



# JUNTOS, PODEMOS MUDAR O MUNDO! MAS, ASSIM COMO CÍCERO DIAS, PRECISAMOS COMEÇAR PELO RECIFE.

Amigo(a) leitor(a),

Esse documento foi escrito pelo e para o recifense, visse? Caso tu seja de outro lugar, talvez não compreenda algumas palavrinhas. Mas, não se preocupe. Nada que um dicionário pernambuquês não resolva.

Boa leitura!



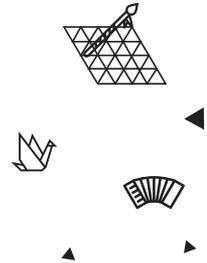
# RECIFE

PLANO DO TURISMO CRIATIVO

2019-2021



Este Plano foi feito num processo de co-criação,  
e até aqui você vai poder deixar sua contribuição.  
Aproveite e pinte à vontade!



# RECIFE

PLANO DO TURISMO CRIATIVO

2019-2021



2018



## **EXPEDIENTE**

Geraldo Julio  
**Prefeito do Recife**

Luciano Siqueira  
**Vice Prefeito da cidade do Recife**

Ana Paula Vilaça  
**Secretária de Turismo, Esportes e Lazer do Recife**

Josias Albuquerque  
**Presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae em Pernambuco**

José Oswaldo de Barros Lima Ramos  
**Diretor Superintendente do Sebrae em Pernambuco**

## **GRUPO DE TRABALHO PARA A CONSTRUÇÃO DO PLANO DE TURISMO CRIATIVO DO RECIFE:**

**Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer do Recife:**

Fernando dos Reis Simões  
José Flank Bekemball  
Karina de Farias Zapata  
Priscilla Carla Leite Marques

**Rede Nacional de Turismo Criativo - RECRIA:**

Arthur Braga de Araújo  
João Paulo da Silva

Larissa Almeida  
Renata Galvão de Melo  
Roderick Jordão de Vasconcelos Filho

### **SEBRAE/PE:**

Alexandre José Ferreira de Oliveira  
Gomes

### **Academia:**

Erick Matheus Dyonizio Mendonça  
Isabella Maria Barros Coelho Jarocki  
Marília Ferreira Paes Cesário

### **Projeto gráfico e diagramação:**

Andreza Lais Frazão Barros Rabelo  
Deyvson do Nascimento Epifanio  
Eryckles Pereira Alves  
José Flank Bekemball  
Marina de Araujo Lima Jeronymo  
Thales Henrique Meirinho Navamuel

### **Condução das oficinas ideativas:**

Arthur Braga de Araújo

### **Análise técnica e Redação:**

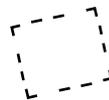
João Paulo da Silva

### **Revisão:**

Maria Lúcia Ramos Leal

### **Produção do Livro**

Cartonera Aberta | Livros artesanais e oficinas | (81) 9.9589-7777 | cartoneraaberta@gmail.com



## **MENSAGEM DO PREFEITO DA CIDADE DO RECIFE**

O Recife, por toda sua riqueza histórica, cultural e natural, é um dos mais interessantes e procurados destinos turísticos do Brasil. Mesmo com nosso recente crescimento e consolidação como opção de destino, ainda há um enorme potencial a aproveitar e revelar. Com isso em mente, a Prefeitura do Recife mobilizou a sociedade, entidades e o trade turístico para criar o Plano de Turismo Criativo do Recife, com a missão de tornar uma visita à cidade uma experiência ainda mais emocionante, rica e divertida. Levar o visitante a explorar nossas raízes de forma que a integração com a cidade seja algo natural, original e, por fim, uma experiência que agregue cada vez mais criatividade, conectando as pessoas ao ambiente urbano, às nossas atividades cotidianas, cultivando ainda mais a vontade de estar ou passar pelo Recife e sentir a cidade como nós recifenses a sentimos.

Temos muita satisfação de tornar público este documento, que faz um convite não só aos que estão visitando o Recife, mas também aos recifenses. Queremos tornar nossa cidade cada vez mais atrativa e humana para quem vive e para quem a conhece. Com aquele orgulho típico do recifense, temos consciência dos nossos valores, dos nossos diferenciais e das nossas incríveis potencialidades e queremos, cada vez mais, apresentar o nosso Recife, que tanta gente ainda não conhece. Humano, divertido, cultural, criativo, inovador, diverso e plural. Deixo meus parabéns a todos os envolvidos na produção deste Plano, e que ele cumpra a sua missão de fazer com que os que conhecem o Recife o enxerguem com os mesmos olhos que nós o enxergamos.



**GERALDO JULIO**

Prefeito do Recife



## **MENSAGEM DA SECRETÁRIA DE TURISMO, ESPORTES E LAZER DO RECIFE**

Quando a gente pensa no principal atrativo turístico do Nordeste brasileiro, a primeira imagem que vem à cabeça é o “sol e mar”, as belas praias que cortam todo seu litoral, com águas quentinhas e um colorido especial. O Recife é tudo isso, mas isso é só a beira da cidade. A capital pernambucana também se destaca quando o assunto é gastronomia, cultura, inovação e tecnologia. Tem se tornado ainda referência na ocupação dos espaços públicos com projetos e programas que provocam o cidadão recifense e os visitantes a vivenciarem a cidade, como o Lazer na Rua, a Ciclofaixa de Turismo e Lazer, o Recife Antigo de Coração e o Festival Boi Voador. E não é à toa que nós nos consideramos a “Capital da Criatividade”. Somos pura riqueza em belezas naturais, arquiteturas históricas, manifestações culturais e, porque não dizer, em resistência, irreverência e ousadia.

Nossas danças e músicas encantam mundo afora. São movimentos modernos, como o manguebeat, e tradicionais, como o frevo e o maracatu, ritmos com características tão próprias e tão nossas que fica difícil, realmente, não sentir aquele sentimento de megalomania de um bom pernambucano. O nosso Carnaval é o verdadeiro e maior Carnaval de rua do Brasil. Cada cantinho da nossa cidade emana criatividade. Temos museus e centros culturais, painéis artísticos a céu aberto, incríveis restaurantes regionais localizados nos miolos das comunidades e uma efervescência cultural e intelectual inesgotável.

São tantas as possibilidades que a gente percebeu a necessidade da criação de políticas públicas voltadas ao turismo criativo, segmento que cresce a cada dia revelando a identidade do nosso povo. Uma das nossas iniciativas está nas suas mãos neste momento. O Plano de Turismo Criativo do Recife surgiu da nossa ânsia de provocar e proporcionar vivências em que o turista e o cidadão recifense sintam a cidade fazendo parte dela. E a experiência de “fazer parte” tem aqui um significado especial, estando presente em cada uma das palavras expressas nas páginas a seguir. Isso porque, este documento nasceu após diversos encontros com a sociedade, que foi consultada em oficinas ideativas e em outros eventos, como o REC’N’Play.

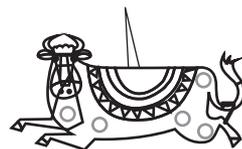
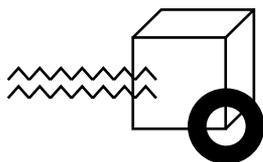
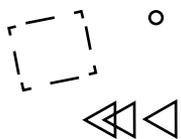


O Recife é um destino que precisa ser revelado, divulgado e descoberto por todos. Este é o nosso desafio! Incentivar os pequenos negócios - que de pequenos mesmo não têm nada - é uma forma de fortalecer o nosso turismo, promovendo transformação territorial e social. O material que você tem em mãos apresenta as diretrizes para a atuação conjunta de diversos atores e segmentos da sociedade civil, do setor privado e do poder público para os próximos três anos, de 2019 a 2021. O Plano de Turismo Criativo do Recife, pioneiro no Nordeste e lançado no Seminário Internacional de Turismo Criativo, é um grande passo e uma grande oportunidade para consolidar o Recife como a Capital da Criatividade, atraindo mais turistas para vivenciarem experiências únicas e inesquecíveis.



### **ANA PAULA VILAÇA**

Secretária de Turismo, Esportes e Lazer do Recife



## MENSAGEM DE SUPERINTENDENTE DO SEBRAE PERNAMBUCO

“A gente já sabia, mas o Sebrae mesmo assim fez pesquisa com turistas e não deu outra: recifense sabe receber bem. A hospitalidade é costume do nosso povo, e isso faz a diferença dessa gente empreendedora e que busca sempre a criatividade para gerar ocupação e renda.

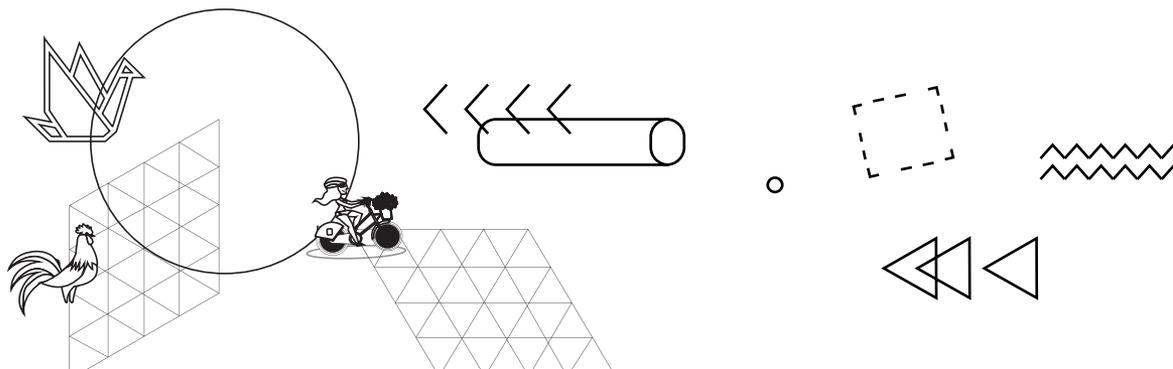
Por isso, para o Sebrae, o turismo criativo consegue colocar os pequenos negócios na cadeia do turismo, por trabalhar as vivências e experiências, segmentos que a indústria do turismo não atende. Mas, essa é uma demanda real do turista, a de interagir com a cidade, mergulhar na cidade, viver os territórios criativos. E é lá que estão os microempreendedores.

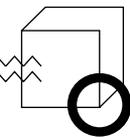
Assim, a presença do Sebrae nesse Plano de Turismo Criativo do Recife é fundamental, por considerar o turismo criativo alvo de políticas públicas, o que contribui para o fortalecimento desse segmento. E o Sebrae tem investido no desenvolvimento de projetos ao capacitar e qualificar micro e pequenas empresas”.



**OSWALDO RAMOS**

Superintendente do Sebrae em Pernambuco



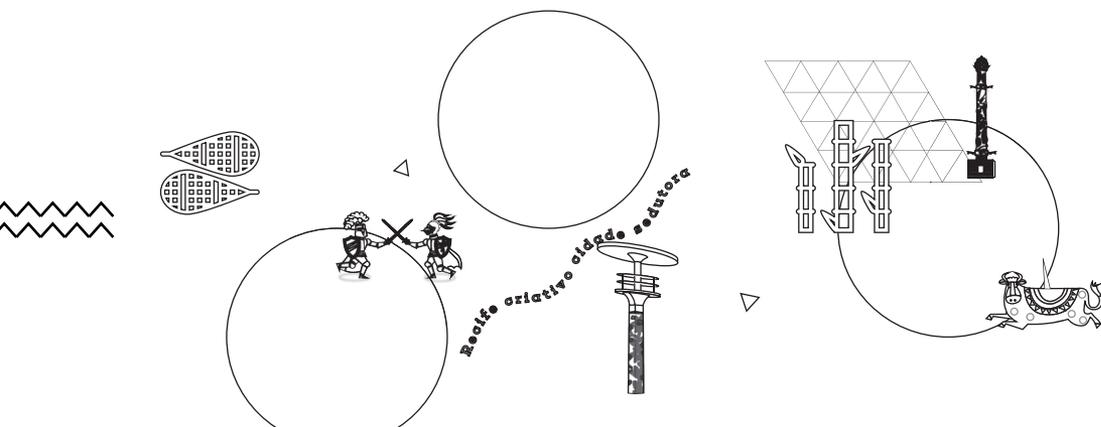


## MENSAGEM DO GRUPO DE TRABALHO (GT) DO TURISMO CRIATIVO DO RECIFE

Estamos muito felizes com tudo que está acontecendo e com o que está por vir. Desde maio de 2018 tem sido um trabalho duro, mas recompensador. São muitas cabeças envolvidas: sociedade civil, acadêmicos, empreendedores, técnicos do poder público e representantes da Rede Nacional de Turismo Criativo, a Recria. Os sonhos se conectaram. Os propósitos convergiram. Fomos à luta! O desafio é grande, sabemos.

Decidimos construir um turismo mais inclusivo, inovador e envolvente. Integrando o grande potencial da economia criativa que a cidade possui, de forma conjunta e ativa, levantamos a bandeira do Turismo Criativo. Para isso, foi preciso estruturar uma política pública, um Plano de Turismo Criativo do Recife, de forma participativa, com escuta social. Foi assim desde o começo, o grupo de trabalho se formou, pensou e discutiu os métodos a serem seguidos, montou as Oficinas Ideativas, repletas de pessoas das mais variadas atividades, passando pela devolutiva das ações cocriadas que integram o plano, até a formatação final do documento aqui apresentado. É assim que se constrói uma política pública. A nossa vontade é que a participação ativa da sociedade continue, tendo assim, a oportunidade de ser protagonista deste cenário turístico local.

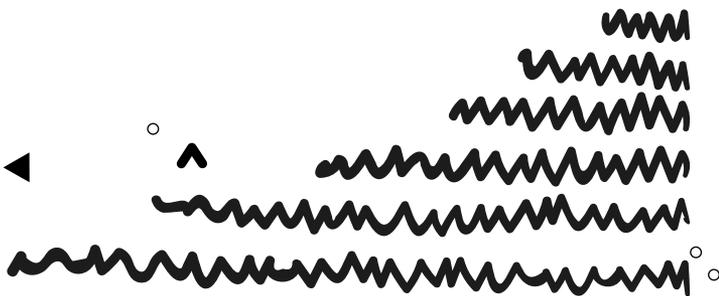
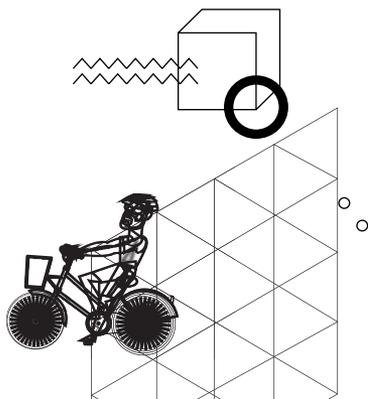
O desejo é um só: que o turismo seja o caminho para tornar o Recife a capital da criatividade, destino de referência em Turismo Criativo e que as diversas iniciativas espontâneas de turismo, juntamente com as comunidades recifenses sejam incluídas e caminhem juntas, conectadas e com todo esse brilho criativo que o Recife tem.



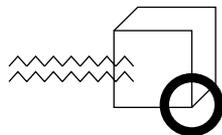


# SUMÁRIO

Mensagem do Prefeito da Cidade do Recife - - - - -	02
Mensagem da Secretária de Turismo, Esportes e Lazer do Recife - - - - -	04
Mensagem de Superintendente do Sebrae Pernambuco - - - - -	06
Mensagem do GT do Turismo Criativo do Recife - - - - -	07
Uma grande história começa num bom chamego - - - - -	09
Que danado é isso: entendendo o Turismo Criativo - - - - -	14
Tecendo horizontes: as etapas de construção do Plano - - - - -	17
Sem leseira: os eixos de atuação - - - - -	24
Se virando num mói de coentro: os objetivos estratégicos - - - - -	32
Segue o rumo, pareia: a gestão do Plano - - - - -	40



## UMA GRANDE HISTÓRIA COMEÇA NUM BOM CHAMEGO



**O Recife é uma cidade massa!  
PULSANTE, DIVERSA E CRIATIVA.**

*A capital mais antiga do Brasil*

é um dos principais destinos

de turistas nacionais e internacionais do Brasil

**e reúne um amplo potencial turístico**

capaz de seduzir a todos que a conhecem e visitam.

COMO JÁ CANTAVA REGINALDO ROSSI, "RECIFE TEM ENCANTOS MIL". Da

cultura popular e do patrimônio histórico às

*inúmeras opções de lazer e entretenimento, das*

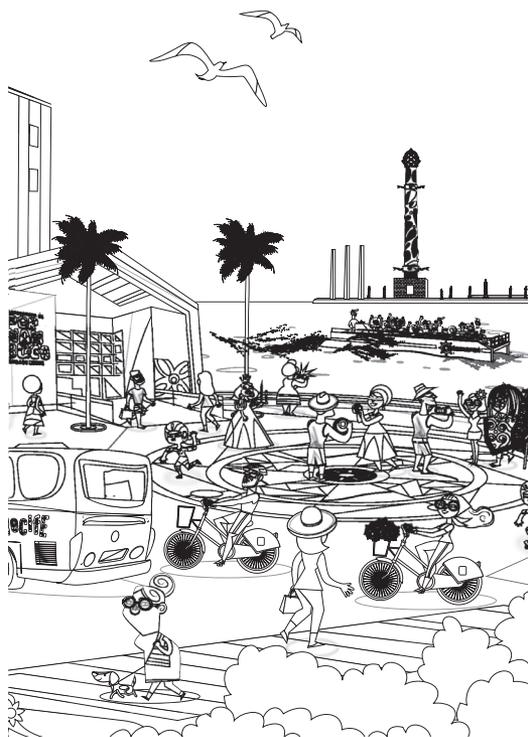
*artes plásticas e gastronomia à música e tecnologia.*

**RECIFE ARRASA!**

Em 2015, um estudo do Ministério do Turismo<sup>1</sup> demonstrou que o Recife é um dos poucos destinos turísticos brasileiros com índices de competitividade acima da média nacional. O que isso significa? Significa que a nossa cidade tem tudo que é preciso para ser o lugar para onde todo mundo deseja ir e em que todo mundo gosta de estar.

Repare: Recife é berço da cultura popular e contemporânea, que se manifesta na dança, nas artes manuais, no teatro, no cinema, na música, na culinária, nos modos de vida, na religiosidade e, principalmente, nas pessoas. Em 2012, o Sebrae<sup>2</sup> fez uma pesquisa com turistas que estavam na cidade e descobriu que a característica que mais chama a atenção dos visitantes é a hospitalidade. Além de receber bem, o recifense tem orgulho, amor e apetite pela sua cidade, o que torna a experiência do turista ainda mais arretada.

O Recife também possui muitas opções de lazer nas suas praias, parques e praças, além de uma noite efervescente, com inúmeras festinhas e agitos que rolam na cidade. Possui, ainda, ótimos equipamentos turísticos, como espaços de eventos e exposições, além de teatros, cinemas e museus encantadores. O que dizer do Cais do Sertão, Paço do Frevo e



Instituto Ricardo Brennand, simplesmente três dos equipamentos turísticos mais bem avaliados pelos usuários do TripAdvisor<sup>3</sup>.

O grande desafio, porém, tem sido o de integrar todo esse potencial e tornar o turismo um importante ativo econômico e social para a cidade, tanto para os seus moradores como para seus visitantes. É aí que entra o poder público, exercendo um papel imprescindível no fortalecimento do Recife como destino turístico, garantindo que os benefícios oriundos da atividade possam alcançar cada vez mais pessoas.

Ações como o Recife Antigo de Coração<sup>4</sup>, Olha! Recife<sup>5</sup>,

Prêmio Recife Gerando Conhecimento<sup>6</sup>, Ciclofaixa de Turismo e Lazer<sup>7</sup> e Recife Sagrado<sup>8</sup> são exemplos de iniciativas do poder público municipal que vêm sendo implementadas nos últimos anos e que, pela primeira vez, têm contribuído para conectar o recifense e o turista à cidade, integrando-os num só movimento. Também na iniciativa privada, via empreendimentos sociais, temos iniciativas como o Turismo na Ilha de Deus e no Polo Cultural da Bomba do Hemetério, bike tours por locais inusitados da cidade, experiências cervejeiras, entre outros, que incrementam a oferta de vivências criativas no Recife em locais estratégicos ainda pouco explorados e visitados<sup>9</sup>.



Nos últimos anos 15 anos, a cidade começou a despontar como um importante polo de economia criativa, tendo no Porto Digital sua maior vitrine com o desenvolvimento de diversas plataformas tecnológicas que o posiciona como o maior parque tecnológico do país em faturamento e número de empresas. Situado no centro histórico da cidade, é bacana de se ver o passado inspirando e ajudando a estruturar o futuro criativo do Recife.



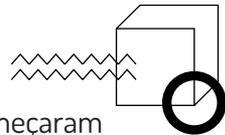
O potencial para investimento nos setores da economia criativa vem se mostrando inadiável e fundamental para um maior impacto criativo na cidade, a partir das ações nos campos do design, games, moda, audiovisual, música, artes cênicas (dança, circo, teatro), artes visuais, arte urbana, literatura e festivais. É importantíssimo criar arranjos junto a entidades financeiras e outras fontes alternativas para que atores destes campos da economia criativa possam empreender e impactar mais fortemente a paisagem e os serviços da cidade. Uma alternativa encontrada para reunir tudo que há de melhor no campo da criatividade que pulsa na cidade foi a idealização do Festival Rec'N Play, evento cuja primeira edição aconteceu em 2017 e que tem contribuído para potencializar ações empreendedoras e disseminar experiências criativas para toda essa galera, cidadãos e turistas.

Outras ações implementadas pela gestão municipal também vêm sendo desenvolvidas a fim de extrair tudo que há de melhor na cidade no campo da criatividade. Foi assim no Espetáculo Boi Voador<sup>10</sup>, no Recife Urbana Arte – R.U.A.<sup>11</sup> e no desenvolvimento de experiências sensoriais 3D<sup>12</sup> da Praia de Boa Viagem.



Em se tratando de turismo, percebe-se que o modelo convencional não consegue aglutinar de maneira ampla esse rebuliço criativo que vem ocorrendo. Pensando nisso, várias ações foram desenvolvidas com vistas a discutir possibilidades de melhor aproveitamento do potencial turístico da cidade do Recife. Podemos citar o Hackatur<sup>13</sup>, Viva Recife 365 dias<sup>14</sup>, I Encontro Internacional de Turismo Criativo em 2016, comemorações do Dia Mundial do Turismo nos anos de 2015, 2017 e 2018 e do Dia Mundial da Criatividade em 2015 e 2018.





A partir daí, diversas empresas, grupos e organizações começaram a surgir com o intuito de oferecer experiências criativas aos turistas, fugindo dos padrões oferecidos pelos circuitos turísticos convencionais. Destaca-se a criação da Rede Nacional de Turismo Criativo – Recria, em 2017, que tem por propósito apoiar a construção de uma forma diferente de turismo, capaz de integrar pessoas e segmentos criativos em processos de coparticipação que desenvolvam os territórios nos quais esses ativos estão presentes.



Impulsionada por esse cenário favorável, a Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer do Recife resolveu levantar a bandeira do turismo criativo, uma nova maneira de fazer acontecer as experiências turísticas, com foco na inovação de processos e produtos, na integração de organismos inteligentes da cidade e no desenvolvimento das pessoas e do território. Através do turismo criativo, é possível desenhar contornos audaciosos e capazes de tornar a cidade um lugar mais vibrante e que proporcione um ambiente favorável ao empreendedorismo.

Para início de conversa, era preciso que fosse criada uma política pública capaz de orientar o desenvolvimento turístico do Recife daqui pra frente, com vistas a tornar a cidade uma das principais referências nacionais e internacionais em turismo criativo. Eis que surge o Plano de Turismo Criativo do Recife, cujo processo de elaboração durou cerca de seis meses e contou com a participação ativa da sociedade civil, que manifestou propostas, reflexões e provocações. A sua implementação compreenderá o período de três anos - de 2019 a 2021.



O documento está estruturado em cinco momentos. No primeiro, discute o **atual entendimento do termo turismo criativo**, cujo debate ainda é recente, mas que já vem conduzindo vários destinos turísticos mundiais a investirem em novos processos de produção da experiência turística, de forma mais agregadora e cooperada entre diferentes atores e instituições. A finalidade foi a de nivelar conceitualmente as ações propostas pelo Plano, tanto no que diz respeito ao formato de um produto ou serviço inserido



nessa categoria, como também na compreensão do perfil de quem busca esse tipo de experiência turística.

No segundo momento, apresenta **a formulação, os resultados esperados e o processo de construção do Plano**, explicitando as etapas que culminaram com a produção deste documento. É importante assinalar que a metodologia adotada buscou, a todo instante, garantir a participação ativa dos mais diversos segmentos da sociedade e, com isso, produzir um turbilhão de ideias, propostas, críticas e provocações que tornaram o resultado final ainda mais significativo.

2º

Logo em seguida, define e contextualiza os **eixos de atuação**, ou seja, as dimensões prioritárias que levam em consideração as principais características e necessidades do Recife no que se refere ao desenvolvimento do turismo criativo. Desses eixos, resultará um conjunto de ações que possam, em prazos determinados, contribuir para alcançar o cenário desejado em cada uma dessas dimensões. Os eixos representam a essência do Plano, pois sinalizam as áreas que devem ser diretamente impactadas com a sua execução.

3º

No quarto momento, encontram-se elencados os **objetivos e as ações estratégicas** que devem ser executadas para atendimento às questões evidenciadas em cada eixo. Essas ações são fruto do processo de escuta e participação de diferentes atores e instituições da sociedade, representando, assim, as ideias e o sentimento do cidadão recifense, que urge por uma cidade que ponha na vitrine tudo que há de mais plural e encantador e que conecte pessoas e lugares.

4º

Por fim, no quinto momento, o documento sinaliza a **metodologia de gestão e monitoramento**, com vistas a estimular a ampla participação das pessoas e instituições ligadas direta e indiretamente ao setor de turismo e a garantir que a execução das ações estratégicas ocorra de maneira efetiva e que concretize o desejo da galera que vêm contribuindo para essa empreitada.

5º

A expectativa é que esse Plano não se torne um documento chato, rígido e sem graça. Que não fique guardado na sua gaveta, ou paralisado numa estante, esquecido e sem utilidade. A ideia é que ele seja amplamente





utilizado pelos empreendedores do turismo criativo e que sirva de guia para o turista conseguir aproveitar o que há de melhor no lugar que ele está desbravando. O Plano de Turismo Criativo do Recife deve ser encarado como uma bússola, ferramenta que orienta e fornece segurança sobre os caminhos a trilhar.

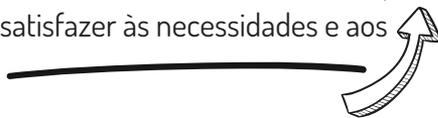
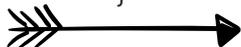
## QUE DANADO É ISSO: ENTENDENDO DO TURISMO CRIATIVO



O avanço das tecnologias da informação e da comunicação é, em grande parte, o principal fator responsável por esses novos arranjos que a atividade turística tem adotado no mundo inteiro. O turismo criativo, por sua vez, surge desse processo de mudança. Por um lado, uma mudança global do perfil de parte dos turistas e, por outro, da necessidade que as empresas do setor têm de mudar seus processos de atendimento, formatação e entrega de produtos e experiências turísticas que as tornem mais criativas.



A criatividade, tão evidenciada nos dias de hoje, é uma característica que sempre se esperou de qualquer modalidade ou segmento do turismo. Segundo a Organização Mundial do Turismo - OMT<sup>15</sup>, “o turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. Embora seja uma definição muito utilizada no mundo acadêmico, dá para perceber que está implícita a demanda desses viajantes por experiências novas, inusitadas e que em nada se assemelham ao seu cotidiano. Sem criatividade, dificilmente um destino turístico conseguirá satisfazer às necessidades e aos desejos dos seus turistas.



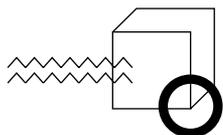
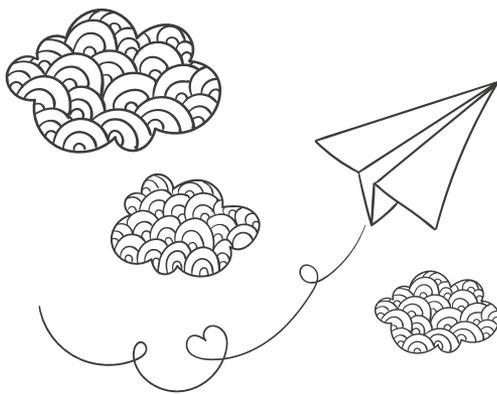
A mudança no perfil da demanda turística internacional fez com que os destinos turísticos, seus atrativos e circuitos já consolidados, não mais conseguissem surpreender o visitante. Este, por sua vez, está cada vez mais antenado às questões sociais, aos impactos ambientais e sensíveis aos costumes, às atividades e modos de vida característicos dos locais visitados. Nesse contexto, é preciso uma forma de turismo que consiga aliar essas preocupações à autenticidade dos lugares, à entrega de encantamento e ao desenvolvimento das pessoas e do território que elas representam.



É nessa muvuca de sentimentos e expectativas que pouso o turismo criativo. Essa nova forma de pensar a atividade parte de um debate bem recente. A primeira vez em que se escutou falar de turismo criativo foi por meio do pesquisador holandês Greg Richards que, em meados de 2000, afirmou que as principais modalidades de turismo, especialmente o turismo cultural, estavam ficando extremamente engessadas sendo necessário estimular uma interação maior entre o turista e todas as peculiaridades dos lugares turísticos.

A primeira definição elaborada pelo autor entendia o turismo criativo como uma modalidade que “oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são característicos dos destinos de férias onde são realizados”<sup>16</sup>. Dessa maneira, uma condição já estabelecida por Greg Richards era a de conectar os visitantes ao destino turístico por meio da participação deles em atividades que são comuns ao cotidiano do local. Nada de produzir experiências pirotécnicas e desconectadas da realidade dos lugares. Nada de encarar o turista como um mero expectador. No turismo criativo, visitantes e anfitriões se confundem, trocam e criam juntos a própria experiência.

Anos depois, em 2006, a Rede de Cidades Criativas da Organização das Nações Unidas – Unesco<sup>17</sup> propõe um conceito para o turismo criativo, como sendo “uma viagem direcionada para uma experiência marcante e autêntica, com aprendizagem participativa nas artes, no patrimônio, ou num caráter especial de um lugar, fornecendo uma conexão com aqueles que residem nesse espaço e criam essa cultura viva”. Portanto, praticamente todas as atividades que são próprias de um determinado território podem contribuir para conectar



pessoas de lugares diferentes e, com isso, transformar-se em experiências de turismo criativo.



Ao buscar a participação nessas atividades e se envolver diretamente com o cotidiano local, o “consumidor” do turismo criativo pretende derrubar o rótulo de turista tradicional. Ele quer, na verdade, sentir-se parte do local visitado ou, como a própria Unesco destaca, sentir os destinos como um cidadão. Para Richards<sup>18</sup>, “o turismo criativo respeita as habilidades aprendidas de forma ativa, que os turistas levam consigo quando retornam às suas casas. Esse envolvimento é o resultado de uma mudança de valores que se direciona ao autocrescimento mais do que apenas para o aspecto material do consumo”.

Vários lugares do mundo vêm aderindo ao turismo criativo. Em Paris, berço da gastronomia contemporânea, o turista pode participar de oficinas de culinária nos próprios restaurantes e produzir croissants ou massas, criar novas receitas e trocar experiências com os melhores chefs da capital francesa. Em Ibiza, ilha espanhola que se destaca pelo luxo e pelas festas badaladíssimas, os visitantes podem participar da confecção de seu próprio souvenir em vários ateliês famosos ou ser DJ por uma noite em algum clube da região. Já na Áustria, o turista pode conviver com as famílias de fazendeiros e participar ativamente da ordenha, do cultivo e das atividades de toda a propriedade. A Tailândia e a Guatemala também são importantes exemplos de destinos que se engajaram no turismo criativo, através da oferta de vivências mais profundas e que põem o turista em interação com as pessoas e o seu cotidiano. Todas essas possibilidades mencionadas fazem parte da Creative Tourism Network, uma rede internacional de destinos e experiências de turismo criativo espalhadas por vários países.

No Brasil, Porto Alegre e Brasília foram as primeiras cidades a estruturar uma política voltada para o turismo criativo. Recife, através do presente Plano, propõe o engajamento de todos os segmentos da economia criativa e de inteligências diversas que se interessam ou tenham conexões com a temática, a fim de construir uma política que dinamize economicamente a cidade, crie oportunidades para novos negócios, melhore a qualidade de vida do recifense e que fortaleça seu sentimento de pertencimento à sua cidade, além de atrair novos turistas.





O Plano propõe ainda, como método, a **cocriação**. Segundo Richards (2010, p. 12), o conceito de cocriação “envolve a utilização de conhecimento do consumidor e do produto, a fim de melhorar e fornecer o que melhor satisfaz as necessidades do consumidor”. O propósito, portanto, é envolver visitantes e turistas como cocriadores das experiências que os territórios, equipamentos e produtos turísticos do Recife podem oferecer.

Com base nessas discussões, considera-se o turismo criativo, por um lado, como um segmento de mercado, um produto bem definido e de interesse de consumidores e empresas. Mas, também é importante compreender o turismo criativo como um processo, ou seja, uma forma de conceber, estruturar e operacionalizar a atividade, seja ela do segmento cultural, de sol e mar, de negócios, de lazer, dentre outros. Não importa. O entendimento aqui é que qualquer experiência turística, seja na periferia, no centro ou nos bairros mais nobres, é capaz de gerar desenvolvimento territorial, valorização das pessoas, fortalecimento da cultura local e encantamento como resultado final. Nesse caso, o turismo criativo deve ser encarado como um estado de espírito, mas ao mesmo tempo como uma maneira original de formatar e entregar produtos e serviços turísticos encantadores.

## **TECENDO HORIZONTES: AS ETAPAS DE CONSTRUÇÃO DO PLANO**

O Plano de Turismo Criativo do Recife é resultado de um trabalho incansável e ao mesmo tempo empolgante, que ganhou forma graças à participação de vários e diferentes atores. Assim sendo, tudo que há de mais orgânico e criativo, na parcela da sociedade recifense que se interessa pelo turismo, está representado neste documento.

Mas, afinal o que é um Plano? Trata-se de um conjunto de ideias e propostas que orientam a tomada de decisões em alguma área ou setor, por um tempo determinado, a fim de alcançar uma realidade ideal ou esperada. Enquanto política pública, um Plano deve





contemplar os anseios das pessoas, governo, organizações e movimentos sociais de um lugar. Durante e ao final de sua execução, é necessário avaliar a eficiência, eficácia e efetividade das ações implementadas e, quando necessário, reestruturar diretrizes e eixos do Plano, com novas demandas e ações.



A construção de um Plano para um destino turístico é fundamental, pois a atividade tem a capacidade de influenciar outros setores da sociedade. Como assim? Imagine que o aumento do fluxo turístico de um lugar gera a necessidade de mais investimentos em segurança e em mobilidade urbana como, por exemplo, ocorre durante o carnaval. Também nesse período, as empresas do comércio e do setor de alimentação precisam estar qualificadas e contratar mais profissionais para dar conta do aumento significativo no fluxo de clientes. Atividades como a limpeza urbana e o sistema de saúde precisam ser eficientes para atender às demandas de uma cidade que recebe turistas o ano inteiro, como é o caso do Recife. Esses são apenas alguns exemplos de serviços básicos que são essenciais para a vida do morador de uma cidade, mas que também são utilizados pelo visitante de forma direta ou indireta.



Diante do que foi aqui explanado, o que busca então o Plano de Turismo Criativo do Recife? Ele pretende orientar o crescimento desse segmento em nossa cidade, de modo a estabelecer as bases para a definição de ações, prioridades e tomada de decisões da política turística municipal voltada a produtos e projetos, infraestrutura, comunicação e promoção de vivências criativas locais. O Plano apresenta um conjunto de resultados esperados, a saber:

- Ampliação, diversificação e qualificação da oferta turística da cidade do Recife;
- Fortalecimento da imagem do Recife como cidade criativa e como referência nacional e internacional em turismo criativo;
- Geração de oportunidades de trabalho e renda em diversos segmentos impulsionados pelo turismo criativo;



- Integração e fortalecimento dos empreendedores dos segmentos relacionados ao turismo criativo;
- Ampliação dos espaços de participação social para discussão sobre políticas públicas mais efetivas para a cidade;
- Atração de investimentos públicos e privados para melhoria da infraestrutura e dos serviços urbanos;
- Ambiência local mais acolhedora, encantadora e divertida.

É importante explicar como esse Plano ganhou forma, ou seja, quais foram os passos realizados que possibilitaram a construção dos vários horizontes possíveis para o turismo criativo no Recife:

## 1º PASSO

(Junho/2018):

Criação de um Grupo de Trabalho (GT) formado por técnicos de turismo do poder público municipal, representantes da academia, do Sebrae e da Recria, além de empreendedores da área de turismo criativo. Nesta fase, o objetivo era definir conceitos do turismo criativo que seriam utilizados e a metodologia para a construção do Plano. Os encontros do GT ocorreram com periodicidade quinzenal, em todas as etapas de construção do Plano, e os seus objetivos foram se adequando às necessidades de cada atividade.



## 2º PASSO

(Julho/2018)

Identificação e mobilização das lideranças dos segmentos criativos, de tecnologia e serviços turísticos existentes na cidade que pudessem contribuir para a construção do Plano. Os segmentos identificados foram divididos em: design e moda (47), grafite (23), artes plásticas (29), artesanato (31), cultura popular (10), música (53), teatro, dança e circo (13), festas e produção cultural (23), artes visuais (71), literatura e poesia (13), tecnologia (20), gastronomia (47), serviços turístico do trade e off trade<sup>19</sup> (30).

## 3º PASSO

(Agosto/2018)

Realização do Seminário “Marco Zero do Turismo Criativo do Recife”, para apresentação da proposta, nivelamento conceitual sobre turismo criativo e engajamento dos atores e segmentos mobilizados para construção conjunta do Plano nas etapas seguintes. Cerca de 300 pessoas lotaram o auditório do Museu Cais do Sertão, no Bairro do Recife, entre representantes dos segmentos mobilizados, demais empresários do setor, estudantes e pesquisadores de turismo.



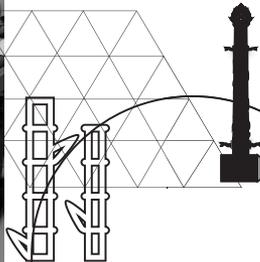
## 4º PASSO

(Setembro/2018)

Realização de Oficinas Ideativas para discussão de ideias e propostas de intervenção no campo do turismo criativo, fundamentadas a partir de algumas dimensões prioritárias como: comunicação e marketing; infraestrutura; governança; produtos diferenciados; formatação e integração de produtos e serviços;. Essas oficinas foram abertas a toda a sociedade, especialmente aos segmentos anteriormente mobilizados, distribuindo-as em seis encontros com média de 25 participantes por oficina. A pergunta-chave para orientar as discussões e ideias durante esse processo foi: “Como o Recife pode se tornar um destino de referência em turismo criativo?”. A heterogeneidade dos perfis participantes foi o ponto alto dessa etapa, resultando em ideias atraentes e que retrataram com muito sentimento o desejo de tornar a cidade um destino mais qualificado para as novas demandas exigidas pelo universo do turismo criativo.



Recife criativo cidade sedutora



## 5º PASSO

(Outubro/2018)

Sistematização dos resultados das oficinas e análise técnica das ideias e propostas sugeridas, tomando como base o cenário atual de desenvolvimento turístico do Brasil, nos quais foram examinados dados de competitividade e resultados de ações que vêm sendo promovidas pelo poder público e por outras organizações ou movimentos ligados direta e indiretamente ao setor. São exemplos de alguns documentos que nortearam essa análise: Perfil do Turismo – Nordeste (SEBRAE, 2012); Plano Nacional de Turismo 2013–2016 (MTUR, 2013); Índice de Competitividade do Turismo Brasileiro (MTUR, 2015); Planejamento Estratégico da Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer 2015–2017 (SETUREL, 2015); Planejamento Estratégico da Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer 2017–2020 (SETUREL, 2017); Anuário Estatístico do Turismo ano base 2018 (FIPE, 2018). Ainda nesta etapa, deu-se início à redação do Plano de Turismo Criativo do Recife, com acompanhamento participativo e dialogado feito pelo GT.

## 6º PASSO

Novembro/2018

Devolutiva e validação da primeira versão do Plano junto à sociedade, sobretudo às pessoas que participaram das Oficinas Ideativas realizadas no mês de setembro/2018. Esse momento ocorreu durante a realização do Festival Rec'N' Play e, na oportunidade, foi criado um canal de diálogo com esses atores a fim de se proceder com os devidos ajustes ao documento apresentado. Após esse processo, o Plano seguiu para a redação final, diagramação e confecção.

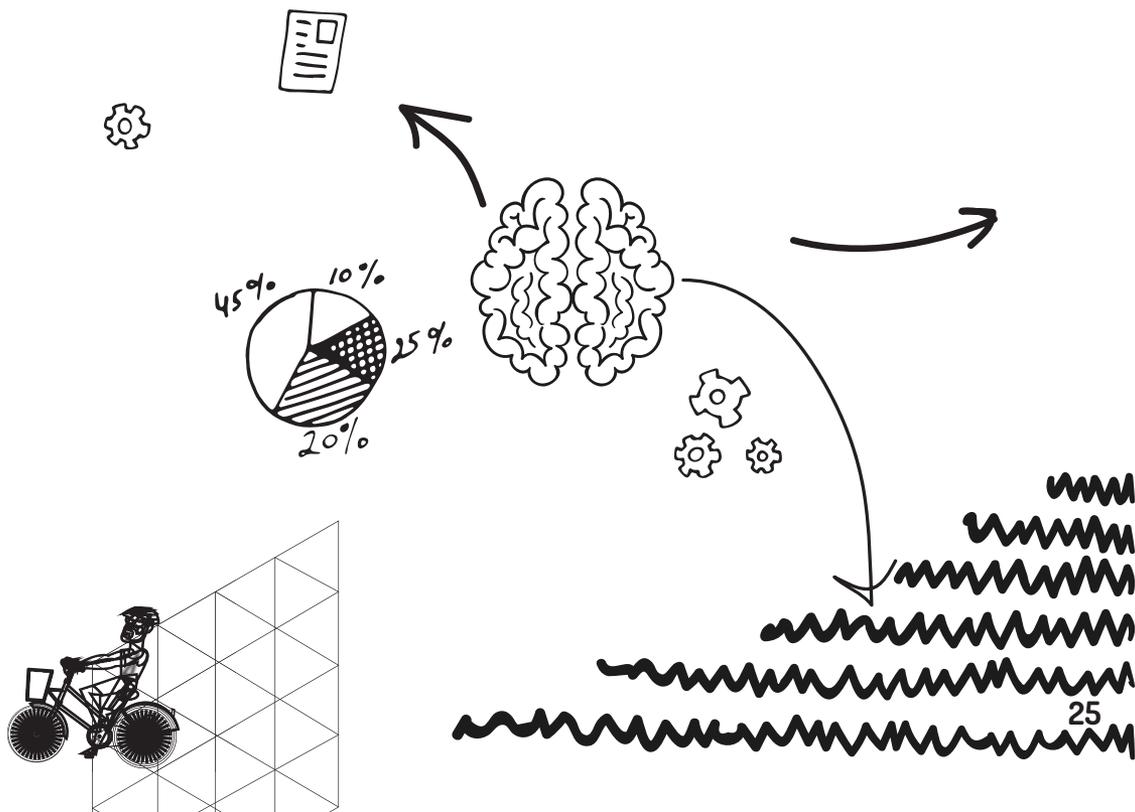


## 7º PASSO [Dezembro/2018]



Lançamento do Plano no “Seminário Internacional de Turismo Criativo”, promovido pela Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer do Recife, Empresa de Turismo de Pernambuco – Empetur e pelo Sebrae/PE.

O Grupo de Trabalho envolvido na construção desse Plano acredita que a participação popular é o melhor caminho para a construção de políticas públicas eficientes e que representem, de fato, as aspirações da sociedade. Foi pensando nisso que o processo de construção do Plano de Turismo Criativo do Recife foi fundamentado em escutas, diálogos e criação de espaços de construção colaborativos. Dessa maneira, o setor de turismo no Recife inova ao estruturar uma política pública totalmente orgânica, feita para e pela cidade, garantindo assim maior fluidez e controle social das ações que serão executadas a partir de 2019.



## SEM LESEIRA: OS EIXOS DE ATUAÇÃO



Após a realização das Oficinas Ideativas, em Setembro de 2018, foram analisadas tecnicamente as ideias e propostas sugeridas e confrontadas com o cenário atual da atividade turística do Recife, bem como com outras políticas, programas e projetos relacionados, de modo a considerar as sugestões com viabilidade para serem aprofundadas no Plano. Depois de tanta resenha, o processo de agrupamento, contextualização e análise dessas discussões resultou na formulação de seis eixos de atuação, relacionados a seguir. Após esse momento, será apresentado o conjunto de objetivos estratégicos e ações capazes de representar as demandas que foram levantadas no processo de construção colaborativa.

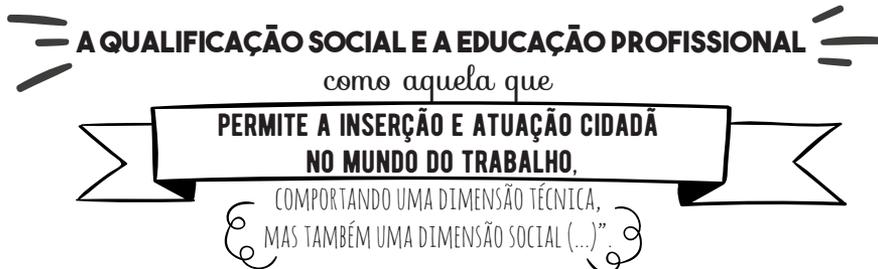


### Eixo 01 Formação e Qualificação



Por ser uma modalidade ainda desconhecida de boa parte do mercado, o turismo criativo precisa de um sistema de formação de profissionais e qualificação de equipamentos que assegure o encantamento como resultado da experiência turística. Compreende-se, ainda, que todos os elementos da cadeia produtiva do turismo precisam estar alinhados com as premissas do turismo criativo e devidamente qualificados para atender às demandas por bens e serviços dessa atividade.

O país conta atualmente com uma Política Nacional de Qualificação Profissional em Turismo, lançada em 2018 pelo Ministério do Turismo - MTur<sup>20</sup> e que tem como princípio norteador



No âmbito desta Política, ainda está prevista a transmissão de valores que envolvam solidariedade, autonomia e empoderamento dos jovens e adultos para que eles possam buscar suas próprias formas de inserção no mercado turístico brasileiro.



Para disseminar e fortalecer o turismo criativo no Recife, é necessário potencializar as diretrizes propostas pelo MTur e também criar mecanismos próprios que deem conta das especificidades que esta modalidade turística apresenta. Assim, o presente eixo destaca a necessidade de, em um primeiro momento, compreender a prática do turismo criativo e o que a diferencia da dinâmica do turismo convencional para, num segundo momento, implantar um sistema de qualificação contínuo voltado para todos os segmentos criativos da cidade e que aborde questões relacionadas ao empreendedorismo e à gestão de negócios criativos.

Além disso, é preciso difundir a proposta do turismo criativo em todos os territórios da cidade, por meio da formação de atores e lideranças nos bairros que possuem ativos criativos interessantes e capazes de se inserir na cadeia produtiva do setor. Esse processo despertará o interesse das pessoas pela temática, aproximando-as dos valores culturais e simbólicos da cidade, além de fortalecer a compreensão do turismo como uma atividade de grande relevância para a economia local e para o bem-estar de cidadãos e visitantes. Os jovens de 15 a 29 anos, especialmente os que moram em áreas da periferia recifense, devem receber atenção especial, pois representam um grupo etário de alto risco e que estão em busca das primeiras oportunidades no mercado de trabalho.

É certo que o fortalecimento do turismo criativo no Recife tende a estimular o surgimento de novas oportunidades de trabalho e renda. Mas, para que essas oportunidades sejam devidamente aproveitadas, necessitam de uma oferta de profissionais bem qualificados e sensíveis aos princípios aqui defendidos.



## **Eixo 02) Infraestrutura**



As condições de infraestrutura urbana não só podem dificultar ou melhorar o cotidiano dos moradores de uma cidade, como geram impactos decisivos na experiência do turista. A cidade que possui sistemas viários fluidos e bem conservados, boas condições de saneamento, limpeza urbana, além de um aparato de iluminação e segurança pública eficiente está propícia ao desenvolvimento bem-sucedido de qualquer atividade econômica. Sabe-se que o Recife ainda possui algumas questões que precisam de uma atenção especial e que, uma vez trabalhadas, podem



tornar a cidade uma das principais referências mundiais em turismo criativo.

Por isso, neste eixo, foram destacadas algumas áreas fundamentais. A primeira é a mobilidade urbana, visto que o turista precisa conseguir se deslocar com facilidade dentro de uma cidade e, para tanto, algumas ações imediatas necessitam ser implementadas. O crescimento populacional e o consequente aumento no número de veículos nos principais eixos viários demandam providências estruturais mais profundas na infraestrutura de uma cidade que deseja tornar-se um importante destino turístico internacional. Nessa perspectiva, o **PLANO DE TURISMO CRIATIVO DO RECIFE** orienta que se promovam ações de sensibilização, qualificação e articulação permanente junto a agentes de trânsito e motoristas de táxi, de ônibus e de aplicativos de transporte privado. Orienta, ainda, que sejam utilizados meios de transporte menos poluentes como é o caso de bicicletas, cujo hábito vem crescendo no Recife, principalmente após a implementação de mais de 50 km de rede ciclável distribuídos entre ciclovias, ciclofaixas e ciclorrotas, número que deve ser ampliado nos próximos anos.

A Ciclofaixa de Turismo e Lazer também vem estimulando o uso das magrelas nos fins de semana e feriados, por pessoas de diferentes perfis. Além disso, o cicloturismo urbano<sup>21</sup> demonstra ser um segmento em potencial para ser fortalecido na cidade.



**INTIMAMENTE RELACIONADA À MOBILIDADE URBANA, A ACESSIBILIDADE REPRESENTA OUTRA ÁREA QUE MERECE DESTAQUE NO EIXO INFRAESTRUTURA.**



A maioria dos espaços de grande circulação de turistas no Recife apresentam as condições mínimas de acessibilidade esperadas. A Praia de Boa Viagem, por exemplo, foi contemplada com o Projeto Praia Sem Barreiras<sup>22</sup> em 2013 e melhorou suas condições de acesso para moradores e turistas que possuem alguma deficiência ou mobilidade reduzida. Ocorre que o desenvolvimento do turismo criativo no Recife pretende incluir outros bairros e áreas da cidade como redutos de experiências turísticas e que precisam, por sua vez, de boas condições de acessibilidade nas paradas de ônibus, parques, praças e qualquer espaço público onde haja um uso intenso por moradores e visitantes. Os equipamentos públicos ou privados (teatros, museus, parques, boates, ateliês, bares e restaurantes, sedes de associações e grupos culturais, etc.) que estiverem na rota do turismo criativo também precisam estar devidamente adaptados para atender às pessoas com deficiência ou com alguma mobilidade reduzida, cumprindo as questões abordadas pela Lei



nº 10.098/2000, que visa garantir a acessibilidade para este público.

Ações nas áreas de segurança pública e limpeza urbana também foram discutidas durante a construção do Plano. Neste aspecto, é necessário desenvolver ações intersetoriais que envolvam a participação direta de outros órgãos ou departamentos públicos, como a Secretaria de Defesa Social de Pernambuco (SDS), a Guarda Municipal, a Empresa de Manutenção e Limpeza Urbana – EMLURB e a Companhia de Trânsito e Transporte – CTTU.



### **Eixo 03) Formatação de Produtos e Serviços Criativos**

A experiência com a construção deste Plano nos mostra que um produto ou serviço do turismo convencional não atende de maneira efetiva às necessidades da demanda pelo turismo criativo. Os moldes atuais da cadeia produtiva do setor não costumam proporcionar processos de cocriação, tampouco se preocupam em entregar encantamento como resultado final da experiência turística. Busca-se, na verdade, atender às expectativas que são geradas através das campanhas promocionais veiculadas pela maioria das operadoras de viagem.

Dessa forma, para a formatação de produtos e serviços de turismo criativo, o uso de capacidade imaginativa e de caminhos autorais é fundamental para que haja um rompimento com os processos tradicionais e os padrões operacionais já consolidados no mercado. Embora pareça óbvio, a criatividade deve ser a válvula propulsora que atua na concepção, planejamento e gestão de negócios criativos. Não é só na entrega, momento em que a percepção do turista encontra-se mais aguçada, que devemos utilizar a criatividade como *modus operandi*, mas também nos momentos de construção que envolvem articulação, apresentação, avaliação e promoção.

#### **NA PRÁTICA, ESSE PROCESSO DEVE CONSIDERAR:**

**1. O conceito:** definição da mensagem que se quer passar através da comercialização desse produto/serviço, seu público consumidor e a maneira como o empreendedor ou a organização espera se posicionar no mercado do turismo criativo;

**2. A responsabilidade:** o produto/serviço em questão deve obedecer a todos os aspectos legais e éticos para adentrar no circuito, bem como ter visão ampliada de território e criar possibilidades de geração de impactos positivos que se estendam para outros grupos ou indivíduos;

**3. A estruturação:** uso da criatividade para dar corpo e personalidade ao produto/serviço, gerando encantamento por meio de uma experiência que estimule a cocriação;

**4. O controle de qualidade:** realização de constantes avaliações acerca da qualidade do produto/serviço através de instrumentais intraorganizacionais e do controle e monitoramento feito pela governança que acompanhará a execução do Plano;

**5. O teste:** realização de famtours e fampress para testes do produto/serviço a fim de promovê-lo e definir sua estratégia de comercialização.

Essas etapas encontram-se subsidiadas por um conjunto de ações que dão condições para que empreendedores e organizações da cidade do Recife tenham a possibilidade de se inserir na cadeia produtiva do turismo criativo, em conformidade com os conceitos e propósitos que regem este Plano.

## **Eixo 04 Comunicação, Promoção e Marketing**

As discussões em torno da temática sobre comunicação no turismo criativo, apontaram dois caminhos durante o processo ideativo deste Plano. O primeiro preconiza a realização de ações internas de comunicação. Isso significa que, antes de direcionar ações dessa natureza, a fim de atrair turistas e visitantes interessados nos produtos e serviços do turismo criativo existentes na cidade, é preciso disseminar os princípios dessa atividade pelo Recife. Campanhas, ações locais, divulgação nas redes sociais, realização de eventos de negócios e seminários temáticos são estratégias que podem ser realizadas para estabelecer uma comunicação com todos os recifenses, mesmo aqueles que não possuem nenhuma relação com o turismo criativo.

Ôxe, mas pra quê isso? Simples assim: quando se estabelecem canais de comunicação com os moradores de diversos pontos e bairros da cidade, é possível tornar o turismo criativo muito mais do que uma atividade econômica que é explorada na região, mas também um importante conceito de viver e fazer uso da cidade. O exemplo de ações da política municipal de turismo



como o Olha! Recife, Recife Antigo de Coração e Recife de Coração nos Bairros conectam moradores a espaços na cidade antes desconhecidos ou subutilizados pelos recifenses. Essa conexão tem demonstrado um aumento na valorização do patrimônio e cultura local e das demais potencialidades existentes na cidade.

Todos os grandes estudiosos do turismo no Brasil e as evidências práticas espalhadas pelo mundo afora demonstram que quando a cidade é boa para o cidadão, quando ele a (re)conhece e faz uso de todas as suas possibilidades, conseqüentemente também será muito boa para o turista.

É aí que se apresenta o segundo caminho da comunicação no turismo criativo, agora para fora, para os turistas. Essa comunicação deve valorizar a sensação de bem-estar compartilhado, de ativismo social e de cidadania que qualquer visitante encontrará ao desembarcar no Recife. O público do turismo criativo busca vivenciar esse tipo de ambiência: uma cidade feita de pessoas e para as pessoas, viva e pulsante. Trata-se de um turista que costuma procurar “algo a mais”, e que os circuitos convencionais do turismo geralmente não oferecem. Esse turista quer se sentir um cidadão, quer fazer coisas que o morador da cidade faz, quer frequentar lugares que a população frequenta, quer se sentir parte do lugar e da sua história.

Para tanto, é preciso adotar estratégias de promoção e marketing capazes de chegar junto ao público de maneira mais sensível, com mensagens que potencializam os valores genuínos do Recife e de seus habitantes, por meio de plataformas amplamente utilizadas por esses turistas, como as mídias sociais e os aplicativos que oferecem experiências. Também é importante realizar ações promocionais nos principais destinos emissores de turistas, como também em mercados ainda pouco explorados, mas que possuem um grande contingente de pessoas que querem acessar produtos e serviços do turismo criativo, como é o caso do turista europeu.

## Eixo 05 Governança

Desde o princípio, a construção do Plano de Turismo Criativo do Recife se deu por meio de processos colaborativos, com intenso estímulo à participação da sociedade na estruturação e na formulação de propostas para o documento final, aqui apresentado. O modelo de governança do turismo criativo na cidade precisa ter a mesma postura, que se caracteriza





pelo perfil pró-ativo, integrador, inclusivo, participativo e com visão ampliada de território.

Quando se aborda o tema da governança, considera-se a capacidade de administrar uma determinada atividade que produz significativos impactos na sociedade, como é o caso do turismo criativo. Neste Plano, propõe-se uma governança social, que envolva os diferentes segmentos criativos da cidade, organizações e representantes do trade turístico e do poder público, através de espaços que garantam a articulação desses atores com fins de discutir os rumos do turismo criativo no Recife, além de analisar, propor, implementar e monitorar ações neste âmbito.

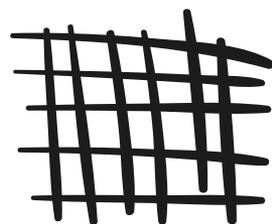


**A GOVERNANÇA NO TURISMO CRIATIVO EXIGE TRANSPARÊNCIA NA TOMADA DE DECISÕES, COM A PROMOÇÃO DE DIÁLOGOS, RESOLUÇÃO DE CONFLITOS E O ESTÍMULO À LIDERANÇA COMPARTILHADA. PORTANTO, FAZEM-SE NECESSÁRIAS FORTES INTERAÇÕES ENTRE A SOCIEDADE CIVIL, OS AGENTES DO MERCADO E AS ESTRUTURAS DE GOVERNO COM VISTAS À FORMAÇÃO DE CAPITAL SOCIAL.**



Esse arranjo sócio-institucional ilustra o que a socióloga e especialista em governança e turismo sustentável, Tania Zapata, chama de “nova governança”, ou seja, “uma nova forma de governar, com mais cooperação e horizontalidade, diferente do velho modelo hierárquico, no qual as autoridades do Estado exerciam sempre seu poder sobre o conjunto da sociedade civil”<sup>23</sup>. É essa a perspectiva que se deseja para a governança do turismo criativo, que pode ser materializada por meio da criação de fóruns e conselhos, da realização de eventos sobre a temática, e através da promoção de espaços de construção coletiva de ideias e propostas de intervenção, como foi feito nas Oficinas Ideativas, ou durante a validação do Plano de Turismo Criativo do Recife durante a programação do Festival Rec’N’ Play, realizado no mês de novembro de 2018. Além disso, é importante levar essa discussão para o Conselho de Turismo do Recife – Conture, a fim de envolver todos os organismos que compõem a governança tradicional do turismo recifense.

Nesse novo contexto de governança, as decisões estratégicas resultam do diálogo constante entre as instituições, os técnicos e a sociedade. É preciso, portanto, promover a horizontalidade na gestão do turismo criativo, com pautas reais da sociedade recifense.





## Eixo 06 Desenvolvimento Territorial

O turismo é uma atividade essencialmente econômica e que cresce com grande rapidez e dinamismo no mundo inteiro, ocasionando, quando não há planejamento, o surgimento de alguns impactos negativos na sociedade. Por essa razão, a professora e pesquisadora Marta Irving afirma que é indispensável pensar na dimensão social turismo, especialmente nos reflexos para a melhoria da qualidade de vida de populações oriundas de um determinado contexto territorial<sup>24</sup>.

Nesse sentido, é perceptível como nos últimos anos o turismo tem sido encarado como uma importante ferramenta para a geração de desenvolvimento territorial, considerando sua capacidade singular de cutucar várias áreas ou setores da sociedade em prol de determinadas localidades. Desenvolvimento territorial, como afirma o especialista no tema Paulo César Arns, é um conceito polissêmico, ou seja, pode ter vários usos e aplicações. Aqui nos interessa a perspectiva que relaciona a cooperação e os conflitos na dinâmica territorial e que considera esse tipo de desenvolvimento como “uma estratégia de intervenção sobre uma realidade local, ou seja, uma inovação metodológica, uma ferramenta de mudança intencional da realidade (...)”<sup>25</sup>.

O foco no território já vem sendo discutido dentro da Política Nacional de Turismo, especialmente no Programa de Regionalização desenvolvido pelo MTur. Nessa perspectiva, pretende-se consolidar o turismo como uma alternativa de geração de trabalho e renda sustentável, e ainda como um movimento capaz de estimular a integração social e o diálogo entre diferentes níveis organizacionais de um local dotado de potencialidades turísticas, que se relacionam a fim de ampliar sua visão de território e buscar soluções para problemas de outras naturezas, como educação, segurança, infraestrutura etc.

O presente eixo se relaciona diretamente com os anteriores, mas especialmente com o Eixo da Governança. Segundo Arns “os processos de apoio ao desenvolvimento territorial têm buscado incorporar os atores locais como sujeitos sociais no aprimoramento da democracia, das instituições e na construção de modos de uso sustentável dos recursos territoriais”<sup>26</sup>. Para que essas iniciativas sejam viáveis, é preciso estabelecer uma nova cultura política e implementar a “nova governança” proposta por Tania Zapata e já

defendida ao longo deste documento.

É certo que num destino de turismo criativo, especialmente numa cidade diversa como é o Recife, existem atores e instituições com perspectivas, visões de mundo e interesses diferentes. Essa heterogeneidade dentro de um setor ou segmento resulta em conflitos de várias ordens e dimensões que, por sua vez, não podem ser negligenciados. Ao contrário, esse aspecto é bastante saudável na busca pelo desenvolvimento territorial, haja vista que é na gestão dos conflitos e compromissos locais, das diferenças entre atores e na ação integrada que emerge a possibilidade de fortalecimento das atividades promovidas no território local.

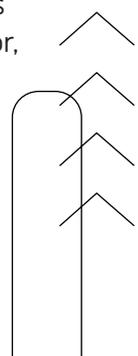
Por isso, a aposta no fomento ao turismo criativo é uma das melhores maneiras de integrar atores, numa onda de cooperação, diálogo, confiança e criatividade para buscar soluções aos problemas locais, estimular o empreendedorismo e sensibilizar as pessoas sobre a importância da cidadania e do sentimento de pertencimento como sendo o melhor caminho para o desenvolvimento territorial.

## SE VIRANDO NUM MÓI DE COENTRO: OS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Esta é a etapa crucial deste documento. A formulação de objetivos estratégicos tem papel fundamental na busca dos resultados esperados com a execução do Plano, além de oferecer subsídios que aponta na direção dos seis eixos de atuação apresentados anteriormente.

Estes objetivos são seguidos por um conjunto de ações, debatidas e revisadas, capazes de alcançá-los na sua plenitude. Vale destacar que, para cada ação proposta, definiram-se algumas possibilidades de parcerias para o seu desenvolvimento, partindo do princípio básico de que a Prefeitura do Recife, por meio da Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer, atuará diretamente no planejamento, execução e acompanhamento dessas ações, sempre de forma cooperada com a governança estabelecida.

Também foram estabelecidos prazos de execução para cada ação. As ações de curto prazo possuem necessidade imediata e caráter estruturador, ou seja, representam a base para garantir o desenvolvimento de ações futuras, devendo ser executadas no primeiro ano do Plano. As ações de médio e longo prazo possuem maior nível de complexidade e podem depender da implementação do primeiro conjunto de ações, devendo ser executadas a partir do segundo ano do projeto até o seu término em 2021.



# 1. Disseminar o conhecimento sobre o Turismo Criativo em todos os territórios da cidade

**Ação:** Estímulo a criação de grupos de estudos sobre Turismo Criativo em instituições de ensino superior da cidade, realizando, inclusive, podcasts e publicações que colaborem na divulgação da temática.

**Atores que podem ser envolvidos:** Fórum das Instituições de Ensino Superior; Instituições de Ensino Superior

**Prazo:** ●●●

**Ação:** Criação de espaços de discussão sobre o Turismo Criativo nas escolas públicas da cidade por meio de seminários, rodas de diálogo e aulas de campo.

**Atores que podem ser envolvidos:** Secretaria Municipal de Educação; Secretaria Estadual de Educação; Gerências Regionais de Educação.

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Formação em Turismo Criativo para lideranças comunitárias, professores, representantes de organizações sociais e gestores culturais de empreendimentos turísticos.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Formação em Turismo Criativo para lideranças comunitárias, professores, representantes de organizações sociais e gestores culturais de empreendimentos turísticos.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Estímulo a criação de pautas relacionadas ao Turismo Criativo do Recife nas emissoras de rádio e televisão e nos principais jornais da cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** Emissoras de Rádio e TV; Jornais impressos e virtuais

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Definição de um calendário anual de eventos de pequeno porte nos bairros do Recife que abordem a temática do Turismo Criativo por meio de palestras, jogos, oficinas criativas e apresentações culturais.

**Atores que podem ser envolvidos:** RECRIA

**Prazo:** ●●●

**Ação:** Inventariação da oferta de produtos e serviços existentes no Recife com potencial para o Turismo Criativo e disponibilização dessa oferta através de uma plataforma que ajudasse na sua divulgação e consumo.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA; Trade Turístico

**Prazo:** ●●●

**Ação:** Desenvolvimento do Mapa de Experiência Criativas, ferramenta que possibilite o acesso a informação sobre cultura, gastronomia, turismo, transporte e serviços públicos que empodere o cidadão e o turista, trazendo sentimento de pertencimento sobre a cidade para ambos.

**Atores que podem ser envolvidos:** Porto Digital/Cesar

**Prazo:** ●●●

●○○ ●●● ●●●

LEGENDA: Curto Médio Longo

## 2. Aproximar o recifense das possibilidades criativas e encantadores que a cidade pode lhe oferecer

**Ação:** Fortalecimento e ampliação o Recife de Coração nos Bairros com atividades que caracterizem as experiências criativas da cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** Representantes dos segmentos criativos

**Prazo:** ●○○

**Ação:** F Criação de roteiros criativos do Olhal Recife com circuitos que explorem espaços, experiências e equipamentos do Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** Representantes dos segmentos criativos

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Criação da Mostra de Turismo Criativo com o objetivo de aproximar o morador da cidade dos atrativos relacionados à atividade.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA; Instância de Governança; empreendedores do Turismo Criativo

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Promoção de experiências criativas em espaços de grande fluxo de moradores, como shoppings, parques, praças, estádios de futebol, terminais integrados e corredores comerciais.

**Atores que podem ser envolvidos:** RECRIA; empreendedores turisticos e criativos

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Realização de concursos locais que abordem diversas linguagens e estimulem a promoção de relações afetivas entre o morador e a cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA

**Prazo:** ●●●○

**Ação:** Oferta de condições diferenciadas de acesso a equipamentos, serviços e demais experiências de Turismo Criativo ao morador.

**Atores que podem ser envolvidos:** Trade turístico; RECRIA

**Prazo:** ●●●○

**Ação:** Criação de um Programa de Férias Criativas que estimule o recifense a aproveitar a cidade durante este período.

**Atores que podem ser envolvidos:** Trade turístico; RECRIA

**Prazo:** ●●●○

### 3. Criar um macro programa de qualificação profissional para desenvolver com excelência o pessoal que irá atuar junto ao Turismo Criativo

**Ação:** Implementação de programas de qualificação com certificação e formação continuada em áreas relacionadas ao Turismo Criativo e que abordem os seguintes temas: fundamentos do turismo criativo, hospitalidade, tecnologia, empreendedorismo, atendimento ao turista, comunicação, Idiomas, LIBRAS e inovação.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE

**Prazo:** 00

**Ação:** Formação de jovens de 15 a 29 anos, residentes nas comunidades com potencial para o desenvolvimento do turismo criativo, em condução turística local e roteirização.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE, SISTEMA S; Compaz Alto Santa Terezinha e Compaz Cordeiro

**Prazo:** 00

**Ação:** Criação do "Programa Jovem Aprendiz do Turismo Criativo", que estimule a oferta de vagas para estagiários e trainee em empresas e equipamentos inseridos nos circuitos do Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** Secretaria Municipal de Empreendedorismo; Agência do Trabalho; CIEE; Trade Turístico, EMPRESAS LIGADAS À ECONOMIA CRIATIVA; Compaz Alto Santa Terezinha e Compaz Cordeiro

**Prazo:** 00

**Ação:** Implementação de cursos de extensão sobre Turismo Criativo nas instituições de ensino superior do Recife.

**Atores que podem ser envolvidos:** Fórum dos Coordenadores de Hospitalidade; Instituições de Ensino Superior

**Prazo:** 00

**Ação:** Inserção do conteúdo de Turismo Criativo no curso de Guias de Turismo.

**Atores que podem ser envolvidos:** SENAC; CEPRO; Sindicato de Guias de Turismo

**Prazo:** 00

**Ação:** Construção de uma plataforma EAD, acessível a todos os públicos, para qualificação continuada de profissionais ligados ao Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE, SESC, SENAC e Cesar School

**Prazo:** 00

**Ação:** Criação de um programa de intercâmbio que possibilite profissionais da cidade conhecerem outras experiências nacionais e internacionais de Turismo Criativo, assim como recepcionar profissionais de outros destinos para conhecerem as experiências de Recife.

**Atores que podem ser envolvidos:** RECRIA, SEBRAE, SISTEMA S

**Prazo:** 00

## 4. Orientar e apoiar empreendedores e seus negócios na criação de produtos e serviços turísticos criativos

**Ação:** Realização de oficinas com metodologias diferenciadas destinada a novos empreendedores para a concepção, formatação e teste de produtos e serviços criativos, especialmente nas áreas de libras, audiodescrição e caminhos acessíveis.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE, SISTEMA S

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Promoção de programas de mentoria com profissionais da área de turismo, marketing, finanças, direito empresarial, inovação e tecnologia para os empreendedores do turismo criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA; PORTO DIGITAL

**Prazo:** ●○○

**Ação:** Orientação de empreendedores de Turismo Criativo para acesso a crédito e financiamento destinados ao desenvolvimento do seu negócio.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; Bancos e instituições financeiras

**Prazo:** ●●○

**Ação:** Incubação de negócios em Turismo Criativo com vistas ao seu crescimento e fortalecimento.

**Atores que podem ser envolvidos:** Porto Digital/Cesar; Incubadoras tecnológicas

**Prazo:** ●●○

**Ação:** Inserção das experiências de Turismo Criativo da cidade em plataformas móveis de promoção e operacionalização da atividade turística.

**Atores que podem ser envolvidos:** Aplicativos de transporte alternativo; Aplicativos de experiências; Aplicativos de informações sobre a cidade

**Prazo:** ●●○

**Ação:** Implementação de um sistema de controle de qualidade dos produtos e serviços de Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** RECRIA; Governança do Plano de Turismo Criativo

**Prazo:** ●●○

## 5. Incentivar melhorias em infraestrutura necessária ao desenvolvimento do Turismo Criativo.

**Ação:** Identificação e sinalização por grau de dificuldade dos pontos críticos relacionados à mobilidade urbana e à acessibilidade nos principais zonas criativas da cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** AMECICLO; CTTU; Emlub; Cemoc

**Prazo:** 000

**Ação:** Facilitação da venda de cartões do sistema VEM e do Bike PE em pontos diversos da cidade, como no aeroporto, na rodoviária, estações de metro, bairro do Recife, hostels, pousadas, etc.

**Atores que podem ser envolvidos:** Consórcio Grande Recife

**Prazo:** 000

**Ação:** Incentivo ao Cicloturismo por meio de campanhas de sensibilização e da oferta de passeios destinados à população e ao visitante.

**Atores que podem ser envolvidos:** RECRIA; AMECICLO; Trade Turístico

**Prazo:** 000

**Ação:** Capacitação de motoristas de ônibus, taxi e aplicativos de transporte para atendimento ao público do Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE

**Prazo:** 000

**Ação:** Sensibilizar aplicativos de mobilidade para atuarem com os barcos, como transporte de passageiros nos rios da cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** UBER; 99 Pop; 99 Taxi

**Prazo:** 000

**Ação:** Implantação de Paraciclos nas principais zonas criativas da cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** AMECICLO; Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Pessoa com Deficiência do Recife

**Prazo:** 000

**Ação:** Ampliação da ciclofaixa de turismo e lazer do Recife, com especial extensão às áreas que possuem equipamentos e experiências de Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** AMECICLO; CTTU; SETUREL-PE; EMPETUR;

**Prazo:** 000

**Ação:** Ampliação do Bike PE para outras localidades da cidade, especialmente às que possuem equipamentos, produtos, serviços e demais experiências de Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** ITAÚ; AMECICLO; SETUREL-PE; TIMBICI;

**Prazo:** 000

**Ação:** Adaptação de equipamentos públicos e privados inseridos nos circuitos de Turismo Criativo com vistas à sua utilização por pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

**Atores que podem ser envolvidos:** ABNT, URB e EMLURB

**Prazo:** 000

**Ação:** Criação e implantação de um programa de sinalização especial para o Turismo Criativo, a fim de identificar experiências, atrativos e equipamentos relacionados à modalidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** Governo Federal; EMPETUR; CTTU

**Prazo:** 000

## 6. Estruturar e implementar um Programa de Marketing voltado para o Turismo Criativo.

**Ação:** Promoção de um concurso de design para criação da identidade visual do Turismo Criativo no Recife.

**Atores que podem ser envolvidos:** Governança do Plano de Turismo Criativo

**Prazo:** 000

**Ação:** Criação de uma sessão dentro do visitarecife.com sobre o turismo criativo do Recife e de perfis nas principais redes sociais que promovam as iniciativas da cidade

**Atores que podem ser envolvidos:** Governança do Plano de Turismo Criativo

**Prazo:** 000

**Ação:** Participação em feiras e exposições nacionais e internacionais para promoção dos produtos e serviços do Turismo Criativo existentes na cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** EMPETUR; SEBRAE; Creative Tourism Network

**Prazo:** 000

**Ação:** Criação de um "selo" para identificação das zonas criativas da cidade e que favorecessem a intensificação de ações nessas áreas.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA; Governança do Plano de Turismo Criativo

**Prazo:** 000

**Ação:** 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.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA; Governança do Plano de Turismo Criativo; UNESCO

**Prazo:** 000

**Ação:** Realização de pesquisas de mercado sobre o perfil dos consumidores de Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; RECRIA; Instituições de Ensino Superior; Governança do Plano de Turismo Criativo

**Prazo:** 000

**Ação:** Visitação de personalidades midiáticas e digital influencers às experiências de Turismo Criativo da cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE.; Governança do Plano de Turismo Criativo

**Prazo:** 000

**Ação:** Criação de Programas de TV sobre o Turismo Criativo a fim de divulgar as potencialidades da cidade.

**Atores que podem ser envolvidos:** TV PE; TV BRASIL

**Prazo:** 000

**Ação:** Produção de guias turísticos criativos, impressos e virtuais, sobre a cidade e suas experiências.

**Atores que podem ser envolvidos:** SEBRAE; EMPETUR

**Prazo:** 000

## 7. Construir e instaurar um órgão participativo para acompanhamento, assessoramento e gestão do Plano de Turismo Criativo.

**Ação:** Definição do modelo da Instância de Governança a ser criada voltada a gestão integrada e participativa das ações voltadas ao desenvolvimento do Turismo Criativo.

**Atores que podem ser envolvidos:** Segmentos criativos da cidade; RECRIA

**Prazo:** 000

**Ação:** Inserção de modelos de escuta popular e realização de Hackathons a fim de alinhar e a discutir o modelo ideal de governança a ser adotado.

**Atores que podem ser envolvidos:** Segmentos criativos da cidade; RECRIA

**Prazo:** 000

**Ação:** Participação da Instância de Governança no Conselho Municipal de Turismo.

**Atores que podem ser envolvidos:** CONTURE; RECRIA

**Ação:** Estímulo a discussão sobre o Turismo Criativo do Recife em outros espaços de escuta popular da cidade promovidos por organizações e movimentos sociais diversos.

**Atores que podem ser envolvidos:** Organizações e Movimentos Sociais; RECRIA

**Prazo:** 000

**Ação:** Promoção de ações integradas entre diversos órgãos municipais e estaduais, organizações sociais e entidades privadas.

**Atores que podem ser envolvidos:** Instância de Governança Municipal; EMPETUR

**Prazo:** 000

## SEGUE O RUMO, PAREIA:

A GESTÃO DO PLANO



O monitoramento das ações previstas neste Plano será feito, a princípio, pelo Grupo de Trabalho criado em Junho de 2018 e composto por representantes da academia, sociedade civil, empreendedores do turismo criativo, Sebrae e poder público municipal. Com o início das ações do Plano, esse GT será naturalmente expandido e, posteriormente, elevado à categoria de Instância de Governança Municipal. Está prevista, como uma ação de curto prazo, a criação da referida instância, que pretende agregar mais representantes da sociedade civil, academia, empreendedores do turismo criativo, organizações empresariais, movimentos sociais e poder público.

A finalidade desta institucionalidade será a de acompanhar todas as ações ou iniciativas relacionadas com o desenvolvimento do Turismo Criativo no Recife, direta e indiretamente, especialmente as ações elencadas neste Plano. Algumas dessas ações dependerão de sua atuação direta. Para cada ação, deve haver um monitoramento de processos e de resultados, além de mecanismos de avaliação de desempenho para constatação se as ações executadas conseguiram responder ao objetivo estratégico ao qual estão vinculadas. Também será função desta instância de governança propor debates sobre o tema, discutir os rumos de orçamentos públicos e investimentos privados destinados ao Turismo Criativo. Para sua constituição, a instância de governança municipal deverá se estruturar juridicamente, elaborar regimento e definir a sua política de atuação e participação na gestão das ações de turismo criativo no Recife.

*Temos pela frente um caminho de desafios e de sonhos possíveis, que se materializam no desejo de todos os atores e instituições envolvidas com a construção do Plano de Turismo Criativo. Desejo de tornar a cidade ainda mais viva, colorida, vibrante e cheia de possibilidades criativas e inovadoras.*

*Vamos em frente, pois, como diria o artista plástico Cícero Dias:*

**"EU VI O MUNDO... ELE COMEÇAVA NO RECIFE!"**



## NOTAS

- 1 - MTUR, Ministério do Turismo. **Índice de Competitividade do Turismo Brasileiro**. 2015.
- 2 - SEBRAE. Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa. **Perfil do Turismo do Nordeste**. 2012.
- 3 - Conforme consulta realizada no período de 05/08/2018 a 15/11/2018.
- 4 - Desde março de 2013, o Bairro do Recife se transforma num grande parque a céu aberto sempre no último domingo de cada mês, congregando pessoas de todas as idades, gostos e estilos. Além de lazer, entretenimento e práticas esportivas, o evento oferece diversos serviços e assegura bons momentos para a população e para os visitantes no bairro por onde começou a história do Recife.
- 5 - Trata-se de um projeto de sensibilização turística do Recife, que tem como objetivo dar a recifenses e turistas a possibilidade de conhecer um pouco mais da história e cultura da cidade gratuitamente.
- 6 - É destinado à estudantes e professores de diversas áreas e tem como objetivo estimular a produção acadêmica sobre turismo e lazer no Recife.
- 7 - Aos domingos e feriados nacionais, das 7h às 16h, a Seturel e a Secretaria de Mobilidade e Controle Urbano, reserva um espaço em várias vias da cidade para tráfego exclusivo para bicicletas, skates e patins. O projeto, que estimula a prática de exercícios físicos e ainda estreita laços entre a população e as belas paisagens recifenses, foi implantado em março de 2013.
- 8 - Lançado em 2014, o projeto Recife Sagrado tem como objetivo apresentar a visitantes e recifenses os tesouros guardados pelo conjunto da arquitetura sacra recifense, um dos mais ricos do país.
- 9 - É possível conhecer mais sobre essas e outras experiências acessando as redes sociais da Rede Nacional de Turismo Criativo - Recria, por meio dos endereços do facebook: @redenacionaldeturismocriativo, instagram: @recriaturismocriativo ou pelo site <http://www.turismocriativobrasil.com.br>.
- 10 - Em comemoração pelo aniversário de 481 anos do Recife, em março de 2018, a Seturel reproduziu, por meio de uma encenação, uma das histórias mais curiosas que faz referência ao período em que a cidade estava sob o domínio holandês.
- 11 - O R.U.A aconteceu no dia 27 de junho de 2018 e transformou o Bairro do Recife em uma grande galeria de arte, música, dança, esportes, cinema ao ar livre e várias outras atividades. O evento foi pautado na necessidade de democratizar o acesso aos espaços públicos da cidade e a valorização da arte urbana. A proposta foi trazer para o bairro diferentes grupos sociais através de uma programação multicultural e tecnicamente qualificada.
- 12 - Esta ação teve início na ABAV 2017 onde o cenário foi composto por um tapete com a imagem da praia (Areia e Mar), 4 cadeiras de praia, 2 ombrelones, tapa-olhos e estrutura de áudio com fones de ouvido, nos quais os participantes tinham a sensação de serem transportados para a Praia de Boa Viagem através de um áudio 3D. Durante esta ação, foi servido



o “caldinho de feijão”, bem típico da praia, para que as pessoas pudessem degustar um pouco da nossa gastronomia.

13 - Metodologia utilizada para propor soluções criativas e desenvolver ideias para o turismo da cidade

14 - Projeto da Seturel que visa mapear atrações que podem ser aproveitadas por moradores e turistas e distribuí-las durante todos os dias do ano.

15 - OMT, Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

16 - RICHARDS, Greg. **Trajelórias do desenvolvimento turístico** – da cultura a criatividade. Encontros Científicos, volume 6, 2010.

17 - UNESCO, Organização das Nações Unidas. **Towards sustainable strategies for creative tourism**. In: International Conference on Creative Tourism, Santa Fé, New Mexico, USA, 2006.

18 - RICHARDS, Greg. **Trajelórias do desenvolvimento turístico** – da cultura a criatividade. Encontros Científicos, volume 6, 2010.

19 - Serviços alternativos de atendimento ao turista, que se encontram fora da cadeia produtiva convencional.

20 - MTUR. Ministério do Turismo. **Política Nacional de Qualificação Profissional em Turismo**. 2017. Disponível em: < [http://www.turismo.gov.br/images/pdf/CONSULTA\\_PBLICA\\_PNQ.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/CONSULTA_PBLICA_PNQ.pdf)>. Acesso em 16 de Outubro de 2018.

21 - Segundo Roldan (2000, p. 14) “[...] entendemos o cicloturismo como todo tipo de viagem com um dia ou mais, de duração, que tenha como objetivo conhecer lugares e praticar turismo, utilizando a bicicleta como meio de locomoção, diferenciando-se de outras atividades não competitivas por suas maiores dimensões espaciais, cronológicas e seu planejamento prévio”.

22 - É um dos projetos que integram o programa Turismo Acessível, da Empresa Pernambucana de Turismo (Empetur) e tem por objetivo garantir o acesso ao lazer através da equiparação de oportunidade entre pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida e os demais recifenses. Localizado próximo ao Posto 8, na Praia de Boa Viagem, a gestão do projeto é feita pela Prefeitura do Recife com o Centro Universitário Maurício de Nassau que fornece infraestrutura e monitores do curso de educação física da faculdade.

23 - Zapata, Tania (org). **Desenvolvimento Local e a Nova Governança**. Pernambuco: Livro Rápido – Elógica, 2009.

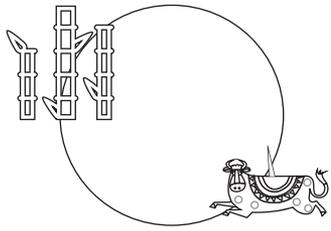
24 - IRVING, Marta. Turismo, ética e educação ambiental: novos paradigmas em planejamento. In IRVING, M. A.; AZEVEDO, J. Turismo: o desafio da sustentabilidade. São Paulo, SP: Futura, 2002.

25 - ARNS, Paulo Cesar. **Governança Democrática e Desenvolvimento Territorial: avanços e limites das iniciativas brasileiras**. Disponível em: < [http://www.iadh.org.br/wp-content/uploads/2012/04/Paulo\\_Cesar\\_Arns\\_Revisado.pdf](http://www.iadh.org.br/wp-content/uploads/2012/04/Paulo_Cesar_Arns_Revisado.pdf)>. Acesso em 16 de Outubro de 2018.

26 - Idem.



Recife criativa cidade sedutora



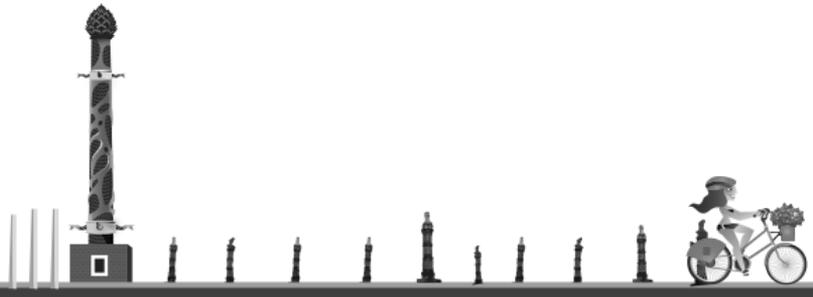
# RECIFE

PLANO DO TURISMO CRIATIVO

[www.visit.recife.br](http://www.visit.recife.br) @visitrecife



SECRETARIA DE  
TURISMO, ESPORTES  
E LAZER







Você me conhece pelo sol e pelo mar. Mas olha, isso é só a beira do Recife. Do sol fervente a gente criou o frevo e da batida das ondas fez o maracatu. E tudo isso virou patrimônio cultural da humanidade.



Sabe quem criou o maior bloco de carnaval do mundo? O Recife. E quem criou o bolo de rolo, que é só uma fatia do maior polo gastronômico do Nordeste? O Recife. O melhor museu da América Latina, Instituto Ricardo Brennand, e ainda os incríveis Paço do Frevo e Cais do Sertão? Pois é.



E sabe o que é fantástico? O Recife ainda te oferece experiências turísticas originais e super criativas em comunidades como a Ilha de Deus e a Bomba do Hemetério. Eita que cidade Massa!



A gente cria, inova, inspira, faz, refaz, faz de novo. A gente faz o novo. Entre rios, pontes e overdrives, a gente navega entre casarões antigos e um mar de tecnologia. Nossa arte está até no sotaque, que é tão bonito que dizem que a gente fala cantando.



Quando o assunto é inovação, cor, ritmo, som, sabor e expressão, Recife é reinvenção. Todo dia.

[www.visit.recife.br](http://www.visit.recife.br) @visitrecife

**Recife**  
CAPITAL DA CRIATIVIDADE



**RECIFE**  
PREFEITURA DA CIDADE

RECIFE CAPITAL DO NORDESTE

