



ISSN: 1988-5245  
<https://doi.org/10.51896/delos>

# DELOS. DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

D I C E latindex IDEAS EconPapers Dialnet InDICEs CSIC MIAR SUCÚPTRA

## TURISMO CRIATIVO E REDUÇÃO DA POBREZA: O CASO DA BOMBA DO HEMETÉRIO – BRASIL

**Rebeka Cristiny Barbosa de Santana\***

<http://orcid.org/0000-0002-3597-0598>

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

[rebyasantana@gmail.com](mailto:rebyasantana@gmail.com)

**Fernando Gomes de Paiva Júnior \*\***

<http://orcid.org/0000-0001-5715-3882>

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

[fernando.paivajr@ufpe.br](mailto:fernando.paivajr@ufpe.br)

**Luana Alexandre Silva\*\*\***

<http://orcid.org/0000-0003-2288-0216>

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

[luanaalsilva@gmail.com](mailto:luanaalsilva@gmail.com)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Rebeka Cristiny Barbosa de Santana, Fernando Gomes de Paiva Júnior y Luana Alexandre Silva (2021): "Turismo criativo e redução da pobreza: o caso da Bomba do Hemetério – Brasil", Revista DELOS, Vol 14 N° 38 (junio 2021). En línea:  
<https://doi.org/10.51896/DELOS/SGGL7703>

### RESUMO

O turismo gera divisas para a economia local e mundial, em contrapartida, está vinculado a práticas insustentáveis de produção e consumo cultural. O turismo criativo apresenta-se como segmento turístico favorável à sustentabilidade quando é implantado em países em desenvolvimento. A Organização das Nações Unidas (ONU) estabeleceu Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) dirigidos a orientar a sociedade em prol de parâmetros econômicos, sociais e ambientais. O objetivo do estudo reside em descrever as potencialidades do turismo criativo voltado para alcançar o ODS número 1, que trata de redução da pobreza em destinos desfavorecidos de recursos econômicos e sociais. A pesquisa é qualitativa e sua coleta de dados se pauta no levantamento de documentos e realização de entrevistas em profundidade com os produtores do turismo criativo que ocorre no bairro da Bomba do Hemetério, localizado na periferia da cidade do Recife, Brasil. Os

\* Doutoranda em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil. Mestre em Gestão Ambiental pelo Instituto Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil.

\*\* Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais, Mestre em Administração pela Universidad de Deusto, País Basco, Espanha. Pós-doutorado pelo Programa Nacional de Pós-doutorado (PNPD), Universidade Federal da Paraíba. Professor Associado II da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

\*\*\* Doutoranda em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil. Mestre em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco, Recife, Pernambuco, Brasil.

dados foram analisados a partir da Técnica de Análise de Conteúdo. Os resultados revelam que o turismo criativo dispõe de mecanismos que contribuem com a redução da pobreza nas regiões visitadas, especialmente no que tange à geração de oportunidades econômicas, que viabilizam o provimento de emprego e renda, além do suprimento de carências sociais, tais como ausência de liberdade de discurso e baixa autoconfiança de residentes nas comunidades receptoras. Em contrapartida, essa modalidade de turismo exerce influência reduzida em aspectos estruturais relativos à exposição e vulnerabilidade a eventos extremos, acesso ao sistema de proteção social e potencialização do incremento de recursos econômicos que garantam o bem-estar da população local.

**Palavras-chave:** Turismo, Turismo Criativo, Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, Agenda 2030, Redução da pobreza.

## **TURISMO CREATIVO Y REDUCCIÓN DE LA POBREZA: EL CASO DE BOMBA DO HEMETÉRIO–BRASIL**

### **RESUMEN**

El turismo genera divisas para la economía local y mundial, por otro lado, está vinculado a prácticas insostenibles de producción y consumo cultural. El turismo creativo se presenta como un segmento turístico favorable a la sostenibilidad cuando se implementa en países en desarrollo. Las Naciones Unidas (ONU) gestionaron los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) destinados a orientar a la sociedad hacia parámetros económicos, sociales y ambientales. El objetivo del estudio es describir el potencial del turismo creativo orientado a alcanzar el ODS número 1, que trata de la reducción de la pobreza en destinos desfavorecidos con recursos económicos y sociales. La investigación es cualitativa y su recolección de datos se basa en no recolectar documentos y realizar una investigación en profundidad con productores de turismo creativo que se realiza en el barrio de Bomba do Hemetério, ubicado en las afueras de la ciudad de Recife, Brasil. Los datos se identificaron mediante la técnica de análisis de contenido. Los resultados revelan que el turismo creativo define los mecanismos que contribuyen a la reducción de la pobreza en las regiones visitadas, especialmente en lo que respecta a la generación de oportunidades de promoción, que permitan la provisión de empleo e ingresos, además de la atención de necesidades sociales, tales como ausencia de libertad de expresión y poca confianza en sí mismos de los residentes en las comunidades receptoras. Por otro lado, este tipo de turismo tiene poca influencia en aspectos relacionados con la exposición y vulnerabilidad a eventos extremos, el acceso al sistema de protección social y la potenciación del aumento de los recursos económicos que garantizan el bienestar de la población local.

**Palabras clave:** Turismo, Turismo Creativo, Objetivos de Desarrollo Sostenible, Agenda 2030, Reducción de la pobreza.

## **CREATIVE TOURISM AND POVERTY REDUCTION: THE CASE OF BOMBA DO HEMETÉRIO – BRASIL**

## ABSTRACT

Tourism generates foreign exchange for the local and world economy, on the other hand, is linked to unsustainable cultural production and consumption practices. Creative tourism presents itself as a tourism segment favorable to sustainability when it is implemented in developing countries. The United Nations (UN) managed Sustainable Development Goals (SDGs) aimed at guiding society towards economic, social and environmental parameters. The aim of the study is to describe the potential of creative tourism aimed at achieving SDG number 1, which deals with poverty reduction in disadvantaged destinations with economic and social resources. The research is qualitative and its data collection is based on not collecting documents and conducting in-depth research with producers of creative tourism that takes place in the neighborhood of Bomba do Hemetério, located on the outskirts of the city of Recife, Brazil. The data were identified using the Content Analysis Technique. The results reveal that creative tourism defines the mechanisms that contribute to the reduction of poverty in the regions visited, especially with regard to the generation of promotion opportunities, which enable the provision of employment and income, in addition to the provision of social needs, such as absence of freedom of speech and low self-confidence of residents in the receiving communities. On the other hand, this type of tourism has little influence on aspects related to exposure and vulnerability to extreme events, access to the social protection system and enhancement of the increase in economic resources that guarantee local population' well-being.

**Keywords:** Tourism, Creative Tourism, Sustainable Development Goals, Agenda 2030, Poverty reduction.

## INTRODUÇÃO

O turismo se apresenta como setor produtor de riquezas, uma vez que as atividades turísticas geram emprego e renda, impulsionam as exportações e proporcionam prosperidade em regiões receptoras localizadas em todo o mundo (WTTC [World Travel and Tourism Council], 2018). Em 2017, o setor turístico se mostrou responsável por 10,4% do PIB global e 313 milhões de empregos, ou seja, 9,9% do emprego total. No Brasil, o turismo foi responsável pela criação de mais de 7 milhões de empregos no ano de 2016, contribuindo com 152,2 bilhões de dólares, cerca de 8,5% do PIB Nacional (Brasil, 2018). Essa representatividade do turismo na esfera econômica faz com que representantes de governos, organizações não governamentais e agências de desenvolvimento incentivem iniciativas de atividades turísticas como opção de redução progressiva do nível de pobreza em países menos desenvolvidos e em desenvolvimento (Ashley & Mitchel, 2007, Spenceley & Meyer, 2012)

O crescimento do setor turístico tem estado relacionado à práticas insustentáveis de consumo e produção de bens e serviços, cujos efeitos refletem no deslocamento e redução de negócios administrados por produtores locais, bem como na consolidação de empresas que contribuem para a precarização do trabalho e para a ampliação das desigualdades econômicas e sociais. Isso resulta em prejuízo para as externalidades ambientais e culturais dos espaços turísticos, como a gentrificação, a mercantilização do patrimônio cultural e a deturpação das paisagens locais.

Nessa perspectiva, o fomento ao turismo pouco resulta em melhorias dos meios de subsistência das pessoas residentes nas localidades visitadas, reforçando a situação de pobreza e vulnerabilidade dos indivíduos (Richards, 2018).

O mercado de turismo contempla terreno fértil para a geração de novos produtos e experiências de consumo destinadas a satisfazer os anseios e necessidades dos consumidores. Logo, enquanto certa parcela da população opta pela realização do turismo de massa, marcada pelo alto fluxo de visitantes para determinado destino turístico, outros visitantes buscam atividades relacionais e cocriadas pelas comunidades receptoras no contato com seus visitantes, como é o caso das atividades relacionadas à abordagem do turismo criativo (Emmendoerfer, 2019). Esse contexto econômico e social oferece espaço conceitual benigno para a discussão a respeito de temas como a sustentabilidade no turismo (Remoaldo et al., 2020).

O turismo criativo emerge da premência do visitante que busca experiências diferenciadas e participação ativa na vida diária do lugar visitado. O turista que vivencia essa atividade tende a buscar mais do que contemplar a cultura, ele procura adquirir novas habilidades e aprender algo junto com a comunidade local, ou seja, busca experienciar a realidade do outro (Suhartanto et al, 2020). O desenvolvimento de atividades turísticas criativas faz parte de um movimento de mudança direcionado para o desenvolvimento sustentável que torna as localidades atraentes para as pessoas que nelas vivam, trabalhem e visitem (Richards, 2020). Nesse contexto, os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU) no intuito de orientar a sociedade em prol de parâmetros econômicos, sociais e ambientais, direcionam as ações voltadas, por exemplo, para a redução de desigualdades, consumo e produção sustentáveis, as quais impactam na mudança global do clima e na erradicação da pobreza (Hák & Janoušková; Moldan, 2016; ONU, 2019).

A pobreza é um fenômeno que fragiliza a qualidade de vida das pessoas, pois se revela um elemento precarizador do ser humano, uma vez que representa a insuficiência de renda para aquisição de bens e serviços que garantam as condições mínimas de subsistência das pessoas. Embora tenha como parâmetro principal o fator monetário, a caracterização da pobreza não se resume à renda, mas engloba uma variedade de carências sociais, tais como falta de acesso à educação, moradia, saúde, segurança, além da baixa autoconfiança, sensação de impotência e ausência de direitos, como liberdade de discurso pela população residente nos destinos turísticos precarizados. Estima-se que a pobreza atinja uma em cada dez pessoas no mundo, numa diversidade de públicos vulneráveis, como mulheres, crianças e idosos, de modo que diversos setores da sociedade precisam envidar esforços no intuito de erradicar a pobreza ou, pelo menos, diminuir, incluído nesta dinâmica o turismo criativo (WB [World Bank], 2016; Jannuzzi et al., 2020).

A relação específica entre a abordagem do turismo criativo e a redução da pobreza nas regiões turísticas apresenta-se como lacuna teórica a ser contemplada ante a escassez de estudos que abordem tal temática, especialmente em discussões a respeito de países em desenvolvimento (Dias et al., 2020). No cenário brasileiro, a falta de pesquisas sobre o tema é latente, como indica a ausência de artigos relacionados em base de dados como o Spell e o Scielo. Nesse contexto, este

estudo se desenvolve em torno do seguinte questionamento: como o turismo criativo pode contribuir para o alcance do ODS número 1 de erradicação da pobreza?

O estudo oferece uma investigação exploratória acerca da relação entre a redução da pobreza e o desenvolvimento do turismo criativo, tendo como norteador do debate o ODS 01, estabelecidos pela Organização das Nações Unidas de erradicar a pobreza. A base empírica do estudo abarca as percepções de moradores de uma localidade imbricada no Brasil, país em desenvolvimento que possui cerca de 25% de sua população vivendo na linha da pobreza (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE], 2015). O foco geográfico do estudo é o bairro da Bomba do Hemetério, localizado na periferia da cidade do Recife, estado de Pernambuco, pertencente à região Nordeste do Brasil, sendo a região com o maior número de residentes pobres do País (Araújo & Flores, 2017).

## **TURISMO CRIATIVO**

O Turismo é caracterizado pela necessidade de deslocamento das pessoas de um lugar para outro no sentido de ver, fazer e experimentar algo (Ashton et al, 2014). As pessoas buscam consciente e sistematicamente por experiências diferentes e novas, e isso faz com que os agentes envolvidos no mercado turístico procurem desenvolver narrativas e espaços que satisfaçam as necessidades de consumo dos turistas, de modo a impulsionar os ativos econômicos decorrentes das atividades turísticas (Bauman, 2003).

O interesse dos consumidores de viagens no sentido de se afastar de produtos massificados e globalizados tem impulsionado a procura por segmentos turísticos pautados por atividades relacionais que ocorrem em pequena escala, como acontece em destinos que recorrem à implantação de atividades atreladas ao turismo criativo (Ashton et al., 2014). Com isso, os efeitos negativos do turismo tradicional deixam de ser preocupação exclusiva dos habitantes dos destinos turísticos e passam a ser considerados por parte dos visitantes, os quais buscam construir uma relação próxima com os residentes do destino visitado por meio de experiências cocriadas e do engajamento na vida cultural daquela comunidade (Urosevic, 2012).

O turismo criativo é apontado como uma vertente transformada do turismo cultural tradicional, uma vez que seu conceito de intervenção valoriza a cultura intangível de um lugar em detrimento de fatores tão somente tangíveis (Orhidska-Olson & Ivanov, 2010). Isso parece algo indicado como possível estratégia de desenvolvimento incremental referente a práticas gerenciais de outras modalidades de turismo cultural, como o Turismo de Base Comunitária (Emmendoerfer et al, 2016). No entanto, o turismo criativo implica em mais do que a procura por um nicho de mercado no campo do turismo cultural, seja este gerenciado ou não pela própria comunidade. A abordagem do turismo criativo reflete um deslocamento em busca da criação do valor que passa da produção para o consumidor, ou seja, é preciso um nexos essencial dentre as habilidades dos indivíduos produtores e os visitantes (Richards & Marques, 2012).

A cocriação e a criatividade constituem elementos essenciais de identificação do turismo criativo. Esses elementos exercem certa relevância no que tange ao significado do turismo para os envolvidos porque contribui para o desenvolvimento pessoal, essencialmente no que diz respeito à

interação privilegiada entre os residentes da população local e os visitantes (Richards, 2009). Logo, os benefícios do turismo criativo com respeito às pessoas integrantes das comunidades resultam de um processo cooperativo que permite melhorar os laços sociais, aumentar o conhecimento e habilidades e desenvolver competências mútuas, já que as expressões criativas no turismo abrangem desde o envolvimento ativo na cocriação dos espaços e atividades até a visualização de manifestações vivenciais da criatividade local ou a aquisição de produtos criativos (Dias et al., 2020). Nesse contexto, é possível identificar dois modos básicos de implementação do turismo criativo: usando a criatividade como atividade turística e usando a criatividade como pano de fundo para o turismo.

O turismo criativo permite o processo de integração do turista com a localidade visitada, incentivando atividades que o convertem em um membro temporário da comunidade. A integração dessa modalidade turística em projetos de planejamento territorial abre a possibilidade de revitalização da cidade hospedeira, por meio da atração de novos negócios e da potencialização de iniciativas que realçam a participação da sociedade e dos agentes governamentais na exploração do potencial criativo das localidades (Arandjelovic, 2015). Desse modo, o conceito de tal modalidade de turismo se converte em elemento catalisador do desenvolvimento local com a capacidade de integrar diversos atores com a finalidade de conseguir uma regeneração criativa da cidade (Richards, 2014).

O turismo criativo ao ressaltar a identidade cultural e criativa da população local, proporciona ambientes propícios para a interação entre pessoas envolvidas na atividade turística. (Richards, 2014). Esse processo de cocriação e troca de experiências potencializa a reflexividade por parte de anfitriões e visitantes acerca das condições de vida dos indivíduos que residem nos destinos turísticos (Ohridska-Olso & Ivanov, 2010). Isso direciona o olhar dos produtores e reguladores culturais para o desenvolvimento sustentável e sensibiliza os viajantes para tipos de turismo que sejam transformativos de realidades. A sustentabilidade tratada no turismo perpassa, então, por ações conduzidas para garantir a erradicação da pobreza ou, pelo menos, a redução das carências sociais, ambientais e econômicas da população vulnerável (Prud'homme & Raymond, 2016). A ampliação da qualidade de vida das pessoas auxilia na conscientização sobre a necessária conservação dos recursos ambientais, sociais e culturais existentes em uma região e esse desenvolvimento sustentável é essencial para a manutenção e ampliação da atratividade dos destinos turísticos.

## **OBJETIVOS DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E REDUÇÃO DA POBREZA**

O debate acerca da necessidade da população repensar os meios de produção e consumo de bens e serviços de modo a satisfazer as necessidades da geração atual sem comprometer as gerações futuras chama atenção para o potencial do turismo na busca pela sustentabilidade. A ideia de desenvolvimento sustentável concebida a partir desse debate rompe com o pensamento de crescimento fundamentado exclusivamente em fatores econômicos e insere no discurso desenvolvimentista aspectos relacionados ao equilíbrio ambiental e à justiça social (Backes et al., 2018). Nesse contexto, a consolidação da Agenda 2030, acordo de cooperação entre chefes de Estado e representantes de diversos países estruturado pela Organização das Nações Unidas

(ONU), marca o processo de ação institucional em nível global em prol da sustentabilidade econômica, ambiental e social ao abordar temas como igualdade de gênero, energia limpa e acessível e consumo e produção sustentáveis (Khamis & Da Silva Alves, 2018, ONU, 2019). O potencial das atividades de turismo criativo quanto a redução da pobreza é temática ainda em desenvolvimento nos estudos organizacionais e urbanos.

A insuficiência de renda constitui a abordagem prevalente para dimensionar a população em situação de pobreza, especialmente para identificar as pessoas elegíveis para se tornarem beneficiários de programas governamentais de enfrentamento da pobreza. A linha de corte amplamente empregada para determinar a extrema pobreza é a medida de US\$ 1, 25 *per capita* dia, adotada pela Organização das Nações Unidas (ONU, 2019). Internamente, os países podem estipular critérios diferentes para identificar os pobres residentes em seus territórios. O critério de corte utilizado no Brasil pelo programa Bolsa Família é de R\$ 77 *per capita* mensais (Araújo & Flores, 2017, Jannuzzi et al., 2020).

A adoção de critérios exclusivamente monetários como medidas de determinação das pessoas inseridas no grupo de pessoas pobres e extremamente pobres não reduz o caráter multidimensional da pobreza que envolve a incapacidade de usufruir, plenamente ou suficientemente de condições de vida que lhes permitam atuar, participar e comportar-se tal como membros de uma sociedade (Lavinias, 2018). Assim, a pobreza se expressa, não exclusivamente, por meio da renda inadequada, da falta de acesso à educação, da saúde precária, da estrutura familiar precária, da insegurança, da baixa autoconfiança, da sensação de impotência e da ausência de direitos, como liberdade de fala (Spenceley & Meyer, 2012; Vieira & Gastal, 2021).

O turismo pode ser trabalhado como oportunidade de redução da pobreza, a exemplo de iniciativas que fomentam o empoderamento coletivo por meio de formas de gestão comunitária da atividade turística, mas o turismo também pode ser tratado como setor beneficiário e gerador de maior pobreza, quando se utiliza da pobreza com fins de torná-la uma atração turística (Rubí-González & Palafox-Muñoz, 2017). O turismo criativo, inicialmente, vincula-se à oportunidade de redução da pobreza ante as suas características fundantes demarcadas por uma atmosfera criativa com respeito a elementos pitorescos do local para conceber atividades que gerem lucro financeiro para a comunidade receptora (Correia et al, 2018). No entanto, essa modalidade de turismo tende a ressaltar problemáticas sociais, como a manutenção das desigualdades econômicas e sociais.

Duxbury, Bakas, & Carvalho (2019), em estudo a respeito de organizações ofertantes de turismo criativo em Portugal, reconhecem que o turismo criativo pode ser percebido como elemento regenerativo que proporciona bem-estar de grupos de residentes, ademais de impulsionar a revitalização e sustentabilidade daquele destino receptor, posto que contribui para a preservação e ressignificação do patrimônio cultural local, ofícios e tradições. Também Dias et al. (2020), num estudo que investiga o desenvolvimento de atividades de turismo criativo em comunidades pobres do Brasil e do Peru, reforçam o fato de que as atividades criativas implementadas naquelas regiões tendem a ser mais sustentáveis do que outras atividades de serviços turísticos. Essa discussão ressalta o potencial do turismo criativo em fomentar a sustentabilidade por meio da oferta de

experiências cocriadas em pequena escala, mas o debate a respeito da redução da pobreza nas comunidades receptoras é algo que permanece subentendido.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo se caracteriza por seguir uma abordagem qualitativa (Creswell, 2014). A coleta de dados ocorre por meio de pesquisa documental e de entrevistas individuais, de forma que o *corpus* de análise contempla diretrizes da Agenda 2030 (ONU, 2019) e a degravação das entrevistas realizadas com o auxílio do aplicativo de videochamada Google Meet com cinco moradores do bairro da Bomba do Hemetério que atuam na produção de experiências de turismo criativo naquela localidade.

A análise dos dados foi concretizada pelo uso da técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), as metas do ODS 1 de erradicação da pobreza foram utilizadas como temas que orientaram a fase de codificação dos dados. Posteriormente, foi efetuada a categorização por meio do agrupamento dos códigos identificados por similaridade. Na etapa final, foi realizada a interpretação em busca de um padrão de categorias analíticas que possibilitassem as inferências do estudo.

A Bomba do Hemetério dispõe de uma área territorial de 43 hectares, com uma população de 8.472 habitantes, em sua maioria composta por pessoas que se encontram na faixa etária entre 25 e 59 anos de idade, com um número maior de mulheres do que de homens. O valor do rendimento nominal médio mensal dos domicílios é de R\$ 1.346,55 (mil trezentos e quarenta e seis reais e cinquenta e cinco reais), com a média de 3,6 habitantes por domicílio (IBGE, 2010).

A opção pela realização do estudo de caso na comunidade da Bomba do Hemetério ocorre em razão do pioneirismo dos sujeitos da pesquisa na implementação do turismo criativo na cidade do Recife. A diversidade de grupos culturais e práticas carnavalescas, tais como o Maracatu, o Boi Bumbá, o Coco, o Afoxé, o Caboclinho, foi identificada como expressão de criatividade para diversificar a oferta de produtos turísticos. A promoção de atividades pautadas em recursos culturais intangíveis permite ao visitante participar da experiência de integrar agremiações carnavalescas durante todo o ano, com oficinas de percussão, oficinas de adereços, ensaios de dança e música. (Zapata et al,2011, Richards, 2020).

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A pobreza é um fenômeno multidimensional que se revela por meio de uma miríade de aspectos econômicos, sociais e ambientais que envolvem a qualidade de vida da população. No intuito de analisar a relação do turismo criativo com a redução da pobreza, os resultados obtidos foram agrupados em conformidade com as temáticas explicitadas nas metas estipuladas pela ONU como caminho para acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares. Resultando nas seguintes temáticas: (1) geração de oportunidades econômicas, (2) carências sociais, (3) sistema de proteção social, (4) acesso aos recursos econômicos e a serviços básicos e (5) vulnerabilidade a eventos extremos (Spenceley & Meyer, 2012, ONU, 2019).

A primeira meta estabelecida para alcançar o ODS 1 é até 2030, erradicar a pobreza extrema para todas as pessoas em todos os lugares. Um dos caminhos para erradicar a extrema pobreza é a



(1) geração de oportunidades econômicas. Spenceley & Meyer (2012) ressaltam que os pobres têm potencial para captar recursos por meio do emprego e do fornecimento de produtos e/ou serviços que o setor de turismo e turistas precisam, ou seja, quando os sujeitos conseguem explorar economicamente os ativos culturais e criativos locais de interesse ao mercado do turismo. O participante E4, por exemplo, explica ao processo de implementação do turismo criativo na Bomba do Hemetério: porque sua experiência de consumo não foi tão boa quanto o esperado:

A Bomba era um... tinha um produto turístico muito bom, mas não explorado de forma econômica e nem pedagógica. Era apenas o turismo de passagem, onde as pessoas vinham para curtir os ensaios de algumas agremiações depois iam embora e, até mesmo, as pessoas de outros países vinham pra cá, mas não ficavam pra... não tinha como turismo propriamente dito, com exploração econômica. (E4, 67-71)

Os resultados apontam que iniciativas de turismo criativo possuem a capacidade de gerar empregos e renda, em razão da atração de visitantes ao destino para cocriar com os anfitriões e interagir com a comunidade local e acessar a cultura local, as identidades e os valores culturais tangíveis e intangíveis. Apontamento idêntico é encontrado por Ashley e Mitchel (2007) em estudo que considera a atividade turística de forma ampla.

O fortalecimento dos vínculos do turismo criativo com setores relacionados em sua cadeia de abastecimento, por exemplo, artesanato, transporte, limpeza, infraestrutura, gastronomia, reforça as iniciativas de promoção da criação de empregos e geração de renda a nível local, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e a redução da pobreza. Os resultados corroboram com Spenceley & Meyer (2012) ao demonstrar que o nível de pobreza é reduzido quanto a destinos onde os operadores promovem ativamente atividades que potencializam a geração de emprego e comércio local. Assim, tal achado pode ser ilustrado pela fala do participante E2:

Pra você ter uma ideia, gera uma renda pra uma cadeia imensa. Por exemplo, tem um rapaz aqui, que ele faz frete, ele tem uma kombi. Então, no dia que tem visita pra ele é massa. Ele fica à disposição da gente o dia todo pra carregar, carregar equipamento de som, carregar Alfaia, carregar figurino, entendeu? Então assim, gera renda pra esse cara, ele não é ligado ao Turismo Criativo, mas indiretamente ele tá, né, sendo beneficiado, é um serviço extra pra ele. Tem a senhora que faz tapioca. Quando tem visita: -Vai ter visita? Vou botar minha tapioca pra vender (E2, 525-533)

Os aspectos positivos da exploração econômica do turismo se contrapõem a precarização do trabalho da mão de obra local, que executa funções menos qualificadas e com baixo rendimento. Nesse sentido, Alves (2014) resalta que as funções mais especializadas costumam ser exercidas por pessoas externas à comunidade em razão da demanda por conhecimentos especializados na execução das tarefas relacionadas ao turismo. Tal fator é somado à baixa formação local, uma vez que o acesso à educação tende a ser limitado para a parcela pobre da população. A fala do

participante E2, exemplifica isso:

Outra coisa também é a valorização, que eles não estipulam cachê, a gente chama o grupo, o grupo vem. Eles não sabem quanto vão receber, não sabe valor nenhum e também não questionam, mas quando recebem por pequeno que seja eles se sentem valorizados por tá recebendo uma coisa que eles já faz no seu dia a dia, que ele faz por amor, né. Quando a gente recebe reconhecimento, recebe um pagamento por uma coisa que a gente gosta de fazer, é gratificante (E2, 576-581).

Outro fator que dificulta a redução de pobreza extrema da população carente acontece por meio do desenvolvimento de atividades turísticas criativas em meio à sazonalidade, a qual reverte a diminuição do número de visitantes, a descontinuidade da geração de renda e o afastamento das pessoas para exercer outras atividades laborais (Silva et al, 2020). A fala do entrevistado E3 ajuda a exemplificar essa evidência:

A desvantagem que eu queria que fosse toda semana, né. (kkkkkkk) não fosse de vez em quando, dois meses, três meses. Fosse toda semana um grupo desses seria maravilhoso, né, para gente. Seria muito bom. A desvantagem é só essa, porque assim os pacotes demora. Se fosse toda semana... aí a desvantagem é essa. (E3, 439-442)

A segunda meta estabelecida para alcançar o ODS 1 é até 2030, que consiste em reduzir, pelo menos, à metade a proporção de homens, mulheres e crianças, de todas as idades, que vivem na pobreza, em todas as suas dimensões, de acordo com as definições nacionais. A pobreza é um fenômeno multidimensional e assumir o critério de insuficiência de renda para determinar quem se caracteriza como pobre ou não. Essa demarcação consiste em buscar minimizar os critérios baseados nas necessidades e capacidades dos indivíduos, de modo que a meta dois pondera as (2) carências sociais do indivíduo.

O cenário específico do bairro da Bomba do Hemetério remonta ao contexto amplo de historicidade da organização da cidade do Recife – PE de forma a excluir as camadas populares dos espaços centrais, reforçando aspectos estruturais da relação de poder entre periferia e centro que acarretam limitações de acesso dos moradores a condições dignas de moradia, educação e alimentação, além da precária estrutura familiar (Vieira & Gastal, 2021). Conforme explicitado na fala do participante E5:

Porque o meu sonho é ter aula de costura, aula lá pras mães que não sabe ler, que na nossa comunidade tem muitas crianças, muita gente adulta que não sabe ler, não sabe assinar seu nome. (E5, 499-501)

A desigualdade nas relações de poder também está presente no vínculo estabelecido entre indústria global do turismo e as comunidades locais que desenvolvem o turismo criativo, perpetuando a lógica excludente de organização da cidade. As decisões tomadas acerca do desenvolvimento turístico ocorrem por parte de grandes corporações que ditam os produtos a serem comercializados,

restando ao turismo criativo local limitar-se a nichos de mercado, com poucas inclusões e muitas exclusões (Spenceley & Meyer, 2012). Como retrata o participante E1 a respeito da dificuldade em divulgação e comercialização dos produtos turísticos criativos pelas agências turísticas.

a gente tem esse poder aqui no bairro de fazer isso, mas é chegar, chegar na mídia, chegar na agência, no grande é muito difícil. Eles ficam com pé atrás, inventa mil e uma coisa, dizendo que não pode, que não vê, que não tem possibilidade da gente, por enquanto, entrar lá e de mostrar o produto da gente. Não sei, não sei por que essa resistência toda, mas um dia a gente vai chegar lá. (E1, 679-683)

Outro aspecto abordado pelos moradores da Bomba do Hemetério diz respeito à temática do meio ambiente, ao explicitar que é preciso a adequação da infraestrutura do bairro para receber os turistas para interagir com os elementos carnavalescos que identificam culturalmente o bairro e se apresentam como ativo criativo explorado economicamente pelo turismo. A destinação correta dos resíduos sólidos constitui um dos desafios enfrentados e mitigados por meio de ações conjuntas entre moradores e poder público. Corroborando com Alves (2014) ao apontar que investimentos em infraestrutura turística pode trazer melhoria em serviços essenciais como a coleta de lixo para a população receptora. Os trechos das entrevistas dos participantes E3 e E2 ilustram o discutido:

O destino correto do lixo, implantação de uma compactadora de resíduos sólidos, discutindo questões ambientais do município, melhorias pro bairro para que o turista pudesse vir ao bairro e não encontrar, que na época a gente tinha uma grande dificuldade com a grande quantidade de lixo pelos meio da rua. Então isso foi conseguido também um ativo para Comissão, foi que a gente conseguiu reduzir em 80% a quantidade de resíduos sólidos pelo meio da rua e isso com campanhas de mutirão, parceria com a Prefeitura do Recife, com a Secretaria do Meio Ambiente e outros órgãos. (E3, 102-108)

O encontro e vivência com pessoas diferentes também é um aspecto positivo pelos entrevistados, que ressaltam que o uso da linguagem e da expressão cultural dos anfitriões foi oportunizado pelo turismo criativo. A dinâmica de troca de valores e experiências própria do turismo criativo e de seu incentivo ao uso da criatividade provoca a aproximação de diferentes culturas e estilos de vida, entre residentes e visitantes (Arandjelovic, 2015). As mudanças ocasionadas pelos diálogos entre os atores assumem papel positivo, quando impulsionam a população residente a utilizar o poder da linguagem e de expressão para revitalizar a comunidade local, ao tempo em que tomam consciência da realidade de limitação social e pobreza que os cerca e procura mudar a realidade social em que estão inseridos de maneira coletiva (Alves, 2014). A fala do participante E1 explicita isso:

Eu acho que a maior inovação da gente do turismo foi a linguagem que a gente começou, passou a adotar, né. Porque a gente é um grupo de cultura popular e nem sempre a gente tem possibilidade de

se expressar e falar quem somos nós. A gente é contratado para fazer uma apresentação, chega no lugar, pega o microfone pra cantar, apresenta as pessoas dançando e pronto. A gente nunca teve essa abordagem do linguajar, de falar quem é você, do que você faz, né. Como você faz, da onde vem aquele material. (E1, 1093-1098)

A terceira meta estabelecida para alcançar o ODS 1 é implementar, em nível nacional, medidas e sistemas de proteção social adequados, para todos, incluindo pisos, e até 2030 atingir a cobertura substancial dos pobres e vulneráveis. O poder público atua diretamente na implementação do (3) sistema de proteção social ao estabelecer os parâmetros para inclusão do indivíduo como beneficiário dos programas existentes para atenuar o problema da desigualdade social e da pobreza. No Brasil, o Programa Bolsa Família se destaca pela contribuição na redução do número de pessoas extremamente pobres. A concessão do benefício do Bolsa Família segue parâmetros monetários e não está vinculada as atividades turísticas criativas (Araújo & Flores, 2017). A limitação de renda de alguns moradores da Bomba do Hemetério, amplificada pela sazonalidade das atividades turística criativa na localidade, justifica a inserção dos sujeitos no programa brasileiro de distribuição de renda, como relatado pelo participante E5:

Porque tem muitos que recebe Bolsa Família, né. Aí assim, a mãe tem medo de perder o Bolsa Família, porque aquilo ali já quer dá uma ajuda, sabe? Então assim, isso aí que a gente não pode tá desistindo, essas coisas que a gente nunca deve tá desistindo, nem dos... das crianças e dos adolescentes, sabe? Nem da nossa agremiação. (E5, 511-514)

A quarta meta estabelecida para alcançar o ODS 1 até 2030, garantir que todos os homens e mulheres, particularmente os pobres e vulneráveis, tenham direitos iguais aos recursos econômicos, bem como o acesso a serviços básicos, propriedade e controle sobre a terra e outras formas de propriedade, herança, recursos naturais, novas tecnologias apropriadas e serviços financeiros, incluindo microfinanças. A viabilização do (4) acesso aos recursos econômicos e serviços básicos representa um dos desafios enfrentados pelos produtores de atividades turísticas criativas da Bomba do Hemetério, pois a falta de capital, relatada pelo participante E1 “porque você não tem capital de giro, pra poder fazer isso girar, né. Pra construir, pra fazer uma camisa, fazer... tudo isso é custo, que a gente não teve” (E1, 699-700) e de conhecimento para acessar o mercado limitam as oportunidades de ampliação dos negócios deles, como visto na fala do entrevistado E1: “Agora nada de financiamento não, direto não. É até motivo de a gente algumas vezes a gente conversar sobre isso” (E1, 694-695).

Apesar das dificuldades de acesso a recursos financeiros e microcrédito, outras oportunidades se apresentam para os moradores em razão do desenvolvimento do turismo criativo, tais como o desenvolvimento de competência com formação profissional no Brasil e no exterior e acesso a espaços de convivência dos quais eram excluídos anteriormente por falta de mecanismos de inclusão social (Alves, 2014). As falas dos entrevistados E1 e E2 demonstram tal evidência:

Mas a gente não recebe não, financeiramente não recebe, só

formação, basicamente isso, formação, formação dentro do Estado e fora do Estado. A gente já foi pra São Paulo, passamos uma semana lá no São Paulo, tudo pago pela... passagem aérea, hospedagem, tudo. Então, tudo isso. A gente sempre recebe, ainda recebe, quando a gente precisa do SEBRAE, do SENAC, a gente sempre tem as portas abertas por lá. (E2, 327-331).

Eu fui convidado para ir para Londres, em 2018, onde fui palestrar lá na Universidade da Climéria, a Universidade da Rainha, né, sobre economia criativa e novamente foi um espanto, quando todo mundo só se falava na economia da moda, gráfico, a design, muita coisa e quando eu fui falar do Turismo foi espanto geral, porque até então ninguém falou nada de turismo lá. (E1, 129-133).

As dificuldades relatadas pelos produtores culturais em suas experiências como residentes e ofertantes de atividades de turismo criativo no bairro foram agravadas pela pandemia da COVID-19, cujas repercussões imediatas no campo da saúde, reverberam pelas dimensões econômicas e sociais. No turismo, os efeitos da pandemia ocasionam problemas como a perda de emprego, a redução de salários e o fechamento temporário ou definitivo de empreendimentos hoteleiros, de eventos e de entretenimento (Guimarães et al, 2020). Isso fica visível na fala do entrevistado:

Como eu falei para você [o turismo criativo] é uma questão que demanda um pouco de investimento e já vinha com dificuldade, depois dessa pandemia a gente ficou com maiores dificuldade ainda de subsistir desse processo. (E4, 204-207)

De forma conjunta, os relatos dos entrevistados corroboram com o entendimento de que o turismo criativo se apresenta como abordagem que impulsiona a melhoria da qualidade de vida, mas as falas dos produtores também evidenciam questões que permanecem obscurecidas ou fragilizadas com o desenvolvimento das atividades de turismo criativo na região, a exemplo acesso a linhas de crédito. Nesse sentido, o potencial do turismo criativo em contribuir para a redução da pobreza se revela limitado na localidade investigada. O contexto pandêmico, o pouco acesso a linhas de crédito e às agências de turismo para comercialização ampla dos produtos turísticos criativos são fatores que dificultam o direcionamento das atividades para a melhoria das condições de vida dos indivíduos ofertantes do turismo criativo

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo se desenvolveu a partir da seguinte pergunta de pesquisa: como o turismo criativo pode contribuir para o alcance do ODS número 1 de erradicação da pobreza? No estudo de caso realizado, foram identificadas **elementos** facilitadores e limitadores de contribuição das atividades do turismo criativo para mitigação da pobreza no âmbito local. As evidências positivas indicam que o turismo criativo pode contribuir para a (1) Geração de Oportunidades econômicas, como emprego e renda, (2) redução das carências sociais, como ausência de liberdade de discurso, baixa autoconfiança. Em contrapartida, possui influência reduzida nos aspectos estruturais da pobreza

relacionados ao (3) acesso ao sistema de proteção social e (4) acesso aos recursos econômicos e a serviços básicos, bem como (5) vulnerabilidade a eventos extremos.

A geração de melhorias econômicas é contribuição já esperada das modalidades de turismo, mas o turismo criativo se destaca pelo fato de ampliar o circuito turístico para localidades marginalizadas, as quais passam a ter acesso aos meios de produção das atividades. Por outro lado, é visível a precarização das condições de trabalho, em função da sazonalidade da demanda de visitantes e da baixa remuneração dos prestadores de serviços complementares. A redução de carências sociais relacionadas ao desenvolvimento do turismo criativo auxilia na inclusão social, porém, percebe-se que as desigualdades sociais e nas relações de poder continuam a exercer papel excludente na vida da comunidade.

O acesso ao sistema de proteção social está atrelado aos parâmetros monetários da pobreza. Esse quesito é fragilizado pelas dimensões sociais e ambientais inseridas no contexto de comunidades vulneráveis, uma vez que o acesso aos recursos econômicos e aos serviços básicos é restrito em função da falta de escolaridade da população. As pessoas tendem a ficar presas aos limitados benefícios que advêm de programas governamentais e isso sugere que o desenvolvimento do turismo criativo pouco contribui para a empregabilidade formal. Além do mais, a vulnerabilidade a eventos externos se mostra algo presente na comunidade, em virtude das fragilidades relacionadas a estrutura familiar, moradia e educação.

As contribuições e limitações da abordagem do turismo criativo no sentido de fomentar a redução da pobreza de acordo com o estudo de caso realizado sugere que a discussão a respeito das implicações do turismo criativo para a promoção da sustentabilidade nas localidades é temática a ser explorada nos estudos organizacionais e urbanos. Uma direção de novas pesquisas é a realização de estudos que verifiquem a percepção dos moradores locais em relação às oportunidades geradas pelo turismo criativo, quando estes não são ofertantes de atividades turísticas.

A análise da relação entre turismo criativo e pobreza precisa ser aprofundada e aplicada em contextos diversos, inclusive nas formações de políticas públicas e arranjos institucionais destinados a fomentar esse tipo de turismo. A atuação das redes de fomento em direcionar o turismo criativo para práticas de consumo e produção sustentáveis também é algo que requer aprofundamento empírico e teórico. Em relação ao processo de avaliação e ao processo de mensuração dos resultados alcançados com os esforços de planejamento no turismo, existe a necessidade de pesquisas que objetivem estabelecer parâmetros subjetivos de avaliação que representem as demandas sociais, além dos fatores exclusivamente econômicos. Este estudo contribui para a sociedade e comunidade acadêmica à medida que fomenta o debate a respeito das dimensões da pobreza e visibiliza a voz dos moradores de periferias em suas relações com o turismo criativo vivenciado. O objetivo é subsidiar novos questionamentos teóricos e práticos que tornem a atividade turística criativa um meio para melhorar a qualidade de vida da população vulnerável.

## REFERÊNCIAS

- Alves, M. B. (2014). "Turismo e Desenvolvimento Local: a qualidade de vida sob a ótica da população do Arraial de Conceição do Ibitipoca- MG". *Revista Turismo Em Análise*, 25(3), p. 628-648.
- Arandjelovic, B. (2015). "UNESCO city of design and historical heritage". *Cities*, 43, p. 78-91.
- Araújo, V. & Flores, P. (2017). "Redistribuição de renda, pobreza e desigualdade territorial no Brasil". *Revista de Sociologia e Política*, 25(63), p. 159-182.
- Ashley, C., & Mitchell, J. (2007). *Assessing how tourism revenues reach the poor* (ODI Briefing Paper No. 21). London: Overseas Development Institute.
- Ashton, M. S. G., Tomazzoni, E. L., & Emmendoerfer, M. L. (2014). "Elementos para a validação de cidades criativas como destinos turísticos competitivos". *TURyDES*, 7(17).
- 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.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Bauman, Z. (2003) "De peregrino a turista, o una breve história de la identidade". In: Hall, S.; Du Gay, P. *Cuestiones de identidad cultural!* Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- Brasil. (2018) "Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2018-2022: mais renda e emprego para o Brasil". Brasília.
- Creswell, J. W. (2014). "Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa-: Escolhendo entre Cinco Abordagens". Penso Editora.
- Dias, Á., González-Rodríguez, M. R., & Patuleia, M. (2020). "Developing poor communities through creative tourism". *Journal of Tourism and Cultural Change*, p. 1-21.
- Duxbury, N., Bakas, F. E., de Castro, T. V., & Silva, S. (2021). "Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism". *Sustainability*, 13(1), p. 2.
- Emmendoerfer, M. L. (2019). "Creative tourist regions as a basis for public policy". In *A Research Agenda for Creative Tourism*. Edward Elgar Publishing.
- Hák, T., Janoušková, S., & Moldan, B. (2016). "Sustainable Development Goals: A need for relevant indicators". *Ecological Indicators*, 60, p. 565-573.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010) "CENSO Demográfico: Resultados do universo: características da população e domicílios".
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2015). "Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira ". Rio de Janeiro: IBGE, 2015.
- Jannuzzi, P. M., Martignoni, E. M., & Souto, B. F. (2020). Programa Bolsa Família e sua contribuição para redução da pobreza no Brasil. *Revista Brasileira de Avaliação*, 4, 40-61.
- Khamis, R. B. M., & da Silva Alves, J. (2018). "A redução das desigualdades no Brasil e o objetivo desenvolvimento sustentável nº 10". *JURIS-Revista da Faculdade de Direito*, 28(2), p. 135-154.
- Lavinas, L. (2018). "Pobreza: métricas e evolução recente no Brasil e no Nordeste". *Cadernos do Desenvolvimento*, 5(7), p. 126-148.

- ONU- Organização das Nações Unidas (2019). "Sustainable development goals. New York: United Nations".
- Ohridska-Olson, R. V., & Ivanov, S. H. (2010). "Creative tourism business model and its application in Bulgaria". In *Proceedings of the Black Sea Tourism Forum/Cultural Tourism–The Future of Bulgaria*.
- WB – Work Bank. (2016) Poverty and shared prosperity 2016: taking on inequality. Washington, DC: World Bank.
- 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), p. 609-639.
- 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), p. 46.
- Richards, G. (2009). "Creative tourism and local development." *Creative Tourism: A global conversation*, p. 78-90.
- Richards, G. (2014). "Creativity and tourism in the city". *Current issues in Tourism*, 17(2), p. 119-144.
- Richards, G. (2018) "*Panorama of Creatice Tourism Around the Word*". Seminário Internacional de Turismo Criativo, Recife-Brazil.
- Richards, G. (2020). "Designing creative places: The role of creative tourism". *Annals of tourism research*, 85, p. 102 -122.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). "Exploring creative tourism: Editors introduction", *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4 (2), p. 1-11.
- Silva, P. V., Platen, D. E., & Mondo, T. S. (2020). "Turismo de eventos no combate sazonalidade: o Floripa conecta 2019". *Revista Turismo & Cidades*, 2(4), p. 145-161.
- Spenceley, A., & Meyer, D. (2012). "Tourism and poverty reduction: Theory and practice in less economically developed countries". *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), p. 297-317.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). "Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation". *Current Issues in Tourism*, 23(7), p. 867-879.
- Urošević, N. (2012). "Cultural identity and cultural tourism: Between the local and the global (a case study of Pula, Croatia)". *Singidunum journal of applied sciences*, 9(1), p. 67-76.
- Vieira, J. P. & Gastal, S. A. (2021). "Turismo, inclusão e exclusão: o discurso da periferia em Caxias do Sul-RS, Brasil". *Turismo: Visão e Ação*, 23(1), p.132-147.
- WTTC- World travel and tourism council. *Travel & Tourism: Economic Impact*, 2018.
- Zapata, T., Gonçalves, E., Zapata, K., Melo, M., & Paixão, P. (2011). "A experiência de desenvolvimento local na Bomba do Hemetério: um olhar sobre a concepção pedagógica". Recife: IADH.