IX SINGEP
Simpósio Internacional de Gestão, Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Management, Project, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302
CYRUS Institute of Knowledge MAKE A DIFFERENCE
9TH INTERNATIONAL CONFERENCE

Go green or go home: economia criativa no projeto Na Rota da Sustentabilidade no Estado de Santa Catarina

Go green or go home: creative economy applied at Na Rota da Sustentabilidade project, in the State of Santa Catarina

BRUNA MICHELIN PINTO
UNIVALI - UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ

HANS PEDER BEHLING

EDUARDO NAPOLE%C3%A3O

Nota de esclarecimento:
Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o IX SINGEP e a 9ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **20, 21 e 22 de outubro de 2021.**

IX SINGEP
Simpósio Internacional de Gestão, Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Management, Project, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302
CYRUS Institute of Knowledge MAKE A DIFFERENCE
9TH INTERNATIONAL CONFERENCE

Go green or go home: economia criativa no projeto Na Rota da Sustentabilidade no Estado de Santa Catarina

Objetivo do estudo
Analisar de que formas os conceitos de economia criativa foram desenvolvidos no projeto Na Rota da Sustentabilidade no Estado de Santa Catarina durante o seu período de atuação, especificamente identificando a aplicação dos princípios norteadores da Economia Criativa no Brasil.

Relevância/originalidade
A economia criativa como foco no turismo sustentável surge como alternativa de negócio, mostrando que o conhecimento, a criatividade e a cultura podem gerar inovação e inclusão social, sendo possível aplicá-la em áreas de grande potencial de desenvolvimento.

Metodologia/abordagem
Em relação aos objetivos, considera-se como metodologia exploratória, quanto à abordagem, classifica-se como qualitativa e a técnica para coleta de dados adotada foi a pesquisa bibliográfica documental, a partir dos relatos e viagens descritas no site do projeto.

Principais resultados
Observou-se a aplicação da economia criativa como geradora de renda na área do turismo sustentável, enquadrando-os dentro dos quatro princípios norteadores, sendo que a procura por estes destinos alternativos não se deve ao valor monetário, e sim à experiência sustentável proporcionada.

Contribuições teóricas/metodológicas
Como contribuição teórica se faz possível identificar o referencial teórico no estudo do projeto aplicado na prática, podendo-se ampliar a análise a todos os locais visitados.

Contribuições sociais/para a gestão
A tendência sustentabilidade será cada vez mais aplicada em diversos setores e que a economia criativa voltada à área de turismo sustentável oportuniza o desenvolvimento de projetos provendo a diversidade cultural e inclusão social das comunidades nos quais estão inseridos.

Palavras-chave: Economia Criativa, Turismo sustentável, Marketing Verde

IX SINGEP
Simpósio Internacional de Gestão, Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Management, Project, Innovation and Sustainability
ISSN: 2317-8302
CYRUS Institute of Knowledge MAKE A DIFFERENCE
9TH INTERNATIONAL CONFERENCE

Go green or go home: creative economy applied at Na Rota da Sustentabilidade project, in the State of Santa Catarina

Study purpose
To analyze how the project "Na Rota da Sustentabilidade" has applied creative economy concepts during its period of operation in the State of Santa Catarina, specifically identifying the application of the guiding principles of Creative Economy in Brazil.

Relevance / originality
The creative economic focused on sustainable tourism emerges as a business alternative, showing knowledge, creativity and culture as generate innovation and social inclusion, and it is possible to apply it in areas of great development potential.

Methodology / approach
In relation to the objectives, it is considered an exploratory methodology; as to the approach, it is classified as qualitative, and the technique used to collect data was documentary bibliographic research, based on the reports and trips described on the project's website.

Main results
The creative economy as an income generator in the area of sustainable tourism was observed, framing them within the four guiding principles, and the demand for these destinations is not due to the monetary value, but to the sustainable experience provided.

Theoretical / methodological contributions
As a theoretical contribution, it is possible to identify the theoretical referential in the study of the project applied in practice, and to extend the analysis to all the sites visited.

Social / management contributions
Sustainable trends it will be more and more apply in several areas and the creative economic focused on the sustainable tourism area provides opportunities for the development of projects providing cultural diversity and social inclusion of the communities.

Keywords: Creative economy, Sustainable tourism, Green Marketing

1 Introdução

Para facilitar o entendimento do conceito de economia criativa, é necessário colocá-la em contraposto com a economia tradicional. Desta, a obtenção de riquezas se dá pela exploração de bens finitos e tangíveis, a partir de recursos naturais limitados. Já na economia criativa, a riqueza é gerada por meio da exploração de recursos infinitos e intangíveis, a inteligência e a criatividade do ser humano em suas diversas áreas de atuação (UNCTAD, 2010). A economia criativa pode ser aplicada em várias atividades: patrimônio natural e cultural, espetáculos e celebrações, artes visuais e artesanato, livros e periódicos, design e serviços criativos, audiovisual e mídias interativas, esportes e lazer e turismo (UNESCO, 2009).

Neste trabalho, especificamente, será abordada a atividade turismo, no estudo do projeto Na Rota da Sustentabilidade, realizado entre os meses de janeiro e junho de 2015 no Estado de Santa Catarina. Durante o projeto, foram visitadas mais de 10 cidades nas sete regiões mais turísticas do Estado na busca por roteiros alternativos de turismo sustentável afim de divulgar ações praticadas por estabelecimentos, meios de hospedagem, restaurantes, parques, projetos, dentre outros que tenham como diferencial a consciência socioambiental. O projeto busca dar visibilidade aos fazeres e saberes das comunidades e manifestações culturais locais, fomentando o turismo nessas regiões com o objetivo de gerar renda às populações locais e incentivar a continuidade dessas atividades (CAGNA, 2014).

O termo turismo sustentável surge em face ao desenvolvimento da prática do turismo, na qual a necessidade de se manter os recursos naturais e o lazer que estes proporcionam, o desenvolvimento da população local e o planejamento de ações adequadas ao ambiente visando a não degradação são os fundamentos básicos para que o destino turístico se mantenha ativo (REGULES *et al*., 2007).

Os dados da Divisão de População da ONU estimam que a população mundial chegará a 10 bilhões de pessoas em 2050, ou seja, para suportar o atual padrão de consumo, serão necessários mais que dois planetas terras (ECOLOGICAL FOOTPRINT ATLAS, 2010). Diante destes dados, se percebe um crescente esforço para a mudança da consciência, direcionando os consumidores a refletirem sobre os impactos ambientais e sociais que o

consumo desenfreado vem acarretando ao mundo. Não somente a degradação ambiental esse sistema de consumo impacta, mas também acaba por desvalorizar as pequenas manifestações culturais que ao passar dos anos vão sendo esquecidas pela banalização dos trabalhos manual e artesanal, tradições e costumes locais e características típicas de comunidades menores que perdem espaço perante outras atividades mais expressivas.

No momento que é apresentado ao consumidor que pretende viajar a um destino turístico opções de lugares que oferecem uma estrutura voltada a ações sustentáveis, se incentiva o consumo de produtos e serviços locais, comidas e bebidas típicas que promovam manifestações culturais e demais atividades que geram riquezas a estas comunidades, preservando-as e enfatizando que é possível explorar as belezas por meio de um turismo não depredatório aos recursos nativos.

Há inúmeros destinos turísticos em todas as regiões do Brasil que perderam a real atratividade devido ao turismo de massa e falta do planejamento, degradando os recursos naturais, as atividades das comunidades locais e afastando a população local de suas moradias. O maior desastre ambiental da história do país, a ruptura das barragens da mineradora Samarco em novembro de 2015, que transbordou lama tóxica e destruiu o subdistrito Bento Rodrigues da cidade de Mariana em Minas Gerais e atingiu mais de 40 cidades próximas, prejudicou e alterou a rota turística da região. Os atrativos comprometidos vão de patrimônios históricos e parques estaduais de conservação a praias. Mesmo com os atuais incentivos do governo para retomar o fluxo de turistas, não se é possível prever o quanto a tragédia afetará os destinos no futuro, mas entende-se que acontecimentos dessa dimensão deixam consequências irreversíveis aos locais (TERRA, 2015).

O turismo sustentável só se faz real no momento em que todos os envolvidos, governo, sociedade, organizações e iniciativas privadas se unem em parceria em prol do objetivo comum. É nessa perspectiva de cooperativismo que será possível a preservação dos atrativos turísticos naturais no Brasil, e a economia criativa emerge ao provocar o intelecto dos envolvidos a desenvolver alternativas de negócios, criando valor econômico a partir das atividades que fazem parte da rotina do morador do destino, mantendo o empregador e o empregado em sua cidade natal, gerando renda à família por meio do comércio local, como artesanato, pesca, as tradições culturais, sabendo explorar seus benefícios sem prejudicar os recursos queos tornam possível de acontecer. Dessa forma o presente trabalho teve como

objetivo analisar de que formas os conceitos de economia criativa foramdesenvolvidos no projeto Na Rota da Sustentabilidade no Estado de Santa Catarina durante o seu período de atuação, especificamente identificando a aplicação dos princípios norteadores da Economia Criativa no Brasil.

Diante da atual situação econômica do país e da crescente preocupação por parte dos consumidores sobre os impactos na sociedade causados pelas ações das empresas das quais consomem, a economia criativa como foco no turismo sustentável surge como alternativa de negócio, mostrando que o conhecimento, a criatividade e a cultura podem gerar inovação e inclusão social, sendo possível aplicá-la em áreas de grande potencial de desenvolvimento. Na área do turismo sustentável, este trabalho justifica-se pela urgente necessidade da propagação de seu conceito – em seus segmentos cultural, social e ambiental – e resgate de suas práticas, apontando a possibilidade de uma atividade de lazer não ser prejudicial aos recursos naturais do destino turístico. No âmbito acadêmico justifica-se pela contribuição para a temática da economia criativa, pelo ainda pouco e recente material já desenvolvido e como possível direcionador para o desenvolvimento de novos projetos na área do turismo sustentável. Por fim, em nível pessoal, ao estudar o projeto realizado em Santa Catarina, pretende-se colaborar na realização do projeto da etapa Brasil, aprovada pela Lei Rouanet[i] em 2014 e com previsão de início para 2017.

2 Marketing Verde

Atualmente, percebe-se uma padronização de produtos e serviços ofertados ao consumidor final. Por conta disso, a decisão de compra tem sido tomada em fatores que vão além do preço ou da qualidade. Os valores intangíveis que o produto ou serviço agregam, como a marca e sua representatividade imagética para o consumidor, através de estratégias que enfatizam fatores emocionais, o apelo à sustentabilidade, dentre outros (KOTLER; KELLER, 2006; OTTMANN, 1994). Na contramão da comoditização[ii], buscam-se alternativas como o marketing verde, queé a aplicação das ferramentas de marketing voltadas para ações social e ambientalmente responsáveis, envolvendo todo o ciclo de produção, da concepção ao desenvolvimento e descarte (DIAS, 2007).

A atual linha de pensamento tira o homem do centro do universo e a ideia de que a natureza está a total disposição do consumo sem limites. Começa-se a pensar sobre a

subsistência do ser humano no único local que oferece condições de vida, o Planeta Terra. O consumidor consciente sabe diferenciar marcas que utilizam o realmarketing verde das que praticam o *greenwhasing*, neologismo que na tradução literal é lavagem verde e significa o uso inapropriado de ações ligadas a sustentabilidade, mascarando o que não praticam ou divulgando ações que são obrigatórias por lei como se fossem diferenciais, o que acaba por dizimar a credibilidade da comunicação nessa área (ELKINGTON, 2007). A partir do comportamento de buscas e *downloads* dos usuários, o Shutterstock, site de banco de imagens, elaborou uma lista com tendências criativas do mundo do design para 2016. No Brasil a principal tendência são as folhagens, que tiveram um aumento de 704% na busca. As imagens que mais serão compartilhadas nas redes sociais nesteano de 2016 são as com a natureza em destaque e o ser humano inserido neste cenário, ao contrário do conteúdo compartilhado em 2015, no qual as *selfies* foram predominantes (SHUTTERSTOCK, 2016). Essas tendências identificadas ratificam a mudança de um comportamento global, indicando que essa preocupação estápresente em diversos serviços, nas áreas do marketing, design, turismo, etc.

3 Economia Criativa

O termo economia criativa é recente pois, apesar da cultura e suas manifestações artísticas estarem presentes na vida das pessoas desde tempos remoto, a reflexão na esfera econômica e como tema de pesquisa passou a ter mais expressividade nos últimos anos (BENHAMOU, 1997). O desenvolvimento do conceito de economia criativa só aconteceu devido à globalização e à conectividade das tecnologias da informação, dando espaço para a geração e propagação de todos os tipos de conteúdo em todas as partes do mundo (HARTLEY, 2005).

Por se tratar de uma abordagem recente, seus conceitos e modelos de negócios se encontram em constante construção. Para a elaboração de políticas públicas e o controle e mensuração dos resultados obtidos, além da identificaçãodos reais potenciais de cada região, se faz necessário a categorização dos setores envolvidos. Diferentes países utilizam várias metodologias para essa classificação, dificultando o acesso a dados mundiais da economia criativa. No Brasil, em 2011 no Governo Dilma Rousseff, foi criada a Secretaria da Economia Criativa (SEC), como parte do Ministério da Cultura, lançando o Plano de Secretaria de Economia Criativa. Seu objetivo era o de elaborar e implementar políticas públicas para “um novo desenvolvimento fundado na inclusão social, na sustentabilidade, na inovação e,

especialmente, [no resgate] na diversidade cultural brasileira" (BRASIL, 2011a, p. 8), apresentando critérios e conceitos adequados à realidade brasileira.

Uma das classificações adotadas de referência pelo Plano é a da Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) (2009), que divide os setores em duas macro categorias: 1) setores criativos nucleares, que são as atividades que geram renda por meio do ato criativo e o seu valor intangível, composta por patrimônio natural e cultural; espetáculos e celebrações; artes visuaise artesanato; livros e periódicos; design e serviços criativos; e audiovisual e mídias interativas; e 2) setores criativos relacionados, que são aqueles que não geram renda do ato criativo em si, mas que sofrem os reflexos deles. São compostos pelas atividades de turismo (roteiros, serviços turísticos e de hospitalidade) e esporte e lazer (entretenimento, parques, bem-estar físico).

4 Princípios norteadores da economia criativa brasileira

Com o intuito de gerar um modelo que limite e oriente as ações das políticas públicas implementadas pela Secretaria da Economia Criativa (SEC), adequadas ao contexto do país e respeitando sua diversidade cultural, desenvolvimento sustentável de cada região e inclusão colaborativa da comunidade, definiu-se quatro princípios norteadores que se interligam para o crescimento da economia criativa brasileira. São eles: diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social.

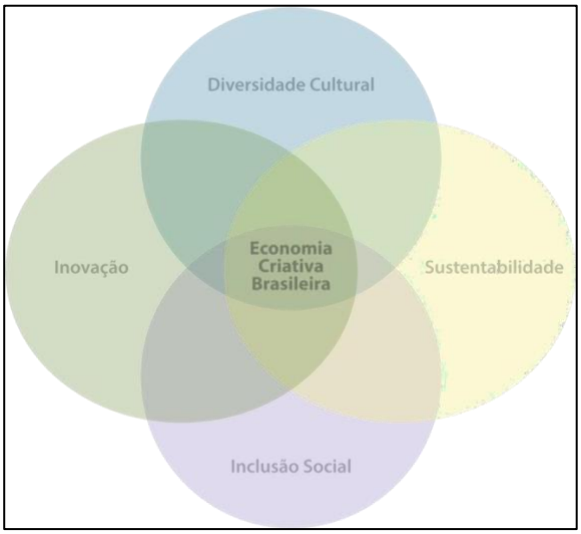

Figura 1. A economia criativa brasileira e seus princípios norteadores

Fonte: Plano da Secretaria da Economia Criativa (BRASIL a, Ministério da Cultura, p. 33, 2011).

A economia criativa no Brasil se deve à imensa diversidade cultural de seu povo, ou seja, pode-se considerar a criatividade como produto e também como processo produtivo. A valorização dessa riqueza gera a força que alimenta e aumenta as inúmeras possibilidades de negócios para o desenvolvimento sustentável da sociedade, visto que abre oportunidades e incentiva a capacidade do povo de se manifestar. O desenvolvimento sustentável prioriza a cultura heterogênea, onde produtos e serviços preservam as características culturais e singulares e dá condições para que gerações futuras possam dar continuidadenesse processo. A inovação é crucial para a economia criativa, pois identifica oportunidades de incrementar ou de desenvolver novos negócios. Considera-se a própria economia criativa como processo gerador de inovação, pois ao mesmotempo que atende a demandas latentes, oferece outra perspectiva sobre elas. Ainda por conta disso, a inclusão social também se faz fundamental para que mais ambientes sejam favoráveis a criação desses novos negócios. Ao oferecer oportunidades de qualificação e profissionalização mais pessoas terão acesso aos bens e serviços criativos e poderão também obter renda por meio deles (BRASIL, 2011a).

5 Desenvolvimento sustentável

Faria (2002) propõe que a globalização, termo designado ao atual sistema capitalista de desenvolvimento, é uma das causas em que a oposição, dentre os quais os ambientalistas, firmaram na intenção de regredir, ou ao menos reduzir a degradação ambiental. Esse modelo de economia permite a produção em alta escala e veloz consumo, ritmo que a natureza não consegue acompanhar. Leonard (2011) complementa o pensamento ao afirmar que o atual modelo linear seguido pela sociedade – extração, produção, distribuição, consumo e descarte – não é sustentável, pois não considera os limites dos recursos, que são finitos. Para que a sociedade evite um colapso ambiental é necessário adotar um modelo cíclico, no qual o final do processo possa gerar um novo início e entre suas etapas sejam levados em conta os envolvidos.

O termo desenvolvimento sustentável vem à toma em 1987 na Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento promovida pela ONU, sendo definido como o atendimento às necessidades da atual sociedade sem afetar o desenvolvimento das próximas gerações (NAÇÕES UNIDAS, 1987). O desenvolvimento sustentável deve estar presente em todas as relações entre o ser humano e natureza, da produção de bens de consumo à prestação de serviços, no qual o turismo, próxima etapa do projeto, é apresentado.

6 Turismo sustentável

Dados da Organização Mundial de Turismo mostram que entre janeiro e agosto de 2015, o número da chegada de turistas internacionais atingiu 810 milhões espalhados por todas as regiões do mundo. Essa descentralização das regiões receptoras para países ainda em desenvolvimento é favorável pela ótica da redução de desigualdades visto que o turismo é uma das principais atividades geradores de receita e empregos (OMT, 2015). Porém, a ausência de uma gestão adequada, pode acarretar problemas econômicos, socioculturais e ambientais às regiões, como a massificação, degradação e por fim a autodestruição do destino turístico (BRASIL, 2011b).

O turismo sustentável envolve o planejamento responsável do desenvolvimento do atrativo turístico da área, respeitando o limite sustentável dos recursos naturais e a preservação da diversidade cultural e natural aliado às necessidades dos visitantes. O desafio se faz na procura pelo equilíbrio entre o desenvolvimento econômico e os impactos causados por este. Com ampla abrangência, é possível dividir o turismo sustentável entre os segmentos de ecoturismo, turismo rural, social, ambiental, cultural. Dentre as propostas que esses conceitos têm em comum são o uso sustentável dos atrativos turísticos disponíveis, oferecendo ao visitante uma experiência em contato com a natureza, e ao morador o benefício do impacto positivo, preservando patrimônios naturais e culturais e subsistência das atividades ali desenvolvidas (BRASIL, 2006).

Em resolução aprovada em dezembro de 2015, a ONU declarou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, entendendo sua importância para o fortalecimento da paz mundial ao reconhecer, compreender e respeitar o valor da rica diversidade dos povos do mundo todo e sua herança cultural. Ainda, a relevância se dá no avanço que o setor de turismo terá nos três pilares da sustentabilidade – econômico, social e ambiental (UNWTO, 2015). A resolução tomada vai de encontro à pesquisa encomendada em 2015 pelo site de reservas Booking.com, no qual 52% dos entrevistados de 16 países responderam preferir destinos sustentáveis, sendo o Brasil o país que mais se preocupa com essa questão, com 74% dos respondentes e a Dinamarca com o menor interesse, 36% das respostas (DUNPHY, 2015).

No âmbito da economia criativa *cases* de sucesso são cada vez mais frequentes. Especificamente em Santa Catarina, em decorrência da necessidade de uma infraestrutura mais adequada, foi apresentado em 2013 o Planejamento-Ação do Turismo Sustentável de Urubici (Plats, 2013/2023), sendo a primeira cidade doEstado a receber um plano municipal de turismo sustentável. Este plano busca orientar a atividade turística e dar suporte às ações que facilitem o acesso ao município, a capacitação da rede hoteleira/comércio e atrativos turísticos de Urubici, principalmente aos relacionados com vivência na natureza, como cascatas, esportes ao ar livre e serra (GOMES, 2013).

7 Metodologia

Em relação aos objetivos, considera-se como metodologia exploratória, pois seu intuito foi o de conduzir até a definição do problema, fornecendo dados para a compreensão e análise do mesmo (ZIKMUND, 2006). Quanto à abordagem, classifica-se como qualitativa, pois buscou a compreensão do objeto de estudo, ao responder a perguntas "por que" e "qual o motivo", informações estas não passíveis de quantificação (MINAYO, 2001). A técnica para coleta de dados adotada foi a pesquisa bibliográfica documental, pois buscou respaldo e a resolução do problema central, fornecendo ao pesquisador um acervo com informações levantas em publicações públicas e privadas, incluindo fotos, vídeos, músicas e pinturas entre outros (MARCONI E LAKATOS, 2005). Especificamente no presente projeto, que analisa como os conceitos de economia criativa foram desenvolvidos do projeto na Rota da Sustentabilidade em Santa Catarina, se faz possível identificar o referencial teórico no estudo do projeto aplicado na prática. O levantamento de dados foi realizado entre os meses de janeiro e março de 2016, nos artigos publicados no site do projeto Na Rota da Sustentabilidade entre os meses de janeiro e junho de 2015.

8 Análise dos resultados

O Portal EcoHospedagem surgiu no ano 2011 a partir do projeto de um site no qual fosse possível reunir publicações sobre ações sustentáveis e destinos de turismo cultural e sustentável no Estado de Santa Catarina. Nele são publicadas matérias sobre turismo sustentável, opções de roteiros de ecoturismo, turismo cultural, etc., cadastro de hotéis, resorts e pousadas que praticam ações sustentáveis em seus empreendimentos facilitando a procura por parte dos turistas e também o cadastro de fornecedores que sirvam como suporte para os

demais estabelecimentos implantarem essas ações. O objetivo do Portal é aproximar os *stakeholders* e os turistas brasileiros e estrangeiros, divulgando ações necessárias para que mais estabelecimentos adotem a prática da sustentabilidade e seu conceito se dissemine. O interesse pelo tema é validado pelas visitas virtuais realizadas ao Portal, que até julho de 2015 contabilizavam 1.500 acessos por dia.

Figura 2. *Home page* no Portal EcoHospedagem
Fonte: Portal EcoHospedagem, 2016.

Por conta disso e afim de potencializar a busca e dar maior visibilidade a estes roteiros, foi criado em 2015 o Projeto Na Rota da Sustentabilidade com o intuito de buscar e divulgar destinos turísticos que ofereçam estas ações, gerando renda às comunidades locais e incentivando sua continuidade. Durante os seis primeiros meses de 2015 foram visitadas 12 cidades dentre sete regiões no Estado de Santa Catarina: Balneário Camboriú e Itajaí, Costa Esmeralda, Florianópolis, Farol de Santa Marta e Laguna, Ferrugem, Garopaba e Rosa, Blumenau e São Joaquim e Urubici. Ao total, foram visitados 40 roteiros de turismo sustentável e 36 empreendimentos que realizam ações socioambientais. As atividades encontradas foram publicadas no site paralelo ao Portal[iii], gerando cerca de 50.000 visualizações até o período de julho de 2015.

Os princípios norteadores

Considerando o turismo facilitador ao acesso à distintas culturas, apresenta- se a análise de como os quatro princípios que norteiam a Economia Criativa no Brasil definidos

pela SEC foram identificados durante o período de visita aos destinos turísticos no Projeto Na Rota da Sustentabilidade em Santa Catarina.

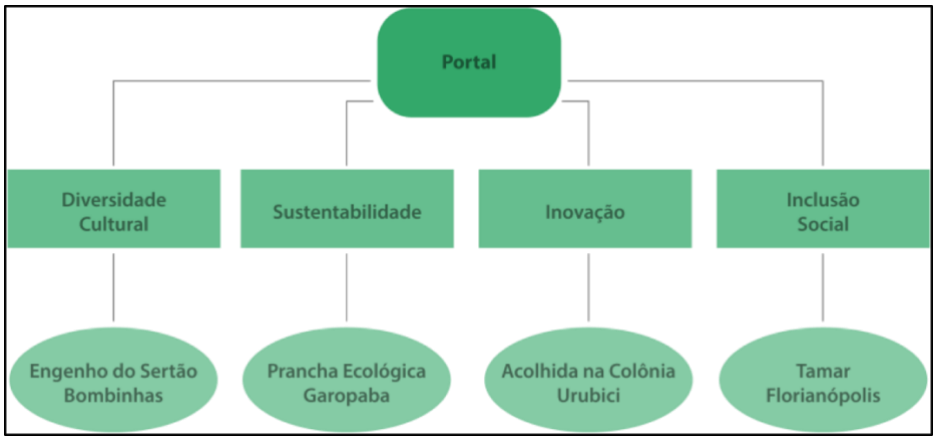

Figura 3: Projetos de economia criativa identificados e aplicados aos princípios norteadores

Fonte: Elaborado pela autora, 2015.

Na região da Costa Esmeralda, existe a cultura e tradição no povo açoriano na cidade de Bombinhas, reunidos e reverenciados no Engenho do Sertão. Antigo engenho de farinha, hoje é considerado como um complexo histórico e cultural e abriga um Museu Comunitário, um espaço para produção, venda e aprendizado de artesanato, um local de hospedagem e põem na prática projetos voltados à educação cultural, além de oferecer visitas guiadas e ter um café para apreciação da comida típica regional. Junto ao Engenho, há o Instituto Boimamão, associação privada sem fins lucrativos, que tem o compromisso de preservar a memória cultural da comunidade pesqueira e que podem ser vivenciadas pelo turista no Engenho: dança, folclore, artesanato, crenças e gastronomia.

Figura 4. Loja do Engenho do Sertão em Bombinhas, SC

Fonte: Na Rota da Sustentabilidade, 2015.

Inserido no cadastro nacional de museus e reconhecido pelo Ministério da Cultura como Ponto de Memória, o trabalho em conjunto da iniciativa privada e de organizações políticas, principalmente em países em desenvolvimento, dá condiçõespara a manutenção e multiplicação de projetos que exploram e exaltam o bem intangível da riqueza cultural. O apoio e cooperativismo são fundamentais para a promoção desses projetos.

No Sul, na cidade de Garopaba, o projeto Prancha Ecológica destaca-se por aplicar conceitos de economia criativa associados à sustentabilidade. Parte da ONG Eco Garopaba, seu objetivo é conectar o *stand up paddle*[iv], prática esportiva procurada por turistas na região, ao conceito de sustentabilidade e preservação ambiental. O projeto consiste em ensinar às pessoas a construírem suas próprias pranchas a partir do reaproveitamento de garrafas pets e outros materiais reciclados. Levado para todo o Brasil e apresentado principalmente em escolas, as pranchas também são vendidas, gerando a renda que mantém e leva adiante a iniciativa. Ao envolver a comunidade da região que o projeto se insere, esta se sente responsável também por fazer o projeto acontecer e contribuiu para o seu desenvolvimento e sensibiliza o turista na causa da preservação ambiental do destino. O *know how* é passado adiante e permite que mais pessoas tenham acesso, dando oportunidade também aos menos favorecidos, visto seu baixo custo de produção.

Figura 5. Comunidade praticando *stand up paddle* com as pranchas ecológicas em Garopaba, SC
Fonte: Na Rota da Sustentabilidade, 2015.

Citado em relatos de mais de uma região dentre as visitadas, o programa Acolhida na Colônia traduz literalmente a palavra inovação: reinventar e trazer uma nova óptica àquilo que já existe. Propriedades rurais de moradores locais comuns são adaptadas para receber turistas

e proporcionar-lhes a experiência de viver o dia-a-dia do campo. O programa possui uma série de exigências e dá treinamento para que a propriedade esteja apta a participar e receber os turistas, uma delas é que tudo que é plantado seja de produção orgânica. Os anfitriões compartilham suas experiências com os hóspedes, que podem participar da colheita de frutas e legumes, tratar os animais da fazenda, tirar leite de vaca, cavalgar com os cavalos pela propriedade, passear por trilhas, por meio de visitas guiadas.

Muitas destas propriedades antes possuíam como fonte de renda a plantação do fumo, que trazia muitos malefícios como intoxicação por nicotina e agrotóxicos aoprodutor. Outros casos eram de famílias que há anos tinham sua subsistência por meio da agricultura, mas com a saída dos filhos para trabalhar na cidade ficaram sozinhos e não tiveram como dar continuidade na produção. Para ambos casos a adesão a Acolhida na Colônia, que fornece subsídio a investimentos e incentivo ao turismo, essas propriedades agora obtêm renda provinda de uma atividade prazerosa e que faz parte da rotina deles.

Figura 6. Pousada Rodeio Velho, em Urubici, SC, participante do programa Acolhida na Colônia
Fonte: Na Rota da Sustentabilidade, 2015.

Localizada em Florianópolis, a sede do projeto Tamar trabalha com a preservação das tartarugas marinhas, por meio do monitoramento da atividade pesqueira na região conseguem reduzir a captura incidental dos animais. O trabalho deles é dar tratamento e acompanhamento veterinário as tartarugas machucadas resgatadas do mar, fazem a soltura das que estão aptas a voltar para seu habitat e protegem a desova nas praias, garantindo a reprodução das espécies. Todas essas atividades podem ser acompanhadas na sede pelos turistas, enfatizando a

importância da conscientização ambiental e do turismo sustentável e preservando o destino turístico.

Desde 2004 na cidade, o projeto possui ações específicas à parte social, e não somente com a geração de empregos que a sede demanda.

Figura 7. Projeto Tamar em Florianópolis, SC
Fonte: Na Rota da Sustentabilidade, 2015.

Na loja, grande parte dos produtos vendidos são produzidos pela comunidade local, valorizando seu trabalho singular e regional e se tornando uma fonte de renda alternativa a elas, são desde artesanato à bolsas e acessórios. Novamente a inclusão da comunidade onde o projeto está inserido faz-se sentir responsável e contribuir para o projeto seguir.

9 Considerações finais

Sendo a economia criativa uma área ainda recente, foi possível perceber durante a análise de dados levantados nos relatos das visitas, diversos projetos em que ela pode ser aplicada como geração de renda dentro da área do turismo sustentável. Observa-se também que a procura por estes destinos alternativos não se deve ao valor monetário, e sim à experiência sustentável proporcionada, abrindo espaço ao lado do turismo de massa, para os destinos turísticos que abranjam o turismo cultural, ecológico, de experiência, etc. Ainda, as informações relatadas ratificam a resolução tomada pela ONU de 2017 ser o Ano Internacional do Turismo Sustentável, sendo a sustentabilidade uma tendência a ser seguida em diversas áreas de negócios. Grande parte dos projetos identificados partem da iniciativa privada, porém

os que possuem apoio e reconhecimento de organizações públicas conseguem mais espaço para promoção de suas atividades. Com os relatos divulgados no site do projeto, foi possível identificar os princípios norteadores definidos no plano da Secretaria de Economia Criativa do Brasil.

Ainda, conforme a classificação adotada pelo Plano de Secretaria de Economia Criativa, o portal e o projeto se encaixam nos setores criativos nucleares, que são aqueles que geram renda por meio da própria ação desenvolvida e os roteiros e destinos turísticos divulgados nestes sites são produto dessa ação, pertencendo aos setores criativos relacionados.

Vista a demanda na procura pelos relatos das visitas no site do Projeto Na Rota da Sustentabilidade em Santa Catarina, a etapa Brasil, foi aprovada pela Lei Roaunet, com propósito bem aceito pelo governo do país, infere-se a valorização e reconhecimento que o projeto poderá trazer a cultura nacional.

Como sugestões para próximos estudos, aconselha-se ampliar a análise a todos os locais visitados e também pesquisar questões relativas ao aumento da procura desses destinos turísticos após sua divulgação no site do projeto.

Referências

BENHAMOU, F. **A economia da cultura**. Cotia, São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.

BRASIL. Lei Nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei n°7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil,Brasília, DF, 23 dez 1991. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LE IS/L8313cons.htm> Acesso em 29 nov. 2015.

BRASIL a, Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa**:políticas, diretrizes e ações 2011–2014. Brasília, 2011. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/81dd57b6-e43b-43ec-93cf-2a29be1dd071> Acesso em 05 nov. 2015.

BRASIL b, Ministério do Turismo. **Turismo no Brasil 2011-2014**. http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_no_Brasil_2011_-_2014_sem_margem_corte.pdf> Acesso em 02 dez. 2015.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo:** Marcos Conceituais. Brasília, 2006. Disponível em: < http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf> Acesso em 08 dez. 2015.

CAGNA, T. **Projeto "Na Rota da Sustentabilidade, Santa Catarina"** – O que é ecomo participar. Itajaí, out. 2014. Disponível em: <http://ecohospedagem.com/projeto-na-rota-da-sustentabilidade-santa-catarina-o-que-e-e-comopaticipar/#ixzz3tmWK1p e8> Acesso em 08 dez. 2015.

DIAS, R. **Marketing Ambiental**: Ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios. São Paulo: Atlas, 2007.

DUNPHY, M. **Thirst for sustainable travel increases**. 20 jun. 2015. Disponível em <http://www.roadwarriorvoices.com/2015/06/20/thirst-for-sustainable-travel-increases/> Acesso em 01 fev. 2016.

ECOLOGICAL FOOTPRINT ATLAS 2010. **Global Footprint Network 2010**. Disponível em: <http://www.footprintnetwork.org/images/uploads/Ecological_Footprint_Atlas_2010.pdf> Acesso em 23 nov. 2015.

ELKINGTON, J. **Verde de mentira**. 07 set. 2007. Disponível em <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Epocanegocios/0,,EDG78907-8493-7,00.html> Acesso em 08 dez. 2015.

FARIA, M. O. O mundo globalizado e a questão ambiental. In: NEIMAN, Z. (Org.) **Meio ambiente, educação e ecoturismo**. Barueri, SP: Manole, 2002.

GOMES, P. **Urubici é a primeira de SC a receber plano de turismo sustentável**.Lages, 06 jun. 2013. Disponível em < http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2013/06/urubici-e-a-primeira-de-sc-a-receber-plano-de-turismo-sustentavel-4162416.html> Acesso em 08 dez. 2015.

GOMES, P. **Urubici tem a maior variedade de pontos turísticos da Serracatarinense**. 11 mai. 2013. Disponível em < http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/notici a/2013/05/urubici-tem-a-maior-variedade-de-pontos-turisticos-da-serra-catarinense-4134706.html> Acesso em 08 dez. 2015.

HARTLEY, J. **Creative industries**. Malden, MA: Blackwell, 2005.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo:Pearson Prendesse Hall, 2006.

LEONARD, A. **A história das coisas**: da natureza ao lixo, o que acontece com tudoque consumimos. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

MARCONI,M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2005.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis:Vozes, 2001.

NAÇÕES UNIDAS. **Relatório Nosso Futuro Comum**. Comissão Mundial sobre oMeio Ambientee Desenvolvimento. 11 dez, 1987. Disponível em: <http://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/> Acesso em 01 dez. 2015.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **International tourist arrivals up 4% driven by strong results in Europe**. Madri, 29 out. 2015. Disponível em

<http://media.unwto.org/press-release/2015-10-29/international-tourist-arrivals-4-driven-strong-results-europe> Acesso em 02 dez. 2015.

REGULES, M. P. P.; CAVALCANTI, P. A. B.; TIBÉRIO, W.; SILVA V. C. Ética, meio ambiente e cidadania para o turismo. **Caminhos do futuro**. Ministério do Turismo,AVT/IAP, NT/USP. São Paulo: IPSIS, 2007. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/xticax_Meio_Ambiente_e_Cidadania_para_o_Turismo.pdf> Acesso em 08 dez. 2015.

SHUTTERSTOCK. **Tendências criativas 2016**. Disponível em < http://www.shutterstock.com/pt/trends>. Acesso em 11 mar. 2016.

TERRA, A. **Patrimônios e litoral em risco**: como a tragédia da Samarco afeta oturismo. 02 fev. 2015. Acesso em 01 fev. 2016. Disponível em: <http://viagem.uol.com.br/noticias/2015/12/02/patrimonios-e-litoral-em-risco-como-a-tragedia-da-samarco-afeta-o-turismo.htm>

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. **Creative Economy Report 2010**: Creative Economy – A Feasible Development Option. Geneva: United Nation, 2010. Disponível em: <http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=5763&lang=1> Acesso em 05 nov. 2015.

UNESCO. **Framework for cultural statistics 2009.** Disponível em: <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/framework-cultural-statistics-culture- 2009-en.pdf > Acesso em 02 dez. 2015.

UNWTO**. United Nations declares 2017 as the International Year of SustainableTourism for Development.** 07 dez. 2015. Disponível em: <http://media.unwto.org/press-release/2015-12-07/united-nations-declares-2017-international-year-sustainable-tourism-develop> Acesso em 01 fev. 2016.

ZIKMUND, W. G. **Princípios da pesquisa de marketing**. 2. ed. São Paulo:Thomson, 2006.

[i] Lei Nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, que ratifica a Lei Fundo de Promoção Cultural para Fundo Nacional da Cultura (FNC), com o objetivo de captar e destinar recursos para projetos culturais e institui o Pronac (Programa Nacional de Apoio à Cultura) (BRASIL, 1991).

[ii] Processo que tem origem na palavra commodity, bem ou serviço produzido em grande escala que não possui diferenciação na produção e é entregue ao cliente de forma padronizada (KOTLER, 2006).

[iii] Site Na Rota da Sustentabilidade. Disponível em <http://www.narotadasustentabilidade.com.br>.

[iv] Prática de esporte no qual a pessoa surfa em uma prancha de pé com o apoio de um remo. N.A.