

PROJETO DE LEI Nº , DE 2024
(Do Sr. Mário Heringer)

Cria o selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Fica criado o selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo, com a finalidade de identificar sociedades empresárias na área de turismo que adotem práticas direcionadas à inclusão de consumidores neurodivergentes e ajudem a combater o preconceito e a discriminação contra as pessoas neurodivergentes no Brasil.

Art. 2º. Esta Lei se aplica a empresas que atuam nas seguintes atividades do turismo, além de outras que venham a ser definidas em regulamento:

- I – Serviços e equipamentos de hospedagem;
- II – Serviços e equipamentos de alimentação;
- III – Serviços e equipamentos de transporte;
- IV – Serviços e equipamentos de lazer, esporte, cultura, entretenimento, negócios, ciência, política e outros;
- V – Agências de turismo e de receptivo; e
- VI – Serviços digitais de turismo relativos aos incisos I a V.

Art. 3º. Para os fins desta Lei, consumidor neurodivergente é a pessoa de qualquer idade que se enquadra em um ou mais transtornos do neurodesenvolvimento, conforme definição em regulamento.

Art. 4º. O selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo será conferido a sociedades empresárias do setor de turismo que cumpram, obrigatoriamente, o disposto no inciso I e ao menos 1 (um) dos



requisitos constantes dos incisos II e III, e, facultativamente, o disposto no inciso IV, respeitadas as determinações em regulamento:

I – comprovação de capacitação das equipes de trabalho para a compreensão das diversas condições de neurodivergência e suas peculiaridades, com vistas ao adequado acolhimento do consumidor neurodivergente e atendimento de suas demandas, ao suporte em situações críticas e ao combate à desinformação, ao preconceito e à discriminação entre outros consumidores;

II – reserva de ambiente seguro e adaptado à estabilização sensorial e emocional do consumidor neurodivergente de qualquer idade;

III – oferta de condições e relações de consumo adequadas às necessidades físicas, sensoriais e intelectuais do consumidor neurodivergente, de acordo com o ramo de atividade e as peculiaridades de uma ou mais condição, sob demanda ou não; e

IV – manutenção de canal de contato acessível e adaptado ao consumidor neurodivergente e seus responsáveis, destinado ao esclarecimento de dúvidas e à negociação de demandas específicas anteriormente à ação de consumo.

Parágrafo único. Dentre outros assuntos, o regulamento disporá sobre orientações técnicas e sanitárias a serem cumpridas pelos estabelecimentos empresariais relativamente aos incisos do *caput* deste artigo.

Art. 5º. O selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo terá validade mínima de 2 (dois) anos, renovável continuamente por igual período, desde que comprovada a manutenção dos critérios legais e regulamentares.

§ 1º O regulamento disciplinará os procedimentos para concessão, renovação e perda do selo de que trata o *caput*, sua forma de utilização e de divulgação, bem como os critérios para a comprovação das exigências contidas nos incisos do *caput* do art. 4º.

§ 2º É condição para perda do selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo, entre outras, a exigência de comprovação da



condição de neurodesenvolvimento divergente do consumidor ou exposição deste a qualquer tipo de constrangimento.

Art. 6º. O órgão gestor do turismo nacional manterá sítio virtual de acesso público e gratuito contendo:

I – lista atualizada das sociedades empresárias detentoras do selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo, com discriminação de setor de atividade, localização e facilidades oferecidas ao consumidor de acordo com os requisitos constantes dos incisos do *caput* do art. 4º;

II – canal aberto ao consumidor para queixa, denúncia, dúvida e avaliação, que deverá funcionar como ferramenta auxiliar dos procedimentos descritos no § 1º do *caput* do art. 5º; e

III – canal educativo aberto destinado prioritariamente a dar suporte às empresas detentoras ou pleiteantes ao selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo, para fins de cumprimento da exigência de capacitação das equipes de trabalho de que trata o inciso I do *caput* do art. 4º; e

IV – divulgação de boas práticas e soluções nacionais e internacionais para a acessibilidade e a inclusão de consumidores neurodivergentes nas diferentes atividades do setor de turismo.

Parágrafo único. O conteúdo técnico e os materiais didáticos constantes do canal de que trata o inciso III do *caput* terão caráter multidisciplinar dinâmico devendo incorporar consensos e avanços no campo científico e na prática clínica, terapêutica e educacional relativamente aos transtornos do neurodesenvolvimento.

Art. 7º. O órgão gestor do turismo nacional incluirá categoria “Inovação para a Inclusão de Consumidor Neurodivergente no Turismo” nas premiações destinadas a prestar tributo a iniciativas inovadoras ou a pesquisas científicas sobre inovação no setor do turismo.

Art. 8º. Os incisos I e XIX do *caput* do art. 5º da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 5º



I – democratizar e propiciar o acesso ao turismo no País a todos os segmentos populacionais, contribuindo para **acessibilidade, inclusão e** elevação do bem-estar geral;

.....

XIX – promover a formação, o aperfeiçoamento, a qualificação e a capacitação de recursos humanos para o setor do turismo, **respeitado o disposto no inciso I**, e a implementação de políticas que viabilizem a colocação profissional no mercado de trabalho;

.....” (NR)

Art. 9º. Os incisos V e XVII do *caput* do art. 6º da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, passam a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 6º

.....

V – a incorporação de segmentos especiais de demanda ao mercado interno, em especial os idosos, os jovens, as pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida **e as pessoas neurodivergentes**, pelo incentivo a programas de descontos e facilitação de deslocamentos, hospedagem e fruição dos produtos turísticos em geral e campanhas;

.....

XVII - a segmentação do turismo, como forma de organizar a atividade para fins de planejamento, gestão e mercado, considerados os segmentos turísticos com base nos elementos de identidade da oferta e nas características da demanda, **vedada toda forma de discriminação, nos termos do inciso IV do art. 3º da Constituição Federal**.

.....” (NR)

Art. 10. As despesas decorrentes da execução desta Lei correrão à conta das dotações orçamentárias consignadas no Orçamento Geral da União ao Ministério do Turismo.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.



JUSTIFICATIVA

A concessão de selos pelo Poder Público a empresas privadas que apoiam causas específicas tem sido utilizada como um recurso de baixíssimo custo para incentivá-las à manutenção de práticas positivas, emprestando reconhecimento público a seus esforços e inspirando outras empresas a seguirem na mesma direção.

Ao sugerir a criação de um selo específico para a empresa do setor de turismo amiga do consumidor neurodivergente, proponho utilizar esse instrumento para estimular a ampliação do número de empresas nas áreas de hotelaria, transportes, alimentação, entretenimento e outras que tratam o cliente neurodivergente com empatia, quaisquer que sejam suas peculiaridades. Trata-se de valorizar e estimular as empresas que, acolhendo o segmento das pessoas com neuroprocessamento divergente, contribuem para sua inclusão no universo de consumo do setor de turismo e para a redução do preconceito e da discriminação na sociedade como um todo.

O leque da neurodivergência é amplo e complexo. De acordo com o Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, da Associação Americana de Psiquiatria – DSM 5:

“Os transtornos do neurodesenvolvimento são um grupo de condições com início no período do desenvolvimento. Os transtornos tipicamente se manifestam cedo no desenvolvimento, em geral antes de a criança ingressar na escola, sendo caracterizados por déficits no desenvolvimento que acarretam prejuízos no funcionamento pessoal, social, acadêmico ou profissional. Os déficits de desenvolvimento variam desde limitações muito específicas na aprendizagem ou no controle de funções executivas até prejuízos globais em habilidades sociais ou inteligência. É frequente a ocorrência de mais de um transtorno do neurodesenvolvimento [concomitantemente] (...).

Atualmente, o amplo leque das dificuldades do neurodesenvolvimento abrange desde os transtornos que comprometem a aprendizagem – dislexia, discalculia, disgrafia etc. –, até aqueles que afetam com maior ou menor significância o comportamento, as relações sociais e o



processamento sensorial do indivíduo. Destacam-se nesse grupo, o Transtorno do Espectro do Autismo (TEA), o Transtorno do Déficit de Atenção com ou sem Hiperatividade (TDA ou TDAH), o Transtorno Obsessivo Compulsivo (TOC), o Transtorno Opositor Desafiante (TOD) e a Síndrome de Tourette (ST)¹.

A despeito de terem características díspares entre si e distintas, inclusive, entre cada indivíduo, os transtornos do neurodesenvolvimento, de um modo em geral, respondem por manifestações comportamentais peculiares e impactos sociais e funcionais importantes.

O Transtorno do Espectro Autista (TEA), por exemplo, afeta a forma como a pessoa percebe o outro e com ele socializa. Quem se encontra nesse espectro, com variações muito amplas de graus e de tipos de comprometimento, enfrenta dificuldades na interação social, nas relações sociais e na comunicação interpessoal em diferentes contextos, além de poder apresentar padrões limitados e repetitivos de comportamento, fala (ecolalia), interesse ou atividade², bem como alterações na sensibilidade sensorial a estímulos ambientais ou mesmo emocionais.

Em virtude do desenvolvimento peculiar das capacidades sociais e do processamento sensorial na população autista, situações prosaicas como comer fora de casa, utilizar um meio de transporte não habitual, dormir em uma cama diferente ou ser exposto a sons, imagens, cores, luzes ou mesmo odores extra-cotidianos ou excessivos podem se tornar experiências hiperestressantes e desencadear perda da auto regulação, resultando em respostas comportamentais desgastantes, como o *meltdown* e o *shutdown*.

Meltdown é o nome dado ao colapso sensorial ou emocional externalizado na forma de explosões, gritos, agressões (a si próprio e a outras pessoas), estereotípias (saltar, bater as mãos, balançar braços e pernas, reproduzir sons, girar em torno do próprio eixo ou percorrer repetidamente algum trajeto circular etc.) e outras manifestações, ao passo em que *shutdown* é a internalização desse mesmo colapso, expressa na forma de um

¹ Fonte: Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, da Associação Americana de Psiquiatria – DSM 5, p. 31, consultado em 10 de setembro de 2024.

² Fonte: https://www.ee.usp.br/wp-content/uploads/2023/09/Prevencao_Suicidio_Autismo.pdf, consultado em 27 de agosto de 2024.



comportamento vazio, ausente, em que a pessoa acometida demonstra pouca ou nenhuma capacidade de reação ou comunicação com as demais. Ambas as expressões do estresse extremo que conduzem ao colapso geram imenso sofrimento para a pessoa autista e também para quem a acompanha.

O acúmulo dessas experiências negativas, não raro vistas pelo próprio autista como uma incompetência pessoal para práticas sociais banais – algo que mina cotidianamente sua autoestima –, contribui para o aumento de comorbidades psiquiátricas comuns ao espectro, como depressão e ansiedade e, conseqüentemente, para o incremento do risco de suicídio nesse conjunto populacional. Ainda que haja grande divergência nos dados sobre a prevalência da ideação e das tentativas de suicídio entre autistas, os estudos indicam que o risco para o autoextermínio é maior nesse grupo do que na população em geral³.

A depender de questões como comorbidades, nível de suporte ou rigidez mental, a ausência de práticas inclusivas na oferta de equipamentos e serviços pode resultar na completa exclusão do consumidor autista de turismo. Vale notar que tornar acessível e inclusivo o mercado turístico para esse público é claramente vantajoso para o próprio setor, uma vez que 1% (um por cento) da população mundial encontram-se no espectro do autismo, o que corresponde a não menos que dois milhões de consumidores em potencial apenas no Brasil.

Outro exemplo de transtorno do neurodesenvolvimento de alta prevalência, com repercussões comportamentais e funcionais significativas é o Transtorno de Déficit de Atenção/Hiperatividade (TDA/TDAH). Esse distúrbio do neurodesenvolvimento, que afeta entre 5% e 8% da população mundial⁴, caracteriza-se por

“um padrão persistente de desatenção e/ou hiperatividade-impulsividade que interfere no funcionamento ou no desenvolvimento. A desatenção manifesta-se comportamentalmente no TDAH como divagação em tarefas,

³ FARIÑA, Raquel Orta (2024). La conducta suicida en personas con TEA: una revisión paraguas. Máster de Psicología Social Sanitaria, Universidad de Oviedo, Facultad de Psicología: Oviedo.

⁴ Fonte: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/entre-5-e-8-da-populacao-mundial-apresenta-transtorno-de-deficit-de-atencao-com-hiperatividade#:~:text=De%20acordo%20com%20a%20Associa%C3%A7%C3%A3o.apresentam%20tr%C3%AAs%20ou%20mais%20comorbidades,> consultado em 10 de setembro de 2024.



falta de persistência, dificuldade de manter o foco e desorganização (...). A hiperatividade refere-se a atividade motora excessiva (...) quando não apropriado ou [mesmo] remexer, batucar ou conversar em excesso. Nos adultos, a hiperatividade pode se manifestar como inquietude extrema ou esgotamento dos outros com sua atividade. A impulsividade refere-se a ações precipitadas que ocorrem no momento sem premeditação e com elevado potencial para dano à pessoa”⁵.

A hiperatividade e a impulsividade do TDAH, sobretudo na infância, são comumente confundidas com mimo ou falta de educação ou limites pelas pessoas que ignoram tratar-se de uma peculiaridade do transtorno. Assim como muitos autistas, indivíduos que se encontram no leque do TDAH podem sofrer sobrecargas emocionais e sensoriais, sendo beneficiados por espaços de estabilização, por ambientes adaptados a seus padrões comportamentais, quer sejam de dispersão ou de agitação, e, sobretudo, por equipes capacitadas a seu atendimento, sem prejulgamentos ou discriminação.

O mesmo se passa com todos os outros transtornos do neurodesenvolvimento que apresentam afetação comportamental, social, sensorial ou funcional, isoladamente ou em condição de comorbidade, e são objeto de estigmatização. Da pessoa com dificuldades intelectuais ou comunicacionais para compreender letreiros, aplicativos, cardápios ou contas àquela que apresenta gagueira, tiques motores ou mesmo o Transtorno de Tourette – transtorno do neurodesenvolvimento cujos casos mais severos podem se manifestar na forma de tiques que se confundem com gestos sexuais ou são, de fato, obscenidades e ofensas –, todas se beneficiam com serviços de hotelaria, alimentação, transporte, receptivo e outros que entendem suas peculiaridades e se propõem a oferecer uma experiência de consumo mais individualizada e empática.

Alguns estabelecimentos da cadeia do turismo, sensibilizados pela causa da neurodivergência, sobretudo o autismo, ou movidos pelo reconhecimento de um segmento potencial de consumo emergente, deram o pontapé inicial para uma nova forma de ver e receber esse público: é a pizzeria

⁵ Fonte: Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais, da Associação Americana de Psiquiatria – DSM 5, p. 61, consultado em 10 de setembro de 2024.



que vende pizza sem recheio para aqueles que só comem a massa; a pastelaria que vende o pastel de vento pelo mesmo motivo; o shopping center que instala sala sensorial para reduzir o estresse ambiental; o hotel que reserva quartos afastados do barulho e com luzes indiretas ou mais fracas para minimizar os estímulos externos; o restaurante que faz reserva de mesas isoladas, com pouca luminosidade e mantém cardápio flexível para paladares seletivos; a companhia aérea que permite o embarque antecipado para que haja tempo de acomodação antes que se inicie o tumulto do embarque e disponibiliza protetores auriculares e lanche adaptado à seletividade alimentar do passageiro; o cinema que realiza sessão especial, com redução da iluminação da tela e do volume do som; o estádio de futebol que mantém ambiente próprio, com isolamento acústico e estímulos visuais controlados para que a criança e o adulto autistas possam usufruir a experiência de ver seu time jogar etc.

Essas e muitas outras soluções vêm sendo apontadas por profissionais das áreas de neurociência, psicologia, psicopedagogia, neuropsicopedagogia, neuropsicologia, psiquiatria e neurologia como formas válidas de inclusão do consumidor neurodivergente. Trata-se de delicadezas que transformam vidas, porque permitem um convívio social nem sempre possível em um mundo hostil.

Partindo do objetivo nº 1 da Política Nacional de Turismo, estabelecido no inciso I do *caput* do art. 5º da Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, qual seja, o de “democratizar e propiciar o acesso ao turismo no País a todos os segmentos populacionais, contribuindo para a elevação do bem-estar geral”, o presente projeto de lei pretende dar notoriedade e possibilidade de replicação às boas iniciativas empáticas já existentes no setor de turismo brasileiro e internacional, bem como estimular boas práticas vindouras, dando ao público consumidor neurodivergente a oportunidade de identificar os estabelecimentos mais adequados ao seu perfil de consumo.

A exemplo de outras propostas de selos de reconhecimento, sugiro aqui que a empresa agraciada com o selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo cumpra, pelo prazo de validade da homenagem, dois anos, obrigatoriamente, o compromisso de capacitar suas equipes de



trabalho para a boa recepção do público neurodivergente e redução de preconceitos, e a oferta de ambiente destinado à estabilização sensorial do consumidor neurodivergente ou a oferta de condições e relações de consumo adequadas às múltiplas necessidades desse público consumidor. Facultativamente, as empresas pleiteantes ao selo ora em tela poderão manter canal de comunicação prévia com o consumidor, por meio do qual seja possível prestar informações e negociar o atendimento de demandas específicas.

Ao regulamento, instrumento mais ágil, versátil e técnico que a Lei, reservo a competência para disciplinar a forma de avaliação de cada um desses requisitos, tanto para a concessão quanto para a suspensão do selo; definir as condições consideradas transtornos do neurodesenvolvimento para os fins da Lei aqui proposta; e dispor sobre orientações técnicas e sanitárias a serem cumpridas pelos estabelecimentos empresariais pleiteantes ao selo que ora pretende-se instituir.

Proponho, ainda, que o órgão gestor do turismo nacional mantenha *site* onde o consumidor possa: 1) consultar a lista atualizada das empresas detentoras do selo Empresa Amiga do Consumidor Neurodivergente – Turismo, discriminadas por atividade, local e facilidades oferecidas, de modo a servir como um mediador entre quem oferece um serviço adaptado e quem busca esse serviço mas não sabe onde encontrá-lo; e 2) apresentar queixa, denúncia, dúvida e avaliação das empresas detentoras do referido selo.

Esse mesmo *site* – ou outro, se assim preferir o gestor nacional do turismo – servirá para auxiliar as empresas interessadas em trabalhar de forma inclusiva com o público neurodivergente, disponibilizando material educativo sobre o tema e divulgando boas práticas e soluções nacionais e internacionais.

Complementando a ideia em torno de incentivos à inclusão do consumidor neurodivergente na economia turística, recomendo que o(s) prêmio(s) promovidos pela autoridade do turismo nacional, que sejam destinado(s) a homenagear iniciativas inovadoras ou pesquisas científicas sobre inovação nessa área, mantenha(m) uma categoria específica voltada a laurear boas iniciativas em inovação para inclusão de clientes

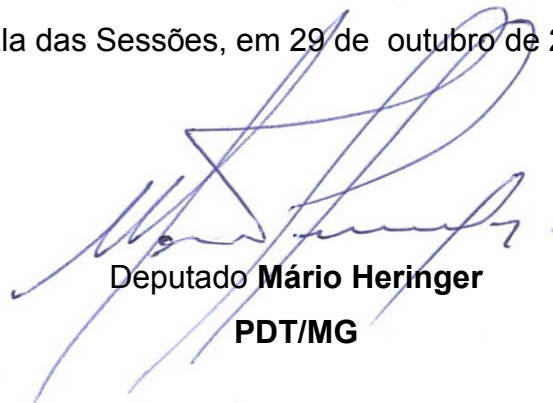


neurodivergentes. Busco, com isso, estimular o surgimento de novas ideias, comportamentos e tecnologias, ampliando o rol das alternativas de consumo para esse público na economia do turismo brasileiro.

Por fim, proponho pequenas alterações na Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, de modo a tornar inequívocas e imperativas a inclusão e a acessibilidade do consumidor neurodivergente na oferta de produtos e serviços turísticos no Brasil.

Pelo exposto, assumindo o compromisso público de ajudar a promover mais empatia, solidariedade, compreensão e acolhimento às pessoas neurodivergentes, peço aos pares a aprovação do presente projeto de lei.

Sala das Sessões, em 29 de outubro de 2024.



Deputado **Mário Heringer**
PDT/MG

