

## A Research Agenda for Creative Tourism<sup>1</sup>

Recensão

Tiago Vinagre de Castro<sup>2</sup>

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Portugal

O conceito de turismo criativo é relativamente recente (Richards e Raymond, 2000) enquadrando-se numa área de turismo de nicho, que emergiu tanto da evolução do turismo cultural como da reação à sua massificação. O turismo criativo está intrinsecamente ligado aos viajantes que procuram experiências culturais mais ativas e participativas, nas quais possam explorar e desenvolver a sua criatividade, bem como abordagens alternativas ao desenvolvimento do turismo, numa lógica de pequena escala, mais sustentável e de maior proximidade entre visitante e anfitrião.

O carácter multi e interdisciplinar inerente ao turismo criativo conduziu a um incremento gradual da investigação, estabelecendo um campo de especialização em evolução, acompanhando o desenvolvimento do turismo criativo, tanto na oferta como na procura, a nível global. Com efeito, tem-se verificado um crescimento na procura de experiências criativas, bem como de oferta de destinos e atividades que proporcionem uma imersão na cultura local associada a processos de aprendizagem e criação. O CREATOUR “*Desenvolver Destinos de Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e Áreas Rurais*” (P2020: 2016-2020) insere-se neste contexto. Trata-se de um projeto de investigação-ação que tem por objetivo contribuir para o desenvolvimento do turismo criativo sustentável, em quatro regiões de Portugal, designadamente, Norte, Centro, Alentejo e Algarve e do qual Nancy Duxbury e Greg Richards fazem parte, como Investigadora Principal e Consultor Científico.

Os resultados dos diversos estudos realizados têm levantado novas questões que exigem corpos teóricos e empíricos mais ajustados ao desenvolvimento e evolução do turismo criativo. Neste sentido, o livro *A Research Agenda for Creative Tourism*, organizado por Nancy Duxbury e Greg Richards, surge com o objetivo de lançar um conjunto de linhas orientadoras para uma agenda de investigação futura para o turismo criativo, tendo por base uma forte ligação entre a teoria e a prática. Assim, partindo do trabalho de pesquisa que têm vindo a fazer, os organizadores deste livro desafiaram outros autores que trabalham e investigam sobre o turismo criativo em diferentes áreas disciplinares e geográficas, para que sugerissem eixos de investigação a desenvolver, no sentido de ampliar as questões conceptuais e pragmáticas que têm vindo a ser trabalhadas no âmbito do turismo criativo.

O livro está organizado em 6 partes. Um capítulo introdutório que faz um enquadramento do conceito turismo criativo e sua evolução até ao momento atual em 4 fases complementares, bem como a emergência deste campo de investigação, evidenciando os elementos que o caracterizam e distinguem no contexto do turismo cultural. Seguem-se 4 partes - compostas por capítulos que apresentam estudos atuais espalhados pelo mundo - associadas a 4 áreas temáticas, através das quais o olhar sobre a investigação se vai alargando gradualmente, do turismo criativo e a experiência individual, para a relação simbiótica entre as diversas formas de atividades de turismo criativo e contextos em que ocorrem, passando pelos desafios dos processos de desenvolvimento e seus impactos locais, assim como estratégias e políticas locais, terminando numa análise à oferta internacional de plataformas e redes que organizam e promovem atividades de turismo criativo numa base coletiva. Por último, o capítulo final

<sup>1</sup> Nancy Duxbury, Greg Richards (orgs.) (2019), *A Research Agenda for Creative Tourism*, Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing

<sup>2</sup> [tiago.vng.castro@gmail.com](mailto:tiago.vng.castro@gmail.com)

sistematiza e analisa os contributos dos diversos autores, apontando para linhas de investigação futuras em torno do turismo criativo e abrangendo temas tão diversos como: experiências e atividades, abastecimento, marketing, desenvolvimento de experiências e destinos, avaliação do seu desenvolvimento, o papel das comunidades locais, placemaking através de turismo criativo e, ainda, redes e plataformas.

A compilação de um conjunto de casos de estudo internacionais (na Malásia, Indonésia, Croácia, Canadá, Finlândia, Coreia do Sul, Estados Unidos da América, Tailândia, Rússia e Brasil) comprova a enorme diversidade e abrangência do turismo criativo relativamente à multiplicidade de temas e interesses, tipologias de oferta e procura, abordagens e contextos geográficos. Esta realidade deriva, de certa forma, de uma definição fluída e que reflete diferentes conjunturas. Os casos de estudo apresentados referem-se a múltiplos contextos de locais históricos classificados, áreas remotas rurais e urbanas, cidades grandes e pequenas ou aldeias e envolvem comunidades (étnicas, rurais, de bairro), organizações culturais, artistas, artesãos e empreendedores. Na sua maioria, tratam-se de ambientes socioeconómicos desafiantes, onde a adaptação, inovação e resiliência está ligada ao turismo criativo como modelo alternativo ou complementar de desenvolvimento local, podendo centrar-se nas artes e educação, na regeneração urbana de base cultural e/ou na salvaguarda das tradições e património local, etc. É interessante perceber as diferentes abordagens ao turismo criativo adotadas em cada cenário - adaptadas às características e circunstâncias sociais, culturais, naturais e económicas locais - enquanto que, do ponto de vista da investigação, são as metodologias, as ferramentas de monitorização (algumas criadas para o efeito), os modelos de análise, e os impactos resultantes que suscitam maior curiosidade.

Torna-se claro o carácter intersectorial do turismo criativo, com uma ligação intrínseca aos setores da cultura, do turismo e da economia criativa. Mas em paralelo, também se observa a sua ligação ao setor público, na ótica do desenvolvimento socioeconómico local e regional e no potencial enquanto modelo alternativo mais sustentável e inclusivo que engloba ações coletivas e cooperação entre atores, facilitação e mediação, assim como modelos de governança colaborativa. No entanto, para a discussão, desenvolvimento e implementação do turismo criativo, é fundamental a geração de conhecimento que suporte ações inovadoras e políticas públicas futuras.

Este livro vem demonstrar a abrangência, pertinência e margem de expansão que a área de investigação do turismo criativo tem, podendo servir como ponto de convergência de diversos campos disciplinares, em particular nas ciências sociais. Além disso, reforça a ideia presente de que ainda não se alcançou um consenso a nível global relativamente ao conceito de turismo criativo, o que por si só constitui um desafio e um estímulo para estudos que não de vir. Efetivamente, ainda há muita investigação por fazer sobre temáticas tão variadas como: o perfil, motivações e comportamentos do turista; as formas de organização da oferta; as relações entre turistas e o destino; os impactos nas comunidades locais; ou os contributos para o desenvolvimento de novas iniciativas e de políticas que o enquadrem.

Em suma, o livro *A Research Agenda for Creative Tourism* proporciona uma visão multifacetada sobre o turismo criativo e o seu potencial enquanto elemento chave para um desenvolvimento integrado e sustentável baseado na criatividade, e que pode assumir diferentes modelos de operacionalização ajustados aos contextos em que se insere. Trata-se de uma publicação de extrema utilidade para quem faça investigação, trabalhe ou, simplesmente queira explorar conhecimento em áreas que entrecruzem turismo, cultura, desenvolvimento regional e local, economia cultural e criativa, sustentabilidade, património, cooperação e governança. Para aguçar a curiosidade por este livro fica aqui uma citação que ilustra bem a sua essência:

“As forças da imaginação e da expressão criativa fornecem-nos ferramentas importantes com as quais podemos revitalizar e ampliar tradições e práticas culturais, mergulharmos em diferentes visões do mundo e perspetivas, e construir visões renovadas e caminhos para o futuro, inspirando e informando o mundo que estamos a construir coletivamente. O turismo criativo pode desempenhar um papel importante nesta trajetória daqui para frente.”

(Duxbury and Richards, 2019: 7)