

O Turismo Criativo na Agenda Política: possibilidades de contribuição para os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

Luana Alexandre Silva^aFernando Gomes de Paiva Júnior^bRebeka Cristiny Barbosa de Santana^c

Resumo

A promoção do turismo criativo tem se estabelecido como parte das políticas públicas adotadas para fomentar a economia criativa nos territórios de destino turístico. Ao serem valorizadas as práticas criativas e culturais particulares de uma região por meio de envolvimento ativo entre os participantes, essa abordagem de turismo cultural se apresenta como modalidade favorável ao desenvolvimento sustentável daquela localidade. A Organização das Nações Unidas busca a sustentabilidade ao reunir, na Agenda 2030, os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), destinados a orientar os formuladores de políticas públicas em prol de parâmetros econômicos, sociais e ambientais. O propósito deste estudo é compreender o modo como determinadas políticas públicas de fomento ao turismo criativo se alinham com o ODS número 11, que propõe a construção de cidades e comunidades sustentáveis. O estudo de caso único foi realizado a partir da pesquisa documental do Plano de Turismo Criativo instituído na cidade do Recife, Pernambuco, Brasil. Os resultados oriundos da análise de conteúdo indicam que a formulação de tal Plano tende a colaborar para o alcance das metas propostas pela Agenda 2030 nos quesitos de urbanização, gestão dos territórios e valorização do patrimônio cultural e natural. A política pública proposta demanda ênfase em fatores de infraestrutura relacionados a segurança, igualdade social, habitação, inclusão de pessoas em situação de vulnerabilidade e proteção ao patrimônio intelectual e ambiental.

Palavras-chave: Sustentabilidade; Políticas Públicas; Objetivos do Desenvolvimento Sustentável; Turismo criativo.

Abstract

Creative Tourism in the Political Agenda: possibilities for contributing to the Sustainable Development Goals

The promotion of creative tourism has been established as part of the public policies adopted to foster the creative economy in tourist destination territories. As the particular creative and cultural practices of a region are valued by the active involvement among the participants, this cultural tourism approach presents itself as a favorable modality to the sustainable development of that location. The United Nations seeks sustainability by bringing together, in the 2030 Agenda, the Sustainable Development Goals (SDG), intended to guide public policy makers in favor of economic, social, and environmental parameters. The purpose of the study is to understand how certain public policies to promote creative

a. Doutoranda em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Recife, Pernambuco, Brasil. E-mail: luana.alexandresilva@ufpe.br

b. Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Docente do curso de Administração na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Recife, Pernambuco, Brasil. E-mail: fernando.paivajr@ufpe.br

c. Doutoranda em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Recife, Pernambuco, Brasil. E-mail: rebysantana@gmail.com

tourism align with the SDG number 11, which proposes the construction of sustainable cities and communities. The single case study was carried out from the documentary research of the Creative Tourism Plan instituted in the municipality of Recife, Pernambuco, Brazil. The results from the content analysis indicate that the formulation of such a Plan tends to contribute to the achievement of the goals proposed by Agenda 2030 in terms of urbanization, management of territories, and valorization of cultural and natural heritage. The proposed public policy demands emphasis on infrastructure factors related to security, social equality, housing, inclusion of people in vulnerable situations, and protection of intellectual and environmental heritage.

Keywords: Sustainability; Public Policy; Sustainable Development Goals; Creative tourism.

Resumen

El Turismo Creativo en la Agenda Política: posibilidades de contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

La promoción del turismo creativo se ha establecido como parte de las políticas públicas adoptadas para impulsar la economía creativa en los territorios de destino turístico. Cuando las prácticas creativas y culturales específicas de una región se valoran a través de la participación activa de los participantes, este enfoque de turismo cultural constituye una modalidad favorable al desarrollo sostenible de esa localidad. La Organización de las Naciones Unidas busca la sostenibilidad reuniendo, en la Agenda 2030, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) destinados a orientar a los responsables de las políticas públicas en favor de los parámetros económicos, sociales y ambientales. El propósito de este estudio es comprender cómo ciertas políticas públicas para promover el turismo creativo se alinean con los objetivos propuestos por el ODS número 11, que propone la construcción de ciudades y comunidades sostenibles. El estudio de caso único se realizó a partir de la investigación documental del Plan de Turismo Creativo, instituido en la ciudad de Recife, Pernambuco, Brasil. Los resultados del análisis de contenido indican que la formulación del Plan tiende a contribuir al logro de los objetivos propuestos por la Agenda 2030 en materia de urbanización, gestión de territorios y valorización del patrimonio cultural y natural. La política pública propuesta exige enfatizar los factores de infraestructura relacionados con la seguridad, la igualdad social, la vivienda, la inclusión de personas en situación de vulnerabilidad y la protección del patrimonio intelectual y ambiental.

Palabras clave: Sostenibilidad; Políticas Públicas; Objetivos de Desarrollo Sostenible; Turismo creativo.

1. INTRODUÇÃO

Os desafios impostos pelo contexto de transição entre os séculos XX e XXI têm evidenciado a necessidade de atrair pessoas e investimentos para as localidades gerando novas formas de produção e consumo nos territórios de destino turístico. A desindustrialização vivenciada pelos residentes de determinadas cidades, a globalização dos mercados, o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação e a ênfase econômica no conhecimento e nas experiências impulsionam a valorização de expressões da cultura e da criatividade como veículos e fontes de desenvolvimento econômico e social (Hesmondhalgh, 2019). Isso potencializa as iniciativas no campo do turismo que contemplam práticas culturais atreladas à criatividade dos indivíduos.

Na abordagem da economia criativa, a comercialização de produtos tangíveis, característica do sistema industrial, é deslocada pelos agentes locais para a valorização de aspectos intangíveis e simbólicos da cultura, posto que estas passam a ser percebidas como fontes de ofertas criativas capazes de reconstruir economias e gerar vantagem competitiva para as localidades (Karampampas, 2020; Pratt & Hutton, 2013). Nesse sentido, o fomento ao turismo criativo, como modalidade de prática turística que contempla a emergência de atividades relacionais cocriadas pelas comunidades receptoras e experienciadas no contato com seus visitantes, surge como oportunidade para os agentes locais promoverem as manifestações culturais e criativas existentes em determinada região de forma atrelada à busca pela sustentabilidade daquele local (Emmendoerfer, 2019; Molina, 2011).

O setor turístico tende a exercer papel específico com relação ao movimento de [re]organização sustentável das cidades, posto que suas atividades cosmopolitas contribuem para a revitalização e ressignificação dos contextos urbanos (UNWTO, 2020). Logo, a junção entre turismo e criatividade tem sido fomentada por lideranças locais de países como Brasil, Colômbia, Espanha, Portugal e Tailândia, seja por meio de políticas públicas, seja por alianças estratégicas advindas do setor privado e de instituições não governamentais (Creative Tourism Network, 2020; Wattanacharoensil & Schuckert, 2016). Na cidade do Recife, as iniciativas culturais de carácter criativo ganham destaque no campo do turismo com o fortalecimento de instituições como a RECRIA, Rede Nacional de Experiências e Turismo Criativo e a elaboração do Plano de Turismo Criativo pelos representantes do poder público municipal (Corá & Henriques, 2021).

A potencialização de projetos inovadores que aliam cultura e criatividade tem se tornado demanda institucional dirigida para efetivar a governança territorial, uma vez que as intervenções realizadas nas localidades tendem a atrair novos investimentos e ressignificar lugares e artefatos culturais (Richards, 2021). Isso se evidencia em ações de fomento ao turismo entrelaçado à promoção da economia criativa. Todavia, a ênfase por parte de determinados agentes locais em aspectos relacionados ao marketing turístico e à ampliação do consumo de destinos tende a impulsionar um processo de revitalização cultural marcado pela utilização intensa da lógica da estética e do consumo, o que deixa de lado questões pertinentes com respeito ao desenvolvimento inclusivo e sustentável das cidades, como o subemprego, a dificuldade de acesso à moradia digna e a desigualdade social (Evans, 2017; Kong, 2020; Scott, 2014).

A noção de criatividade se incorpora ao planejamento urbano de modo a induzir a criação de bens e serviços culturais inovadores até por ser tratada como forma de pensar e agir de maneira diferente (Emmendoerfer & Ashton, 2014; Van-Boom, 2017). Por outro lado, o planejamento dos territórios não deve ocorrer de forma afastada das questões ambientais, sociais e culturais (Boff, 2005; Correia, Oliveira, Feitosa & Gómez, 2018). Logo, a intenção de se desenvolver o turismo de forma sustentável e criativa demanda a ativação da participação social e o esforço conjunto entre os atores chave que atuam e regulam o planejamento do setor turístico no sentido de que seja garantida a integração social, a utilização responsável dos recursos existentes e o respeito às comunidades receptoras a longo prazo (Bosak, 2016; Aall & Koens, 2019; UNWTO, 2020).

A consolidação da Agenda 2030, a que se confere o status de cooperação acordada entre chefes de Estado e representantes de diversos países na sede da Organização das Nações Unidas (ONU), marca o processo de ação institucional em prol da sustentabilidade econômica, ambiental e social (ONU, 2019). Definida em 2015, essa Agenda representa uma pauta global de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) relacionados com as pessoas, o planeta, a prosperidade, a paz e a parceria (ONU, 2019). Logo, o turismo se conecta de maneira direta e indireta a alguns dos objetivos estabelecidos na Agenda 2030, a exemplo do ODS número 8 que se refere ao crescimento econômico e ao ODS 1, que trata da redução da pobreza nas comunidades (Santana, Paiva Júnior & Silva, 2021). Porém, a articulação de ações institucionais coordenadas para estimular e promover a sustentabilidade por meio da conexão entre turismo e criatividade é uma temática pouco explorada nos estudos organizacionais e urbanos (Korez-Vide, 2013; Remoaldo, Matos, Gôja, Alves & Duxbury, 2020).

Os estudiosos que tratam do turismo criativo têm se concentrado em investigar temáticas relacionadas a aplicação da criatividade em atividades de turismo; o consumo especializado de experiências turísticas e as dinâmicas de cocriação que decorrem do contato entre os produtores e consumidores de tais experiências (Carvalho, Da Costa & Ferreira, 2019). Dessa forma, surge o seguinte questionamento: como determinadas políticas públicas de fomento ao turismo criativo se alinham aos objetivos propostos pelo ODS número 11, que reside em buscar construir cidades e comunidades sustentáveis? Para ilustrar essa discussão, os objetivos estabelecidos no Plano de Turismo Criativo (2019-2021) da cidade do Recife (Prefeitura da Cidade do Recife, 2018) foram analisados e relacionados com as metas propostas no ODS 11 da Agenda 2030.

2. O POTENCIAL DO TURISMO CRIATIVO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O turismo criativo tem sido compreendido como modalidade que evidencia o aspecto relacional das viagens e possibilita conectar pessoas e lugares em torno de atividades participativas que estimulam a criatividade dos envolvidos (Duxbury & Richards, 2019; Richards, 2018b). Essa abordagem contempla desde a transferência de conhecimento a partir de encontros formais, como aulas e workshops, até atividades que englobam outros setores criativos como Design, Moda e Música, a exemplo das oficinas de pintura em Quito, aulas de dança em Barcelona e produção de adereços de Carnaval em Recife (Richards & Raymond, 2000; Creative Tourism Network, 2020).

O desenvolvimento do turismo criativo acontece atrelado ao interesse das pessoas por atividades turísticas mais participativas, bem como ao debate com respeito a temas como sustentabilidade, posto que o modelo de turismo cultural massificado tem repercutido em tem resultado em práticas insustentáveis de consumo, dirigidas para o prejuízo do meio ambiente e das comunidades, como é o caso da gentrificação dos espaços e da mercantilização do patrimônio cultural (Duxbury & Richards, 2019; Pierantoni, 2015; Remoaldo et al, 2020). Logo, a promoção do turismo criativo aparece como oportunidade para os

agentes locais promoverem a criação de espaços para iniciativas que tendem a complementar a oferta turística local e redistribuir a demanda turística para outras partes da cidade, de modo que sejam reduzidos os impactos negativos causados pelo turismo de massa (Korez-Vide, 2013; Richards, 2018a).

A possibilidade de fomentar um ambiente atrativo para moradores e visitantes aparece também como fator chave para a inserção do turismo criativo nas narrativas públicas e privadas. O ativo cultural e criativo presente nos territórios contribui para a (re)produção e renovação de atrativos turísticos, e o setor turístico auxilia com a divulgação e valorização dessa produção cultural, promovendo contatos que tendem a estimular a criatividade dos participantes (Emmendoerfer & Ashton, 2014). Nesse sentido, a abordagem do turismo criativo sugere a emergência de oportunidades dirigidas para a geração de benefícios econômicos e sociais, uma vez que o envolvimento ativo dos participantes nas experiências turísticas potencializa a geração de oportunidades de trabalho, a troca de conhecimentos e, além da coesão social proporcionada pela participação ativa dos indivíduos nas experiências turísticas (Creative Tourism Network, 2019; Santana, Paiva Júnior & Silva, 2021). Todavia, o crescimento do turismo criativo demanda atenção das organizações e instituições governamentais para alternativas plausíveis de desenvolvimento nas regiões, as quais possam operar em benefício de mecanismos de sustentabilidade.

O incremento desenfreado do turismo criativo tende a evidenciar fatores problemáticos em relação ao desenvolvimento sustentável das regiões, como acontece com questões referentes à representação cultural e à propriedade intelectual, posto que as atividades turísticas operam em torno de aspectos simbólicos e imateriais passíveis de interpretações equivocadas por parte dos agentes de mercado (Duxbury & Richards, 2019; Karampampas, 2020; Richards, 2016). Além do mais, quando direcionada para induzir o crescimento econômico pautado no neoliberalismo, a abordagem do turismo criativo se revela como estratégia de marketing e não como incentivo a mudanças relativas a uma realidade social (Richards, 2017). A cultura e a criatividade são tratadas como marca e comodidade e isso relega a resolução de problemas de ordem econômica e social a um segundo plano, a exemplo da inclusão social, da redistribuição de renda entre as pessoas e da participação popular em decisões políticas (Grodach, 2013; Kong, 2020; Scott, 2014).

As atividades turísticas acontecem entrelaçadas aos recursos ambientais e culturais existentes em determinadas regiões, mas a utilização massiva desses recursos tende a ameaçar a própria atratividade das regiões turísticas (Borges, Ferraz & Borges, 2015; Prud`homme & Raymond, 2016; UNWTO, 2020). A ênfase dos agentes locais em aspectos econômicos tende a minimizar o papel das expressões culturais como indutoras de inovação e coesão social, ao mesmo tempo em que a padronização de produtos e serviços formatados para o consumo banaliza a identidade e os interesses dos residentes (Emmendoerfer & Ashton, 2014; Pierantoni, 2015). Logo, importa entender o modo como os formuladores de políticas públicas de turismo criativo se esforçam para desenvolver cidades e comunidades sustentáveis.

3. O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA ESFERA LOCAL E GLOBAL

O debate a respeito do desenvolvimento sustentável expressa o entendimento de que esse tema se refere à capacidade das pessoas no sentido de buscar satisfazer as necessidades da geração presente sem comprometer as gerações futuras (Backes, Nuske, Konrath & Thesing, 2018; Feil & Schreiber, 2017). Com isso, é responsabilidade dos agentes locais conciliar o crescimento econômico e a proteção do meio ambiente às demandas sociais. Assim, o alerta dirigido para inclusão das questões ambientais no paradigma socioeconômico está demarcado pela publicação do artigo “Tragédia dos Comuns” (Hardin, 1968), que ressalta a inevitabilidade da ruína ambiental em face à acelerada exploração dos bens naturais de uso comum.

A concepção de desenvolvimento sustentável rompe com o pensamento de crescimento fundamentado tão somente em fatores econômicos, inserindo no debate desenvolvimentista aspectos relacionados ao equilíbrio ambiental e à justiça social. Logo, os protagonistas de atividades econômicas concebidas localmente são responsáveis por conectar o lucro financeiro a práticas democráticas e inclusivas, capazes de ampliar a renda da população e favorecer o bem-estar social, além de preservar as condições do meio ambiente (Correia et al, 2018). Portanto, os formuladores de políticas públicas de incentivo ao turismo necessitam considerar a lógica do desenvolvimento sustentável e as necessidades das comunidades anfitriãs em seus esforços de planejamento urbano (Higgins-Desbiolles; Carnicelli; Krolikowski; Wijesinghe; Boluk, 2019). Essa necessidade é latente no planejamento do turismo criativo, posto que a abordagem aqui apregoada referente ao turismo de caráter alternativo evidencia relacionamento profícuo entre os visitantes e as comunidades receptoras.

A reestruturação das práticas econômicas e sociais perpassa pela articulação colaborativa intergovernamental vertical (local, regional, nacional e global) e pelo esforço intersetorial contínuo (sociedade civil, mercado e Estado) no processo de elaboração e implementação de políticas públicas (Emmendoerfer; 2019; Nakamura, Pendlebury, Schenell, Szomszor, 2019). Portanto, a articulação entre atores de segmentos estratégicos e níveis variados de posições em arranjos institucionais é pressuposto fundamental para se prover os mecanismos sociopolíticos de desenvolvimento sustentável, pois nem o Estado nem o mercado conseguem de forma isolada alcançar o sucesso em sustentar o uso produtivo de recursos naturais a longo prazo (Ostrom, 1990; Ostrom, 2012; Silva-Santos & Nascimento-Pontes, 2019). Dessa forma, os esforços de articulação governamentais e empresariais precisam estar alinhados aos pressupostos do desenvolvimento sustentável (Burch, & Di Bella, 2021).

A Organização das Nações Unidas (ONU) atua em nível global no planejamento de ações voltadas para o avanço de soluções e investimentos capazes de promover o desenvolvimento sustentável. A aprovação da Agenda 2030 pela Cúpula de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas marca a assunção do compromisso dos países signatários em utilizar os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) como norteadores na definição das políticas públicas, inclusive nas de fomento ao turismo. Os 17 (dezessete) objetivos propostos na agenda se constituem guias na busca pela sustentabilidade nos âmbitos econômico,

social e ambiental, visto que são estabelecidas metas que remetem a temas como erradicação da pobreza, educação de qualidade, igualdade de gênero, energia limpa e acessível, redução das desigualdades e consumo e produção responsáveis (Khamis & Alves, 2018).

O ODS número 11 está destinado a tornar as cidades e seus aglomerados urbanos elementos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis. A atividade turística, na sua vertente do turismo criativo, apresenta certa potencialidade no intuito de conseguir avançar na colaboração e na confiança na implementação da Agenda 2030 destinada ao desenvolvimento sustentável dos territórios. Isso ocorre no sentido de o turismo criativo promover o deslocamento de pessoas para conhecerem e interagirem com integrantes da comunidade anfitriã e, com isso, impactar o território em aspectos econômicos, sociais e estruturais como incrementos nas questões de mobilidade e segurança (Richards, 2018a; Wattanacharoensil & Schuckert, 2016). Todavia, para se compreender os impactos das estratégias traçadas pelos representantes da esfera pública, os planos precisam ser acompanhados e avaliados com ações institucionais que favoreçam o entendimento sobre os objetivos priorizados.

No Plano de Turismo Criativo da cidade de Brasília (Governo do Distrito Federal, 2016), observa-se o registro dos agentes formuladores da política no sentido de buscar contemplar os 17 ODS da Agenda 2030, de modo que os objetivos traçados buscam fomentar o empreendedorismo, a produção cultural e a preservação da natureza (Corá & Henriques, 2021). Porém, a percepção a respeito da efetividade das ações realizadas no que se refere ao desenvolvimento sustentável do turismo requer uma perspectiva de planejamento e acompanhamento a longo prazo dos esforços realizados (Aall & Koens, 2019). Isso se revela problemático no contexto das políticas públicas em decorrência das dificuldades de articulação contínua por parte de agentes envolvidos no setor governamental. O Programa de Turismo Criativo da cidade de Porto Alegre (2013), por exemplo, não teve continuidade com a mudança de atores na gestão municipal (Niquini, 2019).

A elaboração e implementação de uma política pública não se limita ao texto escrito que a normatiza, mas engloba processo complexo permeado por disputas de significados, relações de poder e (re)negociações decorrentes da acomodação de interesses (Macedo et al, 2016). Portanto, o recorte presente neste estudo com respeito aos objetivos traçados no Plano de Turismo Criativo (Prefeitura da Cidade do Recife, 2018) contribui para aquecer o debate a respeito das prioridades e fragilidades encontradas nos planejamentos institucionais do turismo criativo no que se refere aos objetivos do desenvolvimento sustentável.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo caracteriza-se por seguir uma abordagem de pesquisa qualitativa, destinada a compreensão detalhada dos significados atrelados a determinados fenômenos, de acordo com seus contextos particulares de existência (Creswell, 2014). Para sua efetivação, realizou-se pesquisa documental utilizando da técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2011). por meio da análise das diretrizes da Agenda 2030 (ONU, 2015) e dos objetivos e ações estratégicas

estabelecidas no Plano de Turismo Criativo da cidade de Recife (Prefeitura de Recife, 2018). Também foram analisados os relatórios de execução do Plano nos anos de 2019 e 2020 e o Plano Diretor da cidade (Prefeitura de Recife, 2021).

Os documentos foram analisados com base na técnica de análise de conteúdo (Bardin, 2011). Para guiar as análises, as metas do ODS 11 foram utilizadas como códigos temáticos que orientaram a interpretação do Plano de Turismo Criativo. De início, foi realizada uma pré-análise dos documentos selecionados por meio de leitura detalhada. Em seguida, as informações identificadas como relevantes foram sistematizadas de acordo com os temas que o Plano e a Agenda possuíam em comum. Os sete objetivos e as 51 ações estratégicas estabelecidas no Plano de Turismo Criativo (Prefeitura da Cidade do Recife, 2018) foram comparados com as sete metas estipuladas pelo ODS 11 da Agenda 2030, as quais estão retratadas na Figura 1. Por fim, realizou-se a interpretação dos trechos do Plano, em que se buscou interrogar os conteúdos codificados e identificar semelhanças e diferenças existentes entre as abordagens de desenvolvimento sustentável traçadas nos documentos. Desse modo, a descrição rica e clara dos procedimentos e resultados foi utilizada com vistas a aprimorar a validade e confiabilidade da pesquisa em questão (Flick, 2013).

A escolha pelo estudo de caso único se justifica pelo fato de o Plano de Turismo Criativo traçado para o período de 2019 a 2021, representar uma política pública que orienta o desenvolvimento urbano com vistas a impulsionar o desenvolvimento turístico sustentável pautado na criatividade (SETUR-PE, 2019). A Cidade do Recife está localizada na Região Nordeste do Brasil, sendo capital do Estado de Pernambuco. Com 484 anos de fundação política, sua trajetória reflete a história da colonização do país, uma vez que são reunindo inúmeras formas de expressões culturais. O município possui 218,843 km², com densidade demográfica de 7.039,64 hab/km², e sua população é estimada em 1.653.461 pessoas (IBGE, 2020). Trata-se de uma cidade marcada por desafios estruturais em decorrência de desenvolvimento urbano desordenado, os quais se refletem na mobilidade, na insegurança, e em situações visíveis de desigualdade social e de segregação socioespacial.

Nos últimos anos, os agentes locais em conjunto com representantes do poder público e privado vêm desenvolvendo ações estratégicas para ressignificar a cidade em torno de seu patrimônio cultural material e imaterial, como o investimento em campanhas de divulgação, projetos de qualificação e a promoção de atividades culturais que ocorrem em comunidades excluídas dos roteiros turísticos tradicionais, como é o caso da Ilha de Deus e da Bomba do Hemetério, bairros periféricos da cidade (Ministério do Turismo, 2015; Richards, 2020). Nessas localidades, o turismo criativo tem sido fomentado por meio de vivências que envolvem as manifestações culturais, como a produção do carnaval, a gastronomia local e o modo de vida das comunidades.

5. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O Plano diretor de Turismo Criativo estabelecido na cidade de Recife congrega o entendimento de que o turismo criativo é um segmento de mercado, mas também uma abordagem favorável à sustentabilidade, uma vez que é compreendido

como, “uma forma de entender, organizar e operacionalizar qualquer tipo de atividade turística (cultural, sol e mar, negócios)”, no intuito de “gerar desenvolvimento territorial, valorização das pessoas, fortalecimento da cultura local e encantamento como resultado final” (Prefeitura de Recife, 2018. p 19). Tal entendimento de turismo criativo está alinhado com as concepções tratadas por estudiosos da área, como Richards (2018a) e Remoaldo et al (2020), os quais destacam o potencial dessas atividades turísticas na valorização de práticas culturais autóctones e singulares.

O Plano, destinado a tornar Recife uma das principais referências nacionais e internacionais em turismo criativo, está dividido em 6 eixos de atuação: formação e qualificação; infraestrutura; formatação de produtos e serviços criativos; comunicação, promoção e marketing; governança; e desenvolvimento territorial. O desenvolvimento dos eixos contempla 7 objetivos e 51 ações estratégicas. A distribuição das ações programadas no Plano não ocorre de forma equitativa, de modo que são enfatizadas as atividades que contemplam o eixo de comunicação, promoção e marketing, enquanto que os eixos de governança e desenvolvimento territorial tem sua representação reduzida em termos de ações programadas no documento. Isso sugere que os esforços institucionais estão direcionados para a divulgação e comercialização das atividades de turismo criativo, sendo as questões estruturais de acesso, qualificação e participação popular posicionadas em segundo plano, tal como ocorre com determinadas políticas que utilizam da linguagem da criatividade para propósitos de divulgação promocional, e menos para resolução de problemas sociais como a inclusão e participação da sociedade nas decisões políticas que lhe dizem respeito (Evans, 2017; Kong, 2020; Grodach, 2013).

Os relatórios de execução das ações do Plano no decorrer dos anos 2019 e 2020 indicam que foram efetivadas 71% das ações estipuladas. Dentre elas, destacam-se as que tratam de promoção, sensibilização e qualificação, como o curso EAD em Gestão do Turismo Criativo, a divulgação da cidade em feiras comerciais e a realização de eventos, como a IV Festival Delícias da Comunidade realizado no Pátio de São Pedro, região localizada no centro histórico da cidade. Das poucas ações que contemplam as áreas de governança e infraestrutura, observa-se a formatação do regimento do Fórum de Turismo Criativo da cidade do Recife, instância de governança criada para acompanhar a implantação do Plano, além da efetivação da sinalização turística no bairro da Bomba do Hemetério e da pintura das casas na Ilha de Deus, regiões detentoras de atividades de turismo criativo.

Os 7 (sete) objetivos traçados no Plano de Turismo Criativo se referem a: (1) disseminar o conhecimento sobre o Turismo Criativo em todos os territórios da cidade, (2) aproximar os moradores das possibilidades criativas e encantadores que a cidade pode lhe oferecer, (3) criar um macro programa de qualificação profissional para desenvolver com excelência o pessoal que irá atuar junto ao Turismo Criativo, (4) orientar e apoiar empreendedores e seus negócios na criação de produtos e serviços turísticos criativos, (5) incentivar melhorias em infraestrutura necessária ao desenvolvimento do Turismo Criativo, (6) estruturar e implementar um Programa de Marketing voltado para o Turismo Criativo e (7) favorecer a construção de espaços de participação popular para tratar de questões relativas ao Turismo Criativo. Tais objetivos, quando comparados com as 7 metas traçadas no ODS número 11 da Agenda 2030, que tratam de questões de habitação, transportes, urbanização e gestão, patrimônio, situações de

vulnerabilidade, impacto ambiental e espaço público, seus formuladores sugerem que a execução das ações previstas no Plano tendem a contribuir para a efetivação dos objetivos do ODS, em particular, no que se refere às metas relacionadas à urbanização, gestão e patrimônio e, em menor escala, às metas estipuladas para as temáticas de espaços públicos, impacto ambiental e transportes.

A figura 1 resume a comparação realizada entre as 7 metas traçadas no ODS 11 e os 7 objetivos elencados no Plano:

Figura 1 - Resumo dos objetivos do Plano em relação às metas para o ODS 11.

Metas para alcançar o ODS 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis		Objetivos relacionados no Plano de Turismo Criativo	Exemplos de ações referentes no Plano de Turismo Criativo
11.1 Habitação	Até 2030, garantir o acesso de todos à habitação segura, adequada e a preço acessível, e aos serviços básicos e urbanizar as favelas.	Não identificado.	Não há.
11.2 Transportes	Até 2030, proporcionar o acesso a sistemas de transporte seguros, acessíveis, sustentáveis e a preço acessível para todos, melhorando a segurança rodoviária por meio da expansão dos transportes públicos, com especial atenção para as necessidades das pessoas em situação de vulnerabilidade, mulheres, crianças, pessoas com deficiência e idosos.	Objetivo 5.	Ampliação de ciclofaixas; Adaptação de equipamentos públicos e privados inseridos nos circuitos de Turismo Criativo com vistas à sua utilização por pessoas com deficiência e mobilidade reduzida; Sensibilização de agentes a fim de atuarem com os barcos como transporte de passageiros nos rios da cidade.
11.3 Urbanização e gestão	Até 2030, aumentar a urbanização inclusiva e sustentável, e as capacidades para o planejamento e gestão de assentamentos humanos participativos, integrados e sustentáveis, em todos os países.	Objetivos 1, 2, 3, 5 e 7.	Ampliar o acesso à informação; Levar a discussão para escolas públicas; Formar lideranças para tomada de decisão; Facilitar acesso às atividades criativas para moradores; Qualificar jovens da periferia; Incentivar melhorias na acessibilidade e na mobilidade; Criar instância de governança e envolver atores da sociedade na gestão do Plano.

(continua...)

Figura 1 - Continuação.

Metas para alcançar o ODS 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis		Objetivos relacionados no Plano de Turismo Criativo	Exemplos de ações referentes no Plano de Turismo Criativo
11.4 Patrimônio	Fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural do mundo.	Objetivos 1, 2 e 6.	Estimular a criação de grupos de estudos sobre Turismo Criativo em instituições de ensino superior da cidade; Realização de concursos locais que abordem diversas linguagens e estimulem a promoção de relações afetivas entre o morador e a cidade; Inserção da cidade do Recife nas redes internacionais de Turismo Criativo, Economia Criativa e Inovação com vistas a Captação do Título de Cidade Criativa da UNESCO.
11.5 Catástrofes e pessoas em vulnerabilidade	Até 2030, reduzir significativamente o número de mortes e o número de pessoas afetadas por catástrofes e substancialmente diminuir as perdas econômicas diretas causadas por elas em relação ao produto interno bruto global, incluindo os desastres relacionados à água, com o foco em proteger os pobres e as pessoas em situação de vulnerabilidade.	Não identificado.	Não há.
11.6 Impacto ambiental	Até 2030, reduzir o impacto ambiental negativo per capita das cidades, inclusive prestando especial atenção à qualidade do ar, gestão de resíduos municipais e outros.	Objetivo 5.	Incentivo aos meios de transporte menos poluentes com a ampliação das ciclofaixas; incentivo ao cicloturismo, ao transporte público e a transportes alternativos, como barcos e aplicativos.

(continua...)

Figura 1 - Continuação.

Metas para alcançar o ODS 11 - Cidades e Comunidades Sustentáveis		Objetivos relacionados no Plano de Turismo Criativo	Exemplos de ações referentes no Plano de Turismo Criativo
11.7 Espaços públicos	Até 2030, proporcionar o acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes, particularmente para as mulheres e crianças, pessoas idosas e pessoas com deficiência.	Objetivo 5.	Adaptação de equipamentos públicos e privados inseridos nos circuitos de Turismo Criativo com vistas a sua utilização por pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

Fonte: Elaborado com base no Plano de Turismo Criativo do Recife e no ODS 11 da Agenda 2030 (2019).

As temáticas identificadas sugerem certo alinhamento das ações propostas no Plano diretor com as metas traçadas no ODS 11, posto que 6 dos 7 objetivos propostos no Plano estão relacionados de alguma forma com 5 das 7 metas traçadas no ODS 11. Por outro lado, não foram identificadas no Plano de Turismo Criativo ações estratégicas voltadas para minimizar questões relacionadas à habitação, às catástrofes e às pessoas em vulnerabilidade. Isso é intrigante, uma vez que o turismo criativo em Recife tende a acontecer em regiões menos privilegiadas da cidade, nas quais a situação de vulnerabilidade econômica e ambiental é latente. Da mesma forma, não foi identificada relação direta entre o Objetivo 4 do Plano de Turismo Criativo (orientar e apoiar empreendedores e seus negócios na criação de produtos e serviços turísticos criativos) com as metas estipuladas pelo ODS 11. Ainda assim, as ações de incentivo ao empreendedorismo tendem a ampliar as possibilidades de as pessoas atuarem no segmento de turismo criativo e conseguirem êxito financeiro.

Ao serem analisadas as ações que compõem o Objetivo 1 do Plano de Turismo Criativo (disseminar o conhecimento sobre o Turismo Criativo em todos os territórios da cidade), nota-se que os idealizadores da política traçam estratégias destinadas a formar lideranças e grupos representativos da sociedade para atuarem na tomada de decisão e divulgação de conhecimento sobre o setor. O intuito dos agentes de empoderar o cidadão com informações necessárias para produção, reflexão e consumo do turismo criativo tende a contribuir para a meta 11.3 do ODS 11 (Urbanização e gestão) à medida que as ações traçadas geram capacidades coletivas que potencializam o planejamento e a gestão de assentamentos humanos participativos.

A participação social nos esforços de planejamento urbano é fator basilar para o desenvolvimento do turismo de forma sustentável (Bosak, 2016; UNWTO, 2020). Logo, as ações destinadas a realização de eventos, debates acadêmicos e a construção de ferramentas para divulgação das atividades culturais tendem a auxiliar também na manutenção, promoção e preservação da herança cultural, colaborando para o alcance da meta 11.4 do ODS 11, que é fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o patrimônio cultural e natural. Todavia, observa-se no Plano a lacuna de ações que se destinam à proteção do meio ambiente

e dos recursos naturais e culturais, atuação fundamental para a geração de desenvolvimento sustentável, conforme elencam Backes et al (2018), Boff (2005) e Feil & Schreiber (2017).

As ações previstas para o Objetivo 2 (aproximar o morador das possibilidades criativas e encantadoras que a cidade pode lhe oferecer) se destinam a ampliar a oferta de atividades turísticas, como também aproximar os residentes de outros bairros da cidade. Essa pretensão condiz com a ideia de estimular relações afetivas com a cidade, ou seja, gerar sentimentos de pertencimento e identidade em relação a moradores e visitantes com a cidade (Duxbury & Richards, 2019; Emmendoerfer; 2019). Isso se coaduna com as metas 11.3 e 11.4 do ODS 11, pois tais ações tendem a fomentar a organização práticas de urbanização inclusiva, em que se evidencia a participação dos moradores nas atividades turísticas, seja como produtor e/ou consumidor de experiências turísticas. Há, portanto, potencial para se estreitar a relação do turismo com as práticas criativas da cultura local de modo a auxiliar na construção e manutenção da identidade cultural, conforme ressaltam estudiosos da área do turismo criativo (Emmendoerfer & Ashton, 2014; Peltoniemi, 2015; Richards, 2018a).

Para o Objetivo 3 (criar um macro programa de qualificação profissional para desenvolver com excelência o pessoal que irá atuar junto ao Turismo Criativo), há ações relacionadas ao ato de expandir o entendimento do turismo criativo, promover a aprendizagem e a inserção de jovens no mercado de trabalho, e promover aperfeiçoamento de profissionais. Isso reforça o entendimento de que o turismo criativo pode ser direcionado para proporcionar ocupação e renda para a comunidade receptora (Van-Boom, 2017; Molina, 2011). Além do incremento econômico nas regiões, as ações que fomentam a qualificação de jovens trabalhadores favorecem o alcance da meta 11.3 do ODS 11, posto que contribuem para dotar os residentes de habilidades e informações necessárias à inserção dos indivíduos no mercado de trabalho. Todavia, a inserção dessa força produtiva no mercado de trabalho tende a depender de outras questões, como o aumento na demanda por atividades de turismo criativo.

Já as ações traçadas para o Objetivo 5 (incentivar melhorias em infraestrutura necessária ao desenvolvimento do Turismo Criativo) se relacionam com as metas 11.2, 11.3, 11.6 e 11.7 do ODS 11, pois tratam de ações que envolvem a urbanização inclusiva e sustentável, como a melhoria da qualidade do ar e dos espaços públicos (Borges et al, 2015; Prud`homme & Raymond, 2016). Porém, como as ações estão direcionadas para os principais corredores turísticos da cidade e para os locais que fazem parte da rota de turismo criativo, há possibilidade dessas estratégias causarem novas relações de exclusão e segregação socioespacial na cidade. A geração de melhorias de infraestrutura fica limitada aos bairros privilegiados, enquanto que os bairros periféricos, detentores de boa parte das atividades de turismo criativo na cidade, tendem a permanecer carentes em termos de melhorias na infraestrutura urbana. Além do mais, boa parte das ações elencadas no Objetivo 5 não competem ao órgão de turismo a sua execução, a exemplo das questões relacionadas à mobilidade e segurança na esfera urbana. Essas fragilidades no escopo do Plano são reveladas nas poucas ações realizadas no quesito infraestrutura até o ano de 2020 (projetos de Sinalização artística, Mais Vida na Ilha e CasaCor).

No que concerne ao Objetivo 6 do Plano (estruturar e implementar um Programa de Marketing voltado para o Turismo Criativo), as ações se destinam à promoção e divulgação de iniciativas criativas existentes na cidade, como a criação de “selo” para identificar as zonas criativas e a inserção da cidade nas redes internacionais de Turismo Criativo e Economia Criativa, com vistas a captação do título de Cidade Criativa da UNESCO. Essas ações condizem com a meta 11.4 do ODS 11 pois fomentam a produção e preservação das particularidades locais ao mesmo tempo em que atuam para ressignificar a localidade. Dentre as ações efetivadas destaca-se a inserção da cidade na Rede Internacional de Turismo Criativo em 2019 (Creative Tourism Network, 2020). São, portanto, ações impulsionadas para agregar valor à cidade e gerar vantagem competitiva no mercado globalizado (Peltoniemi, 2015; Korez-Vide, 2013). A atenção aqui se volta para a forma com que as manifestações culturais são comunicadas nas ações de marketing, visto que a atratividade do turismo criativo está centralizada em determinadas pessoas e grupos sociais. Interpretações equivocadas por parte dos agentes de mercado tendem a reforçar estereótipos, o que prejudica a representação cultural (Duxbury & Richards, 2019; Karampampas, 2020; Richards, 2016).

O sétimo objetivo do Plano está voltado para favorecer a construção de espaços de participação popular para tratar de questões relativas ao Turismo Criativo. Os formuladores da política se propõem a ações como a criação de uma Instância de Governança Municipal e a inserção de modelos de escuta popular para discutir com a comunidade o processo de governança do Plano. Isso condiz com a meta 11.3 do ODS 11, uma vez que tais ações tendem a promover a gestão de espaços urbanos de forma participativa e integrada. A instância de governança foi criada em 2019 por meio de decreto municipal com vistas a garantir a continuidade no Plano em caso de mudanças na gestão pública. Outras ações também revelam o esforço em se constituir espaços de diálogo, como o processo de escuta social para o projeto Pátio Criativo. Tais ações são condizentes com a concepção de que o desenvolvimento sustentável do turismo requer processos de planejamento participativo e de longo prazo (Aall & Koens, 2019). Porém, o entendimento a respeito da efetiva atuação de agentes da sociedade nas etapas de elaboração e implementação do Plano é algo que requer análises específicas a esse respeito.

As ações estipuladas no Objetivo 7 reforçam a ideia de desenvolver e manter uma articulação colaborativa e de multinível com impacto sobre o território, reforçada por autores como Correia et al (2018), Silva-Santos e Nascimento-Pontes (2019), Emmendoerfer (2019), Higgins-Desbiolles et al (2019), Nakamura et al (2019) e Ostrom (2012). Esse entendimento está expresso também no fato de que cada ação listada no Plano está atrelada a possíveis parceiros responsáveis por sua execução, como é o caso de empresas de mobilidade e tecnologia da informação (Uber, Porto Digital), organizações no Sistema S (SEBRAE, SESC), instituições de ensino e da própria RECRIA, presente em diversas ações estipuladas no Plano. De acordo com o documento, cabe aos representantes da prefeitura atuar “diretamente no planejamento, execução e acompanhamento dessas ações, sempre de forma cooperada com a governança estabelecida” (Prefeitura de Recife, 2018, p. 34). Essa cooperação sugere benefícios para a sociedade, posto que induz a realização de parcerias para a implementação da política. Por outro lado, a execução das ações fica limitada ao interesse dos demais atores em participar das estratégias traçadas no Plano. A forma como essas ações serão executadas

também não está clara no documento, visto que não há informações sobre como ocorrerá esse processo de articulação com as demais entidades responsáveis.

A efetivação dos 7 objetivos e 51 ações traçadas no Plano de Turismo Criativo revelam potencial para contribuir com o ODS 11 proposto pela Agenda 2030, o que significa a identificação do esforço do poder público e demais órgãos relacionados em tornar as cidades e os assentamentos humanos mais inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis. Porém, essa contribuição se revela parcial, pois, existem limitações no que se refere ao alcance dos responsáveis pelo Plano em efetivar a resolução de questões ambientais e estruturais. Além da lacuna existente em relação a ações que vislumbrem a proteção do meio ambiente e dos recursos naturais e culturais, a preocupação com a ampliação de áreas verdes não se mostra presente no documento. Isso alerta para o fato de que os formuladores da política pública tendem a minimizar os possíveis efeitos negativos do crescimento do turismo, como a mercantilização, reprodução e deturpação da cultura local (Kong, 2020, Richards, 2018b).

No que se refere a segurança, moradia e limpeza urbana, o plano não estabelece ações específicas para que sejam resolvidos problemas referentes a tais áreas (Santana et al, 2021). Em acréscimo, pessoas em situação de vulnerabilidade, como mulheres e crianças não são mencionadas como público-alvo específico do Plano, como sugere a Agenda 2030. Já no Plano Diretor da cidade, que não contempla apenas o turismo, é possível identificar o interesse dos agentes governamentais em estimular a economia pautada em ações populares e criativas, considerando os cuidados ambientais, culturais e de integração e inclusão social (Art. 13). A preocupação com a salvaguarda do patrimônio cultural material e imaterial existente na cidade se mostra presente no Plano Diretor da cidade, como revela os artigos 83 e 161, bem como com o aprimoramento da infraestrutura urbana destinada ao desenvolvimento das atividades de cultura, turismo e entretenimento (Prefeitura da Cidade do Recife, 2021). Vê-se, portanto, que as diretrizes do Plano Diretor englobam certas fragilidades identificadas no Plano de Turismo Criativo, no que se refere à colaboração com respeito às ações desse para com o desenvolvimento sustentável da cidade do Recife.

O Plano Diretor trata do turismo de forma ampla, uma vez que a abordagem do turismo criativo coexiste com outras modalidades de turismo, como o turismo de negócios e eventos, em particular quando são enfatizados os aspectos de cocriação e de estímulo à criatividade nas experiências ofertadas. Já no Plano de Turismo Criativo, a ênfase na abordagem da criatividade sugere a existência de desafios para a população receptora da política no que se refere às questões como autenticidade e representação cultural (Duxbury & Richards, 2019, Emmendoerfer & Ashton, 2014). A pressão constante por inovação e ampliação do consumo por parte dos agentes de fomento tende a comprometer a atuação dos produtores culturais no sentido de que esses ficam limitados às exigências do mercado, mercantilizando o seu patrimônio intelectual. Logo, a análise dos documentos que contemplam o Plano de Turismo Criativo e o ODS 11 da Agenda 2030 sugere que a busca de soluções para os problemas sociais, econômicos e ambientais necessita estar alinhada à integração de aspectos culturais e políticos, como a sensibilização das pessoas com respeito à importância da cidadania ativa e do sentimento de pertencimento local, além da existência de mecanismos que garantam a continuidade dos esforços e diálogos no âmbito das decisões institucionais.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando a indagação inicial sobre como determinadas políticas públicas de fomento ao turismo criativo se alinham com os objetivos propostos pelo ODS número 11, que é de construir cidades e comunidades sustentáveis, argumenta-se que o planejamento da atividade turística desempenha papel singular na (re)organização das cidades, uma vez que permite a renovação e valorização de artefatos criativos e culturais significativos para os moradores e visitantes. Ao mesmo tempo em que os protagonistas das atividades de turismo incentivam aprimoramentos econômicos, sociais e de infraestrutura, as dinâmicas relacionais inerentes ao turismo criativo tendem a valorizar os saberes locais e ressignificar a identidade urbana de lugares e práticas culturais pouco privilegiadas. Porém, a formulação e implementação de políticas públicas de incentivo ao turismo necessitam estar vinculadas com os anseios e necessidades da comunidade receptora para que se tornem sustentáveis, especialmente na modalidade de turismo criativo, na qual o protagonismo da comunidade se torna algo central.

A análise do Plano de Turismo Criativo da cidade de Recife exemplifica uma política pública direcionada para a divulgação e promoção da oferta criativa da cidade, no que se refere à centralidade da criatividade como principal recurso das atividades destinadas a atrair pessoas e recursos para a localidade. Ao mesmo tempo, a preocupação dos governantes com questões de sustentabilidade se revela notável no sentido de promover o fortalecimento do patrimônio cultural em prol de melhorias nas condições da vida da sociedade. O intuito de qualificar as pessoas para atuarem e pensarem sobre o setor, bem como de incentivar melhorias relacionadas à acessibilidade e mobilidade se apresentam como oportunidades para os destinos turísticos, pois tendem a gerar melhorias econômicas e sociais. Todavia, questões estruturais como subemprego, condições adequadas de trabalho e desigualdade social parecem passar despercebidas na política elaborada, assim como preocupações no que se refere a representação cultural, como a geração de estereótipos e de novos sistemas de exclusão social.

No que se refere à Agenda 2030, as informações analisadas indicam uma política alinhada com o acordo proposto pela ONU de tornar os territórios urbanos mais inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis, em particular com as metas estabelecidas para melhorar a urbanização e gestão da cidade, valorizar o patrimônio e, em menor escala, aprimorar o acesso aos espaços públicos e oferta de transportes menos poluentes. Porém, há lacunas no que se refere a questões urbanas estruturais, como é o caso da segurança urbana, problemática latente na cidade e pouco explorada no Plano de Turismo Criativo da cidade. A proteção e salvaguarda do patrimônio natural e cultural também não estão definidas na política da cidade, a não ser pelos esforços em promover a oferta criativa e aproximá-la dos residentes e visitantes.

A oferta turística pautada no modo de viver das comunidades enfatiza o patrimônio intangível da sociedade, mas a ênfase nas ações de marketing pode se tornar problemática para os gestores públicos e líderes das comunidades quando se privilegia tão somente aspectos econômicos em detrimento dos sociais. Logo, o planejamento dos territórios requer um olhar atento e contínuo para as questões ambientais, culturais e sociais, de modo que sejam estimulados a participação social dos indivíduos nas decisões políticas, a utilização responsável

dos atrativos culturais tangíveis e intangíveis e o diálogo com outras esferas organizacionais. Nesse sentido, a abordagem do turismo criativo oportuniza o desenvolvimento territorial pautado na articulação social em torno de uma gestão participativa do turismo.

As discussões apresentadas neste estudo, embora se concentrem nas pretensões e informações advindas da gestão municipal, contribuem para ampliar o entendimento a respeito dos esforços de planejamento governamental destinados ao fomento do turismo criativo. Com isso, amplia-se o debate por parte de teóricos acerca de ações institucionais coordenadas para estimular e promover a sustentabilidade por meio da criatividade no campo do turismo.

O modo como as orientações da Agenda 2030 têm sido incorporadas nas políticas públicas de fomento ao turismo e o levantamento de quais áreas têm sido ou não privilegiadas pelos formuladores de tais políticas permite também à sociedade, estudiosos de turismo e agentes do mercado identificar potencialidades e incongruências na busca institucional pela sustentabilidade de determinados destinos turísticos. Tanto a Agenda 2030, como as políticas públicas municipais operam como guias orientados para o desenvolvimento local e global. Assim, a compreensão das metas traçadas em ambas esferas favorece a atuação articulada dos indivíduos em direção aos seus interesses e necessidades. Uma implicação política deste estudo consiste no alerta para os formuladores de políticas públicas de turismo considerarem as diretrizes globais de desenvolvimento territorial, sem minimizar as peculiaridades e necessidades locais, dando voz aos produtores culturais que atuam na atividade turística.

No intuito de avançar com a reflexão com respeito à temática do turismo criativo sustentável, sugere-se a realização de pesquisas que busquem explorar os significados e impactos das ações implementadas a partir do ponto de vista da sociedade receptora da política, de modo a respaldar a validade e efetividade dos esforços realizados no Plano. Outros objetivos da Agenda 2030 também podem ser explorados em estudos futuros sobre o turismo, como educação de qualidade, trabalho decente, redução das desigualdades e igualdade de gênero, no intuito de verificar possíveis resultados e impactos advindos de práticas de fomento ao turismo. Além de serem acessadas modalidades distintas de fomento ao turismo, sugere-se considerar a arena de debate que se forma em torno da construção do discurso da sustentabilidade e da ênfase na criatividade como ativo propulsor de inovações sociais presentes no campo do turismo criativo e terrenos conceituais congêneres, como o turismo de base comunitária.

REFERÊNCIAS

- Aall, C.; Koens, K. (2019). The discourse on sustainable urban tourism: The need for discussing more than overtourism. *Sustainability*, 11, 4228. DOI:10.1190/su11154228
- Backes, A.; Nuske, M. A.; Konrath, G. C. S.; Thesing, N. J. (2018). Desenvolvimento Sustentável na Indústria Moveleira: um Estudo Multicaso na Região Noroeste do RS. *HOLOS*, 3, 135-151. DOI: <https://doi.org/10.15628/holos.2018.5697>
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Boff, L. (2005). Ecologia e espiritualidade. In: Trigueiro, A. (Org.). *Meio ambiente no século 21*. Campinas: Armazém do Ipê.

- Borges, C.H.L.; Ferraz, M.I.F.; Borges, A.V.B. (2015) Turismo sustentável e meios de hospedagem: uma avaliação da sustentabilidade hoteleira em Barra Grande, Marauá (BA). *Revista Turismo – Visão e Ação*, 17, 3, 601-629. DOI: 10.14210/rtva.v17n3.p601-629
- Bosak, K. (2016). Tourism, development, and sustainability. In: *Reframing sustainable tourism*. Springer, Dordrecht, 33-44.
- Burch, S.; Di Bella, J. (2021). Business models for the Anthropocene: accelerating sustainability transformations in the private sector. *Sustainability Science*, 1-14. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11625-021-01037-3>
- Carvalho, R. M. F.; Costa, C. M. M.; Ferreira, A. M. A. P. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tourism & Management Studies*, 15(1S1), 11-22. DOI: <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15S102>
- Corá, J. M.; Henriques, C. (2021). O turismo criativo como base para as políticas focadas no desenvolvimento sustentável local: O caso de Brasília e do Recife-Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 367-379. DOI: <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.9217>
- Correia, S. É. N.; Oliveira, V. M.; Feitosa, M. J. S.; Gómez, C. R. P. (2018). Inovação Social para o Desenvolvimento Sustentável: um caminho possível. *Administração Pública e Gestão Social*, 10(3), 199-212. URL: <http://altec2015.nitec.co/altec/papers/501.pdf>
- Creative Tourism Network. (2019). The concept. Disponível em: <<http://www.creativetourismnetwork.org/about-the-creative-tourism/>> Acesso em 20 out. 2019.
- Creative Tourism Network. (2020). Creative Experiences Worldwide. Disponível em: <<http://www.creativetourismnetwork.org/creative-experiences-worldwide/>> Acesso em 23 mai. 2020.
- Creswell, J. W. (2014). *Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa-: Escolhendo entre Cinco Abordagens*. Penso Editora.
- Silva-Santos, A. C.; Nascimento-Pontes, A. (2019). Avaliando o alcance dos objetivos de desenvolvimento sustentável no Brasil. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. URL: <https://www.eumed.net/rev/cccss/2019/02/desenvolvimento-sustentavel-brasil.html>
- Duxbury, N.; Richards, G. (2019). Towards a research agenda for creative tourism: Developments, diversity, and dynamics. In Duxbury, N.; Richards, G. (Editores) *A research agenda for creative tourism*. Edward Elgar Publishing, p. 182-192.
- Emmendoerfer, M. L.; Ashton, M. S. G. (2014). Territórios Criativos e suas Relações com o Turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 4(21), 459-468. DOI: <https://doi.org/10.34624/rtd.v4i21/22.12433>
- Emmendoerfer, M. L. (2019). Creative tourist regions as a basis for public policy. In Duxbury, N.; Richards, G. (Editores). *A Research Agenda for Creative Tourism*. Edward Elgar Publishing. p. 151-163.
- Evans, G. (2017). Creative cities-an international perspective. *The SAGE Handbook of New Urban Studies*, 311.
- Feil, A. A.; Schreiber, D. (2017). Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. *Cadernos Ebape. BR*, 15(3), 667-681. DOI: <https://doi.org/10.1590/1679-395157473>
- Flick, Uwe. (2013). Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes. Penso Editora.
- Grodach, C. (2013). Cultural economy planning in creative cities: Discourse and practice. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(5), 1747-1765. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2012.01165.x>

- Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, 162(3859), 1243-1248. DOI: 10.1126/science.162.3859.1243
- Hesmondhalgh, D. (2019). *The cultural industries* (4th edition). London: Sage.
- Higgins-Desbiolles, F.; Carnicelli, S.; Krolikowski, C.; Wijesinghe, G.; Boluk, K. (2019). Degrowing tourism: rethinking tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1926-1944. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1601732>
- [IBGE] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2020). Cidades e Estado. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pe/recife.html>>. Acesso em 18 nov 2020.
- Karampampas, P. (2020). (Re) inventing intangible cultural heritage through the market in Greece. *International Journal of Heritage Studies*, 1-14 DOI: <https://doi.org/10.1080/13527258.2020.1844277>
- Khamis, R. B. M., & Alves, J. S. (2018). A redução das desigualdades no Brasil e o objetivo desenvolvimento sustentável nº 10. *JURIS-Revista da Faculdade de Direito*, 28(2), 135-154. URL: <https://seer.furg.br/juris/article/download/8357/5618>
- Kong, L. (2020). From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy. In Dios, A; Kong, L (editores). *Handbook on the Geographies of Creativity*. Edward Elgar Publishing., p. 54–72.
- Korez-Vide, R. (2013). Promoting sustainability of tourism by creative tourism development: how far is Slovenia?. *Innovative issues and approaches in social sciences*, 6(1), 77-102. URL: http://www.iiass.com/pdf/IIASS-Volume6-Number1_article_5.pdf
- Macedo, A. S. S.; Alcântara, V. C.; Andrade, L. F. S.; Ferreira, P. A. (2016). O papel dos atores na formulação e implementação de políticas públicas: dinâmicas, conflitos e interesses no Programa Mais Médicos. *Cadernos EBAPE.BR*, 14(spe), 593-618. DOI: <https://doi.org/10.1590/1679-395117188>
- Ministério do Turismo (2015). Índice de competitividade do turismo nacional. Brasil. URL: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/indice-de-competitividade-do-turismo-nacional.html>
- Molina, S. (2011). *Turismo Criativo: El fin de la competitividad*. Chile: Escritores.
- Nakamura, M.; Pendlebury, D.; Schenell, J.; Szomszor, M. (2019) Navigating the Structure of Research on Sustainable Development Goals. s.l., *Web of Science Group*. Disponível em: <https://clarivate.com/g/sustainable-development-goals/> Acesso em: 15 outubro 2019.
- Niquini, W. T. R. (2019). Política pública de turismo em nível municipal: o caso do Programa Porto Alegre Turismo Criativo. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais. URL: <https://www.locus.ufv.br/bitstream/123456789/26918/1/texto%20completo.pdf>
- [ONU] Organização das Nações Unidas. (2015) *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). 17 Objetivos para transformar nosso mundo*. New York: Organização das Nações Unidas.
- [ONU] Organização das Nações Unidas (2019). *Sustainable development goals*. New York: United Nations.
- Ostrom, E. (1990) *Governing the Commons: the evolution of institutions for collective action*: Nova York: Cambridge University Press.
- Ostrom, E. (2012). Nested externalities and polycentric institutions: must we wait for global solutions to climate change before taking actions at other scales?. *Economic theory*, 49(2), 353-369. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00199-010-0558-6>
- Peltoniemi, M. (2015). Cultural industries: Product–market characteristics, management challenges and industry dynamics. *International journal of management reviews*, 17(1), 41-68. DOI: <https://doi.org/10.1111/ijmr.12036>

- Pierantoni, L. (2015). Governing regional development through culture and creativity: The case of the Veneto region. *European Planning Studies*, 23(5), 963-978. DOI: <https://doi.org/10.1080/09654313.2014.915013>
- Governo do Distrito Federal (2016). Plano de Turismo Criativo da cidade de Brasília (2016-19). Disponível em: https://www.turismo.df.gov.br/wp-conteudo/uploads/2017/11/Plano-de-Turismo-Criativo_.pdf. Acesso em 20 out. 2021.
- Pratt, A. C.; Hutton, T. A. (2013). Reconceptualising the relationship between the creative economy and the city: Learning from the financial crisis. *Cities*, 33, 86-95. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.008>
- Prefeitura da Cidade do Recife (2021). Plano Diretor da Prefeitura do Recife. Disponível em: <https://planodiretor.recife.pe.gov.br/>. Acesso em 20 out. 2021.
- Prefeitura da Cidade do Recife (2018). Plano do Turismo Criativo do Recife (2019 – 2021). Prefeitura da Cidade do Recife, Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer. Disponível em: https://visit.recife.br/wp-content/uploads/2020/02/plano_turismo_criativo.pdf. Acesso em fev de 2021.
- Prefeitura da Cidade do Recife. (2021). Relatórios de Execução do Plano em 2019 e 2020. Disponibilizados pelo Fórum de Turismo Criativo.
- Prud'homme, B.; Raymond, L. (2016), "Implementation of sustainable development practices in the hospitality industry: A case study of five Canadian hotels", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28 (3), 609-639. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2014-0629>
- Remoaldo, P.; Matos, O.; Gôja, R.; Alves, J.; Duxbury, N. (2020). Management Practices in Creative Tourism: Narratives by Managers from International Institutions to a More Sustainable Form of Tourism. *Geosciences*, 10(2), 46. DOI: <https://doi.org/10.3390/geosciences10020046>
- Richards, G. (2021). The value of event networks and platforms: Evidence from a multi-annual cultural programme. *Event Management*. Vol. 25, pp. 85–97. DOI: <https://doi.org/10.3727/152599520X15894679115501>
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research*, 85, 102922. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Richards, G. (2018a). Tourism, an underestimated driving force for the creative economy. *Revista Turismo em Análise*, 29(3), 387-395. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i3p387-395>
- Richards, G. (2018b). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G. (2017). From place branding to placemaking: the role of events. *International Journal of Event and Festival Management*. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2016-0063>
- Richards, G. (2016). The challenge of creative tourism. *Ethnologies*, Special issue on Créativité et médiation en tourisme et en patrimoine, 38 (1-2), 31-42. URL: https://www.researchgate.net/profile/Greg_Richards3/publication/320748662_The_challenge_of_creative_tourism/links/5a056c96458515eddb85bac1/The-challenge-of-creative-tourism
- Richards, G.; Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS news*, 23(8), 16-20. URL: https://www.academia.edu/1785786/Creative_Tourism_Richards_and_Raymond_2000
- Santana, Rebeqa Cristiny Barbosa de; Paiva Júnior, Fernando Gomes de; Silva, Luana Alexandre (2021). Turismo criativo e redução da pobreza: o caso da Bomba do

- Hemetério – Brasil”, *Revista DELOS*, 14, n 38. <https://www.eumed.net/es/revistas/delos/vol-14-no-38-junio-2021/turismo-criativo-brasil>
- Scott, A. J. (2014). Beyond the creative city: cognitive-cultural capitalism and the new urbanism. *Regional Studies*, 48(4), 565-578. DOI: <https://doi.org/10.1080/00343404.2014.891010>
- [SETUR-PE] - Secretaria de Turismo e Lazer de Pernambuco (2019). Disponível em: <<http://www.setur.pe.gov.br/web/setur>>. Acesso em 15 out 2020.
- [UNWTO] World Tourism Organization . 2020. Disponível em: < <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery>>. Acesso em 21 mai 2020.
- [UNWTO] World Tourism Organization. 2020b. Disponível em:<<https://www.unwto.org/sustainable-development>>. Acesso em 18 nov 2021.
- Van-Boom, N. (2017). Rebalancing the creative city after 20 years of debate. In: Hannigan, J., Richards, G. *The Sage handbook of new urban studies*, 357-70. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wattanacharoensil, W.; Schuckert, M. (2016). Reviewing Thailand’s master plans and policies: implications for creative tourism?. *Current Issues in Tourism*, 19(10), 1045-1070. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.882295>

Recebido em: 25/04/2021

Aprovado em: 07/08/2021

CONTRIBUIÇÕES

Luana Alexandre Silva: Definição do problema de pesquisa e objetivos, desenvolvimento da proposição teórica, realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, escolha dos procedimentos metodológicos, coleta de dados, análise de dados, elaboração de tabelas, gráficos e figuras, revisão crítica do manuscrito, redação do manuscrito e adequação do manuscrito às normas da RTA.

Fernando Gomes de Paiva Júnior: Definição do problema de pesquisa e objetivos, escolha dos procedimentos metodológicos, análise de dados e revisão crítica do manuscrito.

Rebeka Cristiny Barbosa de Santana: Definição do problema de pesquisa e objetivos, realização da revisão bibliográfica e fundamentação teórica, análise de dados, revisão crítica do manuscrito e redação do manuscrito.