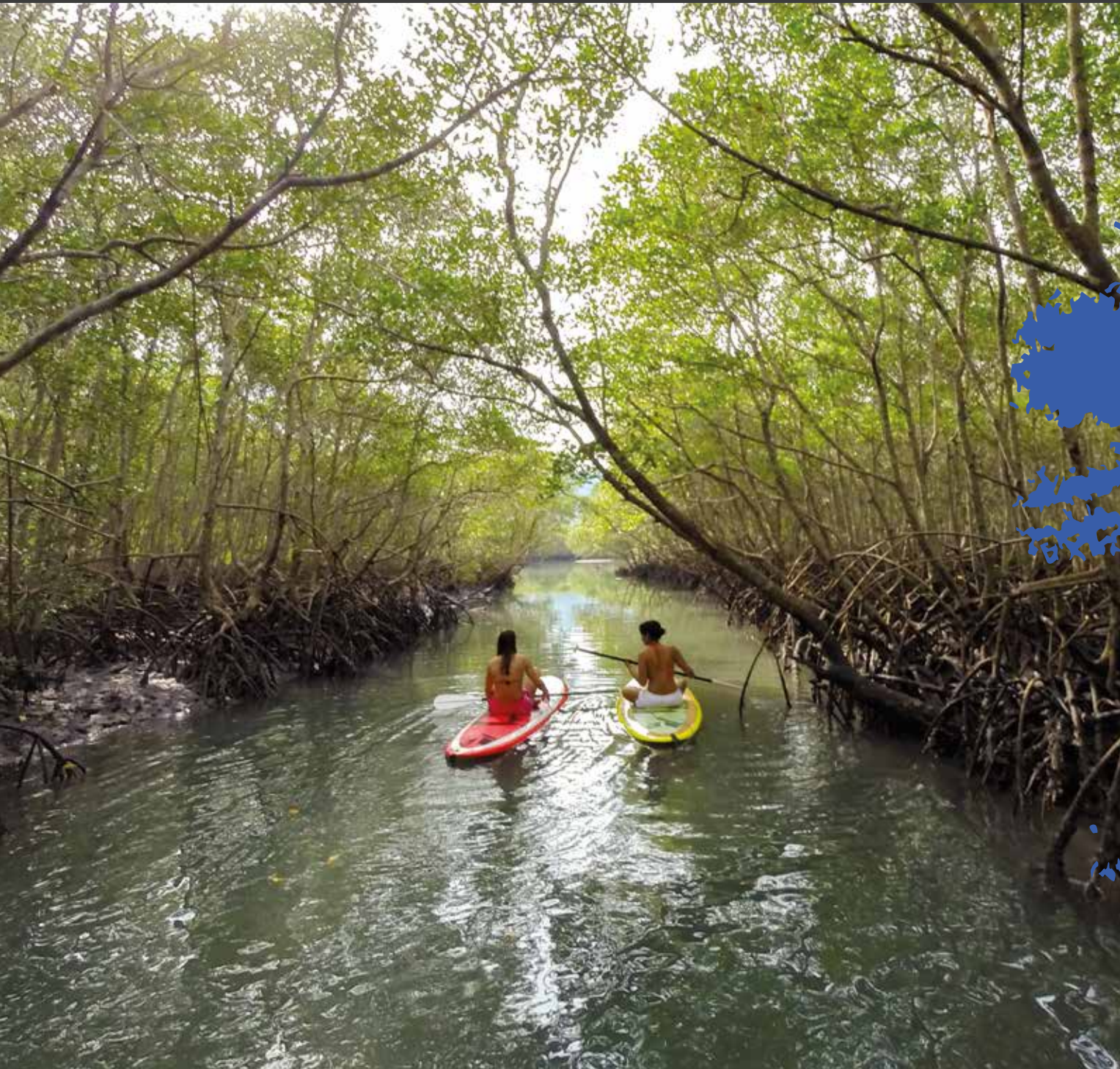
- **Definição Abrangente de Turismo Sustentável:** O turismo sustentável vai além da preservação ambiental, englobando o respeito às culturas locais, geração de emprego e renda, apoio à economia local e a sustentabilidade financeira das atividades a longo prazo.
- **Responsabilidade Compartilhada:** A sustentabilidade é uma responsabilidade coletiva – comunidade, governos, turistas, ONGs e parceiros devem atuar em conjunto. O planejamento deve ser inclusivo e envolver todos os níveis da sociedade.
- **Engajamento Comunitário:** É crucial planejar destinos turísticos com a participação ativa da comunidade local, oferecendo capacitação para agentes e guias. A falta de respeito às comunidades e suas culturas gera xenofobia e desapego, enquanto a valorização cultural é um atrativo e um motor econômico (artesanato, gastronomia).
- **Sustentabilidade para Além da Alta Temporada:** A geração de renda deve ser duradoura, não se restringindo à alta temporada. Eventos culturais fora de época são exemplos de estratégias para manter o fluxo turístico e a subsistência das comunidades.
- **Planejamento Estratégico e Contínuo:** O crescimento econômico precisa estar atrelado à conservação ambiental, com políticas públicas integradas e com visão de futuro. A responsabilidade social, a inclusão e a capacitação profissional (como as ofertadas pelo Senac) são pilares.
- **Governança Participativa:** A integração entre os setores público, privado e sociedade civil é essencial, assim como a criação de marcos regulatórios e incentivos para práticas sustentáveis. É fundamental que haja diálogo e planos de desenvolvimento conjuntos.
- **Desafios em Destinos Turísticos (Ex: Bonito/MS):** Fernanda usou Bonito como exemplo de um ecossistema frágil que sofre com atividades agropecuárias (desmatamento, agrotóxicos) e a pressão do grande volume de turistas (saneamento, moradia, mobilidade, abastecimento de água e luz). Além disso, moradores locais muitas vezes não acessam os próprios atrativos turísticos e não se sentem pertencentes.
- **Estratégias de Controle em Bonito:** O destino implementa controle de visitantes (número limitado, agendamento), capacitação da comunidade (guias locais), taxas ambientais reinvestidas em conservação e parcerias público-privadas. Destaca a parceria com empresas aéreas para mitigar emissões de carbono através de plantio e RPPNs locais, atraindo turistas interessados em destinos “carbono neutro”.
- **Modelo de Turismo de Alto Valor (Ex: Butão):** O Butão serve como um caso de sucesso com taxa diária obrigatória para estrangeiros, revertida para hospedagem, alimentação, guias locais, educação e saúde. O país limita o número de turistas para evitar sobrecarga, incentiva o respeito à cultura e investe em infraestrutura ecológica.
- **Foco na Felicidade Interna Bruta (FIB):** O Butão prioriza a FIB como indicador de progresso, medindo bem-estar psicológico, uso do tempo, vitalidade comunitária, educação, saúde, cultura e governança, em vez de apenas o PIB. A ONU tem considerado a FIB para medir a qualidade de vida.
- **Educação para o Turista e a Comunidade:** É crucial educar o turista sobre costumes, tradições e regras de convivência. Para a comunidade local, a educação (incluindo ensino de idiomas) é vital para a comunicação, capacitação e percepção de pertencimento e valorização do local.


RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS:

1. Planejamento Turístico Integrado e de Longo Prazo: Elaborar planos de desenvolvimento turístico que considerem as dimensões econômica, social, ambiental e institucional de forma conjunta, com visão de futuro e continuidade.
2. Envolvimento e Capacitação Comunitária: Desenvolver programas de capacitação profissional e educacional (inclusive de idiomas) para as comunidades locais, garantindo que os moradores sejam parte ativa e beneficiária do turismo.
3. Valorização da Cultura e Patrimônio Local: Incentivar a integração da cultura, gastronomia e artesanato locais nos produtos turísticos, combatendo a xenofobia e promovendo o respeito e a apreciação mútua.
4. Governança Colaborativa: Fortalecer a articulação entre poder público, iniciativa privada e organizações da sociedade civil para a formulação e implementação de políticas públicas que garantam a sustentabilidade do setor.
5. Marcos Regulatórios e Incentivos: Criar ou aprimorar marcos regulatórios e incentivos fiscais que promovam práticas sustentáveis, a conservação ambiental e a distribuição equitativa dos benefícios do turismo.
6. Gestão Responsável de Visitantes: Implementar estratégias de controle de fluxo de visitantes (limite diário, agendamento prévio) e taxas ambientais, reinvestindo os recursos na conservação e infraestrutura local.
7. Diversificação e Resiliência dos Destinos: Apoiar a criação de eventos e atividades turísticas que diversifiquem a oferta e gerem renda fora da alta temporada, garantindo a sustentabilidade econômica das comunidades.
8. Indicadores de Desenvolvimento Humano: Adotar indicadores de progresso que vão além do econômico, como a Felicidade Interna Bruta, para avaliar o bem-estar e a qualidade de vida das comunidades impactadas pelo turismo.

OBSERVAÇÕES PARA AÇÃO:

- Mapeamento de Boas Práticas Locais: Realizar um inventário de boas práticas de turismo sustentável em municípios brasileiros para identificar modelos replicáveis e adaptáveis, especialmente para destinos com fragilidades socioambientais.
- Programas de Educação Turística: Desenvolver campanhas de educação ambiental e cultural direcionadas tanto aos turistas (pré-viagem e no destino) quanto às comunidades receptoras, enfatizando o respeito mútuo e a valorização local.
- Incentivos Fiscais para Capacitação: Criar incentivos fiscais para empresas turísticas que invistam na capacitação de seus funcionários em idiomas e em temas relacionados à cultura e ecologia local.
- Criação de Fundos de Conservação: Estruturar mecanismos de taxas ou fundos ambientais onde parte da arrecadação turística seja obrigatoriamente reinvestida na proteção dos atrativos naturais e na melhoria da infraestrutura para moradores.
- Promoção da Economia Local: Integrar os produtores e artesãos locais nas cadeias de valor do turismo, por meio de feiras, mercados e roteiros que valorizem os produtos genuínos da região.
- Parcerias Público-Privadas Sustentáveis: Fomentar parcerias estratégicas para o desenvolvimento de infraestruturas essenciais (saneamento, energia, água) que suportem o crescimento do turismo sem comprometer a qualidade de vida dos moradores e os recursos naturais.
- Plataformas de Diálogo com a Comunidade: Criar conselhos ou fóruns de turismo participativos que incluam a voz dos moradores, garantindo que seus desafios e necessidades sejam considerados no planejamento e na gestão dos destinos.
- Certificação de Destinos Carbono Neutro: Desenvolver programas e selos para incentivar destinos e empreendimentos turísticos a buscarem a neutralidade de carbono, com parcerias para mitigação das emissões (ex: plantio de árvores).
- Inclusão de Métricas de Bem-Estar e Equidade: As políticas de avaliação de impacto do turismo devem incluir métricas que vão além do financeiro, abrangendo indicadores de qualidade de vida, bem-estar da comunidade, equidade social e engajamento cultural, inspirados no conceito de Felicidade Interna Bruta.
- Criação de Fundos de Solidariedade Turística: Estudar a criação de fundos de solidariedade, inspirados no modelo do Butão, onde parte das taxas de turismo seja reinvestida diretamente em educação, saúde e infraestrutura nas comunidades receptoras.





Sustentabilidade em Ação: Governança Empresarial, ESG e Integração Setorial

Um motor do desenvolvimento regional e ambiental

O primeiro painel do seminário trouxe à pauta a sustentabilidade como eixo central para o desenvolvimento do setor. A mesa foi mediada por Renata Mendes, diretora-executiva do Instituto Semeia e mestre em Ciência Política; contou ainda com a participação da presidente da Associação Brasileira das Operadoras de Turismo (Braztoa), Marina Figueiredo, que abordou o papel das operadoras na transição para um turismo mais consciente e sustentável.

Com 56 associados e atuação em todo o país, a Braztoa representa o segmento de viagens de lazer e tem sido protagonista em ações de sustentabilidade. Apenas em 2024, aponta o anuário da entidade, os operadores realizaram mais de 10 milhões de embarques, movimentando R\$19 bilhões em faturamento.

“Qual é o impacto de 10 milhões de pessoas voando — seja social, seja ambiental? Essa é uma pergunta fundamental que buscamos responder para entender que tipo de transformação podemos gerar com isso”, observou Marina.

Turismo e impacto climático

Para ela, o turismo precisa ser reconhecido não apenas como gerador de impactos, mas também como setor vulnerável às mudanças climáticas. “Vemos, a cada dia, locais atingidos por eventos extremos. No Brasil, Porto Alegre foi duramente afetada pelas chuvas de 2024. As queimadas seguem avançando em áreas de mata. Precisamos admitir que o turismo depende diretamente dos recursos naturais — e, por isso, deve assumir o compromisso de ser parte da solução”, afirmou.

A dirigente lembrou que, até 2050, uma em cada duas pessoas no mundo realizará viagens internacionais



Nossa calculadora de carbono para viagens é uma ferramenta prática que ajuda a conscientizar e envolver todo o setor.”

Marina Figueiredo
Presidente-executiva da Braztoa



Objetivos do Prêmio Braztoa de Sustentabilidade



Estimular toda a cadeia do turismo a atuar de forma ambientalmente responsável, socialmente justa e economicamente viável, impulsionando um setor mais sustentável.



Contribuir para a promoção e o desenvolvimento sustentável do turismo no Brasil, fortalecendo destinos e comunidades por meio de ações concretas e transformadoras.



Incentivar o trade a desenvolver e promover produtos e serviços sustentáveis, ampliando a oferta de opções responsáveis para os viajantes.



Inspirar a multiplicação de boas práticas, possibilitando que iniciativas sustentáveis sejam replicadas e ampliem seu impacto positivo no setor.



Reconhecer e dar visibilidade às melhores práticas sustentáveis do setor, destacando empresas e iniciativas que fazem a diferença.



Fomentar a cultura empresarial da Gestão da Sustentabilidade no turismo, incentivando práticas inovadoras e de longo prazo.



— o que reforça a urgência de políticas e práticas de mitigação e adaptação climática.

Sustentabilidade como eixo de transformação

Entre as iniciativas da Braztoa, Marina destacou o Prêmio de Sustentabilidade, criado em 2012 e reconhecido pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Desde então, mais de 100 projetos foram premiados, com foco tanto em gestão (44%) quanto em produtos e experiências voltadas diretamente ao turista (56%).

“A Braztoa trabalha a pauta da sustentabilidade desde 2005, quando criamos uma diretoria socioambiental. Sete anos depois lançamos o prêmio e, em 2024, nos tornamos uma entidade carbono neutro. Neste ano, lançamos nossa calculadora de carbono para viagens — uma ferramenta prática que ajuda a conscientizar e envolver todo o setor”, explicou.

A dirigente também apresentou a linha do tempo de ações da associação, mostrando como cada projeto — do prêmio à neutralização de carbono — foi incorporado a uma estratégia de longo prazo. “Essas mil iniciativas inscritas ao longo dos anos mostram o quanto o setor está se mobilizando para transformar práticas e mentalidades”, completou.

Dados, inovação e consciência coletiva

Além do prêmio, a Braztoa mantém três programas estruturantes voltados à produção de conhecimento e à inovação: o Anuário Braztoa, que reúne os principais dados do turismo nacional e internacional; o Olhar Braztoa, que identifica tendências de viagem; e os Boletins Semestrais, com atualizações de mercado e comportamento.

Marina reforçou que o futuro exige continuidade e cooperação entre diferentes esferas. “Isoladamente, não conseguimos gerar o impacto nem a velocidade que o momento exige. Precisamos mapear boas práticas e unir esforços entre o setor privado, o poder público e o terceiro setor”, defendeu.

Ela ressaltou que o objetivo final é promover uma consciência coletiva capaz de inspirar mudanças reais. “Não queremos apenas reconhecer os vencedores do nosso prêmio, mas incentivar quem deseja seguir por esse caminho. A nossa calculadora de carbono foi criada para o turista:

ela considera todos os modais, deslocamentos e hospedagens e permite compensar as emissões diretamente. É essencial que todos se sintam parte dessa transformação”, concluiu. •

Conheça o Prêmio Braztoa de Sustentabilidade:

<https://www.braztoa.com.br>

Saiba mais sobre o Instituto Semeia:

<https://semeia.org.br/>

Organização Mundial do Turismo (OMT):

<https://news.un.org/pt/tags/organizacao-mundial-do-turismo>

O turismo no Brasil:

<https://embratur.com.br>

Renata Mendes é diretora-executiva do Instituto Semeia, organização dedicada ao fortalecimento de parques e unidades de conservação no Brasil. É bacharel em Ciência Política e Relações Internacionais pela UFPE (Universidade Federal de Pernambuco) e mestre em Ciência Política pela USP (Universidade de São Paulo). Há mais de 10 anos atua com advocacy e políticas públicas ligadas a conservação e desenvolvimento sustentável. Na Endeavor Brasil, estruturou agendas de ESG (ambiental, social e governança) e diversidade no ecossistema de empreendedorismo. É cofundadora do movimento Pra Ser Justo e foi reconhecida como Emerging Leader pelo Santander e pela LSE (London School of Economics).

Marina Figueiredo é presidente-executiva da Braztoa e possui mais de 25 anos de experiência no setor de turismo, com atuação nas áreas de desenvolvimento de destinos, estruturação de roteiros, inovação e sustentabilidade. Ela apresentou iniciativas da Braztoa voltadas à sustentabilidade, como o Prêmio Braztoa de Sustentabilidade, a neutralização de carbono e a criação de uma calculadora de emissões para viagens. Para ela, o turismo, além de gerar impactos, também é vulnerável às mudanças climáticas e deve ser reconhecido como agente transformador, capaz de promover consciência coletiva e mudanças sistêmicas.

Quando um resort muda a comunidade

As reflexões trazidas por Marina Figueiredo encontraram continuidade na palestra seguinte, conduzida pela presidente-executiva da Resorts Brasil, Ana Biselli, que abordou o papel transformador dos resorts nas comunidades onde estão inseridos. Ao tratar dos impactos sociais, econômicos e ambientais gerados por esses empreendimentos, Biselli defendeu a importância de avanços coletivos, estruturados sobre dois eixos principais: inovação e práticas ESG (Ambientais, Sociais e de Governança).

“Quando pensamos em um resort, falamos de um empreendimento que leva renda e investimentos para uma região. Temos cidades do Brasil que foram emancipadas a partir da instalação de um resort. Antes de criarmos nossos pilares, os associados já tinham suas iniciativas isoladas. Mas, em 2021, a Resorts Brasil entendeu que era preciso levar isso a outra escala”, afirmou.

Desenvolvimento com responsabilidade

Com 77 empreendimentos associados, 20 mil apartamentos e 21 mil empregos diretos, a Resorts Brasil está presente em 15 estados, distribuídos pelas cinco regiões do país. Desse total, 50 hotéis de grande porte estão localizados em cidades com menos de 150 mil habitantes — um dado que, segundo Biselli, revela o potencial do segmento para gerar impacto social e econômico positivo nas comunidades locais.





“Não ficamos voltados apenas para dentro, tentamos olhar para outros atores do nosso mercado. Definimos eixos prioritários para trabalhar no coletivo: na parte ambiental, promovemos compras sustentáveis e eficiência energética, além de evitar o desperdício de alimentos. No social, apoiamos atividades voltadas às comunidades, por meio de taxas sociais e programas de doações, e investimos em campanhas de combate à exploração e ao assédio. Já na governança, ajudamos os associados a adotar agendas com posicionamento estratégico de mercado”, explicou.

Inovação e impacto ambiental

Entre as parcerias apresentadas, Biselli destacou a atuação da Resorts Brasil no Turistech Hub, projeto desenvolvido em conjunto com o Ministério do Turismo e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). A iniciativa tem o objetivo de testar soluções inovadoras com potencial de mitigar os efeitos das mudanças climáticas.

Nos resorts participantes, situados no Nordeste e Sudeste, práticas como o processamento de resíduos de coco passaram a ser realizadas dentro das próprias unidades, reduzindo a sobrecarga dos aterros sanitários. “O projeto evoluiu tanto que, hoje, os resorts envolvidos já oferecem esse tipo de serviço para outros empreendimentos que buscam compensações ambientais”, observou.

No Sudeste, ganharam destaque os cases de gestão hídrica, com sistemas inteligentes que monitoram o uso da água e orientam os associados a otimizar recursos. “Até companhias de água da

região entraram em contato para saber se os relógios medidores estavam funcionando corretamente, tamanha foi a economia”, contou sorrindo.

Participação comunitária e diálogo

Biselli enfatizou que as transformações sociais promovidas pelo setor precisam estar atreladas a um diálogo constante com os moradores locais.



Hoje vemos o segmento conseguindo recursos para gerar melhorias através de taxas revertidas à comunidade local, doações de alimentos e, principalmente, na relação com os moradores, que precisam estar no centro do debate.”

Ana Biselli
Presidente-executiva
da Resorts Brasil

Associados Resorts Brasil



77

resorts associados



20 mil

apartamentos



15

estados do Brasil



5

regiões brasileiras



“Hoje vemos o segmento conseguindo recursos para gerar melhorias através de taxas revertidas à comunidade, doações de alimentos e, principalmente, na relação com os moradores, que precisam estar no centro do debate. O comitê comunitário é essencial para isso — para que a destinação da verba não seja decidida apenas pelos resorts”, explicou.

Encerrando sua fala, destacou a importância de construir pontes entre o setor produtivo, a sociedade e o poder público: “No coletivo, precisamos nos aprimorar em eficiência energética e compras sustentáveis. No campo social, apoiar a comunidade e combater a exploração e o assédio. E, na governança, alinhar a estratégia de negócio com a de sustentabilidade, mantendo sempre uma comunicação transparente. Os governos podem mudar, mas o setor produtivo unido pode ajudar o turismo — e com ele a sociedade — a evoluir”, concluiu. ●

Conheça mais sobre a Resorts Brasil:

<https://www.resortsbrasil.com.br/>

Confira o relatório do BID sobre o Turistech Hub:

<https://drive.google.com/file/d/17WZvCN6tdqr agu1qkDSCpjlHGKMIJpzF/view>

Saiba mais sobre as boas práticas dos resorts:

<https://drive.google.com/file/d/1DGEOHuJVIPh R7b4iSVQCZDqpviZSeu3c/view>

Ana Biselli, presidente-executiva da Resorts Brasil, é doutora e mestre em Administração pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e possui 20 anos de experiência no setor hoteleiro, unindo a pesquisa acadêmica à prática de mercado. Ela explicou de que maneira os resorts podem atuar como agentes de transformação social, econômica e ambiental nas comunidades onde estão inseridos. Para tanto, apresentou os pilares de atuação da Resorts Brasil — inovação e práticas ESG — e mostrou exemplos de iniciativas coletivas adotadas pelos associados, como compras sustentáveis, eficiência energética, apoio social às comunidades e projetos de governança.



Turismo de aventura é coisa séria!

A intervenção do diretor-executivo da Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta), Jaime Prado, teve como foco a qualificação e a certificação como pilares para fortalecer o turismo de aventura no Brasil. Voltando-se para os desafios do período pós-pandemia, Prado destacou a importância de transformar o segmento em uma força econômica formalizada, segura e sustentável.

Presente em 21 estados e no Distrito Federal, a Abeta atua há duas décadas na promoção de práticas de excelência. Para Prado, o caminho passa necessariamente pela profissionalização: “O maior desafio é a qualificação — ela combate a informalidade, reduz acidentes e fortalece o mercado. Quando você trabalha com a natureza, há risco. A qualificação reduz esse risco e aumenta a qualidade do seu produto, o que o cliente reconhece, valoriza e fideliza. Primeiro, queremos salvar vidas. Depois, aumentar a efetividade do setor e contribuir para a sustentabilidade ambiental.”

A força da certificação

Referência no mercado, a Abeta participa de comitês técnicos da ABNT e do Inmetro, contribuindo para a formulação de normas que orientam as atividades do ecoturismo e do turismo de aventura. Além de colaborar na elaboração dos padrões, a associação atua diretamente na capacitação de empresas para que alcancem as certificações oficiais.

Entre as principais iniciativas, Prado destacou o Trilha Abeta do Conhecimento, programa contínuo de cursos e treinamentos realizados em parceria com o Sebrae, governos estaduais e o Ministério do Turismo. Um dos exemplos mais recentes é o programa SP Aventura, no qual técnicos da Abeta foram



O Brasil tem um patrimônio natural extraordinário. Precisamos de uma política nacional de ecoturismo que reconheça o setor como vetor de desenvolvimento.”

Jaime Prado
Diretor-executivo da Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta)

contratados para acompanhar 102 empresas — hoje aptas a operar com segurança em atividades como rafting, escalada e trilhas guiadas.

“É essencial preparar as empresas antes da certificação. A ISO 21101, concedida pela ABNT, é uma espécie de ‘certificação-mãe’ das normas de turismo de aventura, pois trata da gestão de segurança. Depois disso, os profissionais podem buscar especializações específicas, como operação de trilhas ou condução de grupos”, explicou.

Segundo ele, os resultados do investimento em capacitação são evidentes. A Abeta já qualificou 4.800 pessoas em 600 empresas distribuídas por 13 estados. “Nossos dados mostram que 80% dos agentes capacitados identificaram riscos em suas operações; 76% registraram redução de acidentes após os cursos; e 78% perceberam aumento da satisfação dos clientes e da visibilidade positiva de seus negócios”, enumerou.

Esses números reforçam que o turismo de aventura precisa ser encarado com a seriedade de uma atividade técnica e estratégica, revela Prado. “O Brasil tem um patrimônio natural extraordinário. Precisamos de uma política nacional de ecoturismo que reconheça o setor como vetor de



Como buscar a certificação ABNT NBR ISO 21101

 <p>Conheça a norma</p>	 <p>Faça o diagnóstico</p>	 <p>Implante o sistema</p>	 <p>Solicite a auditoria</p>	 <p>Mantenha e comunique</p>
<p>A ABNT NBR ISO 21101 define requisitos de segurança para atividades de turismo de aventura. O texto completo pode ser adquirido no site da ABNT ou acessado com apoio técnico da Abeta.</p>	<p>Avalie as operações – trilhas, rafting, rapel, arvorismo – e identifique riscos, procedimentos e planos de emergência exigidos pela norma.</p>	<p>Crie uma política de segurança, padronize condutas, treine a equipe e registre incidentes. O objetivo é demonstrar controle e melhoria contínua.</p>	<p>Procure um organismo de certificação acreditado pelo Inmetro para realizar a auditoria e validar o sistema de gestão.</p>	<p>Após certificada, renove periodicamente a auditoria e divulgue o selo. Ele atesta compromisso real com segurança e qualidade das experiências.</p>



desenvolvimento — e isso só é possível com qualificação, certificação e planejamento”, afirmou.

Um novo perfil para o turista de natureza

Entre os próximos passos, Prado apontou a necessidade de atualizar o perfil do turista de aventura no Brasil, levantamento que não é realizado há vários anos. “O país ainda não tem um mapeamento recente sobre o que o turista de natureza procura. Já estamos conversando com o Ministério do Turismo para reeditar esse estudo. É fundamental compreender o público para formular políticas efetivas”, destacou.

Ele comemorou também os avanços obtidos com as novas normas da ABNT, criadas com base em estudos e capacitações conduzidas pela própria Abeta. “Nosso sonho é transformar o Brasil em referência mundial no turismo de aventura”, resumiu.

Emoção com segurança

Prado encerrou sua fala reforçando a importância de unir emoção e responsabilidade. “A emoção que o turismo proporciona precisa vir acompanhada de segurança. Vivemos um momento de concessões de parques naturais, e é essencial garantir que eles sejam devolvidos à sociedade ainda melhores. Precisamos usufruir o máximo da natureza, mas com responsabilidade”, concluiu. ●

Programa de Qualificação e Certificação em Turismo de Aventura



4.800
pessoas qualificadas



17
destinos turísticos



600
empresas



13
grupos voluntários de busca e salvamento criados

Conheça o projeto SP Eco Aventura:

<https://abeta.tur.br/sp-ecoaventura>

Abeta:

<https://abeta.tur.br>

Jaime Prado, diretor da Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta), atua no setor desde 2014, com experiência em gestão pública. Ele é referência nacional como palestrante e consultor da área. Em sua fala, salientou a importância da qualificação e da certificação profissional para transformar o turismo de aventura em uma atividade segura, formalizada e economicamente relevante.

Painel 1 – Sustentabilidade em Ação: Governança Empresarial, ESG e Integração Setorial

O primeiro painel do seminário abordou a sustentabilidade no turismo sob a ótica da governança empresarial, das práticas ESG (Environmental, Social, and Governance) e da integração setorial. A mediação foi de Renata Mendes, diretora-executiva do Instituto Semeia, e contou com a participação de Marina Figueiredo (presidente-executiva da Braztoa), Ana Biselli (presidente-executiva da Resorts Brasil) e Jaime Prado (diretor-executivo da Abeta).

PRINCIPAIS INSIGHTS:

**Renata Mendes – Mediadora,
diretora-executiva do Instituto Semeia**

- **Importância da Integração:** Destacou a necessidade de maior integração entre o setor privado e o governo na agenda de sustentabilidade para gerar benefícios para os negócios, as pessoas e o Brasil.
- **Compromissos e Metas Claras:** Enfatizou que as discussões devem levar a compromissos e metas claras para a contribuição do setor à sustentabilidade.
- **Papel da CNC:** Reconheceu o papel da CNC em fomentar essas discussões e a participação ativa da audiência online e presencial.

**Marina Figueiredo – Presidente-executiva
da Braztoa**

TEMA: “ESG NO TURISMO: ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS PARA UM SETOR MAIS RESPONSÁVEL”

- **Padrões e Boas Práticas:** A Braztoa desempenha um papel crucial na definição de padrões e na divulgação de boas práticas no setor, como seu rigoroso prêmio de sustentabilidade.
- **Sustentabilidade Integrada:** Acredita que a sustentabilidade só pode ser promovida com a integração de todo o setor, pois ações isoladas não geram o impacto e a velocidade de transformação necessários.
- **Mapeamento de Sinergias:** Sugeriu mapear o que já está sendo feito para identificar sinergias, promovendo um movimento conjunto entre o terceiro setor, o privado e o público.
- **Ferramentas Abertas ao Setor:** Mencionou a calculadora de carbono da Braztoa como um exemplo de ferramenta aberta.
- **COP 30 como Oportunidade:** Vê a COP 30 como uma chance para o Brasil protagonizar discussões importantes e para o setor de turismo consolidar seu espaço na agenda climática.

**Ana Biselli – Presidente-executiva da Associação
Brasileira de Resorts (Resorts Brasil)**

TEMA: “GRANDES EMPREENDIMENTOS, GRANDES DESAFIOS – COMO TORNAR SUSTENTÁVEL A HOTELARIA DE LAZER”

- **Impacto Local dos Resorts:** Destacou que resorts frequentemente criam oportunidades sociais significativas, como empregos e renda, em localidades com poucas alternativas, e que algumas cidades surgiram a partir da existência de um resort.
- **Jornada ESG e Inovação:** A Resorts Brasil, desde 2021, vem estruturando sua jornada ESG e de inovação, ouvindo associados, clientes (finais e corporativos) e parceiros.
- **Consciência do Cliente:** Ressaltou que a conscientização do cliente é vital para a sobrevivência das iniciativas sustentáveis dos fornecedores.
- **Iniciativas ESG em Resorts:**
- **Social:** Taxas de sustentabilidade (comitês comunitários definem uso), doações, feiras de artesanato dentro dos resorts, apoio a ONGs.
- **Ambiental:** Compensação e redução de carbono, desenvolvimento sustentável de propriedades, conservação da biodiversidade, eficiência energética, gestão de resíduos e hídrica, economia circular.
- **Governança:** Transparência, parcerias com a cadeia de suprimentos, promoção da diversidade (especialmente em lideranças), estruturas internas dedicadas à ESG, busca por certificações.
- **Focos Prioritários:** Concentrar esforços em eficiência energética, compras sustentáveis (ambiental), apoio à comunidade, combate à exploração e assédio (social), alinhamento de propósito e comunicação ESG verdadeira (governança).
- **Diálogo com o Governo:** O setor produtivo unido e estruturado pode influenciar e guiar as políticas públicas, independentemente das mudanças de governo.

TEMA: “TURISMO DE NATUREZA COM SEGURANÇA E RESPONSABILIDADE: O CASO DO PROGRAMA AVENTURA SEGURA.”

- **Importância Municipal:** As ações de turismo acontecem nos municípios, sublinhando a necessidade de envolvimento das administrações locais.
- **Missão da Abeta:** Transformar o ecoturismo e turismo de aventura em uma força econômica (gerando riqueza, emprego, impostos) de forma sustentável, entendendo a sustentabilidade como econômica, social, financeira e ambiental.
- **Resultados do Aventura Segura:** Produção de relatórios diagnósticos, manuais de boas práticas (11 volumes), criação de 46 normas técnicas ABNT específicas para turismo de aventura (17 delas se tornaram internacionais), capacitação de 4.800 pessoas e alcance de 117 destinos e 600 empresas.
- **Impacto da Capacitação:** 80% dos capacitados identificaram riscos em suas operações, 76% relataram diminuição de acidentes e 68% perceberam reforço positivo na imagem da empresa.
- **Aventura Segura (2006–2010):** Um programa pioneiro que surgiu em um contexto de crescimento do turismo de natureza no Brasil, visando o fortalecimento institucional, qualificação de empresários e colaboradores, capacidade de resposta a emergências e disseminação de uma cultura de qualidade, segurança e sustentabilidade.
- **Necessidade de Revitalização:** Propôs a criação de um “Aventura Segura 2.0” com novas normas, territórios e treinamentos, adaptado ao contexto atual.
- **Turismo como Emoção e Segurança:** Destacou que o turismo de natureza deve ser seguro, de qualidade e sustentável, garantindo a vivência e a emoção sem comprometer a segurança.
- **Parques Naturais:** Enfatizou a importância de preservar o patrimônio natural através do bom uso das unidades de conservação, com a colaboração entre iniciativa privada, órgãos públicos e sociedade civil.

RECOMENDAÇÕES:

1. **Formulação de Políticas Públicas Integradas:** Desenvolver políticas públicas que promovam a integração e colaboração entre o setor público, privado, terceiro setor e comunidades para a agenda de sustentabilidade no turismo.
2. **Mapeamento e Compartilhamento de Boas Práticas:** Criar plataformas ou mecanismos para mapear e divulgar as boas práticas e ferramentas já existentes (ex: calculadora de carbono da Braztoa) para todo o setor, incentivando a replicação e a criação de sinergias.
3. **Fomento à Qualificação e Certificação:** Incentivar programas de qualificação e certificação de empresas e colaboradores (como o Aventura Segura da Abeta) para elevar os padrões de segurança, qualidade e sustentabilidade no turismo, especialmente no segmento de aventura e natureza.
4. **Educação e Conscientização do Cliente:** Desenvolver estratégias para conscientizar o consumidor sobre a importância da sustentabilidade, para que a demanda por produtos e serviços responsáveis se torne um motor de transformação.
5. **Adoção de Métricas ESG no Setor:** Estimular a implementação de métricas ESG em empreendimentos turísticos, com o objetivo de gerar relatórios transparentes e guiar a evolução contínua das práticas sustentáveis.
6. **Investimento em Governança Setorial:** Fortalecer estruturas de governança que permitam um diálogo contínuo, transparente e equilibrado, garantindo que o setor produtivo possa influenciar a formulação de políticas públicas com base em uma agenda comum e bem fundamentada.
7. **Incentivos para o Desenvolvimento Local:** Criar mecanismos que incentivem o turismo a gerar oportunidades sociais e econômicas para as comunidades locais, combatendo a exploração e apoiando iniciativas como feiras de artesanato e comitês comunitários para gestão de fundos.

OBSERVAÇÕES PARA AÇÃO:

- **Implementação de Métricas ESG:** A adoção de métricas ESG para empreendimentos turísticos deve ser uma política pública prioritária no Brasil, servindo como base para a mensuração de impacto e a transparência do setor.
- **Fortalecimento da Governança Multisetorial:** O fortalecimento da governança multisetorial envolvendo o setor público, o privado e comunidades locais é essencial para a sustentabilidade do turismo, para garantir que todas as vozes sejam ouvidas e as decisões sejam abrangentes.
- **Lançamento do “Aventura Segura 2.0”:** Propor e trabalhar para a criação de uma nova fase do programa Aventura Segura, atualizando normas, metodologias e ampliando o alcance para mais territórios e colaboradores do turismo de natureza e aventura.
- **Atualização do Diagnóstico do Turismo de Natureza:** Realizar um novo diagnóstico e perfil do turismo de natureza no Brasil, com foco no ecoturismo e turismo de aventura, para compreender o cenário pós-pandemia e as novas demandas do mercado.
- **Criação de Fundos para Inovação Sustentável:** Estabelecer fundos ou linhas de crédito específicas para empreendimentos turísticos que busquem inovações em sustentabilidade, como eficiência energética, gestão de resíduos e conservação da biodiversidade.
- **Programas de Capacitação em Governança ESG:** Desenvolver programas de capacitação para lideranças do setor de turismo (públicas e privadas) focados em governança ESG, diversidade e alinhamento de propósito.
- **Promoção de Eventos de Diálogo Regional:** A CNC pode continuar facilitando eventos e fóruns de discussão em nível regional, para engajar municípios e comunidades na construção de agendas de turismo responsável e sustentável, aproveitando o momento de preparação para a COP 30.





Responsabilidade, natureza e desenvolvimento

SESC Pantanal: ecoturismo atrelado a mudanças sociais

O turismo responsável deixou de ser apenas uma tendência para se tornar um imperativo global. O último relatório da Embratur, publicado em 2025, identificou 19 indicadores que orientam o comportamento dos viajantes — e oito deles estão diretamente ligados à sustentabilidade, regeneração e respeito às comunidades locais. Foi nesse contexto que a bióloga Cristina Cuiabália, gerente-geral do Polo Socioambiental Sesc Pantanal, abriu o segundo painel do seminário, mediado por Luciana De Lamare, cofundadora do Instituto Aupaba.

Sua palestra explorou o ecoturismo como força regenerativa, capaz de equilibrar preservação, bem-estar e economia. A partir da experiência do Sesc Pantanal, maior reserva ambiental privada do Brasil, Cuiabália mostrou como é possível unir conservação da natureza, pesquisa científica e geração de renda, transformando a relação entre turistas, comunidades e território.

O Pantanal como laboratório vivo

Desde 1996, o Polo Socioambiental Sesc Pantanal tem como missão fazer do ecoturismo uma ferramenta de preservação e conscientização coletiva. Com nove unidades turísticas, sendo quatro delas com hotelaria — Sesc Porto Cercado, Sesc Poconé, Parque Sesc Baía das Pedras e Reserva Natural





Sesc Pantanal —, o polo emprega mais de 200 pessoas, quase todas oriundas da mão de obra local.

“Nossa atividade está atrelada ao ecoturismo, que reflete uma atuação vinculada ao meio ambiente e ao respeito à comunidade local. É diferente de um turismo de massa”, explicou.

Com 108 mil hectares de área protegida, o Sesc Pantanal é a maior reserva ambiental privada do país, representando 1% de todo o bioma pantaneiro. A diversidade é impressionante: entre os 262 peixes catalogados na região, 157 estão presentes na reserva; 340 das 463 aves do Cerrado também podem ser avistadas ali; e 83 dos 132 mamíferos típicos do Pantanal já foram registrados.

“O Pantanal tem baixa densidade populacional devido ao fluxo das águas e das cheias dos

rios. É um ambiente vulnerável, em um cenário de mudanças climáticas. Em 2020, quando tivemos os incêndios, recebemos animais afetados pelas queimadas. Hoje, monitoramos o polo com 165 câmeras, que registram temperatura, data e hábitos das espécies”, detalhou.

Ciência, educação e contrapartida social

Para Cuiabá, a experiência do visitante deve ir além do lazer. “É importante conscientizar o turista de que não se trata apenas de um hotel. Ele está em um polo de pesquisa científica, onde a natureza é preservada. Mais de 515 publicações — entre livros, teses e artigos — já resultaram de estudos feitos aqui. Isso deixa um legado para a humanidade”, afirmou.

Pesquisa científica Sesc Pantanal



515

publicações
(teses, dissertações,
artigos, livros e
capítulos de livros)



189

instituições de
pesquisa brasileiras
e estrangeiras
parceiras



699

pesquisadores/
autores



+100

armadilhas
fotográficas com
mais de 200 mil
registros da fauna

Desafios diários



Imprevisibilidade
dos efeitos das
mudanças climáticas
no território



Consolidar
indicadores estratégicos
para alinhamento
contínuo e entrega de
resultados



Estabelecer
parcerias efetivas



Acompanhar os
avanços na gestão
socioambiental

A gerente explicou que o Sesc Pantanal mantém um sistema de contrapartida social com os pesquisadores que atuam na região. “Os cientistas que recebem autorização para desenvolver estudos retribuem com ações locais: realizam rodas de conversa com hóspedes, oferecem formação para professores da comunidade e capacitam nossos funcionários, que também são da região. É importante que todos saiam ganhando dessa experiência”, disse.

Geração de renda e regeneração ambiental

Além de conservar o bioma, o Sesc Pantanal estimula projetos de renda e educação ambiental. O Aquarela Pantanal, por exemplo, dedica-se ao replantio de espécies nas áreas atingidas por queimadas. Já o Borboletário, em Poconé, envolve 25 famílias em um modelo de economia colaborativa.

“As famílias recebem os ovos das borboletas, criam as lagartas em seus quintais e nos devolvem as crisálidas, que são desenvolvidas em nosso borboletário. Isso gera renda, educação ambiental e pertencimento. Cada família parceira recebe o equivalente a um salário mínimo mensal como auxílio”, relatou.



Quando falamos do Pantanal, estamos falando de fauna, flora e ocupação humana. É um ambiente com suas vulnerabilidades e para o qual precisamos reduzir o impacto.”

Cristina Cuiabália
Gerente-geral do Polo Socioambiental
Sesc Pantanal

Essas iniciativas traduzem, segundo a bióloga, a essência do ecoturismo responsável: preservar, educar e gerar prosperidade local. “O turismo de natureza precisa garantir que a comunidade se reconheça como parte do bioma — não apenas como prestadora de serviços, mas como guardiã do território”, concluiu. ●

Saiba mais sobre o trabalho do Sesc Pantanal

<https://www.sescpantanal.com.br>

Leia a Revista da Embratur com as tendências de 2025

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/rede-inteligencia-mercado/RevistaTendencias2025vfinal.pdf>

Cristina Cuiabália, doutora em Ciências Ambientais pela Universidade de São Paulo (USP), é gerente-geral do Polo Socioambiental Sesc Pantanal e atua na conservação da natureza e na promoção do ecoturismo. Em sua palestra, abordou o ecoturismo como ferramenta de transformação ambiental e social. Cristina apresentou iniciativas que aliam pesquisa científica, educação ambiental e geração de renda. Defendeu que a experiência do visitante deve ir além do lazer, de modo a contribuir para a proteção da fauna e flora, o fortalecimento da comunidade e a construção de um legado sustentável para as futuras gerações.

Luciana De Lamare é cofundadora e presidente do Instituto Aupaba, ONG voltada ao turismo regenerativo e ao desenvolvimento territorial. É formada em Administração Hoteleira pela Universidade Estácio de Sá, com pós-graduação em Marketing pela ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) e mestrado em Turismo pela Universidade Católica de Brasília. Com mais de 20 anos de atuação, trabalha com estruturação de destinos, desenho de roteiros e projetos com protagonismo comunitário. Foi coordenadora de Planejamento e Projetos da Setur-RJ (Secretaria de Estado de Turismo do Rio de Janeiro) e tem experiência profissional na França e em Portugal.

O sonho do menino que plantou 5 milhões de árvores

A quem pergunta ao ambientalista Maurício Ruiz Branco como, há 27 anos, um menino de classe média criado no Rio de Janeiro resolveu fundar uma instituição dedicada ao replantio de árvores da Mata Atlântica, a resposta é imediata. Em uma viagem pelo Rio Andirá, na Amazônia, ele ouviu as palavras do poeta Thiago de Mello: “O trabalho não é a pena do homem por viver, mas a oportunidade de fazer um mundo melhor.”

De volta à cidade de Miguel Pereira, no centro-sul fluminense, Maurício decidiu seguir esse caminho. Assim nasceu o Instituto Terra de Proteção Ambiental (ITPA), que hoje soma mais de R\$ 100 milhões investidos em ações de conservação e contribui para um ecoturismo responsável e sustentável.

A força da regeneração

Entre as principais iniciativas, Ruiz destacou a parceria com o Instituto Estadual do Ambiente

(INEA) para executar o projeto de gestão do uso público em 12 unidades de conservação do Rio de Janeiro. O trabalho visa promover a visitação consciente dos parques estaduais e impulsionar o turismo em regiões prioritárias, como a capital, Angra dos Reis, Petrópolis, Paraty e Armação de Búzios.

“É necessário pensar globalmente e agir localmente. O conjunto de todos nós pode mudar o planeta. Já replantamos mais de 5 milhões de árvores, o que reestruturou os parques do Rio de Ja-





neiro, com mapeamento de trilhas e, consequentemente, fomentou o turismo”, afirmou durante sua palestra, que deu continuidade ao segundo painel do dia.

Ruiz Branco se aprofundou sobre o trabalho do ITPA para mostrar como a política de preservação ambiental deve caminhar ao lado da atividade turística. Além dos milhões de árvores replantadas, o Instituto regenerou manguezais inteiros, com mais de 165 mil mudas, e mantém mais de 100 mil hectares protegidos em unidades de conservação.

Turismo e biodiversidade: a nova rota da Mata Atlântica

As iniciativas do ITPA ajudaram a inserir a Mata Atlântica em novas rotas do turismo internacional — um movimento que abrange diferentes perfis de visitantes, como os observadores de aves (birdwatchers), que viajam para conhecer o ecossistema revitalizado. O motivo é claro: a Mata Atlântica reúne 891 espécies de aves, o equivalente a 46% do total registrado no Brasil, incluindo espécies endêmicas, raras e ameaçadas de extinção.

Apenas no estado do Rio de Janeiro, há 769 espécies identificadas. “Muita coisa está sendo feita no mundo. O Brasil é o país com maior potencial de geração de renda e trabalho através da regeneração de ecossistemas no planeta. Não podemos ficar para trás. Isso vai gerar ainda mais benefícios ao turismo”, explicou.

Miguel Pereira: a cidade que renasceu

Outro exemplo da integração entre preservação ambiental e desenvolvimento econômico é o projeto Terra dos Dinos, em Miguel Pereira (RJ) — um empreendimento de lazer localizado em uma cidade reconfigurada após dez anos de luta pela desativação de um lixão. A recuperação da área e o engajamento ambiental transformaram o município, atraindo investimentos e mudando a percepção sobre o seu potencial turístico.

“Economia é igual a ecologia. O ‘eco’ está nos dois. A recuperação promove desenvolvimento econômico. Hoje, quem chega em Miguel Pereira vê um milhão de árvores plantadas por nós, inclusive em áreas de difícil acesso”, ressaltou.

Conservação e desenvolvimento caminham juntos

Para Maurício, manter áreas intocadas e, ao mesmo tempo, pensar em maneiras de unir conservação e visitação são partes de um mesmo processo. “Tenho um pé no preservacionismo, não nego. Sei que precisamos ter as reservas biológicas, mas também os parques com função social. Precisamos recuperar a Mata Atlântica, que tem 80% de



O Brasil é o país com maior potencial de geração de renda e trabalho através de regeneração de ecossistemas no planeta. Não podemos ficar para trás. Isso vai trazer ainda mais benefícios ao turismo.”

Maurício Ruiz Branco
Diretor do Instituto Terra de Preservação Ambiental (ITPA)

Ações realizadas nos parques estaduais do RJ



Realização de cursos de condutores de visitantes em comunidades do entorno das unidades de conservação



Implantação de sistemas de contagem automática de visitantes em trilhas



Manejo e sinalização de trilhas



Elaboração de peças de comunicação, como mapas turísticos, guias de aves e site para visitantes



Realização de diagnósticos de potencial turístico e interface com municípios

Resultados do Instituto Terra de Proteção Ambiental (ITPA)



17 milhões

de árvores
cuidadas



5 milhões

de árvores
plantadas



100 mil

hectares protegidos
em UCs apoiadas



165 mil

mudas em
manguezais

áreas degradadas; os 30% da Amazônia que foram desmatados; e 50% do Cerrado. Para isso, podemos ter aliados como o turismo, que leva as pessoas a se engajarem na manutenção da natureza.”

Na visão do ambientalista, é necessário buscar sinergias em todas as esferas. Ele defende que há espaço, inclusive, para aliar preservação ambiental e agronegócio, desde que a legislação seja aplicada de forma efetiva e acompanhada de avanços tecnológicos.

“Não queremos acabar com a agricultura ou com a pecuária. Pelo contrário: a floresta pode gerar benefícios para a agropecuária, com tecno-

logia. É possível mudar. O Brasil tem um arcabouço legal muito sólido, mas, infelizmente, ainda há uma distância entre o que acontece e o que está na lei. Ao mesmo tempo, existe um pessimismo equivocado que corrói nossas esperanças. Evoluímos nos últimos 30 anos, com compensação ambiental, secretarias ambientais e novas leis. Precisamos viver erguidos como árvores e unidos como uma floresta.” ●

Recomendações:

- O replantio e a recuperação de ecossistemas geram empregos e criam novas rotas turísticas, nacional e internacionalmente, atraindo investimentos e desenvolvimento;
- Parques e trilhas, quando cuidados, recuperados e inseridos em um circuito, representam polos que unem turismo, conscientização e preservação;
- É preciso usar a legislação ambiental como aliada, promovendo sinergia entre preservação, turismo e agronegócio;
- Propriedades rurais devem trabalhar com compensação ambiental através do replantio nativo, impulsionando o turismo e preservando espécies.

Saiba mais sobre o Instituto Terra de Proteção Ambiental

<https://www.itpa.org.br/sobre-o-itpa>

Maurício Ruiz Branco, cientista político e ambientalista, foi secretário de Meio Ambiente de Volta Redonda e presidente do colegiado que congrega os secretários de Meio Ambiente do Rio de Janeiro. É autor de livros sobre ferramentas econômicas para a conservação e fundador do Instituto Terra de Proteção Ambiental (ITPA). Foi laureado com os prêmios Muriqui, Biosfera (oferecido pela UNESCO) e Brazilian Environmental Leader. Em sua palestra, apresentou a experiência de replantio de mais de 5 milhões de árvores da Mata Atlântica e a regeneração de áreas como manguezais e unidades de conservação, destacando que a preservação ambiental pode — e deve — caminhar junto com o turismo responsável e o desenvolvimento econômico local.



O turismo com valores agregados

Meio ambiente, qualidade de vida, acessibilidade, solidariedade e comércio justo — esses são os pilares da Organização Internacional de Turismo Social (ISTO), representada no seminário por sua diretora para as Américas, Verônica Gomes, que trouxe cada uma dessas dimensões para o debate.

Presente em cinco continentes e com mais de 60 anos de atuação, a ISTO busca ampliar o alcance de uma visão mais humana e solidária do setor. “Depois da pandemia, todos querem aproveitar as oportunidades da vida. O turismo está ligado às mudanças vividas e isso incorpora o turismo responsável. Todas as iniciativas precisam ser direcionadas nesse sentido — e não apenas para uma troca comercial”, afirmou Verônica.

Um compromisso com valores

Ao atrelar o turismo ao direito às férias e às conquistas históricas da classe trabalhadora, Verônica destacou que o setor deve se reconhecer e se projetar como um campo de direitos e conquistas para todos. “O turismo social tem valores, não é apenas acesso ao lazer. A sustentabilidade não pode ser apenas uma moda. É uma ferramenta de regeneração ambiental, social e econômica que busca transformar positivamente os territórios, com enfoque em equidade. Não se trata de um segmento econômico, apenas, mas de uma forma de pensar em justiça social”, afirmou.



O turismo social nos convida a imaginar um futuro em que o lazer não seja privilégio, mas direito; e o turismo que cura e regenera territórios e vínculos humanos.”

Verônica Gomes
Diretora para as Américas da
Organização Internacional de
Turismo Social (ISTO)



Educação, inclusão e regeneração de territórios

Nesse contexto, Verônica detalhou os trabalhos da ISTO voltados a sensibilizar e orientar seus parceiros a incorporar esses valores no cotidiano de suas atividades. “É preciso implementar uma estratégia de inclusão e desenvolvimento humano com a premissa de recuperação de espaços públicos e educação ambiental”. Com essa abordagem, avalia ela, torna-se possível promover

justiça territorial em áreas vulneráveis, além de garantir condições dignas aos prestadores de serviços turísticos.

Verônica concluiu reforçando a necessidade de reposicionar o papel do turismo na sociedade: “O turismo social nos convida a imaginar um futuro em que o lazer não seja privilégio, mas direito; o turismo que cura e regenera territórios e vínculos humanos.” •

Objetivos do turismo social



Geração de emprego e dinamização econômica.



Valorização cultural e fortalecimento comunitário.



Recuperação de espaços públicos e educação ambiental.



Promoção da justiça territorial em áreas vulneráveis.

Conheça mais sobre a Organização Internacional de Turismo Social (ISTO):

<https://isto.international>

Verônica Gomes é diretora para as Américas da Organização Internacional de Turismo Social (ISTO) e especialista em turismo acessível e sustentável. Com mais de 20 anos de experiência em políticas públicas inclusivas e fortalecimento de redes regionais, ela abordou em sua palestra a visão do turismo como direito e instrumento de transformação ambiental, social e econômica, com promoção de justiça social e regeneração dos territórios, especialmente em áreas vulneráveis.

Painel 2 – Responsabilidade, natureza e desenvolvimento

Este painel convidou à reflexão sobre o turismo como força regenerativa, aliando preservação, bem-estar e economia, destacando o grande potencial e responsabilidade do Brasil com sua rica diversidade socioambiental. A condução do painel foi de Luciana De Lamare (cofundadora e presidente do Instituto Aupaba), com a participação de Cristina Cuiabália (gerente-geral do Polo Socioambiental Sesc Pantanal), Maurício Ruiz Branco (diretor do Instituto Terra de Preservação Ambiental – ITPA) e Verônica Gomes (diretora para as Américas da Organização Internacional de Turismo Social – ISTO).

PRINCIPAIS INSIGHTS:

Luciana De Lamare – Mediadora, cofundadora e presidente do Instituto Aupaba

- Nova Narrativa para o Turismo: O painel explora uma nova narrativa para o turismo nacional, que integra meio ambiente, comunidades, boa governança e confiança institucional.
- Homem como Natureza: Destacou a necessidade de parar de separar o homem da natureza, reconhecendo que somos parte integrante dela.
- Valorização de Outros Biomas: Alertou para a perda de oportunidades ao focar excessivamente na Amazônia, negligenciando a relevância de outros biomas brasileiros no contexto turístico.

Cristina Cuiabália – Gerente-geral do Polo Socioambiental Sesc Pantanal

TEMA: “INFRAESTRUTURA SUSTENTÁVEL INTEGRADA À RESERVA PARTICULAR DO PATRIMÔNIO NATURAL (RPPN) – SESC PANTANAL: A NATUREZA COMO OPORTUNIDADE”

- Ecoturismo vs. Turismo na Natureza: Enfatizou que a prática do Sesc Pantanal é o ecoturismo, que é comprometido com a conservação e a valorização da cultura local, diferente do turismo na natureza, que pode ser de massa e não necessariamente sustentável.
- Tendências do Turismo em 2025: Apontou que as tendências indicam um forte movimento para o turismo responsável, a conexão com a natureza, escolhas conscientes, slow travel, bem-estar, aventura, astroturismo e destinos alternativos, todos buscando reconexão e significado.
- Pantanal: Importância e Vulnerabilidades: Ressaltou o Pantanal como um bioma de grande importância ambiental e cultural, mas vulnerável a impactos do pla-

nalto, com uma cultura genuína ligada ao “pulso das águas” e ameaças das mudanças climáticas (incêndios de 2020).

- Sesc Pantanal: Um Caso de Sucesso:

> Missão: Conservação da natureza e educação ambiental através do ecoturismo, pesquisa e desenvolvimento comunitário.

> Escopo: Gestão da maior RPPN do Brasil (108 mil hectares), parques, hotel, complexo educacional e centro de desenvolvimento social, demonstrando um “círculo virtuoso”.

> Sustentabilidade na Prática: O Hotel Sesc Porto Cercado é um exemplo de infraestrutura sustentável (tratamento de esgoto e água, energia solar, compostagem, reciclagem de 100% dos resíduos, eliminação de descartáveis de uso único desde 2015).

> Valorização da Natureza: Promove o “encantamento” e a atribuição de sentido à natureza através de um programa de educação ambiental focado na experiência sensorial.

> Biodiversidade e Pesquisa: A RPPN possui alta representatividade de espécies (aves, mamíferos, peixes), monitoradas por uma extensa rede de câmeras-trap, gerando dados ricos para pesquisa e manejo. O conhecimento científico é compartilhado com a comunidade.

> Impacto Social Genuíno: Projetos como o “Aquarela Pantanal” (viveiros de mudas com comunidades após incêndios) e o “Borboletário” (geração de renda para 25 famílias através da criação de borboletas) demonstram inclusão produtiva e educação ambiental.

> Governança: A RPPN conta com um conselho consultivo que integra 13 instituições da sociedade civil, garantindo colaboração e acompanhamento das ações.

- Desafio: Lidar com a imprevisibilidade dos efeitos das mudanças climáticas e a necessidade de comunicar a importância da natureza e do bem-estar.

Maurício Ruiz Branco – Diretor do Instituto Terra de Preservação Ambiental – ITPA

TEMA: “TURISMO SOCIAL E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, INCLUSÃO SOCIAL E FORTALECIMENTO DAS COMUNIDADES LOCAIS NAS AMÉRICAS.”

- **Inspiração pelo Turismo:** Compartilhou como o turismo influenciou sua trajetória, levando-o a fundar o ITPA, com a missão de “ecologizar a sociedade” e promover um “turismo que toca as pessoas”.
- **Missão do ITPA:** Focado em clima, biodiversidade, água, geração de trabalho e renda, e mobilização social. Em 27 anos, plantou 5 milhões de árvores, restaurando ecossistemas.
- **Pensar Global, Agir Local:** Defendeu a ação local em pequenas cidades, mostrando que grandes impactos são possíveis mesmo em nível micro.
- **Do Preservacionismo ao Conservacionismo:** Evoluiu da ideia de “natureza isolada do homem” para a convicção de que o conservacionismo envolve a interação e usufruto sustentável dos recursos naturais, com função social.
- **A Urgência da Regeneração:** Dado que a Mata Atlântica tem 80% de área degradada (e outros biomas também), a restauração de ecossistemas é crucial e deve ser feita de forma inclusiva, gerando benefícios como o turismo.
- **“Turismo Mão na Massa”:** O turismo de voluntariado e o “mão na massa” transformam, e há uma grande demanda por parte de jovens que buscam ser “atores reais da mudança”.
- **Tecnologia e Regeneração Rápida:** Apresentou exemplos de restauração de áreas degradadas e queimadas em apenas 4 anos, utilizando tecnologia e ciência, provando que “não é plantar para o neto, é plantar para hoje”.
- **Corredores Ecológicos:** Demonstrou como é possível criar corredores que re conectam fragmentos de floresta em propriedades rurais, conciliando a floresta com agricultura e pecuária.
- **Economia e Ecologia:** Usou o exemplo do Parque dos Dinos em Miguel Pereira (RJ) – uma área que era um lixo e incendiada, recuperada por esforços ambientais, que se tornou um empreendimento turístico de sucesso. Defendeu que a “economia é igual a ecologia” e que a recuperação ambiental promove desenvolvimento econômico.
- **Distorção Econômica:** Questionou o fato de que a agropecuária no RJ ocupa 70% do território, mas gera apenas 0,5% do PIB, enquanto o turismo, quando bem gerido, pode gerar riqueza e emprego significativos.
- **Inversão de Valores:** A “economia da preservação” é tão forte quanto a “economia da degradação”, e é preciso sistematizar a criação de renda a partir dela.

Verônica Gomes – Diretora para as Américas da Organização Internacional de Turismo Social – ISTO

TEMA: “TURISMO SOCIAL E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, INCLUSÃO SOCIAL E FORTALECIMENTO DAS COMUNIDADES LOCAIS NAS AMÉRICAS.”

- **Turismo como Agente de Mudança:** Defendeu que o turismo não está para arrasar o ambiente, mas para regenerar e apoiar, sendo todos agentes de mudança.
- **Turismo Social: Conceito Amplo:** O turismo social vai além do acesso ao lazer para todos; é uma ferramenta de regeneração social, econômica e ambiental que busca transformar positivamente territórios com equidade.
- **Direito Humano:** Baseia-se no direito a férias anuais remuneradas (Declaração Universal dos Direitos Humanos), buscando tornar esse direito teórico uma prática efetiva.
- **Evolução e Responsabilidade:** O turismo é um fenômeno social em constante evolução; a pandemia mudou sua percepção, mas nem sempre levou a uma mentalidade mais conservacionista nos turistas. A responsabilidade é também do setor em educar o turista.
- **Declaração de Montreal (1996):** Mencionou este documento como a “bíblia do turismo social”, que já falava de desenvolvimento sustentável e solidariedade há quase 30 anos.
- **O “DNA do Turismo Social”:** Definido por cinco pilares – ambiente, comércio justo (emprego, empoderamento da mulher e jovens, equidade de gênero), solidariedade, acessibilidade (ampla: econômica, cultural, psicológica, física) e qualidade de vida.
- **Turismo com Valores:** Não importa o rótulo (ecoturismo, responsável, sustentável, regenerativo), o importante é que o turismo seja “diferente” do convencional, com impactos positivos e propósito.
- **Alinhamento com ODS:** O turismo social se alinha com todos os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, não apenas com alguns.
- **Não é um Segmento, mas uma Abordagem:** O turismo social é uma forma de pensar o turismo com justiça social, uma estratégia de inclusão e desenvolvimento humano, focada nas pessoas.
- **Impacto e Vínculos Humanos:** Busca um turismo que empodera, não desloca; que se articula com a pauta ambiental (“cuidar, reparar, devolver”); e que regenera não só territórios, mas sobretudo vínculos humanos, elevando a autoestima da comunidade.

RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS:

1. Promover um Turismo Genuinamente Regenerativo: Priorizar o ecoturismo e iniciativas que demonstrem compromisso com a conservação da natureza, valorização cultural e benefícios sociais de longo prazo, evitando o greenwashing.
2. Investir em Educação para a Sustentabilidade: Desenvolver programas de educação ambiental abrangentes para turistas e comunidades, focando na experiência sensorial e na reconexão com a natureza, além de capacitação técnica.
3. Fortalecer o Engajamento Comunitário: Integrar as comunidades locais no planejamento e gestão do turismo, garantindo que sejam beneficiárias diretas e ativas, inclusive através da geração de renda e valorização de seus saberes.
4. Apoiar a Restauração de Ecossistemas: Incentivar e financiar projetos de restauração ambiental que conciliem a recuperação de áreas degradadas com a criação de novas oportunidades para o turismo, a geração de emprego e renda local.
5. Reconhecer a Interdependência Economia-Ecologia: Políticas públicas devem refletir que a economia da preservação é um motor de desenvolvimento tão potente quanto outras atividades, buscando a inversão de valores e a sistematização da geração de renda a partir da natureza.
6. Fomentar o Turismo Social como Ferramenta de Inclusão: Impulsionar o turismo social em sua concepção mais ampla, como estratégia para democratizar o acesso ao lazer, gerar equidade e fortalecer os vínculos humanos e territoriais.
7. Incentivar o “Turismo Mão na Massa” e Voluntariado: Criar programas e plataformas que conectem turistas a iniciativas de voluntariado ambiental e social, permitindo que os visitantes contribuam ativamente para a regeneração dos destinos.
8. Integrar o Conhecimento Científico e Local: Utilizar dados de pesquisa e o conhecimento tradicional das comunidades para embasar o planejamento e a gestão do turismo, garantindo abordagens adaptativas e eficazes diante das mudanças climáticas.

OBSERVAÇÕES PARA AÇÃO:

- Política de Incentivo ao Ecoturismo Genuíno: O Ministério do Turismo, em colaboração com órgãos ambientais e culturais, deve criar uma política de fomento ao ecoturismo, com critérios claros que o diferenciem do mero “turismo na natureza”, e que incentivem a certificação e a conformidade com as melhores práticas de conservação e respeito cultural.
- Programas de Restauração em Áreas de Turismo: Lançar um programa nacional de restauração ecológica focado em áreas adjacentes a destinos turísticos, com investimentos em tecnologia e mão de obra local, visando não apenas a recuperação ambiental, mas também a criação de novos atrativos e oportunidades econômicas para as comunidades (ex: Parque dos Dinos).
- Linhas de Crédito para Empreendimentos Sociais e Regenerativos: Desenvolver linhas de crédito e fomento específicas para empreendimentos turísticos (incluindo pequenos negócios e cooperativas comunitárias) que integrem os princípios do turismo social, da economia circular e da regeneração, com foco na geração de renda e bem-estar local (ex: Borboletário do Sesc Pantanal).
- Plataformas de Capacitação e Troca de Experiências: Criar plataformas digitais e programas de capacitação para gestores públicos e privados, bem como para as comunidades, que facilitem a troca de boas práticas (como as do Sesc Pantanal e ITPA) e ofereçam formação em turismo responsável, sustentabilidade e gestão de biomas.
- Fortalecimento de Conselhos Consultivos em Unidades de Conservação: Incentivar a criação e o fortalecimento de conselhos consultivos em unidades de conservação e RPPNs, garantindo a participação multissetorial e a colaboração para o planejamento e gestão dessas áreas, especialmente em contextos de turismo.



The image features a photograph of a beach with waves crashing onto the shore. The scene is partially obscured by a large, dark blue graphic element that covers the right side and top of the image. The text "Reconhecer para regenerar" is centered in white on the blue background.

Reconhecer para regenerar



Modelos de trabalho e liderança para alcançar melhores resultados

Mediadora da roda de debates, Luciana De Lamare, presidente e cofundadora do Instituto Aupaba, analisou os diferentes usos do turismo regenerativo — também chamado de design regenerativo — como estratégia de desenvolvimento para o setor.

Conforme essa abordagem, a construção sustentável de um destino implica restaurar ecossistemas, valorizar comunidades locais e fortalecer culturas tradicionais. Enquanto o turismo sustentável busca “não prejudicar”, o regenerativo pretende curar o que já foi degradado — seja recuperando áreas naturais, seja criando experiências em que visitantes e moradores aprendem e cuidam juntos.

Com mais de 20 anos de experiência no tema, De Lamare salientou que esse recorte não deve ser entendido como um mero segmento de mercado, mas como uma filosofia capaz de integrar e gerar trocas entre território, comunidade e o trabalho de conscientização dos visitantes.

Para embasar essa abordagem, citou métodos com aplicações conceituais e práticas, como o Inner Development Goals (IDG) e o Modelo de Liderança Adaptativa, desenvolvido na Universidade de Harvard (EUA). O primeiro reúne elementos como empatia, integridade, pensamento crítico e colaboração, que complementam os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU. O segundo defende uma liderança flexível, que promove participação no enfrentamento de desafios complexos.

Luciana defende a aplicação direta dessas competências, qualidades e mentalidades, que pessoas e organizações podem cultivar para lidar com

questões concretas do setor e contribuir para a transformação social no turismo.

“A partir do desenvolvimento da conscientização individual, territórios podem ser regenerados com práticas mais responsáveis, como a redução

Objetivos do Instituto Aupaba



Defender e evidenciar práticas regenerativas, respeitando a transversalidade e diversidade do setor.



Promover e valorizar experiências aos visitantes e cadeias produtivas em diferentes territórios cujos propósitos e valores sejam convergentes.



Capacitar, estimular e preparar comunidades, profissionais e instituições para receber visitantes com entrega de valor.



Apoiar, mensurar e propor mudanças estruturantes para garantir resultados de alto impacto e de longo prazo.

do impacto ambiental, o respeito à cultura local e a criação de benefícios econômicos para as comunidades. Isso é a base do Inner Development Goals”, explica.

Pela ótica da Liderança Adaptativa, é possível inserir moradores das comunidades locais em projetos de regeneração do espaço. “É preciso reconhecer a hora de sair e abrir espaço para quem tem mais habilidades técnicas. A liderança adaptativa tem tudo a ver com o turismo, pois às vezes precisamos trazer outros atores, com protagonismo local, que são pouco valorizados. Eles trazem novos olhares e transformam o meio. Nem sempre o chefe é o líder. Não precisamos ser líderes o tempo todo. Há muita gente competente que precisa ser ouvida”, complementa.

Aplicações práticas: o Vale do Café (RJ)

Para exemplificar a regeneração de territórios a partir da conscientização e de uma observação qualitativa, Luciana citou o trabalho no Vale do Café, no sul fluminense. A região tem história intensa, manifestada na arquitetura, música, culinária e cultura e marcada pelo legado da população afro-brasileira e pela memória dos efeitos e violência da escravidão.

Esse contexto exige compreender e narrar essa herança e seu impacto no presente — dimensão que vai além dos números. É essa construção que hoje atrai visitantes do Brasil e do exterior em busca de patrimônios seculares, como as rodas de jongo, dança e ritmo precursor do samba.

Para alcançar esse resultado, o Instituto Aupaba desenvolveu 10 roteiros temáticos em seis cidades do Vale do Café, integrando terceiro setor, poder público e iniciativa



Territórios podem ser regenerados com práticas mais responsáveis, como a redução do impacto ambiental, o respeito pela cultura local e a criação de benefícios econômicos para as comunidades.”

Luciana De Lamare
Presidente do Instituto Aupaba

Pilares do Turismo Regenerativo

(segundo Daniel Christian Wahl, autor de Designing Regenerative Cultures)

 <p>Pilar Ecológico</p>	 <p>Pilar Social</p>	 <p>Pilar Econômico</p>
<p>Proteger e regenerar ecossistemas (conservação da biodiversidade, gestão de resíduos, energias renováveis, redução de pegada de carbono).</p>	<p>Incluir e respeitar comunidades locais (benefícios diretos, preservação cultural e do patrimônio, oportunidades econômicas justas e sustentáveis).</p>	<p>Garantir sustentabilidade financeira e distribuição equitativa (geração de renda local e investimento nos ecossistemas naturais e sociais que sustentam a atividade).</p>

Modelo de Liderança Adaptativa



Flexibilidade e agilidade

Habilidade de ajustar estratégias e abordagens rapidamente conforme o ambiente e as circunstâncias mudam.



Empatia e comunicação

Capacidade de compreender e considerar as perspectivas e necessidades dos colaboradores.



Colaboração e inclusão

Envolvimento ativo de todos os níveis da organização para identificar problemas e encontrar soluções.



Aprendizado contínuo

Encorajamento da aprendizagem e desenvolvimento contínuo, tanto pessoal quanto organizacional.



Resiliência

Competência de enfrentar e superar desafios e adversidades com determinação e coragem.



Inovação e experimentação

Incentivo para que as equipes explorem novas ideias e abordagens, mesmo que envolva riscos. A experimentação é essencial para descobrir soluções criativas para problemas complexos.



Capacidade de diagnóstico

Proficiência em identificar e analisar problemas, compreendendo suas raízes e dinâmicas subjacentes.



Mobilização de recursos

Competência para alavancar os talentos e as habilidades dos colaboradores, bem como os recursos disponíveis para enfrentar desafios e alcançar objetivos organizacionais.



privada — ação que revigorou a identidade regional. Em Mendes, por exemplo, foi criada a *Árvore da Vida*, instalação artística para a qual famílias locais doaram louças, fortalecendo o elo comunitário. “Criamos um escritório de promoção turística cuja abordagem não contemplou a defesa de interesses de entidades de classe. Percebemos que isso agravaria dissonâncias econômicas e sociais de um território com muitas cicatrizes. A monocultura cafeeira expôs o solo e os mananciais a risco e degradação por mais de 200 anos, além de manter latente o sofrimento humano. Foi fundamental unir pontas para então promover vocações de reconhecimento, legado e cura”, lembra.

Da regeneração ao desenvolvimento

Com base nessa experiência, Luciana defende que o impulso ao turismo deve ser consequência de um trabalho de regeneração bem executado, e não a meta primordial. “A mudança mais expressiva que buscamos é qualitativa. As pessoas devem dizer que moram ali, fazem artesanato e divulgam a região. O design regenerativo muda a nossa percepção, faz você sentir o que melhorou, e não apenas olhar números. Com isso, taxa de ocupação hoteleira e ticket médio tendem a crescer. O setor precisa produzir massa crítica e senso crítico para que as pessoas se sintam mais felizes no território”, conclui. ●

Instituto Aupaba:

<https://institutoaupaba.org>

Painel 3 – Reconhecer para regenerar

A palestra de Luciana De Lamare, cofundadora e presidente do Instituto Alpaba, abordou o design regenerativo como uma nova forma de pensar, planejar e viver o turismo. Em um contexto de crises climáticas, desigualdade social e degradação territorial, a reflexão central é que não basta mais mitigar impactos; é preciso regenerar, adotando um olhar sistêmico, territorial e participativo que equilibra pessoas, natureza e economia.

PRINCIPAIS INSIGHTS:

Luciana De Lamare – cofundadora e presidente do Instituto Alpaba

PALESTRA: O DESIGN REGENERATIVO COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO PARA O TURISMO

- **A Armadilha da Segmentação e o Verdadeiro Propósito da Regeneração:** Luciana alertou para o risco de o design regenerativo (e o turismo regenerativo) se tornarem apenas mais um segmento de mercado, repetindo o que aconteceu com a sustentabilidade. A segmentação gera separação e intensifica as diferenças sociais e econômicas, em vez de promover soluções integradas e igualdade, especialmente em um país como o Brasil. O turismo não se limita a alimentação, transporte, eventos e hospedagem; ele precisa ser um catalisador de mudança profunda.
- **A Degeneração como Ponto de Partida para a Regeneração:** A regeneração só é possível a partir do reconhecimento da degeneração. Este processo pode ser doloroso, mas é essencial para identificar os problemas reais do território e de suas comunidades. A regeneração humana precede a ambiental, pois não é possível restaurar ecossistemas sem antes regenerar a nós mesmos. O exemplo do Vale do Café, com seu histórico de escravidão e degradação ambiental, ilustra como o reconhecimento da dor pode mobilizar para a transformação.
- **A Visão Sistêmica e a Integralidade do Turismo:** O design regenerativo, embora antigo (desde 1972, com Daniel Christian Wahl), propõe um olhar sistêmico que transcende a compartimentalização de governos e instituições (ex: secretarias separadas de cultura, turismo, meio ambiente). É preciso integrar as pautas – turismo, meio ambiente, cultura, educação, bem-estar, saúde – para gerar valor real para o território e suas comunidades. O desafio é grande, exigindo raciocínio e empatia.
- **Pensamento de Longo Prazo e o Desafio do “Hoje”:** A regeneração exige uma visão de longo prazo (50 anos à frente), exercitando a utopia e a distopia para imaginar cenários futuros (pior, melhor, desejável, provável) a partir das decisões tomadas hoje. É crucial abandonar a ideia de que a responsabilidade é apenas das gerações futuras e agir no presente. A pergunta central é: “Por que estamos fazendo isso?”, priorizando a questão ambiental antes da econômica e social, e reconhecendo o papel individual na melhoria do cenário.
- **O Desenvolvimento Interno e a Liderança Adaptativa:** Inspirado nos Inner Development Goals (IDGs), Luciana destacou que a transformação externa (no mundo) depende da transformação interna (pessoal). Os IDGs, criados pelos mesmos designers dos ODS, convidam ao autoconhecimento, à melhoria das habilidades de comunicação e à expressão da vulnerabilidade. No contexto organizacional, a liderança adaptativa, um modelo de Harvard, enfatiza a habilidade de intervir e também de “sair de cena” para dar espaço a pessoas mais competentes ou com habilidades específicas, reconhecendo que a liderança não está sempre no topo hierárquico e que todos somos líderes em algum momento.
- **A Essência da Conexão e os Valores Humanos:** Em meio a um excesso de terminologias (ESG, etc.), a conexão é o mais importante no processo regenerativo. A regeneração envolve uma dimensão de espiritualidade (não religiosa), focada na capacidade humana de ser humano. É fundamental valorizar cadeias produtivas invisibilizadas, a economia circular e criativa, o patrimônio local e os saberes tradicionais, que são fontes de fomento para o turismo e que correm o risco de se perder.

RECOMENDAÇÕES PRÁTICAS:

1. Revisitar a Abordagem do Turismo: Urge uma reavaliação do modelo de fomento e estruturação de políticas públicas, afastando-se da segmentação excessiva que impede uma visão holística e integrada do turismo.

2. Promover a Transição Justa e Justiça Climática: Posicionar o turismo como um vetor para a transição justa e a justiça climática, reconhecendo seu poder de contribuir para agendas globais e locais que visam a equidade e a resiliência.

3. Incentivar o Pensamento Sistêmico nas Lideranças: Capacitar líderes (públicos, privados e da sociedade civil) a pensar de forma sistêmica, integrando as diversas dimensões (turismo, meio ambiente, cultura, educação, saúde) na formulação de estratégias e políticas.

4. Fomentar a Consciência e o Desenvolvimento Interno (IDGs): Incluir no debate e nas capacitações o conceito dos Inner Development Goals, mostrando que

a transformação sustentável passa pela melhoria das competências internas e da inteligência emocional dos indivíduos.

5. Apostar na Liderança Adaptativa e Inclusiva: Desenvolver programas que promovam a liderança adaptativa, incentivando a colaboração, o reconhecimento de diferentes competências e a voz de líderes locais e de base.

6. Valorizar o Patrimônio Imaterial e as Economias Locais: Criar políticas que valorizem as cadeias produtivas locais, o patrimônio imaterial e os saberes tradicionais, promovendo a economia circular e criativa como forma de gerar recursos e preservar culturas.

7. Estimular a “Militância Suave” e a Ação no Presente: Reforçar a importância da ação imediata e da “militância suave” no setor, mobilizando pessoas e instituições a fazerem a diferença hoje, sem delegar a responsabilidade apenas às futuras gerações.

OBSERVAÇÕES PARA AÇÃO:

- Desenvolvimento de Políticas Públicas Integradas:

- > Elaborar propostas de políticas públicas que abordem o turismo não como um setor isolado, mas como um elemento intrínseco a questões ambientais, sociais, culturais e educacionais.

- > Buscar mecanismos de governança híbrida, que articulem o poder público, a iniciativa privada e a sociedade civil em todas as etapas, desde a concepção até a implementação e monitoramento das políticas.

- > Priorizar projetos que demonstrem como a “economia da preservação” pode gerar riqueza e emprego, com base em exemplos de sucesso e dados concretos, como a recuperação de áreas degradadas para fins turísticos.

- Incentivo à Liderança Inclusiva e Local:

- > Mapear e dar voz às lideranças locais e comunitárias, que muitas vezes possuem o conhecimento mais profundo sobre as “dores” e necessidades do território.

- > Criar programas de capacitação para líderes do setor que promovam o desenvolvimento de competências de liderança adaptativa e inteligência emocional, essenciais para gerir projetos complexos e colaborativos.

- Programas de Educação e Conscientização:

- > Desenvolver campanhas e materiais educativos para o setor e para o público em geral sobre os princípios do design regenerativo, seus benefícios e como o turismo pode ser uma ferramenta de transformação positiva.

- > Fomentar discussões sobre os IDGs para promover um desenvolvimento mais integral e consciente dos profissionais do turismo.

- Apoio a Iniciativas de Base e Economia Regenerativa:

- > Identificar e apoiar iniciativas que utilizam a economia circular, criativa e a valorização do patrimônio cultural para gerar renda e preservar o meio ambiente, como o Projeto Borboletário do Sesc Pantanal.

- > Estimular o turismo de voluntariado, onde os visitantes podem contribuir ativamente para a restauração ou manutenção de projetos ambientais e sociais.

- Engajamento na Agenda Climática:

- > Utilizar os insights e recomendações do design regenerativo para fortalecer a contribuição do setor de turismo no debate climático, mostrando o papel estratégico do turismo na transição para uma economia verde e mais justa.





Sustentabilidade nas políticas públicas





Planejar é preciso

Com uma banca de peso, o terceiro painel do evento adotou o formato de talk show para discutir as políticas públicas como estratégia de um turismo sustentável.

Mediado por Mariana Aldrigui, uma das maiores referências do país no tema, o debate contou com Fabrício Amaral, assessor especial do governo de Goiás; Juliana Bettini, especialista do BID; e Carlos Lidízia, vice-diretor do curso de Turismo da UFF. A mesa trouxe reflexões sobre planejamento, continuidade e articulação entre os setores público, privado e acadêmico.

Continuidade e segurança jurídica

Aldrigui abriu o debate questionando como garantir a longevidade de projetos de turismo sustentável diante da alternância de governos. Em resposta, Fabrício Amaral reconheceu as limitações da legislação vigente e ressaltou a importância de planejamento e previsibilidade. O assessor citou como exemplo a política Cota Zero, implementada em Goiás, que proíbe a pesca predatória e contribui para a manutenção das populações ribeirinhas.

"No Brasil, temos mandatos de quatro anos. Os orçamentos são fechados em novembro e a Lei Eleitoral restringe investimentos em ano de pleito, o que reduz a eficácia dos projetos para cerca de três anos e meio. Por isso, a segurança jurídica é fundamental. Em Goiás, temos legislação específica para a Cota Zero, e quem infringe a norma é punido — isso explica o sucesso da medida", explicou.

A mediadora destacou que, em muitos casos, a disputa política acaba servindo como entrave na continuidade de iniciativas bem-sucedidas.

"Mesmo com políticos empenhados em bons projetos, há a disputa por verbas, por apoios e pelo timing mais adequado para implementá-los. Então, não basta ter uma boa ideia. É preciso saber ler o cenário político e identificar a janela de oportunidade certa", observou.

Amaral enfatizou ainda que iniciativas de sustentabilidade fomentam o turismo e fortalecem o setor privado. Goiás é líder nacional em pesca esportiva (com devolução dos peixes após a captura), impulsionando hospedagens e clubes ribeirinhos. O estado também se destaca em trilhas de longo percurso e desenvolve ações de capacitação nas comunidades quilombolas da Chapada dos Veadeiros.

"A segurança jurídica vale para o IPTU turístico de uma cidade e para o ordenamento urbano, por exemplo. Mas, tão importante quanto isto é o fortalecimento de uma governança bem estabelecida com participação ativa da iniciativa privada", defendeu.



“O Caminho de Cora Coralina é um exemplo de aproveitamento do potencial natural e histórico de Goiás.”

Fabrício Amaral
Assessor especial do governo de Goiás

Fomento à Pesca Esportiva em Goiás (entre 2022 e 2025)

 Turismo de Pesca Esportiva	 Resultado dos investimentos	 Crescimento do Turismo	 Promoção de Goiás	 Resiliência
<p>R\$ 4,9 milhões de investimento</p> <p>Apoio a 54 eventos</p>	<p>R\$ 29,6 milhões movimentados na economia local</p> <p>Desenvolvimento dos destinos turísticos</p> <p>600% de retorno médio do investimento no período</p>	<p>13.774 pescadores (turistas de nove estados)</p> <p>4.309 equipes</p> <p>R\$ 2.890,74 de gasto médio por participante</p> <p>R\$ 6,3 milhões em premiações</p>	<p>R\$ 1,5 milhão investidos em divulgação (entre 2022 e 2025)</p> <p>180% de aumento em mídia</p> <p>Destinos goianos apareceram 746 vezes na Fish TV</p>	<p>Competência de enfrentar e superar desafios e adversidades com determinação e coragem</p>

O assessor também elencou pólos turísticos que movimentam a economia goiana. "O Caminho de Cora Coralina é um caso emblemático de aproveitamento do potencial natural e histórico de Goiás. A trilha tem mais de 300 quilômetros, cruza oito cidades históricas e conecta povoados, oferecendo uma verdadeira aula de cultura e natureza. Na Chapada, o quilombo Kalunga recebe mais de 29 mil visitantes por ano. Lá, capacitamos moradores para atuarem como guias nas cachoeiras — fortalecendo a economia local", ilustrou.

Aldrigui complementou ao mencionar o potencial que o estado demonstra através do turismo de negócios. "Além de lugares incríveis para o turismo de lazer, Goiás se mostra ainda um grande pólo para o turismo corporativo. O agronegócio atrai estrangeiros atrás das novidades para o setor. São eventos e mais eventos que movimentam a economia", pontuou.

Financiamentos e impactos sociais

Mariana Aldrigui direcionou então a discussão para Juliana Bettini, indagando como evitar que os financiamentos internacionais criem iniciativas isoladas e concentradoras de investimento, sem integração regional. A representante do BID enfatizou a necessidade de planejamento abrangente e monitoramento de longo prazo.

"Quando uma iniciativa é financiada, o objetivo não é apenas aumentar o número de visitantes, mas garantir que os investimentos cheguem aos grupos vulneráveis. Por isso, é fundamental acompanhar os resultados no curto e no longo prazo. Um financiamento dura de cinco a sete anos, mas os impactos precisam ir além desse período. Hoje, sabemos que nossos recursos não podem mirar, apenas, a criação de ilhas de excelência turística. Precisamos deixar legado, fazer com que os benefícios cheguem à ponta, às comunidades, e gerem transformações no meio ambiente, na economia e na sociedade", explicou.

Bettini citou Salvador e Pernambuco como casos de iniciativas bem-sucedidas apoiadas pelo BID, que remodelaram o turismo de forma integrada e duradoura.

"Na capital baiana, o diagnóstico inicial revelou uma disparidade salarial entre trabalhadores negros e brancos, apesar de a maioria da população

ser negra. A partir do Plano Afro, criamos quatro frentes de atuação para empreendedores negros, promovendo inclusão e igualdade. A ação também envolveu a reforma de equipamentos culturais e a requalificação da orla, mostrando como o turismo pode ser vetor de transformação social", relatou.

Ciência e gestão integrada

Ao trazer a perspectiva acadêmica para o debate, Carlos Lidízia defendeu ser imprescindível consolidar uma política nacional de turismo que articule estados e municípios, transformando pesquisas acadêmicas em instrumentos legais vinculantes — com fiscalização e certificação efetivas.

"O Brasil tem poucos casos de over tourism, mas carece de planejamento integrado. Gramado é um destino maduro, que alia fluxo intenso à sustentabilidade, mas isso é exceção. Em geral, há desarti-



“Precisamos deixar legado, fazer com que os benefícios cheguem à ponta, às comunidades, e gerem transformações no meio ambiente, na economia e na sociedade.”

Juliana Bettini
Especialista de Turismo
do BID

culação entre secretarias e instâncias regionais. Quanto mais se aproxima da ponta, mais difícil é a situação. Falta uma política nacional robusta para dar coesão ao setor", analisou.

O vice-diretor defendeu que é necessário um "trabalho transversal" para que o turismo brasileiro gere ainda mais benefícios à sociedade. "Os estudos mostram que não podemos pensar no segmento de forma meramente quantitativa, mas, sim, qualitativa. O pensamento estratégico tem que ser transversal, com clareza nas políticas públicas. As instâncias abaixo precisam entender o que o Ministério do Turismo está preconizando, para que possam agir. O Brasil é gigantesco, é necessário haver integração e transparência nas diretrizes", argumentou.

Aldrigui concordou, reforçando a necessidade de políticas de Estado, e não apenas de governo. "A alternância de poder, em diversos momentos, acaba



“O pensamento estratégico tem que ser transversal, com clareza nas políticas públicas.”

Carlos Lidízia
Vice-diretor do curso de Turismo da UFF



interrompendo iniciativas que se tornam marcas de uma gestão. Ainda faltam grandes programas estruturantes que articulem investimentos, padronizem informações e organizem regiões turísticas. As leis precisam evoluir para que o setor deixe de ser ferramenta de articulação política e se torne instrumento de transformação real. Porque se não fizemos isso, se não planejarmos, o risco é muito alto. Até destinos antes considerados referências, como Barcelona e Amsterdã, hoje enfrentam problemas de over tourism", concluiu.

Diante desse cenário, Lidízia defendeu que a academia deve trabalhar ao lado do mercado, criando balizadores e oferecendo dados que aperfeiçoem a atividade turística. "Falar de sustentabilidade está saturado. Quando digo isto, é por considerar nosso arcabouço teórico muito robusto. Os desafios sociais brasileiros nos obrigam a ter um

primor diferente — muitos dos nossos profissionais são melhores do que os estrangeiros. Porém, precisamos criar mecanismos para potencializar essas práticas. Precisamos assumir um pensamento regenerativo, reconhecendo o que já foi feito de errado pelas gerações anteriores. A academia deve trazer regulações, trabalhar com dados e monitorar os territórios. Não dá mais tempo de fazer diferente", concluiu. ●

Mariana Aldrigui é pesquisadora e doutora pela Universidade de São Paulo (USP). Coordena as ações da ONG Global Travel & Tourism Partnership no Brasil e na América Latina. Atuou como gerente na área de Informação e Inteligência de Dados da Embratur e presidiu o Conselho de Turismo da FecomercioSP. No seminário, mediu o painel sobre articulação governamental, continuidade de projetos e eficácia das políticas públicas.

Fabício Amaral é assessor especial do governo de Goiás, mestre em Desenvolvimento Territorial, coautor da Lei Geral do Turismo e consultor da ONU. Defendeu a importância de políticas públicas que assegurem a continuidade de projetos sustentáveis, mesmo diante da alternância de governos. Para ele, segurança jurídica, planejamento e integração entre setores são essenciais para que o turismo funcione como ferramenta de desenvolvimento econômico e preservação ambiental.

Juliana Bettini é especialista sênior de Turismo no Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e mestre em Planejamento de Destinos. Lidera iniciativas voltadas à ação climática, transformação tecnológica e afroturismo. Explicou que os financiamentos do BID devem ir além do aumento de visitantes, garantindo que os investimentos alcancem grupos vulneráveis e gerem impactos duradouros, com monitoramento no curto e no longo prazo. Defendeu ainda um arcabouço jurídico sólido que reduza riscos e evite que os projetos se tornem "ilhas de excelência" desconectadas do território.

Carlos Lidízia é professor e vice-diretor do curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF), com pós-doutorado pela UERJ. Em sua participação, destacou a importância de uma política nacional de turismo que transforme pesquisas acadêmicas em instrumentos legais eficazes, como certificações e mecanismos de fiscalização.

Conheça a GKS:

<https://www.gks.com.br>

Saiba mais sobre o Caminho de Cora Coralina:

<https://caminhodecoracoralina.com.br>

Ações de turismo sustentável do Ministério do Turismo:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoas-obras-e-atividades/turismo-responsavel/TurismoResponsvelNoBrasil.pdf>

Iniciativas de turismo sustentável do BID:

<https://www.iadb.org/pt-br/quem-somos/topicos/sustainable-tourism/iniciativas-de-turismo-sustentavel>

Painel 4 – Sustentabilidade nas políticas públicas

O terceiro painel do seminário abordou a importância das políticas públicas para o turismo sustentável, destacando seu papel no planejamento, articulação intersetorial e contribuição para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). A mediação foi de Mariana Aldrigui (USP), com a participação de Fabrício Amaral (Governo de Goiás), Juliana Bettini (Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID) e Carlos Lidízia (Universidade Federal Fluminense – UFF).

PRINCIPAIS INSIGHTS:

Dra. Mariana Aldrigui – Mediadora, professora doutora e pesquisadora vinculada à Universidade de São Paulo (USP)

- **Desafio da Realidade vs. Ideal:** Há uma cisão constante entre o que se deseja e o que realmente acontece na implementação de políticas públicas. Mesmo com boas intenções e projetos, a disputa política e o timing adequado são cruciais para o sucesso.
- **Descontinuidade e Regressão:** Observa que, apesar dos compromissos assumidos (como na Eco 92), ainda enfrentamos problemas e até regressões em questões ambientais e sustentáveis.

Fabrício Amaral – Assessor Especial do Governo do Estado de Goiás

TEMA: “PLANEJAMENTO AMBIENTAL E ARTICULAÇÃO INTERSETORIAL COM O TURISMO.”

- **Descontinuidade Política:** Mandatos de 4 anos são um sério problema estrutural, pois o tempo efetivo de trabalho em turismo é reduzido por ciclos orçamentários (novembro a fevereiro) e leis eleitorais (abril em diante).
- **Segurança Jurídica como Solução:** Leis estaduais e municipais bem estruturadas podem garantir a continuidade das políticas. Cita o exemplo da lei de “cota zero” na pesca esportiva em Goiás, que proibiu a pesca predatória por 10 anos, gerando oportunidades para comunidades ribeirinhas e sendo difícil de ser revogada por um novo governo.
- **Fortalecimento do Privado:** A iniciativa privada deve ser protagonista nas ações, pois sua governança (voto, economia) pode assegurar o cumprimento de acordos, independentemente de mudanças políticas.
- **Turismo como Gerador de Empregos:** Enfatiza o turismo como uma poderosa política social de geração de

empregos (ex: um hotel pode empregar mais que uma grande fazenda), o que é um argumento “imbatível” para governadores.

- **Conciliação de Atividades:** Acredita que o turismo pode conciliar-se com outras atividades econômicas (agronegócio, mineração, tecnologia) ao gerar inclusão social e renda, inclusive em áreas rurais.
- **Overturismo:** Expressou preocupação com o overturismo em cidades globais, que gera conflitos sociais e xenofobia, alertando para a necessidade de planejamento.

Juliana Bettini – Especialista em Turismo do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)

TEMA: “LINHAS DE CRÉDITO E FINANCIAMENTO PARA PROJETOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS; ESTUDOS DE CASO.”

- **Impacto como Métrica Principal:** O objetivo do BID não é apenas o desembolso financeiro, mas sim “melhorar vidas” e gerar impacto nos territórios e setores.
- **Monitoramento de Longo Prazo:** Os projetos buscam maximizar impactos econômicos, sociais e ambientais, garantindo que os benefícios cheguem a grupos vulneráveis e preservem o capital natural. Reconhece o desafio de medir impactos que só se manifestam muitos anos após o término do financiamento.
- **Evolução da Estratégia:** O BID evoluiu de um modelo que focava apenas em infraestrutura ou geração de divisa (como no Prodetur Nordeste) para um que busca um “efeito derrame” na economia local e benefícios socioambientais.
- **Salvaguardas Socioambientais:** Políticas robustas de salvaguarda exigem participação social e engajamento das partes interessadas desde o desenho até a execução dos projetos, garantindo que as vozes locais sejam ouvidas.

Carlos Lidízia – Coordenador de pós-graduação em gestão de turismo, hotelaria e eventos da Universidade Federal Fluminense (UFF)

TEMA: “AVANÇOS E DESAFIOS DAS POLÍTICAS PÚBLICAS FEDERAIS PARA UM TURISMO SUSTENTÁVEL E INCLUSIVO.”

- Relação Academia-Trade: Destaca a relação frutífera e crescente entre a academia e o trade turístico/poder público, que é essencial para a formação de profissionais e para a universidade atuar mais ativamente.
- Marketing vs. Políticas Públicas: O “greenwashing” é mais uma estratégia de marketing de algumas instituições do que algo que as políticas públicas deveriam desenvolver. O papel do poder público é monitorar.
- Novo Paradigma: É preciso migrar de um turismo focado em quantitativos para um focado em qualidade. Não é mais “quem” lidera, mas “como” lidera, com pensamento estratégico transversal e multissetorial.
- Instâncias de Governança Regional (IGRs): A efetividade das IGRs é variada; muitas estão à deriva por falta de recursos e definição clara de papel. A clareza e o consenso sobre os limites de atuação são cruciais.
- Sustentabilidade: Do Discurso à Ação: Argumenta que o discurso sobre sustentabilidade é robusto no Brasil, mas a implementação falha. A “sustentabilidade já deu” no sentido de que é hora de agir e escalar as boas práticas.
- Regeneração como Urgência: A passagem para o pensamento regenerativo implica reconhecer erros passados e agir hoje. As evidências das mudanças climáticas exigem ação imediata.
- Dados e Monitoramento: O turismo precisa abandonar o “achismo” e trabalhar com dados e monitoramento rigorosos para planejamento territorial e avaliação de impacto, inclusive social, que é um grande desafio de mensuração.
- Benefício para Pessoas: A regeneração deve beneficiar as populações e comunidades locais, não apenas o território natural.
- Overturismo como Lição: Cidades como Veneza, Barcelona e Amsterdã atingiram metas de promoção turística dos anos 80/90, mas ignoraram os impactos sociais, resultando em overturismo. É preciso aprender com esses exemplos e agir preventivamente.

RECOMENDAÇÕES:

1. Garantir Continuidade das Políticas: Criar mecanismos políticos e jurídicos (leis estaduais e municipais robustas) que assegurem a continuidade de políticas públicas de turismo sustentável, independentemente das mudanças de governo.
2. Fortalecer a Governança Multissetorial e o Setor Privado: Envolver ativamente a iniciativa privada e as instâncias de governança regional (IGRs), garantindo recursos e definição clara de papéis, para que atuem como protagonistas e fiscais da política.
3. Priorizar o Turismo como Gerador de Emprego: Posicionar o turismo como uma política social fundamental para a geração de empregos e inclusão social, especialmente em áreas rurais e para grupos vulneráveis.
4. Promover Financiamentos com Impacto Social e Ambiental: Bancos de desenvolvimento e órgãos de fomento devem estruturar projetos que, além de objetivos econômicos, tenham metas claras de impacto social e ambiental de longo prazo, com salvaguardas rigorosas e participação comunitária.
5. Monitoramento e Avaliação Qualitativa: Implementar sistemas de monitoramento e avaliação que utilizem indicadores qualitativos e de longo prazo para medir o impacto real dos projetos, para além das métricas financeiras imediatas.
6. Articulação Academia-Governo-Trade: Fomentar a colaboração entre a academia, o setor público e a iniciativa privada para o desenvolvimento de metodologias, certificações e análises críticas que qualifiquem as políticas públicas.
7. Transição para o Turismo Regenerativo: Mudar o paradigma de sustentabilidade como diferencial para um de regeneração como premissa, com foco na correção de falhas passadas e no benefício direto às comunidades.
8. Uso de Dados para Decisão: Incentivar a tomada de decisões baseada em dados e não em “achismo”, para um planejamento territorial e turístico mais eficaz.
9. Prevenção ao Overturismo: Aprender com experiências internacionais e desenvolver políticas que previnam o overturismo, garantindo que o crescimento do setor beneficie a todos sem degradar a experiência de moradores e visitantes.

OBSERVAÇÕES PARA AÇÃO:

- Ampliação de Linhas de Financiamento: A ampliação das linhas de financiamento público para projetos turísticos sustentáveis deve ser considerada uma alta prioridade, dada sua capacidade de impulsionar o desenvolvimento.
- Instrumentos Normativos Integradores: A criação de instrumentos normativos que articulem turismo com planejamento ambiental intersectorial é uma demanda crítica, essencial para um desenvolvimento equilibrado e coeso.
- Mecanismos de Continuidade: Intensificar a criação de conselhos consultivos e/ou fundos de dotação com participação multissetorial e do setor privado que possam blindar projetos estratégicos da descontinuidade política.
- Indicadores de Impacto Social: Desenvolver e aplicar indicadores específicos para mensurar o impacto social do turismo, como aumento da renda local, redução da desigualdade, participação de grupos vulneráveis e satisfação da comunidade.
- Programas de Capacitação em Regeneração: Criar programas de capacitação para gestores públicos e privados sobre os princípios do design regenerativo, liderança adaptativa e a importância da tomada de decisão baseada em dados.
- Regulamentação e Apoio às IGRs: Revisar e fortalecer o papel das Instâncias de Governança Regional (IGRs), garantindo recursos e alinhamento com as políticas federais e estaduais para um desenvolvimento turístico coeso.
- Iniciativas para o Futuro: O governo e o setor devem liderar o pensamento de longo prazo, exercitando cenários futuros (prováveis, possíveis, preferíveis) para as cidades e destinos turísticos, e tomando decisões hoje para um futuro mais regenerativo.





Eventos que movem comunidades: cultura, identidade e desenvolvimento regional

Um calendário de transformação

Os eventos são uma das mais potentes vitrines do turismo brasileiro — capazes de mobilizar comunidades, atrair visitantes, gerar renda e projetar valores. Quando organizados com o compromisso real com a sustentabilidade e respeito às identidades locais, tornam-se agentes de transformação: fortalecem economias regionais, reduzem impactos ambientais e promovem o melhor da cultura e da hospitalidade. Esse foi o foco do painel mediado por Enide Câmara, que acumula mais de 1.600 eventos em 32 anos de carreira. Para ela, pensar o turismo sob essa ótica é também discutir associativismo, políticas públicas e avanços sociais.

“Estamos falando de comunidades. Somos um país com 5.570 municípios. Existe um calendário de eventos com o potencial de gerar emprego e renda para vários setores da economia. Só que, hoje, faltam políticas públicas e patrocínios. Leis, como a Rouanet, voltada à cultura, precisam ser aprimoradas para o nosso setor. Isso é fundamental para que o poder público e os empresários invistam ainda mais”, destacou Enide.

Cultura como regeneração do território

A harpista e professora Cristina Braga trouxe um exemplo vivo de como a cultura pode transformar o território e conectar história, turismo e sustentabilidade. Criadora do Festival Vale do Café, realizado desde 2005 em Vasouras, no centro-sul fluminense, Braga mostrou como o evento ajudou a revitalizar fazendas históricas e impulsionar a economia local.

O festival, que recebe cerca de 8 mil visitantes a cada edição, realiza concertos em casarões seculares e leva turistas a imersões musicais em paisagens que contam o ciclo do café no Brasil. O crescimento foi tamanho que, hoje, se estende a sete municípios vizinhos, que oferecem oficinas para estudantes, capacitam mão de obra e criam oportunidades de negócios.



“É lindo ver o concerto de harpas feito pelos alunos da região. É a cultura chegando à comunidade através do evento. As fazendas se preparam para receber turistas que querem aprender sobre o ciclo do café e comprar a produção.”

Cristina Braga
Criadora do Festival
Vale do Café



“É lindo ver o concerto de harpas feito pelos alunos da região. É a cultura chegando à comunidade através do evento. As fazendas se preparam para receber turistas que querem aprender sobre o ciclo do café e comprar a produção. Também é fantástico ver novas marcas surgirem, como a torta “Floresta Atlântica”, feita com cachaça, café e chocolate. Tudo isso respeitando parâmetros essenciais, como a reutilização de materiais, coleta de água da chuva, separação de lixo e compostagem de orgânicos”, contou.

Além da música, o festival incentivou a retomada de insus-tos típicos, como o alecrim-do-campo, a taioba e o urucum, que voltaram a ser utilizados na culinária e na medicina popular da região.

Inspirado por essa mesma lógica, o trabalho da pesquisadora e artista Beatriz Vidal resgatou os bonecos de Zé Pereira — símbolos do carnaval de Olinda (PE) que também faziam parte da cultura local até os anos 1970, mas haviam se perdido com o tempo. Vidal recuperou a técnica original de Dona Maria Cesteira, figura lendária de Olinda, e adaptou-a ao contexto fluminense: as estruturas dos bonecos passaram a ser feitas com bambu nativo do Vale do Café, e o método começou a ser ensinado nas escolas, garantindo a continuidade da tradição.




“Há dez anos, retomamos a produção dos bonecos em projetos didáticos, nos quais contávamos a história de Vas-souras por meio da arte. Logo, os blocos de carnaval pediram mascotes. Dez anos depois, os bonecos foram incor-porados como manifestação cultural da cidade, no cortejo



“Os bonecos de Olinda foram incorporados como manifestação cultural da cidade, no cortejo de tradições. Isso atrai turistas, movimenta a economia, preserva a história e mantém a sustentabilidade com materiais biodegradáveis.”

Beatriz Vidal
Pesquisadora e artista

Festival Vale do Café

 Objetivo	 Cursos e inscrições	 História
<p>O festival traz cursos de música gratuitos, apresentações e espetáculos públicos, visita aos casarões históricos e gastronomia com sabores da mesa rural. Tem como objetivo preservar o passado, valorizar o presente e aprimorar o futuro.</p>	<p>Os cursos de voz e instrumentalização são uma oportunidade de intensificar os dotes artísticos e aprender com renomados instrumentistas. As inscrições são gratuitas e, ao final do curso, há uma apresentação especial com todos os alunos e professores no festival.</p>	<p>O Festival do Café foi criado em 2004. Em 2011, bateu o recorde de público, com mais de 100 mil pessoas. Em 2025, o Festival celebrou duas décadas de música, história e afeto, levando cultura, arte e sabores do Vale do Café a seis cidades do Sul Fluminense.</p>

Fazendas do Vale do Café

Fazenda Florença

Foi fundada pelo clã dos Teixeira Leite, de origem portuguesa. No interior do casarão, os hóspedes fazem uma viagem pelo tempo em forma de objetos originais do século XIX, como bengalas, cartolas

Fazenda das Palmas

Resgata a sua tradição na produção de cachaça com a criação da Pindorama. Com menos de 5 anos de vida, a Pindorama já coleciona alguns dos mais importantes selos internacionais: a medalha de prata no International Spirits Challenge, em Londres, em 2019, e o 2º lugar no Ranking da Cúpula da Cachaça, em 2022.

Fazenda São Fernando

Foi, no século XIX, uma das mais importantes unidades produtoras de café do Vale. Sede do Instituto São Fernando, uma organização sem fins lucrativos que desenvolve programas educacionais e agroecológicos, a Fazenda não abre regularmente para visitas guiadas. Sendo assim, o Festival é a oportunidade única de você conhecer esse reduto de arte e história.

Casarão UniFOA da Fazenda Três Poços

Esse solar preserva viva a memória do ciclo do café na região fluminense. A Fazenda Três Poços se mantém como um valioso testemunho da história e da cultura do Vale do Paraíba.

Fazenda União

Faz parte do mais preservado conjunto de casarões do Brasil Império. Encontra-se conservado e ambientado com seu mobiliário original e com peças recuperadas em antiquários e incursões pela região do Vale do Paraíba. Hoje a Fazenda União é um hotel luxuoso.

Fazenda Aliança

Originalmente construída em 1855 pelo Barão do Rio Bonito, a fazenda orgulha-se das características arquitetônicas de sua casa-sede, herdadas dos antigos engenhos de açúcar, e de ser a única na região a manter conservado o canal de escoamento de café original. A propriedade também oferece visitas diárias, hospedagem e eventos personalizados em um ambiente histórico, cercado por natureza preservada.

de tradições. Isso atrai turistas, movimenta a economia, preserva a história e mantém a sustentabilidade com materiais biodegradáveis”, explica.

Empoderamento comunitário e inovação social

A consciência e organização que se consolidaram nas fazendas e restaurantes do Vale do Café — com práticas de reaproveitamento de recursos, compostagem e redução de resíduos — conecta-se a uma transformação muito mais ampla, que envolve toda a gastronomia brasileira.

Foi esse o foco de Regina Tchelly, fundadora do Favela Orgânica e referência nacional e internacional em educação alimentar e socioambiental. Em sua fala, ela destacou como o empoderamento comunitário, o consumo consciente e a valorização dos pequenos produtores são elementos indispensáveis para um turismo verdadeiramente sustentável.

Pioneira em ações de capacitação de mulheres e criadora de uma metodologia que une gastronomia alternativa, hortas urbanas, compostagem doméstica e aproveitamento integral dos alimentos,



“Como falar de sustentabilidade sem falar de produtores? O turismo não se faz sozinho: precisa valorizar os fornecedores que respeitam esse processo. Essa deve ser uma mola mestra do setor.”

Regina Tchelly
Fundadora do Favela Orgânica

Tchelly mostrou como práticas simples podem gerar impacto direto na vida das pessoas. Desde 2011, com o Favela Orgânica, ela ministra oficinas e palestras no Brasil e no exterior — em países como França, Itália e Uruguai — para disseminar um modelo que transforma descarte em alimento, aprendizado e renda.

Ela defendeu que o turismo precisa incorporar essas premissas frente a uma preocupação urgente: o Brasil ocupa o 10º lugar entre os países que mais desperdiçam alimentos, segundo a ONU. De acordo com o IBGE, são cerca de 46 milhões de toneladas jogadas fora a cada ano, o equivalente a 30% da produção nacional, enquanto 8,7 milhões de brasileiros enfrentam insegurança alimentar grave.

“Eu tinha 19 anos quando reparei no desperdício das feiras. Pegava os alimentos descartados e criava receitas com talos e lascas. Em 2011, nasceu o Favela Orgânica — a única metodologia do mundo que trabalha o ciclo do alimento no combate ao desperdício e à fome e permite que as pessoas empreendam com o que têm. Como falar de sustentabilidade sem falar de produtores? O turismo não se faz sozinho: precisa valorizar os fornecedores que respeitam esse processo. Essa deve ser uma mola mestra do setor.”




Com a experiência de quem chegou ao Rio como empregada doméstica e se tornou vencedora do Prêmio Jabuti de Economia Criativa com o livro *Receitas do Favela Orgânica*, Tchelly afirmou que o turismo sustentável também deve apostar na diversidade na hora de contratar: “Vivemos uma crise climática sem precedentes. Há mulheres periféricas



“Se uma praia tem um coletivo que reaproveita lonas, usamos aquele material nas nossas peças de divulgação e depois doamos. Assim, deixamos um legado através do surfe e incentivamos uma economia circula.”

Luana Cloper
Gerente de negócios da
Confederação Brasileira de Surf

Favela Orgânica

 Objetivo	 Oficinas e palestras	 História
<p>Modificar a relação das pessoas com os alimentos, evitar o desperdício e mostrar que é possível acabar com a fome. Sua missão é modificar a relação do ser humano com os alimentos, conscientizando as pessoas sobre cada etapa do ciclo da alimentação.</p>	<p>A ideia das oficinas e palestras é ampliar nossa visão sobre o alimento, ao valorizar cascas, talos e sementes – que geralmente são descartados – como ingredientes e fontes de nutrientes, além de despertar a responsabilidade de cada um pela construção de um mundo melhor.</p>	<p>O Favela Orgânica é uma iniciativa pioneira que teve origem nas comunidades Babilônia e Chapéu Mangueira, no Rio de Janeiro. Surgiu em setembro de 2011, com apenas R\$ 140,00, como fruto do olhar e da iniciativa de Regina Tchelly.</p>

capacitadas querendo inovar no setor — e isso também é sustentabilidade. A forma de produzir eventos precisa enaltecer quem faz, quem produz.”

Reconhecida ainda pelos prêmios Sebrae Mulher de Negócios, Aliança Empreendedora e World Cuisine Summit, Tchelly sintetizou: o meio ambiente, a inovação e o olhar social precisam caminhar juntos — não como discursos, mas como ação.

Sustentabilidade e pertencimento nos esportes

A intervenção de Luana Cloper, gerente de negócios da Confederação Brasileira de Surf (CBSurf) e conselheira do Instituto Apuaba, reforçou esse princípio, agora aplicado ao universo dos eventos esportivos. Cloper explicou como as competições de surfe vêm incorporando critérios de sustentabilidade e inclusão em todas as etapas — do reaproveitamento de materiais à geração de renda local. “Quando temos competições em São Conrado, por exemplo, contratamos o coletivo Gastromotiva, da Rocinha, para fornecer alimentação. Engajar a comunidade é parte da estratégia: quando a mãe trabalha no evento, o filho pode assistir à competição — e, quem sabe, nasce dali um novo talento do surfe. Isso é engajamento de verdade: pertencimento, legitimidade e impacto social.”

A executiva destacou que a confederação busca entender as características de cada território e mapear possíveis sinergias. “Precisamos nos adaptar, não o contrário. Se uma praia tem um coletivo que reaproveita lonas, usamos aquele material nas nos-

sas peças de divulgação e depois doamos. Assim, deixamos um legado através do surfe e incentivamos uma economia circular”, sublinhou.

Assim como nas experiências do Vale do Café e do Favela Orgânica, a lógica é valorizar quem está no território, gerar pertencimento e transformar impacto ambiental em oportunidade social. ●

Enide Câmara é uma das principais referências do turismo e do mercado de eventos no Brasil. CEO da Prática Eventos, diretora do Fortaleza Convention & Visitors Bureau e juíza arbitral na CNA EvTur, é formada em Ciências Sociais (UNIFOR), com especialização em Organização de Eventos (UECE) e formação no PDG do Turismo (UFF). Mediadora do painel, destacou como os eventos são instrumentos de geração de renda e preservação da identidade cultural, ao articular turismo, pertencimento, sustentabilidade e políticas públicas.

Cristina Braga, harpista com carreira internacional e mais de 18 álbuns lançados, é fundadora do Festival Vale do Café, no centro-sul fluminense, e do Jardim Ecológico Uaná Etê. Foi professora da UFRJ e 1ª harpista do Theatro Municipal do Rio de Janeiro. Ela explicou como o festival transformou o território ao unir história, música, educação e desenvolvimento regional.

Beatriz Vidal é pesquisadora e artista popular, mestre em Propriedade Intelectual voltada a expressões culturais. Também atua como pedagoga e ceramista, além de ter sido a idealizadora da iniciativa Rodas do Saber e fundadora do projeto Boneções do Vale do Café, que apresentou em sua palestra, como exemplo de resgate histórico, o reaproveitamento de materiais e educação socioambiental, com efeitos diretos sobre o turismo.

Regina Tchelly, fundadora do projeto Favela Orgânica e referência nacional e internacional em gastronomia e educação socioambiental, abordou a importância do empoderamento comunitário, do consumo consciente e da valorização dos pequenos produtores no turismo sustentável. Sua atuação é reconhecida pelo combate ao desperdício de alimentos, criação de hortas urbanas e capacitação de mulheres.

Luana Cloper, comunicóloga, CEO da LC Consultoria e gerente de negócios da Confederação Brasileira de Surf (CBSurf), ressaltou a importância de integrar sustentabilidade, impacto social e pertencimento comunitário na realização de eventos esportivos, explicando como a confederação adota práticas voltadas ao reaproveitamento de materiais e à geração de renda local.

A história, as oficinas e a programação do Festival Vale do Café

<https://festivalvaledocafe.com.br>

Onde ver os Boneções de Zé Pereira, em Vassouras

<https://www.instagram.com/museuvassouras>

Saiba mais sobre o Favela Orgânica

<https://favelaorganica.com.br/pt>

Fique por dentro do calendário de eventos da CBSurf

<https://www.cbsurf.org.br/>

Painel 5 – Eventos que movem comunidades: cultura, identidade e desenvolvimento regional

O quarto painel do seminário explorou como eventos culturais, gastronômicos e comunitários impulsionam o turismo, fortalecem identidades locais e geram oportunidades, atuando como porta de entrada para comunidades e movimentando economias. A mediação foi de Enid Câmara (Presidente da ABEOC), e as panelistas foram Cristina Braga (Festival Vale do Café), Regina Tchelly (Favela Orgânica), Beatriz Vidal (Boneções do Vale do Café) e Luana Cloper (LC Consultoria).

PRINCIPAIS INSIGHTS:

Enid Câmara – Mediadora, presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC)

- **Eventos como Ferramenta Transversal:** Destacou que falar de eventos é falar de diversidade, de um ecossistema de negócios, de políticas públicas (como o PERSE, política de recuperação de empresas na pandemia), de associativismo, governança, visão sistêmica e transformação social, cultural, econômica e institucional.
- **Potencial de Desenvolvimento Local:** Enfatizou o imenso potencial do Brasil, com seus 5.570 municípios, para estruturar calendários de eventos diversos (culturais, entretenimento, sociais, corporativos), gerando emprego e renda na ponta.
- **Necessidade de Políticas Públicas:** Não há eventos sem políticas públicas sustentáveis, e a cadeia produtiva dos eventos é transversal a muitos segmentos da economia.

Cristina Braga – Musicista e fundadora do Festival do Vale do Café e Proprietária do Jardim Ecológico Uaná Etê

TEMA: “A MÚSICA COMO ELO ENTRE PATRIMÔNIO, PAISAGEM E TURISMO.”

- **Cultura e Arte como Motores da Regeneração:** Apresentou a arte e a cultura como “terra do coração” que “para o tempo” e nutre a “inteligência orgânica”. A beleza e a arte são as formas mais eficazes de defesa e regeneração, como demonstrado por Florença ou a recuperação do Japão pós-guerra através da poesia.
- **Impacto de Longo Prazo:** O Festival Vale do Café, que teve apoio do BID em 2003, demonstrou resultados duradouros, como fazendas organizadas para o turismo, o retorno do plantio de café e o ensino de harpa para 168 alunos da rede pública em Vassouras.

- **Turismo Responsável Começa no Indivíduo:** Defendeu que o turismo responsável só será possível com pessoas responsáveis, nascendo no coração de cada um através da educação e do reconhecimento da importância individual e coletiva.
- **Valorização da “Aldeia”:** Inspirada na frase “Se você quiser ser conhecido universalmente, cante sua aldeia”, mostrou como a valorização do patrimônio cultural e natural local (lendas, flora, gastronomia, manifestações culturais vivas) pode criar produtos turísticos únicos e inspiradores, como o Uaná Etê Jardins Culturais.

Regina Tchelly – Fundadora do Projeto Favela Orgânica

TEMA: “EDUCAÇÃO ALIMENTAR E EVENTOS COMO FERRAMENTAS DE TRANSFORMAÇÃO COMUNITÁRIA.”

- **Combate ao Desperdício e Inclusão Social:** Compartilhou sua trajetória de empreendedorismo social, transformando o desperdício de alimentos em oportunidade de geração de renda e combate à fome, com foco em mulheres de comunidades.
- **Importância da Base:** Criticou a ausência de produtores nos debates sobre sustentabilidade, defendendo a inclusão de todos os elos da cadeia – “quem paga, quem faz, quem vende e quem compra” – para um turismo verdadeiramente sustentável.
- **União sobre Competição:** Clamou por mais união e menos competição no setor, enfatizando que a colaboração é o caminho para enfrentar a crise climática e social, gerando oportunidades para quem está na base.
- **Preconceito e Hipocrisia:** Identificou o preconceito e a hipocrisia da sociedade como o maior desafio, ressaltando a necessidade de dar voz e oportunidade a mulheres e produtores de regiões periféricas.

Beatriz Vidal – Pesquisadora e artista – Grupo Boneções do Vale do Café / Cortejo das Tradições

Luana Cloper – CEO da LC Consultoria, especialista em Marketing e Psicologia Positiva

TEMA: “NARRATIVAS CULTURAIS E TURISMO COMO CANAL DE VISIBILIDADE PARA EXPRESSÕES POPULARES.”

- **Regeneração Cultural através da Educação:** Apresentou o case dos Boneções do Vale do Café como um exemplo de como a arte-educação (com crianças de 6º a 9º ano) pode resgatar e regenerar manifestações culturais locais, muitas vezes esquecidas.
- **Matéria-Prima Local e Saber Fazer:** Destacou a importância de usar matérias-primas e técnicas locais (balaio, bambu) e de preservar o “saber fazer”, que está intrinsecamente ligado à conservação de áreas naturais (ex: taquara em matas preservadas).
- **Memória Histórica e Inclusão:** A construção dos boneções que homenageiam heróis da resistência à escravidão na região permitiu dialogar com a história local, dando visibilidade a questões históricas e criando representatividade para crianças negras.
- **Engajamento Comunitário:** Mostrou como a iniciativa se expandiu, envolvendo jovens, museus e sendo incorporada em eventos turísticos, com funcionários do museu assumindo a “alma” dos boneções, gerando pertencimento.
- **Engajamento Comunitário Estratégico:** Ressaltou a importância estratégica do engajamento comunitário em eventos, não apenas para a segurança ou sucesso do evento, mas para gerar pertencimento, impacto econômico local e legado positivo.
- **Mapeamento e Diálogo Ativo:** Aconselhou mapear as dinâmicas socioculturais, lideranças e tensões locais para um planejamento eficaz. Promover diálogos e reuniões abertas com escuta ativa é fundamental.
- **Oportunidades Reais:** Além de oferecer acesso, engajar a comunidade significa contratar fornecedores locais, dar espaço a artistas locais e criar oportunidades de trabalho e visibilidade.
- **Comunicação Adaptada:** A comunicação deve ser clara, falar a “língua do local” e usar os canais de comunicação da comunidade para garantir que a mensagem seja eficaz.
- **Legado e Contrapartidas:** Eventos devem gerar contrapartidas e legados para as comunidades, como o reaproveitamento de materiais (lonas, tecidos) para reciclagem ou produção de novos itens, gerando renda local. A comunidade engajada torna-se a melhor multiplicadora do evento.

RECOMENDAÇÕES:

1. **Estruturação de Calendários de Eventos Municipais:** Acelerar a criação e estruturação de calendários de eventos em todos os 5.570 municípios brasileiros, reconhecendo seu potencial de geração de emprego, renda e valor cultural.
2. **Políticas de Fomento Integradas:** Desenvolver políticas públicas que integrem cultura, turismo e educação, utilizando eventos como plataformas para a valorização do patrimônio local, o resgate de tradições e a educação para a sustentabilidade.
3. **Inclusão da Base e Combate ao Preconceito:** Criar mecanismos para incluir e valorizar pequenos produtores, empreendedores locais e mulheres de comunidades em todas as etapas dos eventos, combatendo o preconceito e a hipocrisia social.
4. **Apoio a Iniciativas de Longo Prazo:** Reconhecer e apoiar projetos culturais e turísticos que demonstram impacto de longo prazo, investindo em iniciativas que regenerem o “coração” das comunidades e o capital natural.
5. **Engajamento Comunitário Estratégico:** Implementar diretrizes para que organizadores de eventos realizem mapeamentos socioculturais, dialoguem ativamente com lideranças e comunidades, e ofereçam oportunidades reais de participação (contratação local, espaços para artistas).
6. **Legado e Sustentabilidade de Eventos:** Incentivar a criação de legados e contrapartidas sociais e ambientais por parte dos eventos, como programas de reciclagem, reaproveitamento de materiais e capacitação local.
7. **Fortalecer a União e Governança:** Estimular a colaboração entre os diversos atores do setor (público, privado, academia, comunidades) e fortalecer as instâncias de governança para enfrentar os desafios de forma conjunta.

OBSERVAÇÕES PARA AÇÃO:

- **Valorização de Expressões Culturais Locais:** A valorização de expressões culturais locais em políticas públicas de fomento ao turismo deve ser tratada como ação estratégica de desenvolvimento, dada sua capacidade de fortalecer a identidade e gerar valor.
- **Inclusão de Eventos Culturais no Planejamento Turístico:** A inclusão de eventos culturais no planejamento turístico oficial dos municípios deve ser priorizada como forma de fortalecer a economia local, reconhecendo seu impacto direto.
- **Mapeamento de Manifestações Culturais Vivas:** Lançar um programa nacional de mapeamento e inventário das manifestações culturais vivas (rezadeiras, jongo, calangueiros, boneções, etc.) em todos os territórios, para subsidiar a criação de calendários de eventos e rotas turísticas culturais.
- **Linhas de Financiamento Específicas:** Criar linhas de fomento e patrocínio (públicas e privadas, com incentivos fiscais) que contemplem projetos de eventos culturais e comunitários, especialmente aqueles com forte componente de engajamento social, valorização da matéria-prima local e educação.
- **Programas de Formação para Gestores de Eventos:** Desenvolver cursos e workshops para gestores de eventos (incluindo comunidades e empreendedores de base) sobre planejamento estratégico, marketing, sustentabilidade, gestão de impacto e comunicação adaptada, garantindo que os benefícios cheguem à ponta.
- **Plataformas de Conexão entre Produtores e Eventos:** Criar plataformas ou redes que conectem organizadores de eventos com pequenos produtores, artesãos e fornecedores de serviços locais, facilitando a contratação e garantindo a inclusão.
- **Apoio à Educação Patrimonial Ativa:** Implementar programas de educação patrimonial em escolas e comunidades, incentivando crianças e jovens a resgatarem, valorizarem e recriarem suas tradições culturais, como o case dos Boneções do Vale do Café.
- **Projetos de Legado Sustentável:** Desenvolver um guia de boas práticas para eventos, com foco em contrapartidas e legados sociais e ambientais, incluindo o reaproveitamento de materiais, a redução de resíduos e a mensuração de impacto na comunidade.
- **Mecanismos de Diálogo Contínuo:** Estabelecer fóruns regulares de diálogo entre as instituições do setor de turismo, organizadores de eventos e representantes comunitários para identificar dores, compartilhar experiências e cocriar soluções de políticas públicas.





Economia circular como modelo de criatividade e eficiência



Projetos que apontam caminhos

A associação sistêmica entre responsabilidade social e sustentabilidade marcou o último painel do seminário, mediado por Renata Vilarinho, advogada especializada em direito ambiental e idealizadora do projeto Ondas do Futuro. Com a participação de Carolina Machado, CEO da Recickla Educação Ambiental, e Lídice Berman, diretora-executiva da LB Cultura Circular, o debate trouxe cases concretos que mostraram como a economia circular pode — e deve — ser aplicada ao turismo como modelo de eficiência, criatividade e regeneração de territórios.

“A economia circular é baseada em três pilares: manter os produtos em circulação pelo maior tempo possível, por meio de embalagens reutilizáveis e recicladas, é o primeiro deles. Depois, precisamos pensar na redução dos resíduos desde a origem. Para isso, as embalagens podem ter uma gramatura menor, por exemplo. O terceiro pilar é a regeneração de territórios, através do reflorestamento, mas também colocando menos produtos químicos no planeta”, explicou Renata Vilarinho.

Arte e circularidade na regeneração de territórios

Ao tratar do terceiro pilar, Lídice Berman mostrou como arte e cultura podem ser ferramentas decisivas para romper bolhas sociais e recuperar territórios — especialmente em regiões turísticas. À frente da LB Cultura Circular há mais de uma década, Berman já impactou mais de 450 mil pessoas com campanhas de conscientização, como a realizada na comunidade da Gamboa, em Morro de São Paulo (BA).

Para viabilizar esse movimento, em 2023, foi firmada uma parceria com a UNESCO Sustentabilidade para requalificar um espaço abandonado em uma região quilombola. O projeto tinha como alvo o nomadismo digital — estilo de vida que cresceu no pós-pandemia, com profissionais em busca de

qualidade de vida, conexão e custo acessível, independentemente da localização do emprego.

Enquanto as praias de Morro de São Paulo seguiam atraindo turistas, a Gamboa, tradicionalmente habitada por trabalhadores locais, começou a receber moradores interessados em um cotidiano mais calmo e integrado à natureza. O projeto intro-



“Precisamos olhar para os resíduos e para os talentos que estão nesses lugares, pensando em uma tríade formada por circularidade, criatividade e inclusão.”

Lídice Berman
Diretora-executiva LB Cultura Circular

Referências que orientam a educação para a sustentabilidade

 <p>Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA)</p>	 <p>Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)</p>	 <p>Base Nacional Comum Curricular (BNCC)</p>
<p>Instituída pela Lei nº 9.795/1999, define princípios e diretrizes para inserir a educação ambiental em todos os níveis de ensino e também em práticas não formais, habilitando cidadãos conscientes e capazes de atuar na conservação do meio ambiente e no uso sustentável dos recursos naturais.</p>	<p>Criados pela ONU, são 17 metas globais que orientam governos, empresas e sociedade rumo a um desenvolvimento mais justo e equilibrado. Entre os temas centrais estão: combate à pobreza, igualdade de gênero, consumo responsável e ação climática — todos diretamente relacionados ao turismo sustentável.</p>	<p>Documento de referência do Ministério da Educação que define as competências e aprendizagens essenciais da educação básica no Brasil. Ao integrar sustentabilidade e cidadania em suas diretrizes, permite alinhar a formação escolar às metas ambientais e sociais do país.</p>

duziu práticas de reaproveitamento de resíduos turísticos, reúso de água da chuva, coleta seletiva de sólidos e compostagem de orgânicos, criando um modelo de turismo de negócios sustentável.

Além dos ganhos ambientais, a circularidade aumentou a renda dos artesãos e comerciantes locais, fortalecendo a economia criativa e o senso de pertencimento. “Circularidade é o caminho, não é uma tendência. É política pública em implantação. Essa forma de extrair, produzir e jogar fora não é sustentável. Criatividade não é enfeite — é ferramenta de reconstrução. O turismo não é passagem, é permanência. Precisamos olhar para os resíduos e para os talentos que estão nesses lugares, pensando em uma tríade formada por circularidade, criatividade e inclusão”, afirmou Berman.

O impacto do lixo plástico e as respostas criativas

Segundo Berman, a economia circular também se manifesta em projetos de arte pública e mobilização ambiental. O Reinventando Futuros, por exemplo, combate o lixo plástico nos oceanos com instalações artísticas de grande escala, como o Tsunami de Plástico, criado pelo artista Mundano com resíduos coletados em praias.

Nesse âmbito, os dados são alarmantes: segundo o Blue Keepers (ONU), o Brasil despeja 3,44 mi-

lhões de toneladas de plástico nos oceanos todos os anos, e cerca de 70% do lixo das praias brasileiras é composto por plástico descartável. Globalmente, dois caminhões de resíduos plásticos são lançados ao mar a cada minuto. Essa poluição degrada ecossistemas, ameaça a vida marinha e prejudica o turismo — principal motor econômico de diversas regiões costeiras.

Berman enfatizou que apenas políticas públicas contínuas e campanhas em larga escala podem reverter o cenário. “Precisamos ter linhas de fomento específicas para experiências que integrem cultura, reaproveitamento e educação ambiental. A circularidade deve ser critério em editais de turismo. O turismo que transforma é o que deixa raízes.”

Educação como vetor de transformação local

O painel foi encerrado com a apresentação de Carolina Machado, da Recickla Educação Ambiental, que mostrou como a formação de base pode ser o motor de uma mudança estrutural. A empresa desenvolve um sistema de ensino voltado a conscientização coletiva e capacitação de educadores, com meta de alcançar 100 mil pessoas até 2025. O projeto, já aplicado em escolas de todas as regiões do país, parte de uma ideia simples e poderosa: transformar o futuro a partir da sala de aula.

Soluções da Recickla Educação Ambiental

 Escolas particulares	 Municípios	 Empresas	 ONGs
Agregam práticas sustentáveis ao currículo, tornando-se referência em educação ambiental e formando cidadãos críticos, conscientes da importância da sustentabilidade e da inovação para se destacar no mercado de trabalho.	Por meio da educação aprimoram a gestão ambiental municipal, engajando a população e melhorando os resultados dos indicadores municipais.	Ampliam sua responsabilidade socioambiental ao incentivar projetos ambientais para colaboradores e comunidades, fortalecendo sua reputação como marca comprometida com a transformação social e ambiental alinhada às melhores práticas ESG.	Encontram na Recickla uma parceira para executar projetos, utilizando abordagens pedagógicas e culturais inovadoras, fortalecendo a atuação comunitária com foco em justiça ambiental, saberes locais e educação transformadora.

“Trabalhamos com cinco volumes de material didático, e ao fim de cada um há um projeto prático, com desafios reais. Em um deles, os alunos observam seus territórios, identificam soluções e realizam uma espécie de ‘COP escolar’. Assim, eles entendem como podem ser voluntários e se engajarem na causa ambiental”, explicou.

A metodologia, reconhecida por sua versatilidade, também é aplicada em empresas de turismo, ONGs e gestões municipais e oferece uma base para políticas públicas eficientes. Todo o conteúdo é alinhado à Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA), aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e à Base Nacional Comum Curricular (BNCC) — o que permite adaptar o ensino às realidades locais e fortalecer o protagonismo comunitário. “Muitos profissionais do turismo não se sentem à vontade para trabalhar a educação ambiental por falta de materiais adequados. É aí que entramos: conectamos o ensino à prática. Quando formo um gerente de hotel com consciência ambiental, impacto todas as políticas daquele empreendimento”, afirma Machado.

A proposta é que os participantes se tornem multiplicadores de conhecimento. No portal de formação da Recickla, há planos de aula, vídeos e jogos



“Muitos profissionais do turismo não se sentem à vontade para trabalhar a educação ambiental por falta de materiais adequados. É aí que entramos: conectamos o ensino à prática.”

Carolina Machado
CEO da Recickla Educação Ambiental

com ações interativas — como os “dias sem carro” — que permitem mensurar o impacto coletivo das mudanças. “Pensamos nesse trabalho de maneira interdisciplinar. Enquanto um aluno aprende sobre as ODS, por exemplo, ele pode escrever uma carta bilingue para a ONU. Sustentabilidade é aprendizado e transformação aplicados”, conclui. ●

Conheça o projeto Reinventando Futuros

<https://reinventandofuturos.com.br/mm>

Saiba mais sobre os cases da LB Cultura Circular

<https://www.lbculturacircular.com.br/blank>

Saiba como contratar o material didático da Recickla

<https://www.recickla.com.br>

Lídice Berman é diretora-executiva da LB Cultura Circular e, a partir 2012, contribuiu para o desenvolvimento de mais de 70 projetos, 1.000 eventos e 100 atividades formativas, alcançando uma audiência de mais de 500 mil pessoas. Líder em iniciativas que integram economia circular, cultura e inovação social, exemplificou projetos que unem arte, conscientização ambiental e desenvolvimento local, como as ações na comunidade da Gamboa, em Morro de São Paulo (BA), e o projeto Reinventando Futuros, que combate o lixo plástico nos oceanos por meio de instalações artísticas.

Carolina Machado, CEO da Recickla Educação Ambiental, é engenheira química especializada em gestão, autora da coleção Nossa Jornada e do livro infantil Tatá e o Problema do Lixo. Atua há mais de 15 anos como palestrante e gestora de projetos em educação pública, capacitando professores, equipes escolares e famílias para transformar a gestão ambiental municipal. Abordou a educação ambiental como vetor de transformação local, destacando a capacitação de professores, profissionais do turismo e comunidades.

Renata Vilarinho, advogada especializada em direito ambiental e neurociência, é diretora de parcerias estratégicas da Pólen e idealizadora do projeto Ondas do Futuro, voltado à capacitação em educação ambiental para comerciantes e gestores públicos. Em sua fala, abordou os três pilares da economia circular — longevidade dos produtos, redução de resíduos e regeneração de territórios.

Painel 6 – Economia circular como modelo de criatividade e eficiência

O último painel do seminário abordou as atividades que tornam os territórios turísticos mais sustentáveis e resilientes, destacando práticas como reaproveitamento, educação ambiental e inovação social para fortalecer economias criativas e conectar o turismo a um ecossistema regenerativo e circular. A mediação foi de Renata Vilarinho (Pollen e Ondas do Futuro), e as painelistas foram Lídice Berman (LB Cultura Circular) e Carolina Machado (Recicla Educação Ambiental).

PRINCIPAIS INSIGHTS:

Renata Vilarinho – Mediadora, especialista em Economia Circular

- Economia Circular (EC) é Mais que Meio Ambiente: A EC transcende a pauta ambiental; é um novo modelo de negócios, de produzir, consumir e pensar, impactando política, economia, mindset e cultura.
- Três Princípios da EC:
 1. Manter produtos e materiais em circulação pelo maior tempo possível (durabilidade, reutilização, reciclagem).
 2. Reduzir o resíduo desde a origem do processo produtivo.
 3. Regenerar a natureza (plantio, restauração, evitar químicos).
- Papel do Comércio: O comércio tem um papel crucial na educação do consumidor, pois está na linha de frente na hora da venda, podendo promover campanhas e fidelizar clientes através de práticas circulares.

Lídice Berman – Diretora-executiva da LB Cultura Circular

TEMA: “INICIATIVAS DE REAPROVEITAMENTO E UPCYCLING COMO PARTE DA CADEIA TURÍSTICA”.

- Criatividade e Circularidade Andam Juntas: Acredita que a economia criativa e a circular são mãos dadas, fomentando causas importantes através da arte e do ativismo.
- “Circularidade é Caminho, Não Tendência”: O modelo linear de extrair, produzir e descartar é insustentável. A Economia Circular já é uma realidade em termos de políticas públicas e movimentos governamentais.
- Criatividade como Ferramenta de Transformação: A criatividade não é “enfeite”, mas uma ferramenta poderosa para redesenhar a economia, restaurar com dig-

nidade, gerar renda e dar visibilidade ao que antes não tinha valor.

- Turismo de Capital Intelectual/Criativo: A experiência em Morro de São Paulo (Gamboa) mostrou como trazer mentes criativas para comunidades com desafios pode gerar legados e transformar pessoas, focando na permanência e no que se deixa no território.
- Tríade do Turismo que Regenera: Circularidade (cuida do que se deixa), Criatividade (transforma “resto” em narrativa), e Responsabilidade (inclusão, valorização de saberes tradicionais, garantia de que ninguém fique de fora das decisões e ganhos).
- “O turismo que transforma não é aquele que tira fotos, mas o que deixa raízes.” O novo modelo de turismo busca transformação pessoal, autoconhecimento e conexão com o território.

Carolina Machado – CEO da Recicla Educação Ambiental

- Educação Ambiental (EA) Transformadora: Questiona a eficácia da EA atual nas escolas, defendendo que ela precisa provocar entendimento e protagonismo, indo além da simples coleta de materiais.
- Desafios da EA:
 1. Formação de Educadores: Professores não se sentem confortáveis ou preparados para abordar temas de EA como Economia Circular.
 2. Materiais Didáticos: Falta de materiais consistentes, interdisciplinares e conectados à realidade local.
 3. Desconexão com a Realidade: A EA muitas vezes não se alinha com as práticas de coleta ou gestão de resíduos do próprio município.
- “O mundo precisa de terapia e essa terapia é a educação ambiental.” A mudança genuína vem “de dentro para fora”, através do entendimento.

- Sistema Recicla Educação Ambiental: Propõe um sistema de ensino em 5 volumes para a educação básica, alinhado aos ODS, com conteúdo para 5 anos, unindo teoria e prática e envolvendo a comunidade escolar (professores, funcionários, famílias).
- Escalabilidade e Alcance: O material e o portal de formação de educadores permitem escalar a experiência, alcançando milhares de alunos e adaptando o conteúdo para adultos e colaboradores de empresas.
- Não é Ativismo, mas Educação: O trabalho é explicar prós e contras de questões ambientais para que o entendimento seja completo e o protagonismo dos alunos seja real, promovendo ações localmente (ex: entrevistar empreendedores locais, negociar soluções climáticas no bairro).
- Crianças como Multiplicadores: As crianças têm grande capacidade criativa e de aprendizado, sendo capazes de transformar os hábitos dos adultos e impactar suas comunidades.

RECOMENDAÇÕES:

1. Integrar Economia Circular e Criatividade no Turismo: Desenvolver políticas que reconheçam a interconexão entre economia circular e criativa como eixos centrais para um turismo regenerativo e sustentável.
2. Fomento Específico: Criar linhas de fomento e critérios de elegibilidade em editais (ex: Ministério da Cultura, Ministério do Turismo) que priorizem a circularidade, criatividade e o impacto social, indo além de “só para constar”.
3. Educação Ambiental Sistêmica: Implementar programas de educação ambiental transformadora nas escolas, com material didático adequado, formação de educadores e conexão com a realidade local, visando o entendimento e o protagonismo desde a infância.
4. Engajamento do Comércio: Envolver ativamente o setor de comércio na educação ambiental do consumidor, utilizando seu contato direto para promover a responsabilidade compartilhada na gestão de resíduos e práticas de consumo consciente.
5. Apoio a Iniciativas Comunitárias: Fomentar projetos que valorizem os talentos e saberes locais, transformando o que seria “resto” em oportunidades de renda e narrativa cultural, com a comunidade como protagonista.
6. Medir o Impacto Além do Financeiro: Desenvolver metodologias para mensurar o impacto social e ambiental de longo prazo dos projetos, reconhecendo que a transformação de vidas e territórios demanda tempo.
7. Transparência e Coerência: As políticas públicas devem ser transparentes e coerentes, evitando o “greenwashing” e garantindo que as ações correspondam ao discurso de sustentabilidade.

OBSERVAÇÕES PARA AÇÃO:

- Inclusão de Práticas de Economia Circular: A inclusão de práticas de economia circular nas políticas públicas de turismo deve ser tratada como ação urgente para a sustentabilidade setorial.
- Criação de Incentivos Fiscais: A criação de incentivos fiscais para empreendimentos turísticos que adotam soluções criativas e sustentáveis.
- Programa Nacional de Educação Ambiental para o Turismo: Lançar um programa nacional que integre a educação ambiental (com foco em economia circular e consumo consciente) nos currículos escolares e em campanhas para adultos, envolvendo associações comerciais, redes hoteleiras e outros atores do turismo.
- Editais e Fomentos “Circulares”: Reformular editais de fomento ao turismo e à cultura para incluir a circularidade como critério eliminatório ou de pontuação elevada, incentivando projetos que minimizem resíduos, usem materiais reciclados/reaproveitados e gerem impacto socioambiental.
- Capacitação e Desenvolvimento de Materiais: Investir na formação de educadores e na produção de materiais didáticos que traduzam conceitos complexos (como EC) para uma linguagem acessível e contextualizada, permitindo que o ensino seja interdisciplinar e engajador.
- Pontos de Entrega Voluntária (PEVs) Estratégicos: Implementar e divulgar amplamente PEVs em estabelecimentos comerciais e turísticos, facilitando o descarte correto e a logística reversa, com campanhas de conscientização sobre a importância de cada elo da cadeia.
- Mapeamento de Talentos Locais: Criar um cadastro ou plataforma para mapear e conectar artesãos, produtores locais e empreendedores criativos com o setor de turismo, garantindo que o turismo se torne um motor de inclusão produtiva e valorização da cultura local.





Conclusões e destaques

Um mapa para o turismo responsável

O Seminário Turismo Responsável 2025, promovido pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), reuniu representantes do setor turístico, ambientalistas, gestores públicos e empresários para debater caminhos que unam desenvolvimento econômico, responsabilidade social e preservação ambiental — pilares de um novo modelo de turismo: regenerativo, consciente e voltado ao bem comum.

Ficou clara a urgência de colocar as comunidades locais no centro das políticas de turismo sustentável, ao lado da necessidade de adotar modelos de referência, como o do Butão — pequeno país do Himalaia que mede o desenvolvimento pelo conceito de Felicidade Interna Bruta — e o caso de Bonito (MS), símbolo nacional de equilíbrio entre conservação ambiental e economia local. Ambos demonstram que a sustentabilidade nasce da participação comunitária, do respeito às tradições culturais e da gestão compartilhada dos recursos naturais.

Essa lógica se reflete na importância de reconhecer e premiar boas práticas no setor, bem como de estimular o engajamento de empreendimentos de todos os portes na transformação das realidades locais. A combinação de gestão hídrica inteligente, reaproveitamento de resíduos, capacitação de comunidades e fortalecimento da mão de obra local mostra que o turismo sustentável depende tanto de inovação quanto de inclusão.

Empreendimentos que incorporam eficiência energética, reúso de água e neutralização de carbono reduzem impactos e dialogam com um visitante cada vez mais atento à coerência entre discurso e prática ambiental. Essas iniciativas marcam uma transição importante: mais do que mitigar danos, o turismo regenerativo busca restaurar o que foi degradado — ecossistemas, vín-

culos sociais e patrimônios culturais —, promovendo a cura do território e das relações humanas. Nesse sentido, a regeneração se afirma como motor de crescimento econômico e social, capaz de reposicionar o Brasil como referência mundial em turismo sustentável e inclusivo.

Na prática, esse novo paradigma se traduz em ações concretas de replantio, conservação de parques e trilhas ecológicas, manejo de resíduos e incentivo ao turismo de aventura, especialmente quando associadas à pesquisa científica e à educação ambiental. Essas atividades ampliam o tempo de permanência dos visitantes, criam novos circuitos econômicos e conectam o turismo à proteção da biodiversidade.

Todo esse movimento depende, no entanto, da capacidade de articulação entre atores públicos, privados e comunitários. Quando gestores, empresas, pesquisadores e lideranças locais compartilham práticas e desafios, o turismo deixa de atuar de forma isolada e passa a funcionar como uma rede colaborativa capaz de criar soluções conjuntas para o desenvolvimento territorial.

Essa integração se fortalece com a educação ambiental, fio condutor entre todas as frentes do turismo responsável — da gestão pública à operação privada. De programas escolares à formação de guias, gestores e empreendedores, ficou evidente que a transformação começa pela conscientização. A educação, aliada à capacitação técnica e à busca por certificações de qualidade e sustentabilidade, consolida esse modelo, garantindo padrões éticos, excelência no atendimento e credibilidade internacional para o turismo brasileiro.

O legado do seminário é um convite à ação — a lembrança de que cada viagem pode transformar o território que se toca e de que cada experiência carrega o potencial de inspirar um futuro mais justo, equilibrado e humano. ●

Recomendações, por eixo de atuação

1. Governança e Políticas Públicas

- Criar políticas nacionais e estaduais de turismo consistentes, com segurança jurídica, que garantam continuidade das ações e padronização legal entre municípios, estados e União.
- Promover políticas de longo prazo que aliem desenvolvimento econômico, preservação ambiental e justiça social.
- Estabelecer instrumentos de fiscalização, certificação e financiamento vinculados a metas de sustentabilidade.
- Integrar o turismo às políticas ambientais e agrárias, usando a legislação como aliada na criação de sinergias entre preservação, economia e sociedade.
- Aprimorar políticas de incentivo e patrocínio a eventos culturais e turísticos, garantindo mecanismos semelhantes aos da Lei Rouanet para o setor.

2. Comunidades, Cultura e Identidade Local

- Colocar as comunidades no centro das políticas de turismo, assegurando sua participação ativa nas decisões e nos benefícios gerados.
- Valorizar tradições regionais e expressões culturais como instrumentos de fortalecimento da identidade e de regeneração territorial.
- Promover o protagonismo e a liderança locais na criação de roteiros históricos, arquitetônicos, artísticos e culturais, reforçando o vínculo entre turismo e pertencimento.
- Estimular a colaboração entre empreendedores, poder público e sociedade civil, fomentando redes comunitárias que impulsionem o desenvolvimento local.
- Valorizar pequenos produtores, artesãos e fornecedores regionais, conectando produção local, gastronomia e hotelaria.

3. Meio Ambiente, Regeneração e Economia Circular

- Adotar práticas de replantio, recuperação de ecossistemas e compensação ambiental em propriedades rurais e áreas de visitação.
- Integrar o turismo à conservação de parques, trilhas e reservas, transformando esses espaços em polos de conscientização e lazer sustentável.
- Incorporar princípios da economia circular em produtos e serviços turísticos, estimulando o reúso, a reciclagem e a redução de resíduos.
- Criar mecanismos de fomento e certificações que reconheçam a circularidade como critério em editais e programas públicos.
- Reduzir o uso de plásticos e ampliar campanhas de conservação ambiental em destinos turísticos, especialmente em áreas costeiras.

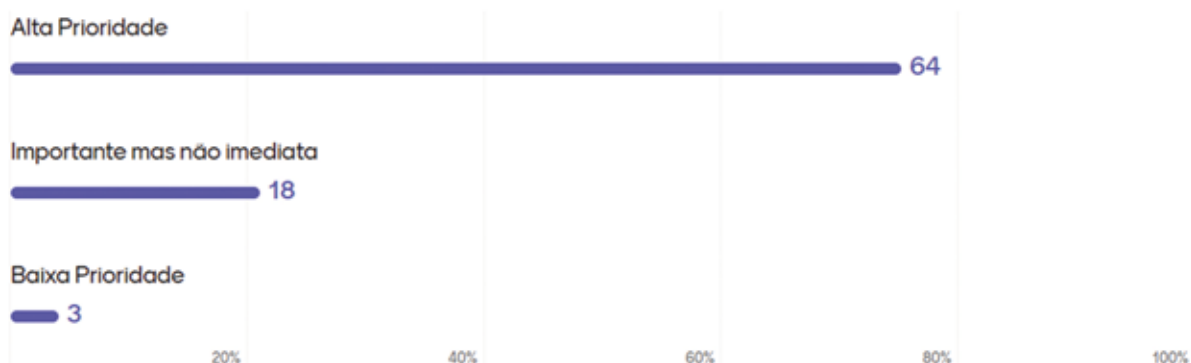
4. Qualificação, Educação e Certificação

- Capacitar profissionais do turismo em sustentabilidade ambiental e gestão responsável, integrando práticas da Política Nacional de Educação Ambiental (PNEA) e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).
- Expandir a formação de educadores, guias, gestores e trabalhadores do setor, conectando ensino, turismo e cidadania ambiental.
- Estimular o turismo pedagógico e o ecoturismo responsável como ferramentas de conscientização para novas gerações.
- Promover certificações de qualidade e segurança, como a ISO 21101 para turismo de aventura, reforçando padrões técnicos e boas práticas.
- Estimular a troca entre pesquisa, inovação e turismo, transformando conhecimento técnico em soluções aplicáveis ao setor.

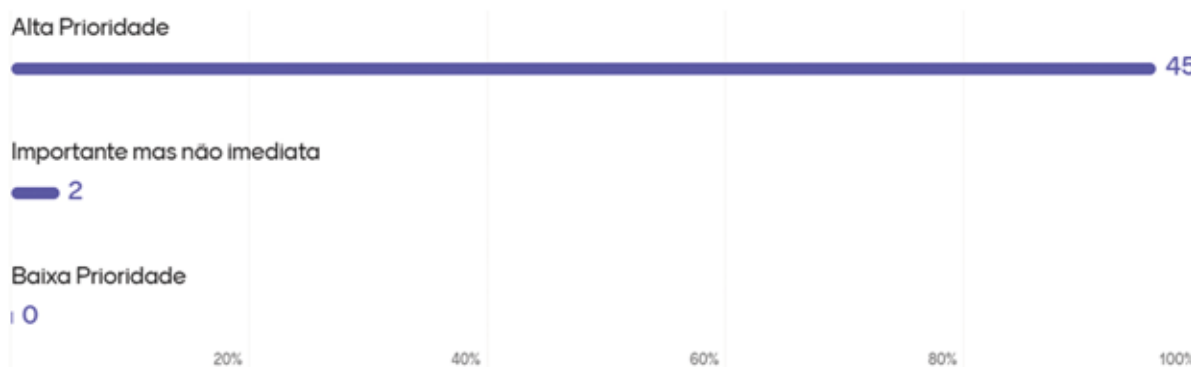
Tendências e percepções: o que o público leva do Seminário Turismo Responsável

Ao longo do seminário, os participantes responderam a uma série de perguntas que indicaram tendências para as políticas relacionadas ao turismo sustentável e mostraram o que levam do evento. Confira!

■ A adoção de métricas ESG obrigatórias para empreendimentos turísticos deve ser uma política pública prioritária no Brasil? 85

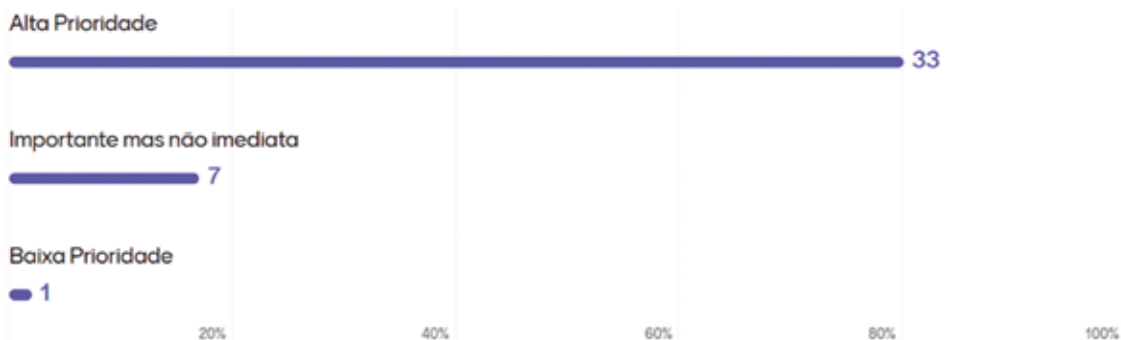


■ O fortalecimento da governança multissetorial, envolvendo setor público, privado e comunidades locais, é essencial para a sustentabilidade do Turismo? 47



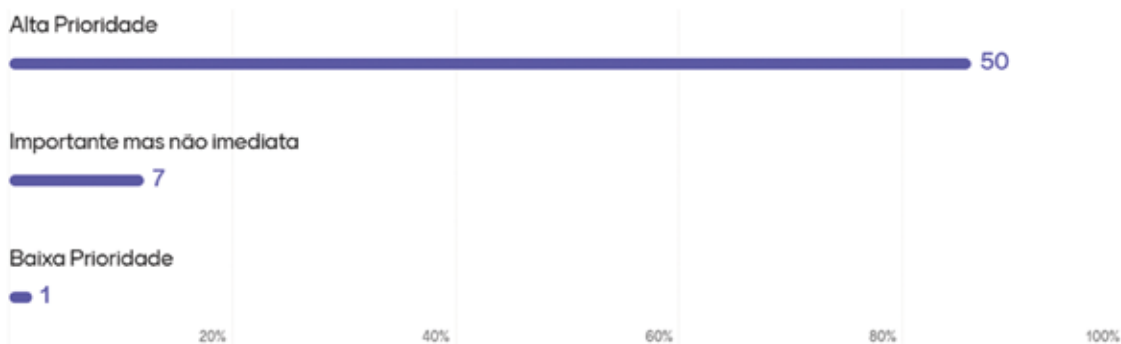
A destinação de recursos públicos para infraestrutura sustentável em áreas naturais com potencial turístico deve ser considerada prioridade?

41



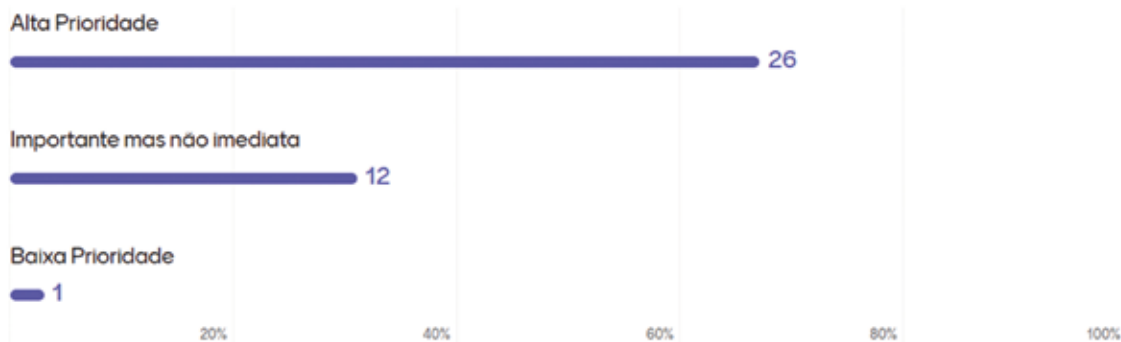
A implementação de políticas públicas que promovam a integração entre preservação ambiental e geração de renda em comunidades locais é urgente?

58



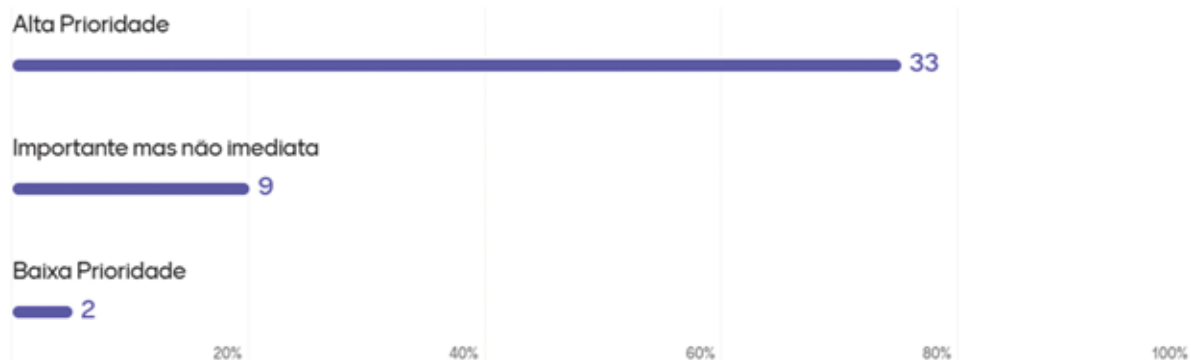
A ampliação das linhas de financiamento público para projetos turísticos sustentáveis é uma política que deve ser priorizada pelo governo?

39



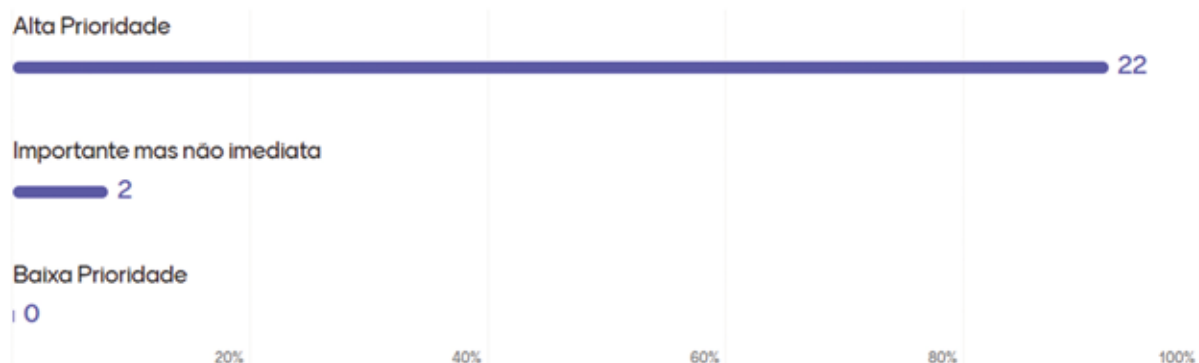
■ A criação de instrumentos normativos que articulem turismo com planejamento ambiental intersetorial é uma demanda crítica?

44



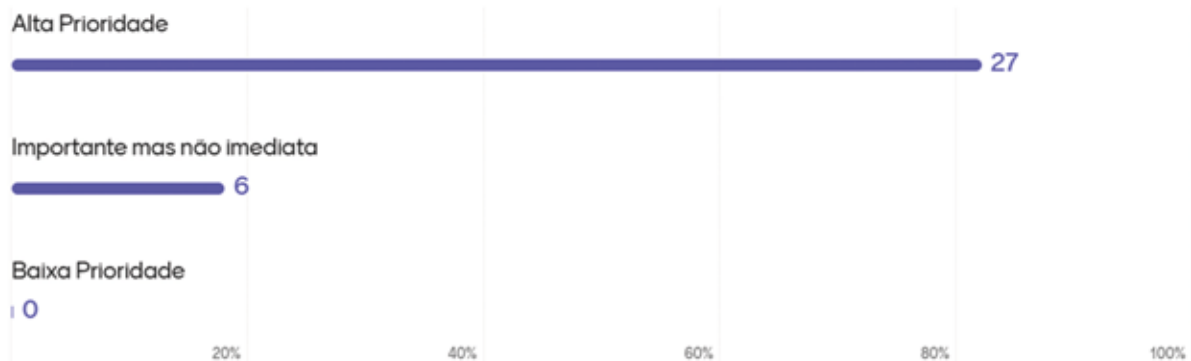
■ A valorização de expressões culturais locais em políticas de fomento ao turismo deve ser tratada como ação estratégica de desenvolvimento?

24



■ A inclusão de eventos culturais no planejamento turístico oficial dos municípios deve ser priorizada como forma de fortalecer a economia local?

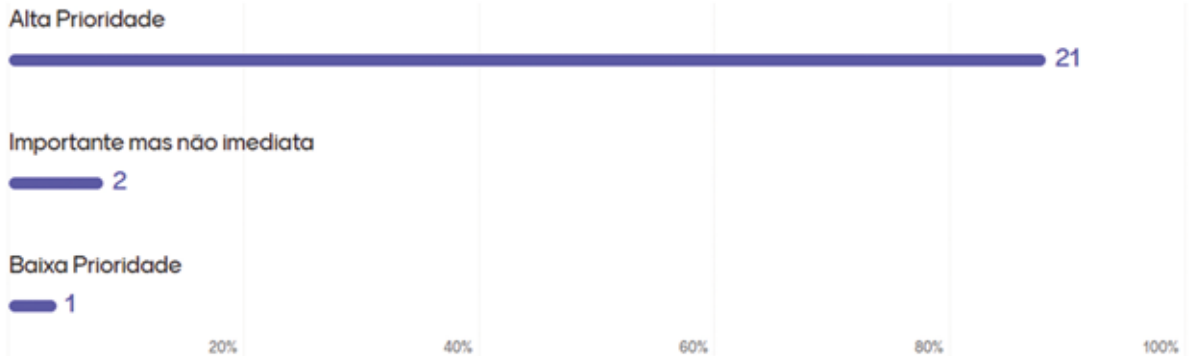
33





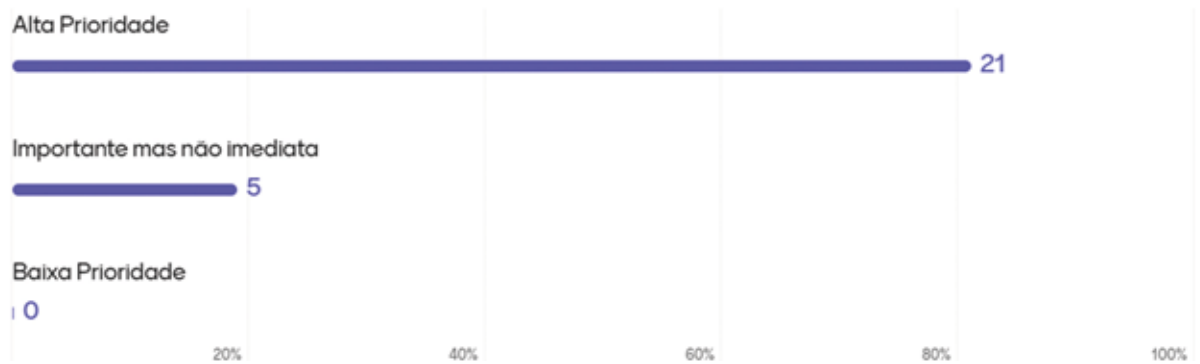
A inclusão de práticas de economia circular nas políticas públicas de turismo deve ser tratada como ação urgente para a sustentabilidade setorial?

24



A criação de incentivos fiscais para empreendimentos turísticos que adotam soluções criativas e sustentáveis é uma medida de alta prioridade?

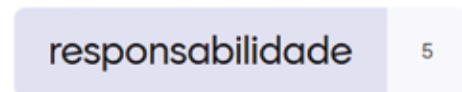
26



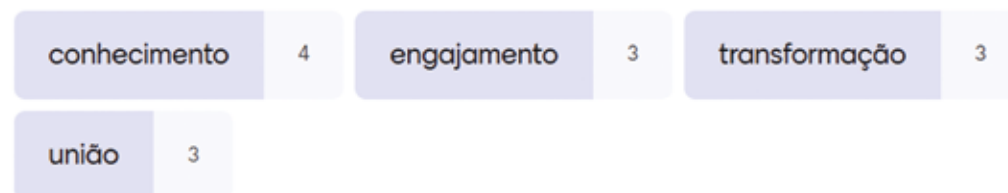
Em uma palavra, o que você extraiu do evento de hoje?

36

Most popular



Also prominent



Transformação necessária

Aline Lopes

Gerente do Cetur

O que acontece quando o turismo deixa de ser apenas atividade econômica e passa a ser instrumento de regeneração social, ambiental e cultural? Essa foi a provocação central do **Seminário Turismo Responsável – A Responsabilidade é de todos**, promovido pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e idealizado pelo Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur). Mais do que reunir especialistas, dados e boas práticas, o Seminário deixou uma mensagem clara: o futuro do turismo passa por escolhas feitas agora.

Ao longo dos debates, ficou evidente que a sustentabilidade no setor exige uma mudança de paradigma — mais profunda, integrada e comprometida com o presente — transcendendo a mera redução de impactos, demandando uma abordagem regenerativa e inclusiva que fortaleça as empresas do setor e o Brasil.

A urgência de uma transformação profunda foi um consenso. Conforme destacou Luciana De Lamare, o turismo regenerativo busca ativamente “curar o que já foi degradado”, indo além da premissa de “não prejudicar” para restaurar ecossistemas, valorizar comunidades e fortalecer culturas tradicionais. Complementando essa visão, Carlos Lidízia sublinhou que “as atitudes sustentáveis que nós fizemos até agora não bastaram”, reforçando a necessidade de um novo paradigma que priorize a qualidade sobre a quantidade na experiência turística e no desenvolvimento local. Essa perspectiva é vital para que as recomendações contidas nessa publicação reflitam um compromisso genuíno e de longo prazo com a regeneração.

A centralidade e o protagonismo das comunidades locais emergiram como pilares inegociáveis para qualquer política de turismo responsável. Exemplos práticos como o de Bonito (MS), que



implementa controle de acesso, taxas ambientais revertidas para a conservação e infraestrutura, e programas de capacitação para moradores, demonstram a eficácia de uma gestão compartilhada. Igualmente inspirador é o modelo do Butão, que utiliza a “Felicidade Interna Bruta” (FIB) como bússola para o desenvolvimento, avaliando não apenas o crescimento econômico, mas o bem-estar psicológico, a saúde, o uso do tempo e a vitalidade comunitária. Projetos como a Favela Orgânica, de Regina Tchelly, e os Bonecões do Vale do Café, de Beatriz Vidal, ilustram como a valorização dos saberes locais, a cultura e a inclusão social podem impulsionar o turismo, transformando resíduos em oportunidades e resgatando identidades históricas.

A jornada rumo a um turismo verdadeiramente responsável exige uma governança participativa e transparente, bem como uma integração contínua entre os setores público, privado, sociedade civil e

academia. Fabrício Amaral, salientou a importância da “segurança jurídica” e do fortalecimento do setor privado, como visto na política de Cota Zero em Goiás, um exemplo prático que protege recursos naturais enquanto fomenta a economia. Juliana Bettini, do BID, enfatizou a necessidade de “monitorar os resultados no curto e no longo prazo” para que os financiamentos a projetos estruturantes alcancem grupos vulneráveis e gerem impacto real e duradouro, evitando se tornarem “ilhas de excelência”.

O setor privado, através de suas entidades representativas, demonstrou um compromisso crescente com a agenda. Marina Figueiredo apresentou iniciativas pioneiras da Braztoa, como o Prêmio de Sustentabilidade (reconhecido pela ONU) e a inovadora calculadora de carbono para viagens, que promove a conscientização do turista. Ana Biselli, da Resorts Brasil, detalhou como os grandes empreendimentos hoteleiros atuam como agentes de transformação social e econômica nas comunidades onde estão inseridos, com foco em práticas ESG e diálogo comunitário. Jaime Prado, da Abeta, ressaltou a importância da qualificação e certificação para o turismo de aventura, destacando o Programa Aventura Segura e a elaboração de normas técnicas brasileiras que se tornaram referência internacional. Todos reforçaram a visão de que “o turismo precisa ser reconhecido não apenas como gerador de impactos, mas também como setor vulnerável às mudanças climáticas” e que a sustentabilidade deve ser um “ pilar transversal ” em todas as ações.

A educação ambiental, conforme abordado por Carolina Machado, e a economia circular, com os projetos de Lídice Berman, são fundamentais para moldar novas mentalidades, transformando resíduos em recursos e promovendo uma “cultura do cuidar” desde a base. A incorporação de práticas de economia circular nas políticas públicas de turismo foi considerada de alta prioridade, evidenciando o potencial da criatividade e da inovação para solucionar desafios ambientais e sociais. O ecoturismo, exemplificado pelo Sesc Pantanal através de Cristina Cuiabália, vai além da conservação, gerando pesquisa científica, empregos locais e educação, demonstrando efetivamente a potência do turismo como uma “força regenerativa”. Maurício Ruiz Branco, com o Instituto Terra de

Proteção Ambiental (ITPA), quebrou paradigmas ao mostrar como a recuperação de ecossistemas degradados pode gerar trabalho, renda e novas rotas turísticas.

A riqueza de experiências, a diversidade de perspectivas e o alto nível dos debates no seminário demonstram que o Brasil possui o potencial e o arcabouço técnico e social para avançar significativamente em turismo responsável. Contudo, como ressaltou Luciana De Lamare, “não é colocar e imputar nas novas gerações a responsabilidade pelas ações... A gente precisa tomar ação hoje”. A mentalidade de que “o amanhã depende das atitudes de hoje” deve guiar cada decisão, cada investimento, cada interação.

Essa publicação resultante do seminário não é apenas um compilado de ideias, mas um mapa concreto para um turismo que cura, regenera territórios e vínculos humanos, convidando a todos, desde os formuladores de políticas públicas até os empresários e a sociedade civil, a serem protagonistas dessa transformação. Este é um convite à ação — a lembrança de que cada viagem pode transformar o território que se toca e de que cada experiência carrega o potencial de inspirar um futuro mais justo, equilibrado e humano para os destinos, o Brasil e o mundo. •



A sustentabilidade no setor exige uma mudança de paradigma — mais profunda, integrada e comprometida com o presente — transcendendo a mera redução de impactos.”

Aline Lopes

