XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

As políticas públicas de turismo de Pernambuco e a ênfase na oferta cultural: intenção ou ação?

Bruna Galindo Moury Fernandes [1]
Roberta Cajaseiras de Carvalho[2]

Resumo
O aproveitamento turístico da oferta cultural em Pernambuco ainda não é completamente efetivo, apesar de existir, há décadas, por parte dos órgãos oficiais de turismo, uma tentativa de melhor apresentar a oferta cultural como diferencial turístico. Neste contexto, este estudo se propôs a analisar como essa oferta está contemplada no documento Planejamento Estratégico do Turismo de Pernambuco – PET (2008/2020). Para tanto, a investigação foi fundamentada em pesquisa bibliográfica e documental, tratando-se de uma pesquisa qualitativa com caráter descritivo e explicativo. O referido documento foi submetido a uma análise de conteúdo (Bardin, 2016), tentando identificar de que forma os verbetes relacionados à cultura (material e imaterial) foram citados ao longo do texto. Cabe destacar que esse artigo apresenta o aprofundamento de parte de uma pesquisa de mestrado que analisou as estratégias de comunicação e mobilização utilizadas no Projeto Vivendo Pernambuco (que integra a política de promoção e comercialização turística estadual e um dos desdobramentos do PET), no que se refere ao aproveitamento da oferta cultural enquanto recurso turístico na perspectiva do desenvolvimento local. A análise do texto do PET demonstrou que a cultura está em segundo plano no planejamento turístico de Pernambuco, sendo priorizado o segmento turismo de sol e praia. O texto do documento previu, inicialmente, que tal complementação deveria priorizar a cultura popular imaterial, porém, as diretrizes apontaram uma maior ênfase ao patrimônio material (edificações históricas e artesanato). Mesmo havendo sido destacada no PET a necessidade de uma articulação entre o turismo e o setor cultural, o estreitamento deste vínculo aparece em apenas alguns dos programas constitutivos das diretrizes estratégicas. Conclui-se, portanto, que há dificuldade de inserir a oferta cultural no produto turístico de Pernambuco e não há uma articulação da cultura na política pública de turismo. Transformar a intenção de intersetorialidade em ação requer atuação proativa não apenas do setor turístico, mas também do setor cultural.

Palavras-chave: turismo; cultura; políticas públicas; plano estratégico; Pernambuco.

[1] Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (UFRPE), Bacharel em Turismo (UNICAP/PE). Professora do IFPE campus Recife. Integrante do Grupo de Pesquisa Cultura, Turismo e Sociedade/IFPE. http://lattes.cnpq.br/4528528286568490. brunamoury@hotmail.com

[2] Mestre em Turismo (UCS/RS), Bacharel em Turismo (UFPE). Professora do IFSC Chapecó. Integrante do PLANTUR/UFS (Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo e Planejamento). http://lattes.cnpq.br/6883265029091614. robertacajaseiras@gmail.com