

# Turismo criativo e turismo de base comunitária: congruências e peculiaridades

Magnus Luiz Emmendoerfer <sup>1</sup>  
Werter Valentim Moraes <sup>2</sup>  
Brendow de Oliveira Fraga <sup>3</sup>

**Resumo:** Parte-se do pressuposto que o Turismo Criativo (TC) se apresenta como uma nova forma de turismo contemporânea que necessita de debates acerca do seu termo e de seus elementos constitutivos para diferenciá-lo com adequabilidade e evitar ambiguidades com outros termos relevantes praticados, e mais consolidados, entre pesquisadores e profissionais do turismo, como é o Turismo de Base Comunitária (TBC). Neste sentido, o objetivo desta pesquisa de cunho teórico é descrever as congruências e as peculiaridades entre os termos TBC e TC. Para tanto, empregou-se o método bibliográfico. Como resultados, apesar da existência de elementos congruentes, observou-se também peculiaridades em cada um dos termos que permitem a distinção entre essas duas formas de turismo, desde que o TC não seja uma estratégia incremental as práticas já existentes de TBC.

**Palavras-chave:** Criatividade. Economia da experiência. Atrativos turísticos.

## 1. INTRODUÇÃO

Um aspecto intrínseco e ao mesmo tempo desafiador nos estudos em turismo é a presença de uma pluralidade de terminologias, nomenclaturas e classificações que são atribuídas as diversas formas de turismo que compõem este campo de conhecimento. Se por um lado, essa pluralidade é importante para diferenciar determinadas práticas de outras, a fim de possibilitar análises mais precisas. Ao mesmo tempo, a incipiente caracterização de cada nova forma de turismo, em comparação com outra forma tradicionalmente conhecida, mas *a priori* semelhante, pode colocar em risco o entendimento e o uso preciso de definições constitutivas, importantes para os estudos científicos em turismo.

Os estudos realizados nos últimos anos sobre o tema turismo criativo trazem evidências de que este termo não está bem disseminado e consolidado entre pesquisadores. Porém, percebe-se que este termo emerge alicerçado no argumento de que há uma conjuntura socioeconômica em que as formas de turismo tradicionalmente conhecidas não têm sido suficientes para contribuir

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciências Humanas: Sociologia e Política, Universidade de Minas Gerais. Docente PPGAdm e Líder do Grupo de Pesquisa em Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos na Universidade Federal de Viçosa, MG, Brasil. E-mail: [magnus@ufv.br](mailto:magnus@ufv.br)

<sup>2</sup> Doutor em Ciência Florestal e Membro-Consultor em Turismo de Base Comunitário no Grupo de Pesquisa em Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos, Universidade Federal de Viçosa, MG, Brasil. E-mail: [wvmoraes@hotmail.com](mailto:wvmoraes@hotmail.com)

<sup>3</sup> Bacharelado em Administração e Pesquisador no Grupo de Pesquisa em Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos, Universidade Federal de Viçosa, MG, Brasil. E-mail: [brendowfraga@gmail.com](mailto:brendowfraga@gmail.com)

com o crescimento e o desenvolvimento territorial, conforme é indicado em relatório da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO (2006).

Esse argumento pode ao mesmo tempo sinalizar os limites de alcance de determinadas formas de turismo, como também pode induzir a criação de novas práticas de turismo, que em essência, podem não necessariamente denotar novas formas, devido a existência de características aparentemente semelhantes a outras de turismo, e que ainda não foram suficientemente descritas, argumentadas e discutidas na comunidade acadêmica.

Para Richards (2011), um dos principais pesquisadores e difusores do termo turismo criativo na comunidade científica internacional, indica em seus estudos que algumas das principais características associadas a este termo seria: coprodução de bens e serviços culturais e aquisição de experiências significativas, que geram aprendizagens, em comunidades autênticas que detém conhecimentos diferenciados, de interesse dos turistas.

Essas características do turismo criativo *per se* podem gerar dúvidas, imprecisões e inquietudes entre pesquisadores, que podem levar a realização de trabalhos superficiais, equivocados e podem não contribuir para o avanço científico em turismo. Esta situação aparenta estar acontecendo em relação a determinadas formas de turismo, ao se articular preliminarmente essas informações do Turismo Criativo (TC), com conhecimentos produzidos sobre Turismo de Base Comunitária (TBC). Isso é evidenciado ao se observar as características do turismo criativo, indicadas Richards (2011), que também seriam aplicáveis ao TBC, o que não denotaria diferenças entre TC e TBC. Então, são termos, cujas discussões e práticas, são essência de uma mesma coisa? Ou, são esses termos fidedignos de diferenciação? Ou seja, são coisas diferentes?

Entende-se como “coisa” aquele objeto que segundo Durkheim (2002) pode ser observável, contemplando inferências que não emanam de “achismos”, geradores de distorções da realidade, mas sim de evidências de pesquisas rigorosamente elaboradas.

Diante desta situação problema, parte-se do pressuposto que o turismo criativo se apresenta como uma nova forma de turismo contemporânea que necessita de debates acerca do seu termo e de seus elementos constitutivos para diferenciá-lo com adequabilidade e evitar ambiguidades com outros termos relevantes praticados, e mais consolidados, entre pesquisadores e profissionais do turismo, como é o TBC. Assim, reitera-se o pressuposto anterior de que o TC seja uma forma de turismo que apresenta características distintivas daquele de base comunitária, cuja distinção não se limita à questão semântica, isto é, de termos redigidos de modo diferente.

Neste trabalho também parte-se do pressuposto que existem possíveis congruências dessas duas formas de turismo. Esta situação gera uma imprecisão conceitual devido a fatos empíricos sinalizarem algumas divergências entre as práticas de TBC e de TC. Deste modo, emerge a seguinte questão norteadora: Quais as possíveis congruências e peculiaridades entre o turismo de base comunitária e o turismo criativo?

## **2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Em relação à abordagem, trata-se de uma pesquisa qualitativa, por buscar compreender fenômenos relativos à epistemologia do turismo, que, de acordo com Godoy (1995, p.58), “envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada”.

Trata-se de uma pesquisa de cunho teórico do tipo descritiva, devido ao objetivo central deste trabalho ser: descrever as congruências e as peculiaridades entre os termos TBC e TC. Este tipo de pesquisa é algo intermediário entre as pesquisas exploratória e a analítica, o que denota um estudo nem tão preliminar como a primeira, nem tão aprofundada como a segunda, até porque o aprofundamento teórico necessita ser consubstanciado com novas pesquisas empíricas sobre esses termos.

Neste sentido, o método bibliográfico foi o empregado nesta pesquisa para a coleta e a análise dos dados, que foram cotejados a fim de atingir o objetivo desta pesquisa. Este método permite identificar características constitutivas dos termos em análise, a fim de construir quadros conceituais para se investigar a realidade, de modo que os termos TC e TBC possam ser investigados, refletidos, comparados e criticados de maneira sistemática, o que possibilita responder à pergunta de pesquisa traçada neste trabalho.

Vale mencionar que as fontes de todos os dados coletados e cotejados foram referenciadas ao final deste trabalho. Somado a isso, também foram utilizados, de forma complementar, documentos como políticas e relatórios publicados por organizações de interesse público de âmbitos nacional (Ministério do Turismo do Brasil) e internacional (entidades que integram a Organização das Nações Unidas – ONU, como a UNESCO).

Deste modo, os dados cotejados, permitiram primeiramente expor as características sobre o TBC, e em seguida sobre o TC. Posteriormente, foram correlacionados os elementos inerentes a cada uma dessas formas de turismo, identificando suas congruências e suas peculiaridades.

### **3. TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC)**

O TBC surge como uma possível alternativa para uma atividade turística massificadora e centrada no mercantilismo. Assim, o TBC para Moraes, Emmendoerfer e Costa (2013) é aquele conjunto de práticas onde as pessoas de forma coletiva em seus territórios possuem controle efetivo sobre seu desenvolvimento e gestão. E por meio do envolvimento participativo desde o início, devem proporcionar a maior parte de seus benefícios para as comunidades locais.

O TBC é uma estratégia para que populações tradicionais, independente do grau de descaracterização, frente à hegemonia das sociedades urbanas industriais, sejam protagonistas de seus modos de vida próprios, tornando-se uma alternativa possível (Sampaio & Coriolano, 2009). Esta nova

atividade apresenta uma estratégia de comunicação social para que comunidades tradicionais, com desvantagens históricas, viabilizem seus respectivos modos de vida.

Com base em Sansolo & Bursztyn (2009), para se desenvolver o TBC é importante diagnosticar as comunidades, que podem ser definidas por diferentes critérios: geográficos como um território isolado; culturas compartilhando costumes, usos e tradições; ou por funções socioeconômicas, variando por modos de produção e distribuição. Comunidades e seus modos de vida se confundem, entre elas, extrativistas, pesqueiras artesanais, agricultores familiares, indígenas, quilombolas, caiçaras e tantas outras. Estas comunidades, mesmo que ainda possuam grau de descaracterização frente à supremacia das sociedades urbanas, são identificadas como sendo tradicionais. A convivência é uma relação social que se interessa pelo outro, pelo diferente, pela autenticidade no seu jeito de falar, cantar, dançar, comer, entre outros, respeitando assim a simplicidade existente nestas comunidades.

Embora o TBC também tenha como eixo norteador integrar vivências, serviços de hospedagem e de alimentação, o que a princípio não o diferencia das modalidades de turismo, ele prioriza que tais vivências traduza o modo de vida desta comunidade receptora que na maioria das vezes são reconhecidas como populações tradicionais. Assim, o TBC pode tomar outras formas tais como a valorização de atividades turísticas existentes baseando-se nos bens naturais e culturais, resultando num aumento de receitas e de rendimentos para as comunidades locais e em incentivos para a preservação de recursos.

Para a formação do TBC, conforme UNCTAD/WTO (2005), no Projeto de Redução da Pobreza pela Exportação - PRPE as comunidades devem participar na cadeia produtiva do turismo, desenvolvendo ações agrícolas, artesanais, ambientais, de hospitalidade, de serviços específicos, artísticas e culturais e de marketing.

Para a Rede TURISOL, o TBC é a atividade turística que apresenta gestão coletiva, transparência no uso e destinação dos recursos e na qual a principal atração turística é o modo de vida da população local. Nesse tipo de turismo a comunidade é proprietária dos empreendimentos turísticos e há a preocupação em minimizar o impacto ambiental e fortalecer ações de conservação da natureza (Projeto bagagem, 2010).

Em todas estas visões acerca do TBC, estabelece-se uma relação de troca de saberes e viveres como matéria-prima para a atividade de turismo de base comunitária, complementando, alguns estudiosos apresentam certas características, conforme foram descritas por Moraes, Emmendoerfer e Costa (2013):

- O TBC deve apresentar princípios, estratégias de implementação, planos de ação e um sistema de monitoramento do seu desenvolvimento de acordo com o espectro econômico, social, cultural, natural, ambiental e político das comunidades anfitriãs (Stein, Clark & Rickards, 2003).
- O contexto do TBC envolve muitas partes interessadas. Assim, apoios na forma de compromissos a nível nacional e regional é elemento fundamental na obtenção de

financiamentos, informações, educação e experiência entre os empreendedores comunitários (Jamieson,1998).

- A fim de refletir as visões e valores de uma comunidade de destino, o processo transparente de desenvolvimento deve permitir a participação plena da comunidade. Estas partes interessadas devem ter a possibilidade de influenciar a direção do TBC (Jamal & Getz,1999).
- O TBC deve se estruturar com base em indicadores de desenvolvimento local, uma vez que o crescimento sustentável se dá a partir das tradições comunitárias (Miller, 2001).
- Os gestores do TBC precisam fornecer capacitações aos residentes, visitantes, empreendedores locais entre outros interessados a fim de aumentar a consciência do planejamento e conservação dos recursos do TBC (Sirakaya et al., 2001).

Nesta perspectiva, uma das formas de turismo sinalizadas neste trabalho, é o Turismo de Base Comunitária (TBC), sendo, pois, uma configuração de turismo ligada à sustentabilidade sociocultural e à preservação da natureza, voltada para as necessidades das comunidades na sua maioria em ambientes rurais, e, aos anseios do turista, em que o desenvolvimento econômico e a sua interação com as vivências nas comunidades locais sejam os resultados alcançados.

Sob a ótica das economias locais no setor turístico, esta modalidade do turismo é, na concepção de Grimm e Sampaio (2011), composta por empreendimentos sociais que oferecem aos seus visitantes, atividades que por seu caráter de experiência, são chamadas de vivências. Tais vivências são mais latentes, sobretudo, em visitas em unidades de conservação, hospedagens em casas de famílias e participação em festas populares locais e atividades afins.

#### **4. TURISMO CRIATIVO (TC)**

Para alguns esta é um tipo de turismo ainda desconhecido, pois não consta nos programas curriculares dos cursos que se dedicam ao estudo do turismo nas suas diversas vertentes. No entanto, trata-se de um tipo de turismo que, é cada vez mais procurado nas experiências de viagem.

Em 2004, a UNESCO iniciou um projeto denominado por Rede de Cidades Criativas, para aumentar o potencial criativo, social e econômico das indústrias culturais locais, como meio para promover as metas da UNESCO relacionadas com a diversidade cultural.

Os objetivos dessa rede de cidades criativas, segundo a UNESCO (2004; 2005; 2006) eram: a criação de oportunidades para as cidades mostrarem os seus bens culturais numa plataforma global; transformar a criatividade num elemento essencial para o desenvolvimento econômico; partilhar conhecimento através de clusters culturais, e, cultivar inovação pela troca de know-how criativo. Os temas culturais e criativos definidos pela UNESCO para a colaboração das cidades

tinham como base o folclore, o design, a música, a gastronomia e a arte associada às novas tecnologias. Em 2006, nove cidades tinham sido convidadas a participar na rede: Berlim, Buenos Aires, Bolonha, Sevilha, Montreal, Edimburgo, Santa Fé, Aswan e Popayan. A definição proposta pela UNESCO diz-nos que o TC está direcionado para uma experiência autêntica e aliciante, com o recurso à aprendizagem participativa das artes, do património ou da especificidade de determinado local.

Filipe (2009) defende que ao turismo criativo compete a existência de turistas que desejam conhecer aspectos culturais específicos dos destinos que visitam, experimentando e interagindo com a comunidade local, expressando e desenvolvendo as suas competências criativas. Ainda na visão desta autora, a criatividade no turismo é apontada como uma alternativa no desenho de modelos de desenvolvimento criativo, particularmente no desenvolvimento do turismo cultural.

Raymond e Richards (2000) foram os primeiros a descreverem o TC como forma de turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são característicos ao destino de férias que os acolhe. Esta definição tem como base uma experiência prática que é culturalmente autêntica e que o assemelha do TBC.

Desde então, tal prática ficou definida como a participação ativa dos visitantes na cultura da comunidade, por meio de oficinas interativas e experiências informais de aprendizagem, numa oportunidade de desenvolverem seu potencial criativo. É com base nesse conceito que o secretário de turismo de Porto Alegre, Luiz Fernando Moraes, deu origem ao programa de atividades realizadas na capital gaúcha. Responsável pela pasta desde 2007, o gestor afirma que a iniciativa veio de uma busca para aumentar a competitividade da cidade (Escola de criatividade, 2014).

O turismo criativo depende do turista como um sujeito coprodutor criativo e consumidor das suas experiências assim como das habilidades criativas dos criadores de experiências (Richards & Wilson, 2007). Assim, o princípio norteador do TC, pode ser interpretado como o envolvimento do turista nas experiências culturais e comunitárias que a atividade possa lhe proporcionar. O subsídio criativo lhe é fornecido, e, a este agente compete construir sua experiência a rigor de sua subjetividade.

Ruschmann (1997) ressalta a necessidade de atentar-se para os riscos do comprometimento da autenticidade e espontaneidade das manifestações culturais e ambientais. Ou seja, a atividade turística em vez de promover relacionamentos humanos, muitas vezes favorece apenas as relações econômicas, que permitem contatos superficiais e provocam dependência extrema da atividade por parte das populações receptoras.

Por outro lado, Oliveira (2006) salienta que a gestão participativa é um item criterioso no momento de aporte à atividade do turismo. Assim, se a comunidade não estiver preparada para receber o turista, seja pela deficiência de equipamentos e objetos que servem de apoio à atividade, seja por carência de preparação da coletividade, o turismo será uma atividade

meramente econômica que não gera benefícios socioculturais em comunidades autóctones. Assim, as atividades programadas no TC devem estar diretamente ligadas a estas características das comunidades receptoras.

Assim, o Turismo Criativo (TC) revela-se uma prática em que o turista vivencia os símbolos, valores e os hábitos das comunidades na sua maioria em ambientes urbanos, através da visitação e interação com determinados grupos. Esta ação configura sua experiência subjetiva acerca da cultura local, caracterizada pela interação criativa com a localidade que este turista se propôs a visitar.

Para Richards (2011) o turismo criativo é uma experiência turística autêntica resultante da participação e da aprendizagem ativas dos turistas em atividades peculiares na comunidade receptora. Os traços culturais e os produtos associados a economia criativa da comunidade seriam a base para o turismo criativo, onde o turista quer viver como o local, quer se integrar na vida local e criar algo junto, um diálogo, desenvolver a habilidade dos locais, aquilo que é intangível e inimitável. Observa-se, segundo Emmendoerfer & Ahston (2014) que turismo cultural *per se* não é turismo criativo porque este vai além da contemplação do local e da necessidade *sine qua non* de patrimônio.

Entretanto, quando o turismo cultural abrange o patrimônio imaterial das festas típicas numa demonstração que integra, interage e coproduz com o estilo de vida e o ambiente local, este passa evidenciar turismo criativo. Observa-se que a noção de criatividade está associada a cultura pela sua unicidade de gerar produtos tangíveis com valor intangível, alvo dos turistas do século XXI (Vivant, 2012).

## **5. CONGRUÊNCIAS E PECULIARIDADES ENTRE TURISMO DE BASE COMUNITÁRIA (TBC) E TURISMO CRIATIVO (TC)**

O turismo propicia várias manifestações culturais, as quais podem estar sendo desvirtuadas em função de como estas apresentações estão sendo inseridas no contexto social. É fato que o turismo é uma mola propulsora do desenvolvimento local, quando se baseia na manutenção da identidade sociocultural dos destinos turísticos, construindo um relacionamento sadio entre hóspedes e hospedeiros.

Para que a atividade turística possa ser desenvolvida com os mínimos impactos socioculturais, deve ser realizado diagnósticos participativos com as comunidades receptoras, quando deve ser identificado os atrativos locais que possibilite a gestão participativa do turismo e o desenvolvimento endógeno da região.

Para tanto, esses diagnósticos podem ser realizados com base na proposição exposta no Quadro 1, o qual foi motivado pelo problema e objetivo desta pesquisa. Este quadro apresenta um

esquema para discussão de congruências e peculiaridades entre Turismo de Base Comunitário (TBC) e Turismo Criativo (TC), ambos descritos nas seções anteriores neste trabalho.

<b>TURISMO DE BASE COMUNITÁRIO – TBC</b>	<b>TURISMO CRIATIVO – TC</b>
Preferencialmente rural	Predominantemente urbano
Gestores internos à comunidade em condição <i>sine qua non</i> .	Gestores externos e/ou internos a comunidade
Atores sociais moradores, tomadores de decisão e líderes da comunidade anfitriã	Atores sociais não necessariamente da comunidade receptora
Benefícios distribuídos na comunidade Anfitriã	Benefícios podem ser compartilhados externamente e de modo mais restrito, e/ou distribuídos na comunidade anfitriã
Atividades vivenciadas necessariamente internas à comunidade	Atividades vivenciadas não necessariamente internas à comunidade
Infraestrutura externa a da comunidade não é necessária nas vivências	Infraestrutura externa a da comunidade pode contribuir ou não nas vivências
Infraestrutura interna é valorizada nas vivências	Infraestrutura interna não é necessariamente valorizada nas vivências
A criatividade é a autenticidade identificada como identidade da comunidade anfitriã	A criatividade pode comprometer a autenticidade da comunidade anfitriã
Produtos e serviços consumidos também pela comunidade anfitriã	Produtos e serviços direcionados para o público externo (turista) consumidor
Lazer vivenciado também pela comunidade anfitriã	Lazer direcionado para o público externo (turista) consumidor
Financiamentos na infraestrutura local são estratégicos e a assistência da administração pública fornece base para a recepção do turista e desenvolvimento das atividades	As atividades ligadas às vivências podem ser financiadas de acordo com a especificidade do local: a organização criativa que recebe os turistas pode ser financiada por capital próprio, por entes governamentais e/ou por capital de terceiros.
Integração da vivência, priorizando a tradução do modo de vida da comunidade receptora	Integração de vivência a rigor da subjetividade do turista
Modo de vida da população como principal atração turística.	Experiência criativa como principal atração turística.
Turista como aprendiz da cultura local e consumidor de experiências, não necessariamente em coprodução com os habitantes da comunidade.	Turista necessariamente como consumidor de experiências e como aprendiz por meio da coprodução de bens ou serviços com os habitantes nativos ou não da comunidade receptora.
Busca o desenvolvimento da comunidade em territórios não necessariamente estimuladores a criatividade	Contribui para o desenvolvimento de territórios criativos
Desenvolvimento predominantemente associado a sustentabilidade e no empoderamento de comunidades em determinados territórios na cidade ou aglomeração de cidades, como unidades de conservação.	Desenvolvimento predominantemente associado a cidades criativas, cujo foco produção de valor simbólico para o turista.

**Quadro 1: Esquema para discussão de congruências e peculiaridades entre Turismo de Base Comunitário (TBC) e Turismo Criativo (TC).**

Fonte: Elaboração própria.



Compreende-se, pois, que nestas formas de turismo, a produção simbólica em uma determinada região, sob a unidade de um determinado grupo étnico comporá a forma básica do turismo naquela localidade.

Richards (2011) e Emmendoerfer e Ashton (2014) consolida as delimitações do turismo criativo ao concebê-lo com uma atividade que se baseia na aprendizagem ativa dos turistas com a comunidade e no diálogo com os símbolos presentes nas atividades locais. Neste sentido, a possibilidade de criar junto, de construir(se) através da interação, fazem com que o TC possa ser uma atividade de agregação de valor para uma forma de turismo predominante, como o TBC, pois não está ligado a delimitações territoriais.

Ele vai além da atividade econômica do turismo e proporciona ao usuário, valores imensuráveis, uma vez que a experiência subjetiva seja o fator chave para a constituição do resultado das entregas do TC.

Já o TBC pode ser enxergado com uma modelo de turismo que não permite ser uma forma complementar a outro turismo já existente, pois pode comprometer a autenticidade da comunidade. Neste modelo turístico, as potencialidades da atividade devem ser voltadas essencialmente para a revitalização da economia rural.

No turismo de base comunitária, o conjunto de valores e crenças da comunidade, bem com seu cunho sustentável, com atividades relacionadas às relações com a natureza, conforma um patrimônio comunitário, cuja configuração de turismo vigente tem a finalidade de preservar esta estrutura.

Deste modo, é possível traçar de modo comparativo que ambas as formas de turismo se lançam à preservação de símbolos e signos socioculturais a fim de se promover uma experiência superior na atividade turística.

TC e TBC, em termos conceituais se encontram em muitos aspectos, como por exemplo, na atuação sobre o patrimônio cultural, definido por Gonçalves (2005, p.16) como “elementos mediadores entre os domínios sociais e simbolicamente construídos de uma localidade”, com vistas à integração entre culturas e eliminação de barreiras.

Nesta perspectiva, um importante elemento que reúne abrangências teóricas destas duas formas de turismo é a identidade territorial, definida como “uma identidade social definida através do território [...] que não existe sem identificação e valorização simbólica (positiva ou negativa) do espaço pelos seus habitantes” (Haesbaert, 1999, p.172).

Ambas as formas de turismo, se articulam por construções identitárias, com a afirmação e simbolização de territórios locais, com a articulações de agentes para ativar, aviar e compreender as manifestações do indivíduo em determinado destino, convidado o excursionista a fazer parte e incorporar em sua individualidade, as vivências e formas de ver o mundo de uma realidade específica.

O TC parte da premissa de geração de valor econômico e social através da criatividade e da inventividade humana. O TBC se fundamenta nos processos de autogestão e articulação das

camadas sociais. Todavia a forma com que desempenham este paradigma é congruente, pois perpassa a experiência cultural, a valorização da cultura local, a construção de identidades e experiências integradoras, que no concerne à consolidação da cultura local.

Portanto, as principais peculiaridades entre estas formas de turismo encontram-se relacionadas às experiências e aos aspectos culturais materializados ao longo da experiência turística, onde há uma troca da massificação por uma vivência autêntica, mais próxima da realidade local como, segundo Yázigi (2009), uma visita à alma do lugar e, portanto das pessoas que o habitam com sua identidade, bagagem cultural e seu patrimônio como bem maior.

## 6. CONCLUSÕES

Para se consolidar uma epistemologia do turismo, Neto e Trigo (2003) mencionam que são necessárias abordagens de estudiosos sobre os mais referidos aspectos no campo, tratados de forma interdisciplinar e de forma sistemática, sob sólidas construções conceituais. Neste sentido, este trabalho é um pontapé inicial em relação as discussões sobre turismo criativo em interface com o turismo de base comunitária. Isso é importante não somente como uma contribuição teórica para fins de distinção terminológicas entre formas de turismo, como também é uma contribuição empírica para subsidiar análises dessas práticas no dia a dia.

Assim sendo, constata-se que ambas as formas de turismo comparadas nesta pesquisa proporcionam a seus usuários uma experiência culturalmente autêntica e a integração das experiências. Desta forma, torna-se contundente salientar que o TBC vive da articulação das camadas sociais para atividade turística, ao passo que, ainda que não seja condição básica, no TC, caso não haja uma gestão participativa no setor, o turismo assume um cunho meramente econômico. Deste modo, as descrições aqui realizadas apontam para o fato de que práticas de TBC e TC, o aspecto de maior congruência é a ascensão da identidade sociocultural do destino turístico. Apesar da existência desses elementos congruentes, observou-se também peculiaridades em cada um dos termos que permitem a distinção entre essas duas formas de turismo, desde que o TC não seja uma estratégia incremental as práticas já existentes de TBC.

Observou-se que o TBC é uma forma de turismo que tem como principal ativo, o fator humano enquanto ser social, de modo a promover uma afirmação cultural e antropológica de seu território, bem como tornar mais visível a identidade e as manifestações das pessoas que compõem este local, enquanto destino turístico.

O turismo criativo por sua vez, trabalha em um plano, onde a criatividade e a produção de valor simbólico orientam o fluxo turístico, funcionando com uma forma de turismo capaz de realizar a conexão de saberes, pelo intercâmbio de experimentações e sensações, associadas a identidade do destino turístico. Logo observou-se a função do TC de atender às demandas de seu público, composto por turistas que buscam produtos inovadores, caracterizados por roteiros e produtos que lhes permitam desfrutar e vivenciar da cultura da localidade. Assim, o turismo

criativo pode ser tanto uma forma de turismo per se quanto uma estratégia de incremento as formas de turismo já existentes na realidade, como o TBC.

Por fim, diante da incipiência dos estudos sobre turismo e criatividade, outra contribuição deste trabalho foi apresentar elementos que podem ser aplicados para a elaboração e validação de projetos de turismo criativo, associados ou não, ao turismo de base comunitária. Todavia, a efetividade desta contribuição requisita aplicações empíricas, que dependerão da compreensão e da importância que os gestores públicos e privados, bem como os pesquisadores e profissionais de turismo irão atribuir à cultura e criatividade integrada ao turismo enquanto vetor de desenvolvimento e de diferenciação de territórios na contemporaneidade. E isso requer mais discussões, consubstanciada pela criação de agendas de pesquisa interinstitucionais, inclusive em interface com atividades de extensão, sobre turismo criativo associado as formas de turismo já existentes.

## 7. REFERÊNCIAS

- Durkheim, E. (2002). *As regras do método sociológico: texto integral*. São Paulo: Martin Claret.
- Emmendoerfer, M. L. & Ashton, M. S. (2014). Territórios Criativos e suas Relações com o Turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 7(4), 459-468.
- Escola de criatividade. (2014). Recuperado em <http://escoladecriatividade.com.br/2013/12/turismo-criativo-surge-como-alternativa-a-padronizacao-de-servicos/>
- Filipe, C. S. M. (2009). *Andanças do turismo criativo*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.
- Gonçalves, J. R. S. (2005). Ressonância, materialidade e subjetividade: as culturas como patrimônios. *Horizontes Antropológicos*, 11(23), 15-36.
- Grimm, I. J., & SAMPAIO, C. (2011). Turismo de base comunitária: convivencialidade e conservação ambiental. *Revista Brasileira de Ciências Ambientais*, 57-68.
- Godoy, A. S. (1995). Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. *Revista de administração de empresas*, 35(2), 57-63.
- Haesbaert, R. (1999). Identidades territoriais. In R. Haesbaert (org.). *Manifestações da cultura no espaço* (pp.169-190). Rio de Janeiro: EdUERJ.
- Jamal, T., & Getz, D. (1999). Community roundtables for tourism related conflicts: The dialectics of consensus and process structures. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3), 356–378.
- Jamieson, D. (1998). Sustainability & Beyond. *Ecological Economics*, 24, 183–192.
- Miller, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers. *Tourism management*, 22(4), 351-362.
- Moraes, W. V.; Emmendoerfer, M. L. & Costa, N. M. C. (2013). Las buenas prácticas del turismo de base comunitaria en el territorio de la Serra do Brigadeiro (Minas Gerais, Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(6), 1074-1095. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N06/v22n6a04.doc.pdf>.
- Neto, A. P. & Trigo, L. G. G. (2003). *Turismo: política, ciência e sociedade*. São Paulo: Aleph.

- Oliveira A. M. (2006). Ensaio teórico: o significado da cultura para o turismo com base local. *Caderno Virtual de Turismo*, 6(4), 1-9.
- Projeto Bagagem. (2010). *Série TURISOL de Metodologias: Parte 2 – Projeto Bagagem*. Recuperado em: [http://www.turisol.org.br/wp/wp-content/uploads/2011/02/Livreto-projeto\\_bagagem-09-parte2-2.pdf](http://www.turisol.org.br/wp/wp-content/uploads/2011/02/Livreto-projeto_bagagem-09-parte2-2.pdf).
- Richards, G. & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism management*, 27(6), 1209-1223.
- Richards, G. & Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development*. London: Routledge.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
- Ruschmann, D. (1997). *Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente*. Papyrus editora.
- Sampaio, C. A. C., & Coriolano, L. N. (2009). Dialogando com experiências vivenciadas em Marraquech e America Latina para compreensão do Turismo Comunitário e Solidário. *RBTur*, 3(1).
- Sansolo, D.G.; Bursztyn, I. (2009). Turismo de base comunitária: potencialidade no espaço rural brasileiro. In R. Bartholo, D.G. Sansolo & I. Bursztyn, *Turismo de Base Comunitária diversidade de olhares e experiências brasileiras* (pp. 142-161). Rio de Janeiro: Editora Letra e imagem.
- Sirakaya, E., Jamal, T., & Choi, H. S. (2001). Developing tourism indicators for destination sustainability. In D. B. Weaver (Ed.). *The encyclopedia of ecotourism* (pp. 411-432). New York, NY: CAB International.
- Stein, T. V., Clark, J. K., & Rickards, J. L. (2003). Assessing nature's role in ecotourism development in Florida: Perspectives of tourism professionals and government decision-makers. *Journal of Ecotourism*, 2(3), 155-172.
- UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development & WTO – World Trade Organizations. (2005). *Módulo de Treinamento para o Sucesso do Turismo Baseado na Comunidade – TBC no Âmbito do PRPE – Programa de Redução da pobreza através da Exportação*. Internacional Trade Center – ITC. 96p
- UNESCO. (2004). *Ciudades Creativas: fomentar el desarrollo social y económico a través de las industrias culturales*. Recuperado em <http://www.unesco.org/ciudadescreativas/es.pdf>
- UNESCO. (2005). *La Red de Ciudades Creativas de la Alianza Global*. Recuperado em [http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL\\_ID=31548&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=31548&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) .
- UNESCO. (2006, october). *Towards sustainable strategies for creative tourism*. Discussion report of the planning meeting for 2008 International Conference on creative tourism. Santa Fe, New Mexico. USA.
- Vivant, E. (2012). *O que é uma cidade criativa?* São Paulo: SENAC.
- Yázigi, E. (2009). *Saudades do Futuro*. São Paulo: Plêiade.