



PLANO DE AÇÃO

Viva o Ribeira

vivências autênticas
pelos saberes e fazeres
dos povos do Vale

O projeto se propõe a identificar vivências autênticas que possam se converter em propostas de experiências turísticas singulares, na lógica da economia criativa, favorecendo o turismo da região e a geração de renda de empreendedores de ofícios tradicionais ou autorais, dinamizando a economia, e também incrementando a autoestima e promovendo a valorização da cultura local.

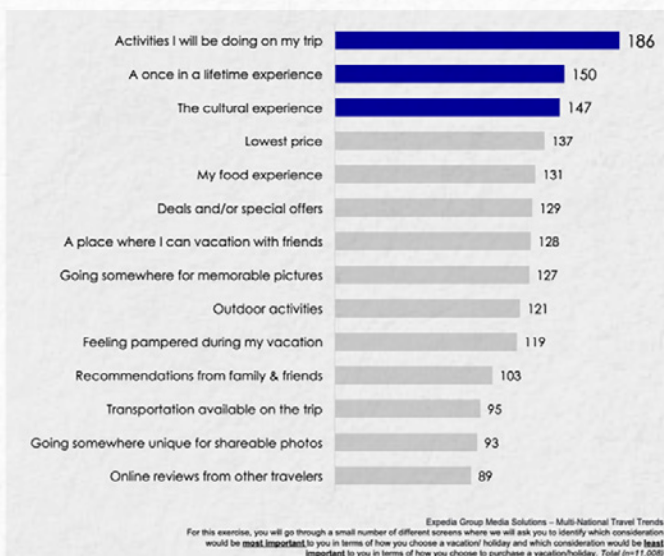
CONTEXTUALIZAÇÃO

Fonte: Expedia Group Media Solutions

Cada vez mais o turismo em massa cede passo ao das experiências autênticas, em todo o mundo – e o Brasil não é exceção. Um [estudo realizado em 2018](#) pela Expedia, mapeando as motivações e os comportamentos de turistas de 11 países, entre os quais o Brasil, concluiu que os três fatores mais importantes na decisão por uma viagem são “atividades que podem ser realizadas durante a viagem”, “ter uma experiência inesquecível” e “experiência cultural”.

ACTIVITIES & EXPERIENCES DRIVE TRAVEL DECISIONS

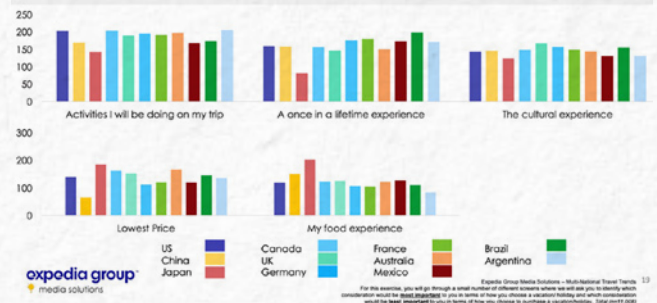
While price is important, people make travel decisions based more on their heart than their wallet



expedia group
media solutions

ACTIVITIES & EXPERIENCES VARY

Japanese and Chinese travelers prioritize food experiences



Segundo o mesmo levantamento, o brasileiro é especialmente voltado a experiências únicas e está entre os que mais valorizam vivenciar atrativos culturais.

Os resultados corroboram [pesquisa desenvolvida em 2016](#) pela Expedia, em parceria com a Future Foundation, consultoria global de tendências de consumo, tendo por foco jovens de 20 a 40 anos (os chamados millennials) de oito países, incluindo o Brasil. Segundo o levantamento, 74% dos brasileiros nessa faixa etária valorizam em uma viagem, em primeiro lugar, uma experiência cultural única, baseada na cultura local.

Se essa era uma tendência clara, que se acirrava nos últimos anos, parece ser ainda mais pronunciada em decorrência do impacto da quarentena no Covid-19 em nossa sociedade. Ao que apontam as tendências, sai o consumismo, entra a autenticidade; sai a massificação, entra o customizado; sai o “passatempo”, entra a valorização de

Fonte: Expedia Group Media Solutions

cada instante e do dar tempo ao tempo. Segundo a [Organização Mundial do Turismo](#), expansão de horizontes, aprendizado com culturas locais e valorização da sustentabilidade estarão na cardápio dos turistas, uma vez finda a quarentena.

O Vale do Ribeira apresenta um manancial inesgotável de vivências autênticas, tradicionais ou autorais e transmitidas de forma customizada. Da pesca artesanal com caiçaras de Cananeia, que transcorrem o dia em mar aberto e sabem decodificar sinais da natureza invisíveis aos que vivem em grandes centros, à preparação de um queijo de leite de búfala, pondo literalmente a mão na massa; do preparo de uma refeição com quilombolas ou indígenas, em meio a um ritual que nos é descortinado e decodificado, à modelagem de uma escultura em típica técnica remanescente dos guaranis do Ribeira – começando pela busca da veia de argila, no meio da floresta. O projeto “Vale Vivo” é uma ode à riqueza dos saberes e fazeres das várias comunidades da rica e complexa cultura do Vale. Mais do que ativos, entende-se que podem ser identificados e, eventualmente, se necessário e assim desejado por seus realizadores, ajustados para se converterem em propostas de vivências turísticas, únicas e incomparáveis, na lógica da economia criativa.

Os objetivos dessa proposta são:

- favorecer a geração de renda de micro e pequenos empreendedores de ofícios tradicionais (comunitários) ou autorais (individuais);
- contribuir para dinamizar a economia regional;
- incrementar a autoestima e valorizar a cultura do Vale do Ribeira, a partir do reconhecimento dos outros;
- promover o turismo diferenciado no Vale;
- expandir o entendimento das riquezas da região.

A dinâmica do projeto envolve os Secretários/Diretores de Cultura e Turismo municipais, no mapeamento e na estruturação de cada proposta de vivência. O total das ofertas turísticas será validado em conjunto, pelos vários Secretários/Diretores, conforme lista de critérios previamente definidos por eles. Com isso, será composto um cardápio de experiências pelo Vale, a ser divulgado em um site comum (referência: [Backstreet Academy](#)). Os interessados poderão contatar diretamente os realizadores da experiência ou, caso estes não tenham canais de acesso, por intermédio das agências de turismo receptivo e/ou das Secretarias/Diretorias de Turismo, conforme cada contexto local.



Viva o Ribeira – vivências autênticas pelos saberes e fazeres dos povos do Vale



PROFISSIONAIS POTENCIALMENTE DEMANDADOS

Gestores culturais e demais trabalhadores da cultura, turismólogos.

ABRANGÊNCIA GEOGRÁFICA

Todos os municípios do Vale do Ribeira.

DIRECIONAMENTO SEBRAE

Conexões institucionais sugeridas

▪ Secretários/Diretores municipais de Cultura e Turismo ▪ Agências de turismo receptivo ▪ Sebrae ▪ Senac ▪ Sesc ▪ Secretaria de Estado da Cultura e da Economia Criativa ▪ Secretaria de Estado do Turismo ▪ Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional ▪ Codivar ▪ Senar ▪ Itesp ▪ Secretaria de Estado do Meio Ambiente.

Programas e projetos vinculados

▪ Solução Setorial – Turismo ▪ Solução Setorial – Alimentação Fora do Lar ▪ Solução Setorial – Agro ▪ Solução Setorial – Artesanato ▪ Indicação geográfica ▪ Associativismo/cooperativismo ▪ SIM/Sisp - Selo Arte ▪ Compras governamentais e da Agricultura familiar ▪ Inclusão Produtiva ▪ Empreenda Rápido ▪ Mil Mulheres.

Aderência com atuação no território

Muito aderente.

Fator crítico de sucesso

Parceria institucional ao Sabores e Saberes do Ribeira – Sesc.

Indicadores de desempenho

- Número de ofertas levantadas.
- Número de municípios participantes.
- Número de experiências ofertadas.
- Número de pilotos realizados.