

**DEPARTAMENTO DE GESTÃO E HOSPITALIDADE
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

BIANCA CRIS SANTOS DA SILVA RONDON

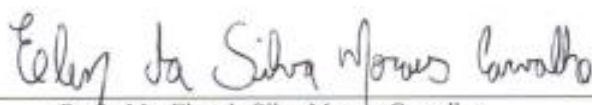
**AFROTURISMO EM POCONÉ/MT: UM ESTUDO DE CASO DA AGÊNCIA
AFROTOURS**

FOLHA DE APROVAÇÃO

AFROTURISMO EM POCONÉ/MT: UM ESTUDO DE CASO DA AGÊNCIA AFROTOURS

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso
– Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

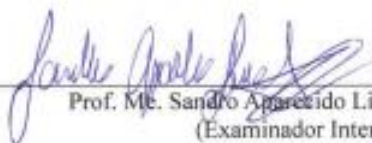
BANCA EXAMINADORA



Profª. Ma. Elen da Silva Moraes Carvalho
(Orientadora – IFMT)



Profª. Dra. Alini Nunes de Oliveira
(Examinadora Interna)



Prof. Msc. Sandro Aparecido Lima dos Santos
(Examinador Interno)

Data: 12 /12 / 2023

Resultado: APROVADA

AFROTURISMO EM POCONÉ/MT: UM ESTUDO DE CASO DA AGÊNCIA AFROTOURS

Bianca Cris Santos da Silva Rondon¹
Orientadora: Prof^ª. Elen da Silva Moraes Carvalho.²

RESUMO

A Afrotours é a primeira agência de afroturismo de Mato Grosso. O turismo afro tem por objetivo promover experiências afrocentradas com foco no protagonismo negro, como é o caso da agência Afrotours que promove roteiros em comunidades quilombolas na cidade de Poconé. A pesquisa analisou como problemática a atuação da primeira agência Afrotours com foco em afroturismo e quais são as consequências de sua atuação no município de Poconé em relação ao turismo e às comunidades? A pesquisa tem como hipóteses: a) a primeira agência de afroturismo pode incentivar e ampliar o segmento no município de Poconé, e b) que contribui com o orgulho, sentimento de pertencimento e valorização dos povos quilombolas e também dos moradores locais do entorno. O objetivo geral deste estudo é compreender a relevância da primeira agência com foco em Afroturismo de Mato Grosso com roteiros de experiências afrocentradas nas comunidades do município de Poconé. Possui como objetivos específicos a) apresentar a agência Afrotours, b) descrever seus roteiros, e c) levantar a percepção da população das comunidades quilombolas locais e de outros estados do Brasil sobre a agência e sua atuação. A pesquisa é descritiva e trata-se de um estudo de caso de uma agência de viagens inovadora em Mato Grosso. Para coleta de dados aplicou-se um questionário com as comunidades de Morrinhos, Chumbo, Jejum, a população em geral de Poconé e de outros estados do Brasil, realizou-se visitas in loco, e também utilizou-se da observação participante. Os resultados obtidos são de impactos positivos e observa-se que a agência desempenha um papel fundamental na valorização dos patrimônios materiais e imateriais da cultura local promovendo a visibilidade das comunidades quilombolas da cidade de Poconé-MT.

Palavras-chave: Afroturismo. Poconé-MT. Comunidades Quilombolas. Narrativas Negras.

RESUMEN

Afrotours es la primera agencia de afroturismo en Mato Grosso. El afroturismo tiene como objetivo promover experiencias afrocéntricas con foco en el protagonismo negro, como es el caso de la agencia afrotours que promueve itinerarios en comunidades quilombolas y la ciudad de Poconé. La investigación analizó qué tan problemáticas fueron las operaciones de la primera agencia Afrotours enfocada al afroturismo y ¿cuáles son las consecuencias de sus operaciones en el municipio de Poconé en relación al turismo y las comunidades? La investigación tiene las siguientes hipótesis: a) la primera agencia de turismo puede incentivar y expandir el segmento de afroturismo en el municipio de Poconé, y b) que contribuya al orgullo, sentimiento de pertenencia y valoración de los pueblos quilombolas y también de los residentes locales en el vecindad. El objetivo general de este estudio es comprender la relevancia de la primera agencia enfocada en el afroturismo en Mato Grosso con itinerarios de experiencias afrocéntricas en

¹ Graduando(a) do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá. biancarondonc@gmail.com

² Professora Orientadora Elen da Silva Moraes Carvalho. Docente do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá do Curso de Bacharelado em Turismo. elen.carvalho@ifmt.edu.br

comunidades del municipio de Poconé. Sus objetivos específicos son a) presentar la agencia Afrotours, b) describir sus itinerarios, y c) elevar la percepción de la población sobre la agencia y sus operaciones. La investigación es descriptiva, y es un estudio de caso de una agencia de viajes innovadora en Mato Grosso. Los resultados obtenidos tienen impactos positivos y se observa que la agencia juega un papel fundamental en la valorización del patrimonio material e inmaterial y de la cultura local, promoviendo la visibilidad de las comunidades quilombolas en la ciudad de Poconé MT.

Palabras clave: Afroturismo. Poconé-MT. Comunidades quilombolas. Narrativas negras.

INTRODUÇÃO

O afroturismo ou turismo afro tem como objetivo destacar a cultura negra e promover a inclusão e diversidade. Os benefícios de praticar esse tipo de turismo é se permitir conhecer, valorizar, vivenciar e reconectar com a ancestralidade da perspectiva negra através de histórias decoloniais, tradições e experiências afrocentradas que envolvem a negritude. Logo, colocam as comunidades negras como protagonistas, com a alternativa de gerar renda, preservar as memórias, e promover a visibilidade dessas comunidades negras rurais.

Como no caso da cidade de Poconé que busca outras alternativas para além do ecoturismo, o afroturismo vem sendo uma das alternativas para o desenvolvimento do turismo, considerando que a região possui comunidades quilombolas e tradicionais e em sua maioria há predominância da população negra. Poconé-MT é um município de 246 anos, com 33 mil habitantes aproximadamente, sendo uma cidade tipicamente pantaneira e hospitaleira, possuindo 28 comunidades quilombolas que estão na região do Pantanal Mato-Grossense (PALMARES, 2023).

O município é muito conhecido pelas suas tradicionais festas religiosas e manifestações culturais como a Cavallhada, Dança dos Mascarados, Lambadão, e comidas típicas como a carne seca com arroz, carne com banana verde, paçoca no pilão, farofa de banana, e peixe. Poconé também possui potencialidades no desenvolvimento do Turismo, que vem se destacando como uma atividade econômica em plena expansão, pois o município de Poconé é o Portal de entrada do Pantanal Mato-grossense. (PREFEITURA DE POCONÉ, 2023).

Desta forma, a pesquisa pretendeu analisar a atuação da agência Afrotours, primeira agência com foco em afroturismo em Mato Grosso e como problema de pesquisa teve-se: quais são as consequências de sua atuação no município de Poconé em relação ao turismo nas comunidades? A pesquisa tem como hipóteses: a) a primeira agência de turismo pode incentivar e ampliar o segmento do afroturismo no município de Poconé, e b) que contribui com o orgulho, sentimento de pertencimento e valorização dos povos quilombolas e também dos moradores locais do entorno.

O objetivo geral deste estudo é compreender a relevância da primeira agência com foco em Afroturismo de Mato Grosso com roteiros de experiências afrocentrados nas comunidades do município de Poconé. Possui como objetivos específicos a) apresentar a agência Afrotours, b) descrever seus roteiros, e c) levantar a percepção da população das comunidades quilombolas locais e de outros estados do Brasil sobre a agência e sua atuação.

A relevância dessa pesquisa consiste em apresentar a primeira agência com foco em Afroturismo no estado de Mato Grosso, um tipo de turismo que permite reconectar as pessoas com a ancestralidade e conhecer as histórias não contadas. Vale lembrar ainda que há poucos estudos na área do turismo afro de Mato Grosso, sendo assim, esta pesquisa poderá possibilitar maior visibilidade as comunidades quilombolas da cidade de Poconé a fim de preservar as histórias, memórias, costumes e tradições existentes nesse território. Além disso, este trabalho faz-se importante para a pesquisadora que é jovem, negra, moradora da cidade de Poconé e integrante e sócia da agência em estudo, e que acredita na atividade da sua agência como uma mola propulsora do turismo nas comunidades quilombolas de Poconé, e na contribuição da valorização da cultura, sentimento de pertencimento e de orgulho do seu povo.

Nesse sentido, estudar a agência possibilita alternativas para o desenvolvimento de atividades turísticas nessas comunidades quilombolas, fomentando o empoderamento, fortalecimento de identidade, econômico, lazer, e ao mesmo tempo a reconectar-se com a sua ancestralidade, conhecer a importância das narrativas negras históricas de Poconé a partir da experiência e conhecimento das expressões culturais, gastronômicas, festas religiosas, patrimônios materiais e saberes orais dessas comunidades locais.

A pesquisa é descritiva. Segundo Vergara (2000, p.47), a pesquisa descritiva expõe as características de determinada população ou fenômeno, estabelece correlações entre variáveis e define sua natureza.

Trata-se de um estudo de caso de uma agência de viagens inovadora em Mato Grosso, e segundo Yin (2001, p.32): “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Yin (2001) enfatiza ser a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados.

A pesquisa foi feita com pesquisa bibliográfica que, de acordo com Gil (2002), entende-se como a leitura, a análise e a interpretação de material impresso. Entre eles podemos citar livros, periódicos, imagens, manuscritos, mapas, e outros documentos. E para coleta de dados

foi feita pesquisa de campo na cidade em que a agência atua nos dias 10 a 30 de novembro de 2023, usando técnicas de observação, registros fotográficos e questionário via *Google forms* que foi disponibilizado para a população da cidade de Poconé, comunidades quilombolas de Chumbo, Jejum, Morrinhos, pessoas de todas as localidades do Brasil, e demais pessoas que conhecem a agência.

O questionário de levantamento de Percepção sobre a Agência Afrotours foi composto por 13 perguntas agrupadas em 2 seções. A primeira seção voltava-se o perfil socioeconômico dos respondentes e foi solicitado informações como 1) cidade e/ou comunidade onde reside, 2) atuação na comunidade, 3) declaração étnica, 4) gênero e 5) profissão e na segunda seção perguntas de percepção voltadas à atuação da agência com o Afroturismo.

O questionário foi disponibilizado pelas redes sociais (WhatsApp e Instagram) e aberto ao público e também enviada diretamente para 15 moradores das comunidades e região de Mato Grosso Entre o período do dia 10 a 25 de novembro através do qual obteve-se um total de 30 respondentes.

Na pesquisa também utilizou da observação participante³ haja vista que a pesquisadora é uma das sócias-fundadoras da agência também é natural e moradora da cidade de Poconé.

1. RAÍZES CULTURAIS E O AFROTURISMO

1.1 Turismo Cultural

Inicia-se com abordagem sobre o turismo cultural, em razão de ser um dos segmentos de destaque quando trata-se de turismo no Brasil, reconhecidamente pelo Ministério do Turismo, e que envolve a motivação de atividades turísticas devido a cultura de um povo. Diante da abrangência dos termos turismo e cultura, das inúmeras possibilidades de interação entre as duas áreas em benefício do desenvolvimento de ambas, o Ministério do Turismo, em parceria com o Ministério da Cultura e o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e, com base na representatividade da Câmara Temática de Segmentação do Conselho Nacional do Turismo, realizou a releitura das atividades e suas características para, desta forma, definir e conceituar o Turismo Cultural, pressuposto para orientar a formulação de políticas públicas para o segmento.

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos

³ O método de coleta de dados na observação participante consiste na participação do pesquisador nas atividades cotidianas relacionadas a uma área da vida social, a fim de estudar aspectos de vida por meio da observação de eventos em seus contextos naturais. (Given, 2008.)

culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.
(BRASIL,2006)

Silberberg (1995, p. 361) define turismo cultural como: “[...] visitação por pessoas de fora da comunidade receptora motivada no todo ou em parte por interesse em aspectos históricos, artísticos, científicos ou de estilo de vida e de herança oferecidos por uma comunidade, região, grupo ou instituição”.

"O turismo cultural também se baseia nas principais leis do turismo, de acordo com a Política Nacional de Turismo (BRASIL, 2008): no artigo 5º, destacando um dos quatro objetivos: I- Democratizar e propiciar o acesso ao turismo no País a todos os segmentos populacionais, contribuindo para a elevação do bem-estar geral; II- Reduzir as disparidades sociais e econômicas de ordem regional, promovendo a inclusão social pelo crescimento da oferta de trabalho e melhor distribuição de renda; VII- Criar e implantar empreendimento destinados às atividades de expressão cultural, de animação turística, entretenimento e lazer e de outros atrativos com capacidade de retenção e prolongamento do tempo de permanência dos turistas nas localidades; IX- Preservar a identidade cultural das comunidades e populações tradicionais eventualmente afetadas pela atividade turística. "

Partindo dessa perspectiva de conhecer outras culturas é fundamental a relação harmoniosa entre turistas e comunidade receptora, mantendo o respeito e ética sobre a cultura e outros modos de viver e se expressar do outro.

Para Greg Richards (2000) o turismo cultural pode ser compreendido mediante ao modo como os turistas consomem a cultura. Desse modo, o turismo cultural possibilita ao visitante a experiência do contato com aspectos inerentes à comunidade visitada, pois envolvem aspectos simbólicos: hábitos tradicionais, ritos, crenças, conhecimento, artes, língua, regras sociais e econômicas, ou seja, elementos que exprimem as vivências e diferenças de diversos povos e, no caso da presente discussão, da população negra. No que tange aos aspectos como que caracterizam e diferenciam cada cultura, podemos verificar no turismo étnico a ênfase dada aos múltiplos hábitos culturais que permeiam as culturas que se encontram em distintas localidades.

Nesse sentido o turismo cultural possibilita muitas experiências culturais com outras realidades de viver, permitindo conhecer e vivenciar lugares, pessoas, linguajar, saberes, modos de fazer, danças, e envolvimento com as comunidades locais.

1.2 Turismo Étnico- Afro

A partir do turismo cultural, surgem outros tipos de turismo como o turismo étnico, que de acordo com o Ministério de Turismo (2010) o turismo étnico é uma vertente do turismo

cultural, classificação que também abrange o afroturismo, é constituído de atividades turísticas que envolvem vivenciar experiências autênticas e o contato direto com os modos de vida e a identidade de grupos étnicos.

O turismo étnico afro evidencia histórias afrodiaspóricas, conectadas pela cultura, patrimônios material e imaterial através de interações com as pessoas das comunidades da localidade em que visita.

Segundo Bahl (2009), o turismo étnico está associado aos aspectos socioculturais de uma localidade, sendo a identidade e diferenciação suas balizas; além disso, promove a divulgação de etnias ou grupos, visando seu reconhecimento e inserção em âmbito nacional e internacional.

Conforme destaca Aragão (2015), dentre os tipos de turismo que estão focados na “valorização da cultura, ancestralidade e tradição, o destaque fica para o turismo étnico. Seja pelo simbolismo, identidade cultural ou desenvolvimento sustentável, a prática do turismo étnico tem sido percebida como uma atividade em prol do conhecimento das tradições e elementos impulsionadores da cultura dos povos autóctones. ”

1.3 Afroturismo

A partir do Turismo étnico, surge o afroturismo como um segmento atrelado ao turismo cultural. De acordo com o Guia Negro (2020) Turismo afrocentrado, também conhecido como afroturismo, como o nome indica, é uma modalidade do turismo que tem como foco a cultura africana e a valorização de patrimônio cultural material e imaterial do grupo étnico formado por descendentes dos povos africanos, neste caso a população negra brasileira.

A passagem do turismo étnico-afro para o Afroturismo ocorreu pois este não engloba somente as experiências afrocentradas, já que evidencia, também, a presença de profissionais negros comandando as agências de viagens, o afroempreendedorismo das comunidades quilombolas, de terreiros e periferias majoritariamente negras construindo roteiros, além de profissionais de transporte e guias negros atuando na área. O afroturismo é uma vertente do turismo étnico-afro que, além de valorizar o patrimônio material e imaterial negro, põe como centro das atividades desenvolvidas a população negra (BARBOSA, 2021; DIAS, 2020).

Nesse sentido, os autores ressaltam a importância das comunidades negras e dos afroempreendedores que atuam com roteiros que se tornam protagonista de todo processo para que o turismo aconteça, valorizando os guardiões desses territórios, a sabedoria e sua herança ancestral.

Farias, Pimentel e Santos (2021), na tentativa de caracterizar a atividade, citam que no turismo étnico-afro, ou afroturismo, é possível identificar atividades voltadas para o resgate da cultura africana e afrodescendente, com roteiros que permitem aos visitantes experiências gastronômicas, em terreiros de candomblé, quilombos, museus, igrejas barrocas, entre tantos outros atrativos que refletem a cultura africana.

De acordo com o Sebrae (2020), o afroturismo é uma tendência setorial que busca unir as experiências com as raízes e ancestralidade afros, em que as principais manifestações culturais que compõem os roteiros turísticos desse nicho de mercado são: visitas às comunidades quilombolas; rodas de conversa e contação de histórias.

A partir disso, o afroturismo surge como uma alternativa positiva para as comunidades, já que é uma oportunidade para geração de renda, incentivando a sua permanência na comunidade.

A literatura concebe o afroturismo, turismo Afro Referenciado ou turismo Afrocentrado, como um segmento que amplia o olhar para além das visitas aos patrimônios Afro Culturais, pois traz consigo uma mudança de paradigma, alterando as concepções em que o próprio turismo foi constituído, indo além dos modelos atuais que alcança. Isso ocorre porque a proposta do afroturismo é colocar a população negra como protagonista das narrativas, das atividades que são ofertadas (OLIVEIRA, 2020a).

Outra característica do afroturismo é a de dar evidência ao papel do negro no turismo, em especial aquele que busca, por meio do turismo, fortalecer, valorizar a identidade e a cultura negra por meio de narrativas afrocentradas, seja por meio do Afro empreendedorismo ou de viagens que dialoguem com roteiros afro turísticos (OLIVEIRA, 2020b; OLIVEIRA, 2021a; SANTOS; COIMBRA DE SÁ, 2021).

2. AFROTURISMO EM POCONÉ/MT

Poconé é um município brasileiro localizado no estado de Mato Grosso e se situa a cerca de 100 Km da capital Cuiabá (como pode ser verificado nas figuras 1 e 2). As principais vias de acesso terrestre ao município são: MT-060, MT 370 e MT-270, juntas estas vias caracterizam importantes meios de acesso ao município, sendo a MT- 060 a via principal. O município conta com festas tradicionais, e outras expressões culturais na dança, costumes, tradições ancestrais, gastronomia pantaneira, linguajar poconeano, e músicas. Para além disso, também conta com uma natureza privilegiada, sendo abrigo do Pantanal mato-

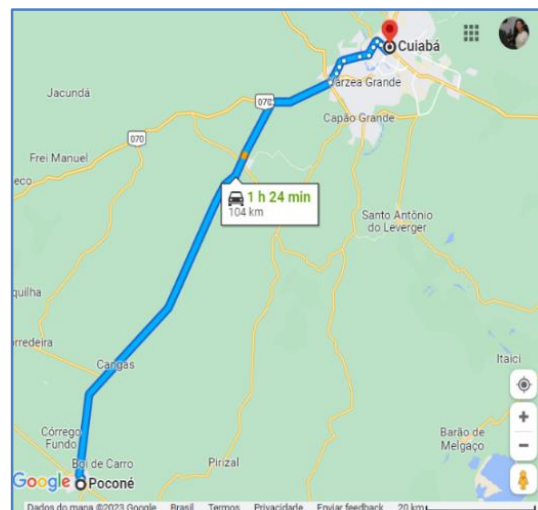
grossense. Essa imensa planície alagável, patrimônio da humanidade, é o habitat de uma grande diversidade de fauna e flora.

Figura 1: Localização de Poconé, principal cidade de atuação da Agência Afrotours



Fonte: Instituto Humanas Unisinos, 2021

Figura 2: Representação da distância entre a Cidade de Poconé e Cuiabá



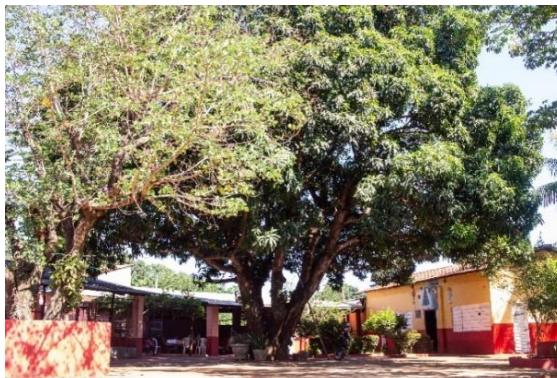
Fonte: Google Maps, 2023

A região de Poconé teve como primeiro nome Beripoconé, em referência à tribo indígena que habitava a região, os indígenas Beripoconés, da grande família Bororo. Segundo historiadores, “Poconé” era o nome dado ao cacique da tribo da nação Bororo, daí a origem do nome do município de Poconé. O núcleo inicial do povoamento, que originou o atual município de Poconé, surgiu por volta de 1777, devido à descoberta de ouro. Apesar da precariedade de comunicação da época, a abundância de ouro existente na região atraiu muita gente. (FERREIRA,2001)

Em 1831 criou-se o município com a denominação de Villa de Poconé, e mais tarde, em 1863, recebeu o foro de cidade, com a denominação de Poconé. O município de Poconé se destaca pelo maior número de comunidades quilombolas certificados no estado de Mato Grosso, 28 comunidades: Retiro, Curralinho, São Benedito, Canto do Agostinho, Chumbo, Varal, Laranjal, Campina de Pedra, Passagem de Carro, Imbé, Pedra Viva, Cágado, Pantanalzinho, Morro Cortado, Aranha, Chafariz Urubama, Rodeio, Céu Azul, Minadouro 2, Sete Porcos, Morrinhos, Tanque do Padre, Capão Verde, Campina II, Jejum, Coitinho, São Gonçalo II, Sesmaria Fazenda Grande (Barreirão, Capão de Ouro, Carandá, Lagoa Grande, Manga e Passagem Velha), Carretão (IPATRIMONIO, 2020).

As comunidades de Poconé existem há mais de 100 anos e vivem da agricultura, da fabricação de produtos alimentícios e artesanatos (TRIBUNA, 2013). Poconé tem raízes e memórias muito profundas na história e tradição do povo preto, sendo uma localidade importante no mapa das festas e representações da cultura negra. Nos quintais poconeanos e debaixo das enormes mangueiras (Figura 3), é onde os roteiros da agência acontecem.

Figura 3: Quintal da Dona Leila em Poconé MT



Fonte: Emanoele Daiane, 2023

Poconé e suas comunidades quilombolas em todo contexto, se destacam nas diversas produções que se utilizam de materiais diversos, como tecelagem, Urubamba (cipó para fazer cadeira), madeira sarã de leite para fazer a viola de cocho (Figura 4), bambu para confecção do ganzá, couro e chifre, crochê e tricô, farinha de banana, ervas medicinais, doces típicos, bebidas e músicas etc.

Figura 4: Viola de Cocho e Ganzá feitos pelo Seo Bernardo em Poconé MT.



Fonte: Nega Drama, 2022.

3. AGÊNCIA AFROTOURS E PRINCIPAIS ROTEIROS

A Agência Afrotours é idealizada e desenvolvida por duas mulheres negras, como pode ser verificado na figura 5, Poliana Queiroz, natural de Cuiabá, antropóloga e especialista em Patrimônio Imaterial e Bianca Rondon, natural de Poconé e graduanda do Bacharelado em

Turismo no Instituto Federal de Mato Grosso - Campus Cuiabá Cel. Octayde Jorge da Silva. O projeto da empresa surgiu através edital nº 08/2021 Economia Criativa da Secretaria de Cultura Esporte e Lazer do estado de Mato Grosso. Foi aprovado enquanto projeto para desenvolver propostas turísticas que valorizassem a cultura de Poconé, com foco no turismo afro de base comunitária em comunidades quilombolas.

Figura 5: Fundadoras da Agência Afrotours



Fonte: Bianca Rondon, 2023

A agência enquanto projeto contou com ciclos de formação on-line e presenciais sobre as potencialidades das comunidades a partir do olhar dos jovens e dos "mais velhos" da cidade de Poconé e das Comunidades Quilombolas de Chumbo, Jejum e Morrinhos. Na finalização do projeto, recebeu consultorias da agência Diáspora. Black⁴, que colaborou para a sensibilização do turismo para as comunidades, e para o levantamento das potencialidades existentes na região sendo desenvolvido roteiros afrocentrados iniciais nas seguintes cidades e comunidades:

1) Rota Caminhada Cuiabá Negra (Figura 6): Quem construiu a capital Cuiabá? Onde estão as pessoas negras? Quais lugares importantes para a história e cultura da diáspora

⁴ A diáspora. Black é uma plataforma de hospedagem focada na cultura negra. Fundada em 2016. Hoje, além de viagens, também oferta cursos em sua plataforma e realiza treinamentos para grandes empresas. (DIÁSPORA.BLACK, 2023. – Disponível em: <https://hospedagem.diaspora.black/sobre>. Acesso em 01 de dez. de 2023).

africana estão presentes em Cuiabá? Estas são algumas das perguntas que o tour Cuiabá Negra se propõe a responder.

Figura 6: Divulgação da Caminhada Cuiabá Negra realizada em 09 de setembro de 2023



Fonte: Bianca Rondon, 2023.

O tour leva seus visitantes para conhecer personagens, lugares e histórias com protagonismo negro, trazendo um novo olhar sobre a história da capital de Mato Grosso passando por locais como a Praça da mandioca, Casa das Pretas e Beco do Candeeiro (Figura 7).

Figura 7: Rota Caminhada Cuiabá Negra



Fonte: Emanoele Daiane, 2023

O roteiro lançado pela Afrotours uma experiência de conexão de passado, presente e futuro e foi elaborado em conjunto com o Museu de Imagem e do Som de Cuiabá (MISC), e

também é parceiro do Movimento Caminhada Negra com o Guia Negro⁵, sendo realizado uma vez por mês.

2) Caminhada Poconé Negra (Figura 8): Onde estão os negros na construção da memória poconeana? A visita é guiada a pontos que evidenciem a história negra da cidade. O ponto de saída em Cuiabá na Casa das Pretas e em Poconé o percurso se inicia na Praça Central de Poconé para ouvir a história da criação da cidade e questionar os monumentos de homens brancos pelo local e a ausência do personagem negro. Logo após visita-se o Museu da Vovó Bem, uma idosa colecionadora de objetos antigos de Poconé e que guardam memórias da cidade questionando os objetos voltados para a narrativa negra a partir da bacia de pedra canga construída por escravizados e a gargalheira usada pelos mesmos.

Figura 8: Rota Caminhada Poconé Negra



Fonte: Bianca Rondon, 2023.

Uma das vivências proporcionadas no decorrer dessa rota é com o cururueiro e benzedor, Seo Bernardo, que sob sua mediação, possibilita aos visitantes ouvir e tocar o ganzá do Cururu, música de tradição negra (Figura 9).

⁵ O Guia Negro é uma plataforma de afroturismo, que realiza experiências turísticas em diversas cidades brasileiras, faz consultorias, produção independente de conteúdo sobre viagens, cultura **negra**, afroturismo e black business. Denominam-se embaixadores do afroturismo. (GUIA NEGRO, 2023 – Disponível em: <https://guianegro.com.br/quem-faz/>. Acesso em: 01 de dez de 2023.)

Figura 9: Cururu com seo Bernardo



Fonte: Bianca Rondon, 2023.

O roteiro é finalizado com a degustação do “Tchá” com bolo tradicional⁶ no Quintal da Vovó Conliria. Conliria Vilibar da Silva Corrêa tem 80 anos (Figura 10), poconeana, mãe de 7 filhos, realiza festas de santos em seu quintal desde 1962 e faz biscoitos para atender as festas da cidade. Atualmente ela vem seguindo a cultura e a tradição com sua família, com a padroeira imaculada Conceição; é devota de Nossa Senhora Aparecida e São Gonçalo realizando festas no mês de julho e outubro.

Figura 10: Dona Conliria em seu quintal



Fonte: Negra drama, 2023.

3) Rota do Cuidado e da Cura espiritual (Figura 11): A cultura pantaneira envolve o manuseio de elementos da flora em práticas de cuidado. O percurso contempla a visitação em quintais poconeanos onde são realizadas práticas de cura espiritual.

⁶ O Tchá com bolo como é conhecido em Poconé e na capital Cuiabá é uma expressão que se refere a quitutes artesanais como bolo de queijo, biscoito, francisquito e bolo que são consumidos com chá, a exemplo do chá de erva cidreira.

Figura 11: Rota do Cuidado e Cura espiritual



Fonte: Bianca Rondon, 2023.

Inicia-se com recepção e café da manhã tradicional na Casa das Pretas ainda em Cuiabá. Já em Poconé, o percurso segue para o quintal da Dona Appolônia: a grande mãe da população poconeana. Dona Appolônia Olga de Siqueira (Figura 12) viveu até os 86 anos e teve dois filhos. Em sua residência há uma “Sala Religiosa de Cultura Afro-brasileira”; e ficou conhecida em Poconé por seu trabalho como benzedeira, por ajudar muitas pessoas e manter a cultura viva através das festas tradicionais abertas a todos. Poconeana, e devota de São Gonçalo e São João, deixou uma rica herança cultural à sua família. Atualmente a família dá sequência às suas atividades.

Figura 12: Pintura da foto da Dona Appolônia



Fonte: Bianca Rondon, 2023

A experiência envolve momentos de conexão com o sagrado e oficinas de banhos de proteção. Logo após, visita ao quintal de Vó Leila, onde é feito oficinas de construção de

banho de descarrego (podendo ser substituída por amuleto de proteção), e finalizado com almoço tradicional pantaneiro ⁷debaixo das enormes mangueiras.

Leila Maria de Assunção (figura 13), mais conhecida por dona Leila, reside em Poconé há mais de 30 anos. É festeira, benzedeira, devota de São Benedito e uma mulher de fé e valores. As festas que realiza em seu quintal nos meses de julho e outubro, movimentam toda a família que participa ativamente da realização, juntamente com a comunidade local. Também possui em sua residência uma “sala religiosa de Cultura Afro-brasileira”. Leila é reconhecida pela sociedade por proporcionar a caridade e o dom da cura através de seus mentores espirituais e de suas ervas medicinais.

Figura 13: Dona Leila em seu quintal colhendo manga



Fonte: Emanoele Daiane, 2023

4) Rota Experiências assombradas na comunidade de Chumbo (Figura 14): O Quilombo Chumbo, em Poconé-MT possui mais de 300 anos de existência. Sua história é permeada por contos e lendas que são preservadas pelas líderes da comunidade. O roteiro conta com visita guiada a comunidade quilombola conhecendo personalidades fundadoras do território, bem como a vivência e aprendizado no manuseio de plantas medicinais, finalizando com “tchá” com bolo típico da região.

⁷ O almoço pantaneiro é uma refeição típica da região do Pantanal. É conhecido por combinar ingredientes tradicionais da culinária local, como carne seca com arroz, carne com mandioca verde, peixe no molho, paçoca no pilão, e farofa de banana.

Figura 14: Rota Experiências assombradas na comunidade de Chumbo



Fonte: Bianca Rondon, 2023.

A comunidade Quilombola de Nossa senhora Aparecida, Distrito de Chumbo possui mais de 300 anos, e fica localizada a cerca de 40 Km de Poconé na zona rural (Figura 15) e atualmente, abriga cerca de 800 famílias. A Comunidade possui muita fé e devoção na padroeira da cidade, em que é realizada a festa de Nossa Senhora Aparecida no mês de outubro e da Consciência Negra no mês de novembro. Chumbo também possui forte presença de mulheres que recitam rezas cantadas, benzedores e curandeiros que curam pessoas através do uso de ervas medicinais em chás, garrafadas, pomadas, xaropes e banhos. Chumbo também possui grupo de dança de siriri e canto do cururu.

Figura 15: Comunidade Quilombola de Chumbo



Fonte: Bianca Rondon, 202

Os personagens ilustres dessa comunidade a tia Dora (Figura 16) moradora, benzedora e faz remédios caseiros com plantas medicinais do seu quintal, onde ensina como fazer as garrafadas. Tio Sebastião raizeiro (Figura 17) um dos mais velhos da comunidade, e ajuda muitos moradores a curar enfermidades com suas práticas de cuidados ancestrais.

Figura 16: Tia Dora fazendo garrafada



Fonte: Bianca Rondon, 2023

Figura 17: Tio Sebastião raizeiro



Fonte: Bianca Rondon, 2023

5) Rota das Águas (Figura 18): Jejum é o nome de um peixe que foi encontrado na região onde a comunidade foi criada. Esse roteiro contará a relação dessa comunidade com a água ou com a falta dela. A visita se inicia com a caminhada ao córrego para ouvir as histórias da comunidade, visita a antiga Olaria para conhecer as telhas feitas manualmente, conexão com a mãe-terra com a possibilidade de plantar mudas, e finaliza com o almoço tradicional ou café tradicional (a depender do horário do roteiro), e descanso em redários instalados debaixo das árvores.

Figura 18: Rota das Águas na Comunidade de Jejum



Fonte: Bianca Rondon, 2023

A comunidade de Jejum é existente há mais de 150 anos em zona rural a 20 km da cidade de Poconé. Atualmente, residem 16 famílias que vivem da agricultura familiar; Plantações de mandioca, abacaxi, banana, pequi para consumo próprio e venda. Realizam no mês de agosto a festa de Santa Catarina e Santa Ana no quintal centenário da dona Vanda (presidente da Associação de Mulheres Negras Rurais Quilombolas - AMUNERUQ) (Figura 19).

Figura 19: Quintal da comunidade de Jejum



Fonte: Emanoele Daiane, 2023

6) Rota Experiência Cultural em Morrinhos (Figura 20): O Quilombo Morrinho é uma comunidade quilombola liderada por mulheres.

Figura 20: Rota Experiência cultural na Comunidade quilombola Morrinhos



Fonte: Bianca Rondon, 2023

A comunidade Quilombola de Morrinhos existe a cerca de 200 anos, está localizada a 40km do Distrito de Cangas na zona rural. Atualmente possui 43 famílias residentes na

comunidade, e subsistem da agricultura familiar, plantações de arroz, melancia, milho, mandioca, e doces artesanais, doce de mamão, leite, caju, produzem farinha para consumo próprio e tapetes e caminhos de mesa feitos no tear. A igreja centenária de São Benedito representa a fé, e a religiosidade dessa população (Figura 21).

Figura 21: Igreja de São Benedito



Fonte: Bianca Rondon, 2023.

Nos meses de junho, agosto, outubro e dezembro, as duas irmãs Benedita e Francisca anciãs da comunidade, realizam as festas religiosas de São Pedro, São João e São Benedito (Figura 22), que une toda a região para festejar durante dois a três dias, com direito a refeições gratuitas, baile dançante, reza cantada (Figura 23), lavagem do santo no rio, e apresentações culturais.

Figura 22: Festa de São João e São Pedro na Comunidade de Morrinhos



Fonte: Mariele Gomes, 2023

Figura 23: Reza cantada pelas anciãs da comunidade de morrinhos



Fonte: Emanoele Daiane, 2023

Nessa experiência o visitante pode se conectar e se reconhecer na história de cada uma delas. O percurso conta com a chegada à Igreja de São Benedito para conhecer a fundação da comunidade a partir da oratória dos mais velhos. Em seguida há a caminhada ao rio para conhecer as histórias das mulheres pescadoras que vão para pescar e tomar banho no rio. Logo após, é feita a roda de Fiação e “Tearção” com a dona Francisca, e enquanto bordamos ouvimos as histórias dessa herança ancestral (Figura 24).

Figura 24: Tapete no tear.



Fonte: Emanoele Daiane, 2023

Logo após, o almoço típico é servido coletivamente e a experiência é finalizada na igreja de São Benedito com roda de cururu, reza cantada, e feirinha da Comunidade com venda de doces de furrundu e doce de leite feitos no fogão à lenha, e em enormes panelas da Comunidade Quilombola de Morrinhos (Figuras 25 e 26).

Figura 25: Dona Francisca segurando o doce de leite da Comunidade Quilombola de Morrinhos



Fonte: Emanoele Daiane, 2023

Figura 26: Doce de furrundu da comunidade quilombola de Morrinhos



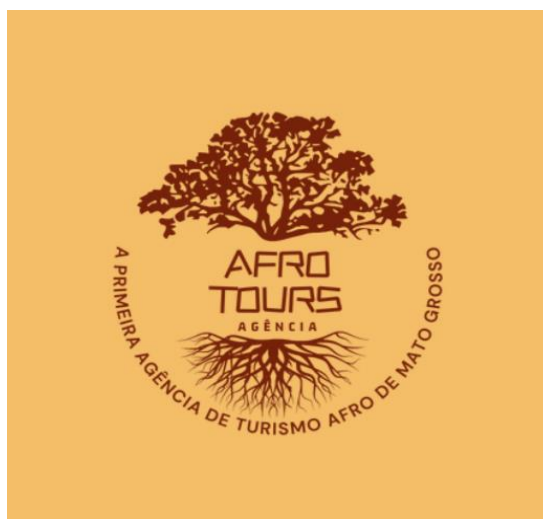
Fonte: Mariele Gomes, 2023

Os roteiros apresentados foram desenvolvidos pela própria comunidade a partir do levantamento do olhar para as potências do seu território. Após a elaboração, os roteiros foram testados, e ajustados para a avaliação final para poder ser divulgado e comercializado pelo site da agência.

Assim, a agência se torna empresa em 10 de abril de 2023, regularizada no CADASTUR na condição da primeira agência de turismo afro do estado de Mato Grosso, com sede em Poconé. Uma agência de turismo que proporciona acesso a roteiros afrocentrados na região do Pantanal, que tem o objetivo de realizar a preservação da memória, a valorização da terra e das tradições, ao mesmo tempo em que cria oportunidades para que os jovens negros empreendam e consequentemente as comunidades resistam no seu território, tornando-os protagonistas da sua própria história, sendo condutores e guardiões do seu lugar.

A construção da agência e a identidade visual (Figura 27) foi realizada coletivamente com os líderes e jovens das comunidades quilombolas de Jejum, Morrinhos, Chumbo e da cidade de Poconé. A identidade visual tem como representação uma árvore, o tronco que representa a agência, as raízes que remetem as comunidades e suas histórias e memórias, caminhos que foram e serão percorridos. Trata-se também da existência de muitas árvores bicentenárias e frutíferas nessa região.

Figura 27: Identidade Visual da Afrotours



Fonte: Bianca Rondon, 2023

O site (Figura 28) e a página do Instagram (Figura 29) são os meios principais de comunicação da Afrotours para comercialização dos roteiros e interação com o público.

Figura 28: Site da Afrotours

Fonte: Afrotours, 2023

Figura 29: Instagram da Afrotours

Fonte: Bianca Rondon, 2023.

Desde o início da Agência teve-se a preocupação em estar presente na Internet e nas redes sociais, haja vista a relevância que a internet tem para área do turismo. A própria OMT reconheceu ao afirmar que “o turismo e a internet são parceiros ideais” (OMT, 2003, p. 20). As redes sociais representam um papel relevante para o turismo, através dela as empresas conseguem divulgar seus destinos turísticos, por meio de postagens de fotos, vídeos,

compartilhamentos de experiências turísticas, likes, lives, comentários; e também propiciam a comercialização de produtos e serviços (SILVA, 2018).

A agência possui como missão demarcar o início da história do afroturismo mato-grossense, a partir das comunidades quilombolas de Poconé, mantendo viva as tradições de nossos ancestrais, demonstrando características da região pantaneira para além do bioma pantanal, buscando promover os costumes, incluindo o patrimônio material e imaterial, protegendo o território, proporcionando sustentabilidade para quem nele reside a partir da promoção de experiências exclusivas e inéditas mediadas pelos saberes coletado pela juventude local.

Possui como visão ser uma agência de afroturismo reconhecida nacionalmente pela qualidade de suas experiências nos territórios mato-grossenses. Valorizando ética nas relações, comprometimento com a relação étnico racial, responsabilidade, integridade, transparência e qualidade. Tem como parceiros o Centro Cultural Casa das Artes, Casa das Pretas, Imune (Instituto de Mulheres Negras) MT e In Rede.

A agência desenvolve os roteiros propostos para todas as pessoas que desejam ter uma experiência imersiva cultural, a conhecer outros modos de vida diferente do seu, disposto a escutar histórias, degustar a culinária local, música, saberes ancestrais. O afroturismo é para todos, sejam negros ou não, desde que respeitem o território e as pessoas.

E como objetivo a promoção do afroturismo no território Mato-grossense como fortalecimento da identidade, empoderamento econômico, promover a inclusão social, preservação das memórias, representatividade, redução das desigualdades, favorecimento à cultura negra e a permanência da cultura e história dessas comunidades viva.

Vale destacar que a Afrotours enquanto pioneira do Afroturismo em Mato Grosso, já participou de alguns eventos nesta seara, tanto a nível regional quanto nacional, a exemplo do Encontro de Consolidação e Promoção do Afroturismo em Brasília realizado pela Embratur em parceria com a Diáspora. Black.

4. PERCEPÇÕES SOBRE A AGÊNCIA AFROTOURS E SUA ATUAÇÃO.

4.1 Perfil dos respondentes

Referente ao questionário aplicado com a comunidade de Jejum, Morrinhos, Chumbo, na região de Poconé e para todas as pessoas de todo os estados do Brasil que conhecia a agência, ou não, com o intuito de levantar percepções sobre a agência Afrotours e sua atuação, primeiramente apresenta-se o perfil dos respondentes.

Nesse contexto, a primeira pergunta abordou sobre o local de origem dessas pessoas, na qual verificou-se que os respondentes são residentes de várias localidades, para além de Poconé e Mato Grosso, haja vista que 30% é residente de Poconé MT, 13,3% de Cuiabá/MT, 13,3% da Comunidade quilombola de Morrinhos e 10% da Comunidade quilombola de Chumbo. Em relação aos demais respondentes destaca-se que: 1 pessoa é da Comunidade quilombola de Jejum, 1 da Comunidade quilombola Tanque do Padre Pinhal, 1 do município de Várzea Grande, 1 de São Paulo, 1 do Rio de Janeiro, 1 de Nova Mutum/MT, 1 de Cianorte/PR e 1 de Boa Vista/RR.

Observa-se então que a agência Afrotours é reconhecida por diversas localidades do Brasil, alcançando um público para além do estado Mato Grosso, e que pode indicar que a agência é percebida em outras regiões.

A segunda pergunta do questionário abordou sobre a atuação dos respondentes em sua comunidade/cidade, da qual obteve-se que 98% considera-se como morador da sua localidade de origem, e 2% apresenta-se como presidentes das comunidades de Jejum e Morrinhos.

A terceira pergunta teve por objetivo identificar o gênero dos respondentes, deixando a pergunta em aberto para responderem como se consideravam. E de acordo, observa-se que 83,3% se identificava com o gênero feminino, e 5 respondentes, equivalente a 16,7%, com o gênero masculino.

A pergunta 4 teve por objetivo identificar a autodeclaração étnica do respondente, da qual apresenta-se que 73,3% se identifica como negro (a), 16,7% se considera pardo, e os demais respondentes: 1 como indígena e 2 brancos.

Na pergunta 5, foi questionado a profissão dessas pessoas, das quais destacam-se as seguintes profissões no quadro 1, abaixo:

Quadro 1: Profissão dos respondentes

6,7% Donas do Lar
6,7% Professoras
1 Agricultora
1 Analista de crédito e cobrança
2 Autônomos
2 Auxiliar administrativo
1 Bacharel em administração
1 Bibliotecária
1 Desempregada
1 Doméstica
3 Estagiários
3 Estudantes
1 Fisioterapeuta
1 Gestor de tráfego
1 Lavradora de campo
1 Produtora cultural
1 Professor artista
1 Profissional de educação
1 Programador
1 Psicóloga
1 Secretária executiva
1 Turismólogo

Fonte: Bianca Rondon, 2023

4.2 Percepções sobre a agência e sua atuação

Referente a etapa do questionário que levanta a percepção dos respondentes sobre agência Afrotours, segue os seguintes resultados obtidos:

Na pergunta 6, constata-se que 76,7% dos respondentes já conhecia a agência Afrotours, e 23,3% dos respondentes não conhecia. O que demonstra que a maioria dos respondentes conhece a agência Afrotours, que mesmo diante de uma vigência de menos de 1 ano de atuação formal, pode-se verificar indícios que a agência está ampliando uma visibilidade e tem se tornado da vez mais conhecida pelo público.

Na pergunta 7 abordou-se sobre como os respondentes conheceram a agência, na qual destaca-se que 33,3% respondeu que conheceu através de amigos, 25% por meio do Instagram; e dentre os demais respondentes 7 afirmaram que conheceram por meio das fundadoras Bianca e Poliana, 1 pelo site da agência, e 1 por Whatsapp.

Esse resultado confirma que a internet e as redes sociais tornaram-se um espaço de difusão e de captação de clientes de visitantes nas mídias sociais oficiais das agências, isso já afirmado por diversos autores como exemplo Gomes e Mondo (2016) que constataram

que as redes sociais ganharam protagonismo ao facilitarem a disseminação de informações por meio dos seus usuários, o que lhes confere imenso poder de alcance de público. Entretanto, ainda verifica-se a influência e poder que o marketing boca a boca possui na área do turismo, haja vista, que afirma Ikeda (1997, p. 153):

A comunicação boca a boca é a transmissão informal de informações de uma pessoa a outra e pode apresentar tanto aspectos positivos como negativos para a empresa que for afetada por ela. A comunicação boca a boca é confiável porque vem de líderes de opinião, membros de família, amigos e outras fontes não relacionadas oficialmente com as empresas.

Na oitava pergunta levantou-se a opinião dos respondentes sobre a agência Afrotours ofertar roteiros turísticos na cidade de Poconé e em comunidades quilombolas. Diante disso, apresenta-se um compilado, no quadro 2, dos principais trechos das respostas dadas pelos respondentes, sendo transcritas da forma como os respondentes formalizaram no questionário:

Quadro 2: Trechos das respostas dos respondentes:

<i>“Penso que para ofertar turismo dentro das comunidades é preciso uma série de trabalhos a serem realizados e com aval dos moradores e principalmente com valorização em todos os sentidos e principalmente para que esse espaço não seja mais um elemento exploração com fins lucrativos para outrem. A iniciativa precisa partir dos moradores.”</i>
<i>“Super criativa e revolucionária e visando enaltecer a cultura afro existe no país e mantendo o sentimento de pertence para os descendentes de africanos e miscigenados que residem na cidade de Poconé, e também um olhar mais atencioso pra cultura afro que é sempre deixada de lado ou mostrando somente a parte da escravização e não tudo o que essa etnia deixou de cultura e enriquecimento para o nosso Brasil, e sua importante relevância na vida de todos (o que deveria ser).”</i>
<i>“Na minha Opinião É Um Negócio Onde Oferece Mais Conhecimento Ao Local Visitado, Além de oferecer Renda E Trabalho Pra Muitos, E Oportunidade de Expandir A Cultura Local de Cada Lugar..”</i>
<i>“Acho uma atividade extremamente necessária, sobretudo para que a própria comunidade negra que vive no contexto urbano conheça, se reconheça e valorize suas raízes a partir das vivências.”</i>
<i>“Uma grande iniciativa para o desenvolvimento do turismo na cidade de Poconé além do Ecoturismo de observação de animais.”</i>
<i>“Pensar em ações que perpassasse outras comunidades, além de Mata Cavalo e Morrinho, somos uma extensão grande de comunidades remanescente de quilombo.”</i>

Fonte: Bianca Rondon, 2023

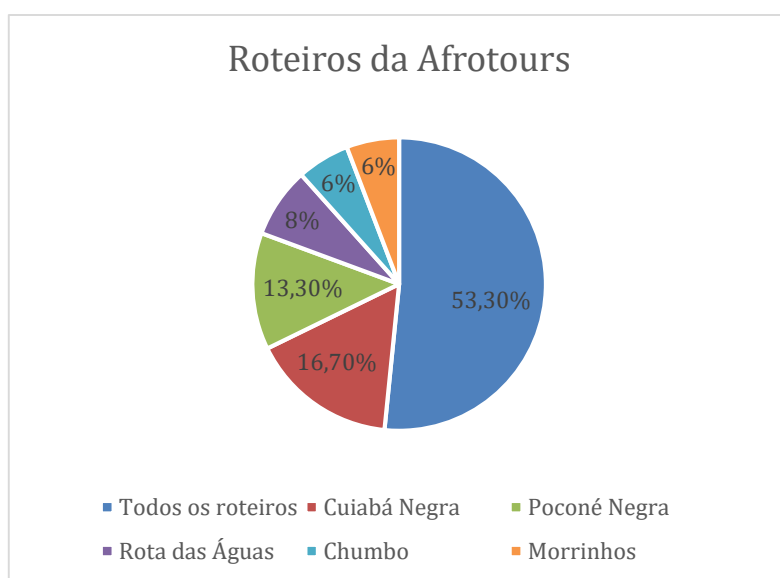
Em resumo, as opiniões sugerem que a Afrotours é entendida como uma iniciativa culturalmente enriquecedora, que valoriza as comunidades, promovendo conhecimento e

contribuindo para a preservação da cultural local. A agência traz essa perspectiva de um desenvolvimento potencial para além do Ecoturismo existente em Poconé. É também perceptível, as palavras de orgulho e incentivo dos respondentes e o apoio para ampliação dos roteiros para outras comunidades.

Neste sentido, perguntou-se aos respondentes se havia interesse em ter uma experiência em um dos roteiros ofertados pela agência Afrotours. E de acordo com as respostas verificadas, 100% respondeu que sim, que gostaria de ter uma experiência em um dos roteiros ofertados pela Afrotours. O que demonstra um alto interesse em roteiros afrocentrados, até mesmo dos 23,3% dos respondentes que não conheciam a agência antes de responder a esse questionário.

Diante do unânime interesse dos respondentes pelos roteiros ofertados pela agência, a pesquisa buscou saber em qual dos roteiros, mais especificamente, teriam interesse em realizar, assim como pode-se verificar no gráfico 1, que mostra que 53,3% dos respondentes tem interesse em todos os roteiros, 16,70% tem interesse em realizar o roteiro Cuiabá Negra, 13,30% Poconé Negra, 8% Rota das Águas na comunidade de Jejum. Os demais responderam que: 6% tem interesse na vivência cultural na comunidade de morrinhos, e 6% na experiência de assombração na comunidade de Chumbo. Vale ressaltar que todos os respondentes, até mesmo os que não conheciam a agência, formalizaram interesse em ter uma experiência afrocentrada a partir dos roteiros da agência Afrotours.

Gráfico 1: Relações de interesses dos roteiros da Afrotours



Fonte: Bianca Rondon, 2023

Na pergunta 11, levantou-se a opinião dos respondentes sobre: Você acredita que uma agência como a Afrotours, que oferece roteiros turísticos afrocentrados, pode desempenhar um papel na preservação da cultura afro-brasileira e quilombola, ou no aumento do reconhecimento e orgulho da população negra ou quilombola? Diante disso, apresenta-se um compilado, no quadro 3, dos principais trechos das respostas dadas pelos respondentes, sendo transcritas da forma como respondentes formalizaram no questionário:

Quadro 3: Trechos das respostas dos respondentes

<i>“Sim, a visibilidade do quilombo é fundamental.”</i>
<i>“Em Poconé ainda é necessário um trabalho muito intenso na área da diversidade pois aqui a negação da negritude é muito forte. Talvez o projeto pudesse contribuir mais, é preciso trabalhar na base (escolas, formar grupos específicos...).”</i>
<i>“Acredito que Sim, Pois Com Essa Ajuda Da Agência, Influência Os Moradores Do Lugar A Continuar Com a Cultura Do Lugar.”</i>
<i>“Claro! É um ato de permeio pela história preta e valorização de nosso povo.”</i>
<i>“Sim acredito, pós isso irá proporcionar mais visibilidade com isso gera mais informações as pessoas e reconhecimento simultaneamente.”</i>
<i>“Sim, ao reconhecer, valorizar e difundir os cotidianos e questões da população quilombola, acredito que seja uma ferramenta importante para a preservação.”</i>
<i>“Acredito muito que sim, porque a agencia vem com a intenção de promover essa experiência em um território quilombola sagrado, e nesse sentido fortalece as pessoas que se sentem importantes em seu território, com muito orgulho de ser negro e pertencer a esse lugar e ser reconhecido como um guardião desse patrimônio local.”</i>

Fonte: Bianca Rondon, 2023

Pode-se verificar que as respostas apresentam, de maneira geral, uma percepção positiva de que a Afrotours pode desempenhar um papel significativo na preservação da cultura afro-brasileira, bem como no aumento do reconhecimento e orgulho da população negra ou quilombola. A agência é entendida pelos respondentes como uma ferramenta importante para o turismo local e, alguns, ainda destacam a relevância de se trabalhar desde

a educação escolar básica para promover acesso a histórias e cultura afro da cidade de Poconé e comunidades locais.

Já na pergunta 12, abordou-se a seguinte pergunta aberta: Deixe sua opinião, sobre a existência de uma agência de turismo como a Agência Afrotours, com foco no segmento de afroturismo. Diante disso, apresenta-se um compilado, no quadro 4, dos principais trechos das respostas dadas pelos respondentes, sendo transcritas da forma como respondentes formalizaram no questionário:

Quadro 4: Trechos das respostas dos respondentes

<i>“É fundamental, para as duas vias como gerenciamento de emprego e renda para turismo.”</i>
<i>“É uma iniciativa que poderá contribuir com a ampliação da visibilidade de espaços que são desvalorizados e que ocupam lugares de exclusão social.”</i>
<i>“Pra mim é uma forma de trazer evidencia a histórias, vivências e costumes apagando pela sociedade.”</i>
<i>“É uma excelente proposta para que possa abranger todas as comunidades de mato grosso, já que visa olhar para além do pantanal, e focar nessas pessoas que guardam uma herança negra, fazendo com que elas sejam visibilizadas e protagonistas da sua própria história permitindo com que outras pessoas possam conhecer o seu lugar e a sua cultura. E que também possa gerar renda, emprego e fazer com que os mesmos permaneçam em sua comunidade, assim como os jovens.”</i>
<i>“É importante para uma região tão rica em história de negros como mato grosso ter um guia turístico, pouca gente sabe da parte em que nossos ancestrais estiveram aqui e conscientizar a população no geral sobre isso é um papel que merece ser reconhecido por todo.”</i>

Fonte: Bianca Rondon, 2023

Muitos dos respondentes destacaram que a Afrotours pode proporcionar emprego e renda a partir do turismo nessas comunidades, essas respostas podem indicar que a maioria dos respondentes acreditam no potencial econômico do turismo afrocentrado na cidade de Poconé. Ressaltam também sobre a relevância de uma agência nessa vertente proporcionar que a história negra possa ser reconhecida no território mato-grossense, e que como consequência dessa conjuntura, possa resultar como forma de incentivo da permanência dos jovens em suas comunidades.

Por fim, foi proposto aos respondentes que formalizassem em uma única palavra o que a agência como a Afrotours pode representar na sociedade. A partir disso, as respostas obtidas foram representadas na nuvem de palavras, que segue na figura 30:

Figura 30: Nuvem de palavras sobre “O que a Afrotours representa para a sociedade”



Fonte: Bianca Rondon, 2023

Diante da nuvem de palavras, destaca-se que entre as palavras mais comentadas pode-se citar: Representatividade, desenvolvimento, oportunidade, cultura, conhecimento, conexão, empoderamento, aprendizagem, respeito e visibilidade.

Vale ressaltar algumas conexões e entrelaçamentos de palavras, como aprendizagem e conhecimento, que pode remeter a possibilidade de conhecer outras culturas e as comunidades quilombolas; a representatividade, empoderamento e visibilidade das comunidades quilombolas e das histórias dessas pessoas; a oportunidade e desenvolvimento desses roteiros serem realizados na região de Poconé e serem ofertados para gerar renda nessas localidades. E o respeito a cultura, respeitar outros modos de vida e também de permitir-se conhecer e entender outras culturas, pessoas e tradições.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo geral compreender a relevância da primeira agência com foco em Afroturismo de Mato Grosso, que oferece roteiros de experiências afrocentradas nas comunidades quilombolas do município de Poconé, a partir da percepção dos moradores locais e de outras pessoas familiarizadas com a Agência Afrotours.

Os resultados obtidos foram positivos, ressaltando o reconhecimento da importância da agência como um instrumento benéfico para o desenvolvimento do afroturismo em Poconé, promovendo a geração de renda e valorizando os patrimônios culturais e históricos por meio do protagonismo negro.

As hipóteses da pesquisa foram confirmadas pela percepção da população, evidenciando que a agência contribui para a visibilidade desses territórios, e é reconhecida pela população quilombola e de Poconé. A população expressa seu orgulho e valorização por essa iniciativa, que visa focar nas comunidades quilombolas da cidade de Poconé, proporcionando uma nova perspectiva para o afroturismo em Mato Grosso e ressaltando as oportunidades que o turismo afro pode oferecer para o desenvolvimento econômico e social da região.

Neste estudo, verificou-se então que a Afrotours é uma agência que: a) promove narrativas negras, e inclusão, destacando as festividades, memórias, saberes ancestrais, patrimônios materiais e imateriais culturais, b) enaltece as culturas das comunidades quilombolas da cidade de Poconé, localizada no Pantanal de Mato Grosso, c) e que vem sendo uma agência representativa do afroturismo em Mato Grosso. Percebe-se também que a partir das opiniões coletadas, a agência percebe o quanto a percepção agregou em melhorias e reconhecimento do trabalho realizado, e que já nota que a agência está planejando futuros roteiros que contemplem outras comunidades quilombolas.

Pesquisas futuras no campo do Afroturismo podem se revelar ferramentas cruciais para a promoção da educação antirracista, bem como para a proteção e documentação das histórias, lutas e legados das comunidades afrodescendentes. É evidente que o afroturismo tem sido destacado como uma das prioridades da Embratur (2024), como destacou o presidente da Embratur, Marcelo Freixo “O afroturismo é eixo central de nossa estratégia para promoção de novas experiências. É um segmento compatível com o que o século XXI exige de nós – sermos antirracistas, valorizando e respeitando a cultura da população afrobrasileira.”. Diante desse cenário, percebe-se a importância crucial que pesquisas futuras voltadas para o turismo afro podem ter na ampliação da visibilidade dessas comunidades, na promoção da inclusão e, principalmente, na preservação desses saberes, costumes e tradições ancestrais.

REFERÊNCIAS

AFROTOURS, 2023. **Afrotours**. Disponível em: www.afrotoursagencia.com.br. Acesso em 3 de junho de 2023.

ARAGÃO, I. R. **Turismo étnico e cultural: a coroação da rainha das taieiras como atrativo turístico potencial em Laranjeiras- Sergipe-Brasil**. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 195-210, ago. 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1154/115443158008.pdf> . Acesso em 09 de agosto de 2023.

BAHL, M. **Dimensão cultural do turismo étnico**. In: NETTO, A. P.; ANSARAH, M. G. R. (Orgs.). *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. Barueri, SP: Manole, 2009. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/7/25.pdf> . Acesso em 20 de dezembro de 2023.

BARBOSA, S. C. V. **Afroturismo, uma tendência mundial**. *Wtm global hub*, 2021. Disponível em: <https://hub.wtm.com/pt/artigos/turismo-social-ecomunitario/afroturismo-uma-tendencia-mundial/>. Acesso em 11 de agosto de 2023.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006. Acesso em 01 de junho de 2023.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Acesso em 11 de agosto de 2023.

DIAS, G.S. **Turismo étnico ou afroturismo: o que é, onde ocorre e como praticá-lo?** Guia Negro, 2020. Disponível em <https://guianegro.com.br/turismo-etnico-ou-afroturismo-o-que-e-onde-ocorre-e-como-pratica-lo/> . Acesso em 25 de dezembro de 2023.

EMBRATUR. **Fitur 2024: Embratur garante financiamento em banco de desenvolvimento para promover o afroturismo no Brasil**, 2024. Disponível em: <https://embratur.com.br/2024/01/25/fitur-2024-embratur-garante-financiamento-em-banco-de-desenvolvimento-para-promover-o-afroturismo-no-brasil/> . Acesso em 28 de Janeiro

FARIAS, João Paulo Bloch de; PIMENTEL, Juliana Maria Vaz; SANTOS, Letícia Cassiano. **Turismo étnico-afro: uma possível alternativa para empreendedorismo e empoderamento negro no Brasil**. *Caderno Virtual de Turismo*, vol. 21, núm. 2, 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/1154/115468015003/115468015003.pdf> . Acesso em 01 de junho de 2023

FERREIRA, João Carlos Vicente. **Mato Grosso e Seus Municípios**. Cuiabá: Secretaria do Estado de Educação, 2001. 19ª Edição. Editora Buriti. 660p. Acesso em 3 de junho de 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <file:///C:/Users/bianc/Downloads/GIL-%202002-%20Como%20Elaborar%20Projeto%20de%20Pesquisa.PDF> . Acesso em 5 de junho de 2023.

GOMES, B.L.T. & Mondo, T.S. (2016). **A Contribuição das Redes Sociais na Captação de Clientes sob a Percepção dos Gestores Hoteleiros**. *Revista Brasileira de Marketing*, 15(2), 210-230. Acesso em 5 de dezembro de 2023.

GUIA NEGRO, 2020. **O que é afroturismo e sua importância?** Disponível em: <https://viagemegastronomia.cnnbrasil.com.br/cultura/o-que-e-afroturismo-e-sua-importancia>. Acesso em: 01 de junho de 2023.

GIVEN, L.M. (2008). **The Sage encyclopedia of qualitative research methods**, v.1. California: SAGE Publications. Acesso em 5 de dezembro de 2023.

IKEDA, A. A. **Estratégias de promoção: a importância da comunicação boca a boca em mercados latino-americanos**. In: ASAMBLEA ANUAL DE CLADEA, 32., 1997, México. Memórias... México: McGraw-Hill, 1997. Acesso em 5 de dezembro de 2023.

INSTITUTO UMANITAS UNISINOS, 2021. **Mapa de Poconé**. Disponível em: www.ihu.unisinos.br. Acesso em 3 de junho de 2023.

INVENTÁRIO TURÍSTICO DE POCONÉ, 2022. **Inventário turístico de Poconé**. Disponível em: [file:///C:/Users/bianc/Downloads/Inventa%CC%81rioTuri%CC%81stico%20de%20Poco%CC%81%20\(1\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/bianc/Downloads/Inventa%CC%81rioTuri%CC%81stico%20de%20Poco%CC%81%20(1)%20(1).pdf). Acesso em 3 de junho de 2023.

IPATRIMONIO, 2020. **Patrimônio cultural brasileiro**. Disponível em: <https://www.ipatrimonio.org/category/unesco/#!/map=38329&loc=-14.168702960063461,-47.544357899999994,3>. Acesso em 3 de junho de 2023.

LEGISLAÇÃO APLICÁVEL AO TURISMO, **Curso Técnico em Guia de Turismo**. Seduc-CE, 2011. Disponível em: https://www.seduc.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/37/2011/10/guia_de_turismo_legislacao_aplicavel_ao_turismo.pdf. Acesso em: 5 de outubro de 2023.

OLIVEIRA, N. A. **Afroempreendedorismo no turismo, desigualdade racial e fortalecimento da identidade negra**. Revista de Turismo Contemporâneo, Natal, v. 9, n. 1, p. 42-63, jan./abr. 2021a. OLIVEIRA, N. A. Turismo afrocentrado: debates iniciais. IN: MELLO, R.G; Acesso em 11 de agosto de 2023.

OLIVEIRA, N. A. **Precisamos falar sobre racismo no turismo**. Revista Ibero-americanade Turismo, v. 11, n. 2, p. 267-280, 2021b. Acesso em 15 de agosto de 2023.

OLIVEIRA, NATÁLIA ARAÚJO. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 9, n. 1, p. 42-63, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/22322/13523>. Acesso em 01 de junho de 2023

OMT. Organização Mundial do Turismo. **E – Business para turismo: Guia prático para destinos e empresas turísticas**. Porto Alegre Bookmann, 2003. Acesso em 20 de dezembro de 2023.

PALMARES, Fundação Cultural. **Tabela CRQ certificadas 14-03-2023**. Disponível em: <file:///C:/Users/bianc/Downloads/tabela-crq-completa-certificadas-14-03-2023.pdf>. Acesso em: 30 de dezembro de 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DE POCONÉ. **Dados econômicos**. Poconé-MT, 2018. Disponível em: <https://www.pocone.mt.gov.br/Prefeitura/Dados-Economicos/>. Acesso em: 29 de março de 2023.

PREFEITURA MUNICIPAL DE POCONÉ, 1999. **A história de Poconé**. Disponível em: https://pocone.tripod.com/p_histor.htm. Acesso em 02 de junho de 2023.

RICHARDS, G. (2000). **Políticas y actuaciones em el campo del turismo cultural europeu**. Acesso em 09 de agosto de 2023.

SANTOS, Joice dos e COIMBRA DE SÁ, Natalia. **A mulher negra viajante: experiências e estratégias de combate à sua (in)visibilidade no turismo, 2021**. Acesso em 10 de setembro de 2023.

SANTOS, Maria Angélica dos. **O lado negro do empreendedorismo - Afroempreendedorismo e Black Money**. Belo Horizonte: Letramento, 2019. Acesso em 10 de setembro de 2023.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **O turismo no mundo digital**. Brasília: Sebrae, 2020a. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/OTurismoNoMundoDigital.pdf>. Acesso em 2 de outubro de 2023.

SILVA, Mônica Pereira da. **Turismo e redes sociais: uma análise das estratégias de comunicação**. 2018. Artigo (Trabalho de Conclusão de Curso - Tecnólogo em Gestão de Turismo) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, Campus Barretos. Disponível em: <https://brt.ifsp.edu.br/phocadownload/userupload/213354/IFATT180009.pdf>. Acesso em: 5 dez. 2023.

TRIBUNA, 2013. **Mato Grosso abre comunidades quilombolas**. Disponível em: <https://www.tribunapr.com.br/arquivo/viagem-turismo/mato-grosso-abre-comunidades-quilombolas/>. Acesso em 3 de junho de 2023.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3.ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000. Acesso em 20 de novembro de 2023.

YIN, 2001, p.32. **Metodologia de pesquisa**. Disponível em: https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/16514/16514_5.PDF. Acesso em 01 de junho de 2023.

APÊNDICE I

1. Você mora em Poconé? ou nas seguintes Comunidades Quilombolas? Se caso você não residir em Poconé marcar a opção “outros” e informar a sua cidade.
 - a) Poconé/MT
 - b) Comunidade quilombola de Chumbo
 - c) Comunidade quilombola de jejum

- d) Comunidade quilombola de Morrinhos
 - e) Outros
2. Qual a sua atuação na Comunidade/ Cidade?
- a) Presidente da Comunidade
 - b) Morador
 - c) Outro
3. Gênero
- a) Feminino
 - b) Masculino
 - c) Outros
4. Como você se autodeclara?
- a) Negro
 - b) Pardo
 - c) Indígena
 - d) Branco
 - e) Outros
5. Qual a sua profissão? (Pergunta aberta)
6. 6. Você conhece a Afrotours: Agência de Afroturismo com sede em Poconé?
- a) sim
 - b) Não
7. Se na questão anterior você marcou como sim, como conheceu a agência?
- a) Amigos
 - b) Instagram
 - c) Site
 - d) Outro
8. Qual sua opinião sobre a agência Afrotours ofertar roteiros turísticos na cidade de Poconé e em comunidades quilombolas?
9. Você gostaria de ter uma experiência em um dos roteiros ofertados pela agência Afrotours?
- a) Sim
 - b) Não

10. Se respondeu Sim na pergunta anterior: Caso queira saber um pouco mais sobre cada roteiro antes de responder a pergunta, acesse o site da Afrotours: www.afrotoursagencia.com.br . Qual dos Roteiros gostaria de realizar?
- a) Cuiabá Negra
 - b) Poconé Negra
 - c) Vivência cultural na comunidade de Morrinhos
 - d) Rota das águas na comunidade de Jejum
 - e) Rota do cuidado e da cura espiritual nos quintais poconeanos
 - f) Rota de assombração na comunidade de chumbo
 - c) Todos os roteiros
11. Você acredita que uma agência como a Afrotours, que oferece roteiros turísticos afrocentrados, pode desempenhar um papel na preservação da cultura afro-brasileira e quilombola, ou no aumento do reconhecimento e orgulho da população negra ou quilombola? (Pergunta aberta)
12. Deixe sua opinião, sobre a existência de uma agência de turismo como a Agência Afrotours, com foco no segmento de afroturismo:
13. Formalize em uma palavra o que uma agência como a Afrotours pode representar em nossa sociedade: