

RESUMO EXPANDIDO

A CONSOLIDAÇÃO DO TURISMO CRIATIVO ATRAVÉS DE REDES DE COOPERAÇÃO: NOTAS REFLEXIVAS COM BASE NA TEORIA INSTITUCIONAL

Hernandez Matorel Moises
Universidade Autônoma de Sinaloa.
moisesmatorel@gmail.com.

Lopez Meza Mayte
Universidade Autônoma de Sinaloa.
Maytemeza06@hotmail.com.

Duarte Pimentel Thiago
Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF)

Palavras-chave: Turismo Criativo; Redes de Cooperação; Teoria Institucional.

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS):

11. Cidades e comunidades sustentáveis; 10. Redução de desigualdades; 8. Trabalho decente e crescimento econômico.

1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DE PESQUISA:

O turismo criativo, como um nicho de mercado contemporâneo, se destaca por oferecer experiências em destinos que promovem atividades ligando-se ao turismo cultural. Autores como Richards & Raymond (2000) enfatizam que ele possibilita aos visitantes explorar seu potencial criativo por meio de experiências únicas. A evolução conceitual, desde pequenas iniciativas até redes de turismo criativas, é reconhecida (Duxbury & Richards, 2019). Esse fenômeno oferece uma reorientação dos serviços turísticos, incentivando os turistas a se envolverem em uma ampla gama de experiências culturais (Barrera-Fernandez & Herrera-Escampa, 2017; Rivera Mateos, 2013).

A evolução do turismo criativo integrou diversas organizações e atores locais, reconhecendo os habitantes como fonte de conhecimento. Envolve interações entre visitantes, prestadores de serviços e comunidades, fortalecendo a identidade local e proporcionando educação e experiências autênticas (Booyens & Rogerson, 2015; Richards & Marques, 2012). Molina (2016) destaca sua importância para o desenvolvimento sustentável. Contudo, a crescente mercantilização das experiências turísticas pode comprometer sua autenticidade. A cooperação global na implementação dessas práticas exige a distinção das particularidades do turismo criativo para garantir a geração de valor (Duxbury & Richards, 2019).

2 OBJETIVO

Este resumo analisa o turismo criativo nos destinos como geradores de espaços para experiências únicas, utilizando a teoria institucional para observar sua evolução e consolidação. Destaca-se o papel das redes como a Rede de Turismo Criativo e a Rede de Cidades Criativas da UNESCO. A pesquisa propõe investigar como as práticas dessas redes contribuem para o turismo criativo nos destinos, especialmente em termos de cooperação em rede.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

A teoria institucional, desde o século XX, destaca o papel das instituições na sociedade, especialmente no contexto organizacional e regulatório. O neo-institucionalismo analisa a relação entre organizações e ambiente, com ênfase na conformidade organizacional (Pérez-Ramirez, 2019; Hall e Taylor, 1996) No turismo criativo, as redes de cooperação desempenham um papel central, influenciando práticas organizacionais. A cooperação em redes facilita a resolução de problemas complexos e o compartilhamento de recursos e informação. Marcos regulatórios e isomorfismo impactam as práticas organizacionais, promovendo semelhanças entre organizações (DiMaggio e Powell, 1991; Vargas, 2008). Essas teorias fornecem uma lente analítica para compreender as práticas diferenciadas no turismo criativo e sua consolidação em destinos turísticos.

Nesse sentido, o ambiente externo, o relacionamento com outras organizações, os marcos normativos e regulatórios e o isomorfismo são reconhecidos como categorias analisáveis no desenvolvimento da pesquisa. Desse modo, pode-se compreender o quão diferenciadas são suas práticas como atores pertencentes a redes especializadas do turismo criativo.

4 METODOLOGIA

A pesquisa atual é desenvolvida como uma abordagem das redes de turismo criativo, a fim de compreender a consolidação do turismo criativo em destinos turísticos do ponto de vista institucional, por meio de uma metodologia qualitativa com escopo exploratório-descritivo. Por isso, são selecionadas a rede de turismo criativo e o programa de redes de cidades criativas da UNESCO, que foram selecionados por terem uma aproximação de 260 localidades que apostam na criatividade como fator de desenvolvimento, porém fazem uso de suas indústrias culturais e criativas no fator do turismo para a geração de experiências criativas de turismo.

Essas redes foram abordadas por uma análise do conteúdo em seus relatórios e documentos em seus sites. A fim de observar a correspondência dessas redes através do reconhecimento de suas práticas, por meio de categorias de análise como a revisão do ambiente externo, a relação com outros atores, os marcos regulatórios que regem a participação como um todo e, finalmente, o isomorfismo em suas práticas de turismo criativo.

5 RESULTADOS PRELIMINARES

A associação do turismo criativo com teorias como o institucionalismo reconhece destinos turísticos como atores importantes nesse nicho de mercado, apoiada por autores como De Bruin e Jelinčić (2016), Maitland (2010) e Richards e Wilson (2007). A cooperação em rede traz benefícios organizacionais e visibilidade global, consolidando atividades de turismo criativo, tornando destinos semelhantes em muitas práticas.

Procuram no desenvolvimento local através da criatividade, enquanto a Rede de Turismo Criativo visa especificamente o desenvolvimento desse mercado. A inclusão de diferentes atores, incluindo a comunidade acadêmica, transforma a estrutura

organizacional dos destinos. O isomorfismo, conforme DiMaggio e Powell (1991), resulta em características semelhantes entre os atores das redes, influenciando tanto experiências turísticas criativas quanto práticas de gestão de marketing (Vargas, 2008), através da marca da cidade referente à criatividade e ao uso de redes sociais como instagram, facebook e twitter para divulgar seu projeto como destino criativo ou cidade criativa.

6 CONSIDERAÇÕES SOBRE CONTRIBUIÇÕES E IMPACTOS:

O estudo empírico sobre turismo criativo revela uma abordagem diferenciada, explorando destinos já envolvidos em redes de cooperação especializadas. Autores como De Bruin e Jelinčić (2016), Maitland (2010) e Richards e Wilson (2007) observam o turismo criativo como uma opção de desenvolvimento, analisando práticas implementadas por esses destinos. Este fenômeno contemporâneo, vinculado à economia da experiência, reconhece os destinos como catalisadores de experiências turísticas satisfatórias. A cooperação em rede permite a consolidação desse nicho, promovendo desenvolvimento socioeconômico por meio de recursos culturais autênticos. Destinos organizam-se para garantir práticas turísticas sustentáveis e satisfazer as motivações dos turistas. Essa abordagem revela a importância dos destinos como atores-chave no turismo criativo.

REFERÊNCIAS

- Barrera-Fernandez & Herrera-Escampa (2017). From cultural to creative tourism: urban and social perspectives from Oaxaca, México. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 5.
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2015) Creative Tourism in Cape Town: An innovation perspective. *Urban Forum*, 26(4), 405-424. doi:10.1007/s12132-015-9251-y
- De Bruin, A., & Jelinčić, D. A. (2016) Toward extending creative tourism: participatory experience tourism. *Tourism Review*. 71(1), 57-66.
- Dimaggio, P., & Powell, W. (1991) *The new institutionalism in organizational analysis*. London: Sage.
- Duxbury, N., & Richard, G. (2019) Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. In *A research agenda for creative tourism*. Edward Elgar Publishing, 1-14.
- Hall, P., & Taylor, R. (1996) Political Science and the Three New Institutionalism. *Political Studies*, 44(5), 936-957.
- Maitland, R. (2010) Everyday life as a creative experience in cities. *International Journal of culture, tourism and hospitality research*, 4 (3), 176-185.
- Molina, S. (2016) Turismo creativo. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)* 5(1), 205-223.
- Pérez-Ramirez, R. (2019). *Administración pública y gobernanza en México*. Análisis del cambio institucional en la agenda de buen gobierno. Estado de México: ECORGAN-México.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4(2), 1-11.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *Atlas news*, 23, 16-20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006 OU 2007?). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism management*, 27(6), 1209-1223. doi:10.1016
- Rivera Mateos, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *Relaciones interculturales en la diversidad*, Cátedra Intercultural, 199-217.
- Vargas, J. (2008). Teoría Institucional y neoinstitucional en la administración internacional de las organizaciones. *Revista científica "visión de futuro"*, 10(2).