

O turismo criativo como base para as políticas focadas no desenvolvimento sustentável local: O caso de Brasília e do Recife – Brasil

Creative tourism as the basis for policies focused on **local sustainable development**: The case of Brasilia and Recife - Brazil

JACQUELINE MARIA CORÁ * [jmcora@ucs.br]

CLÁUDIA HENRIQUES ** [chenriq@ualg.pt]

Resumo | O turismo detém importância para a formação do produto interno bruto do território, destacando-se pelo seu potencial de geração de crescimento econômico. Nas cidades, este setor de atividade econômica tem vindo a ser reconhecido pelo seu papel no desenvolvimento sustentável, o que apela à sua integração no âmbito do planeamento e gestão dos municípios, o que torna as políticas públicas instrumentos importantes para fomentar o turismo urbano. Neste contexto, este estudo tem por objetivo realizar uma análise comparativa entre os planos de turismo criativo implementados nas cidades de Brasília e do Recife, ambas no Brasil, buscando evidenciar semelhanças quanto aos seus elementos estruturantes; quanto ao foco nas manifestações da cultura e da criatividade e em termos de planeamento público e privado, a fim de gerar novos elementos para embasar ações, neste campo, por outras localidades. Como procedimento metodológico, utiliza-se a técnica da análise de conteúdo dos Planos de Turismo Criativo de Brasília (2016-2019) e do Recife – Plano de Turismo Criativo (2018-2021). Evidenciou-se que os Planos apresentam significativas semelhanças. Ambos têm como objetivo principal a utilização da cultura e da criatividade como recursos estratégicos para as ações que envolvam a economia criativa e fomentem o turismo criativo, de modo a potencializar o desenvolvimento sustentável local.

Palavra-chave | Turismo, criatividade, planeamento turístico, sustentabilidade, cidades

* **Economista e doutoranda** pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul. **Docente** da área de conhecimento das Ciências Sociais – Universidade de Caxias do Sul – UCS- Brasil. **Membro** do grupo de pesquisa Núcleo de Estudos Urbanos – PPGTURH

** **Doutora em Economia** pela Universidade do Algarve, Portugal. **Docente** da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve- UAIG, Portugal

Abstract | Tourism plays an important role in the formation of territory's GDP, highlighting its potential for generating economic growth. In the cities, this sector of economic activity has been recognized for its role in sustainable development, which calls for its integration within the scope of planning and management of municipalities, making public policies important instruments to promote urban tourism. In this context, this study aims to carry out a comparative analysis between the creative tourism plans implemented in the cities of Brasília and Recife, both in Brazil, seeking to show similarities regarding their structuring elements; as to the focus on the manifestations of culture and creativity and in terms of public and private planning, to generate new elements to support actions in this field by other places. As a methodological procedure, the content analysis technique of the Creative Tourism Plans of Brasília (2016-19) and Recife - Creative Tourism Plan (2018-2021) is used. It became evident that the Plans have significant similarities. Both have as main objective the use of culture and creativity as strategic resources in actions that involve the creative economy and foster creative tourism, to enhance local sustainable development.

Keywords | Tourism, creativity, tourism planning, sustainability, cities

1. Introdução

Na contemporaneidade as cidades assumem o protagonismo econômico (Viaña, 2006), ao mesmo tempo em que são desafiadas a redefinirem seu propósito e reavaliarem seu papel na hierarquia urbana mundial (Landry, 2013) e estabelecerem um ciclo virtuoso de crescimento e atratividade inteligente em que o turismo ganha destaque (Viaña, 2006). Tais ações estão despertando interesse tanto no âmbito acadêmico quanto das iniciativas públicas e privadas, em entender o papel da cidade no turismo e do turismo na cidade (Ashworth & Page, 2011). Portanto, evidenciam-se *cases* em que, localmente, a sociedade se organiza para aproveitar seus recursos intangíveis, como cultura e criatividade, e os recursos físicos, como os espaços e a infraestrutura da cidade, a fim de destiná-los às atividades turísticas, de lazer e culturais que atendam as demandas emergentes, tanto de residentes quanto de turistas.

O turismo urbano está embasado e justificado nas estatísticas de órgãos como a ONU que demonstram o crescimento da população nas zonas urbanas. Em 1950, 30% da população vivia em

áreas urbanas, já em 2018 esse percentual avançou para 54% e a expectativa é que alcance 66%, em 2050 (United Nations, 2018). A partir desse cenário, "as cidades terão que fazer mudanças cruciais em relação aos pressupostos para o planejamento e suas prioridades" (Gehl, 2015, p.6). Para tanto, as políticas públicas ganham destaque, especialmente aquelas voltadas às necessidades das pessoas que utilizam as cidades. Nesse enfoque é possível fomentar o turismo urbano, utilizando a cultura e a criatividade como instrumentos para atrair investimentos que resultem na elevação da qualidade de vida, da inclusão social, da geração de emprego e renda e na maior competitividade local.

Montalto, Tacao Moura, Langedijk e Saisana (2019) argumentam que nas últimas duas décadas a cultura tem sido considerada um dos maiores recursos para a mudança urbana, pois é multidimensional e abarca diferentes domínios da economia, da sociedade e da vida dos indivíduos. A cultura desempenha papel fundamental na criação de cidades que as pessoas desejam viver, trabalhar e visitar (Montalto, et. al., 2019). Nesse entendimento, cultura e criatividade emergem como resposta política para a atratividade, a inovação e para a neces-

sidade de coesão social, em todos os níveis espaciais de interação política (Evans, 2009). Portanto, identifica-se também o potencial da cultura e da criatividade no desenvolvimento sustentável do turismo (Vianna & Hoffmann, 2009).

Aliando tais temas ao campo do turismo, surge o conceito de turismo criativo (Richards & Raymond, 2000) como um segmento do turismo cultural, em que a oferta turística se destaca, nas últimas décadas, amparada na mudança do perfil do turista que deseja vivenciar experiências significativas. O turismo criativo, portanto, ganha destaque em resposta à percepção dessas novas demandas, como um conceito originado no século XXI, cujo principal insumo é o patrimônio cultural imaterial (Gonçalves & Costa, 2019). Na concepção de Landry (2013), a capacidade criativa de uma localidade está na sua história e cultura; na configuração física e nas suas condições operacionais globais.

A partir dessa compreensão, as ações planejadas ganham destaque ao criarem as condições para o aproveitamento dos recursos intrínsecos, incluindo os talentos criativos, para a construção de uma base de atividades interconectadas e com capacidade para promover o desenvolvimento sustentável do turismo criativo em uma localidade. Assim, este estudo tem por objetivo realizar uma análise comparativa entre os planos de turismo criativo implementados nas cidades de Brasília e do Recife, ambas no Brasil, buscando evidenciar semelhanças quanto aos seus elementos estruturantes; quanto ao foco nas manifestações da cultura e criatividade e, em termos de planejamento público e privado, a fim de gerar novos elementos para embasar ações, neste campo, por outras localidades.

O presente artigo inclui cinco seções: na segunda, apresenta-se a revisão teórica que dá sustentação ao estudo; na terceira, a metodologia utilizada para alcançar aos objetivos propostos; na quarta seção são apresentados os resultados do estudo e, por fim, a conclusão do trabalho.

2. Turismo, cultura e criatividade: interconectividade no contexto do desenvolvimento sustentável

O turismo detém importância econômica para vários países e regiões. Segundo World Travel & Tourism Council WTTC (2021), as Viagens e Turismo, em 2019, representam 10,4% do PIB e 1 em cada 10 empregos está associado ao turismo. Em 2020, devido ao contexto pandêmico a contribuição para o PIB foi de 5,5% refletindo um decréscimo de 49,1%, enquanto no emprego o decréscimo foi de 18,5% (WTTC, 2021).

Quanto às cidades, consideradas os “novos estados” (Global Influence, 2017), detêm grande parte da população mundial (54%), constituindo-se como inequívocos hubs de economia global (WTTC, 2018), em contexto de terciarização setorial. O turismo, pela sua importância e tendência continuada de crescimento ao longo do tempo (WTTC, 2018), tende a tornar-se setor determinante nestes espaços. Tal questão se evidencia ao constatar-se que as “300 maiores cidades” - enquanto destino de viagens - geram cerca de 45% do total das viagens internacionais (Oxford Economics’s Global City Travel; in WTTC, 2018, p. 18).

O reconhecimento da importância do turismo, com especial ênfase nas cidades, associa-se ao reconhecimento da interconectividade setorial, nomeadamente com a cultura, criatividade e setor cultural e criativo, tendo em conta a ascensão da “economia da cultura” e da “economia criativa” (UNCTAD, 2008).

A cultura surge como um “elemento estratégico” (Unesco, 2017, p. 24) no âmbito do desenvolvimento sustentável preconizado na Agenda 2030 e suas 17 metas (Unesco, 2015). Destaca-se que a conceitualização de desenvolvimento sustentável remonta à década de 1970 (Conferência de Estocolmo, 1972), e a consideração dos seus princípios - equidade, preocupação com o longo prazo, respeito pela capacidade de carga, conservação e ênfase nas parcerias (Brutland, 1987; in Henriques,

2003) têm vindo a ser transversais e a ganhar enquadramento nos documentos internacionais seguintes. Aliás, como sublinha WCED (1987; in Hunter, 1995, p.157), “o desenvolvimento sustentável não é uma situação estável de harmonia, mas antes um processo de mudança em que a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais são realizadas conforme as necessidades futuras e presentes”.

Neste enquadramento, a sustentabilidade cultural tem se apoiado em dez grandes temas-chave: 1. Cultura da sustentabilidade, 2. Globalização, 3. Conservação do património, 4. Sentido do lugar, 5. Práticas tradicionais e conhecimento, 6. Desenvolvimento comunitário cultural, 7. Artes, educação, e juventude, 8. Design, 9. Planeamento, 10. Política cultural e governo local (Sherry Blankenship, 2005).

No documento “Culture as a goal in the post-2015 Development Agenda” (IFACCA, 2013) destaca-se o seu papel instrumental e constitutivo no desenvolvimento, e por isso assume um papel como “meio” e como “fim”. Como meio, reconhecem-se 3 assunções: 1. “Cultura impulsiona economia” (como geradora de rendimento e emprego e detendo impactos no empreendedorismo, novas tecnologias e turismo); 2. “Cultura está associada à dimensão social” (como elemento de combate à pobreza e alargando novas oportunidades a grupos vulneráveis), e 3. Cultura abraça a dimensão ambiental. Como “fim” a cultura é um “*driver*” do desenvolvimento sustentável possibilitando aos indivíduos “viverem e serem o que quizerem”. Nesta linha, a Unesco (2017), no documento intitulado “The 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions Reshaping Cultural policies – Advancing creativity for development – 2018”, reconhece a cultura como *driver* e *enabler* de desenvolvimento e, entre as 4 metas que estabelece, enfatiza a importância de enquadrar a cultura no desenvolvimento sustentável (meta 3). A cultura associada

ao desenvolvimento pressupõe: 1. medidas não apenas clássicas, mas mais alargadas, associadas a formas diversas de estratégias e instrumentos de desenvolvimento; 2. o foco nas indústrias culturais e criativas; 3. promoção de fluxos de cooperação partilhados no espaço norte-sul-sul, e 4. o desenvolvimento sustentável deve ser a prioridade de acordo com a Agenda 2030, colocando a tônica no envolvimento de todos os *stakeholders*, de modo a assegurar equidade regional na distribuição dos recursos culturais, bem como no acesso a esses recursos (Unesco, 2017, p. 24). Simultaneamente, chama a atenção para o poder da cultura em contextos de valorização da sustentabilidade em âmbito local.

A conceitualização da cultura associada ao desenvolvimento sustentável surge igualmente enquadrada no Processo Habitat. Na Conferência das Nações Unidas “Housing and Sustainable Urban Development” - Habitat III - Quito em 2006 - e na Nova Agenda Urbana (UN, 2017) é reforçada a importância da cultura como componente prioritária da estratégia e planeamento urbano.

Assim sendo, quando é abordado o turismo e sua interconectividade com a cultura e criatividade inscrita em processos de culturalização econômica e economização cultural, recorre-se à criação de pontes intersetoriais, entre o setor cultural e criativo e o turismo (Proman, 2016).

Em consequência, o planeamento e a gestão do turismo cultural e criativo deve assentar, igualmente, no planeamento e gestão do setor cultural e criativo, considerando compatibilização entre, por um lado, as políticas conducentes ao desenvolvimento sustentável do turismo e, por outro, à sua competitividade (World Economic Forum - WEF, 2017).

Diante disso, entende-se, que as transformações em curso na sociedade contemporânea, especialmente aquelas iniciadas nas últimas décadas do século XX, criaram as condições para gerar uma onda de ações e eventos que adotam a cultura e a criatividade como suporte ao desenvolvimento sus-

tentável. Tais iniciativas, propostas por uma classe criativa (Florida, 2011) que atua nas indústrias criativas, gerou o que passou a ser denominado de economia criativa (Howkins, 2013). Esta, por sua vez, está transformando os espaços urbanos ao integrar a cultura e a criatividade à produção e oferta de bens e serviços, visando atender necessidades de diferentes segmentos de consumidores. Assim, territórios criativos acumulam capital cultural (Emmendoerfer & Ashton, 2014) utilizado como base à produção de novos produtos e, por conta disso, novos consumos.

Dessa forma, os termos economia da cultura, economia criativa, classe criativa e indústrias criativas ganham destaque em estudos, pesquisas e propostas de planejadores urbanos, gestores comunitários e formuladores de políticas públicas ao se tornarem *drivers* para o renascimento e desenvolvimento de bairros e cidades (Jackson, Kabwasan-Green & Herranz, 2006).

No contexto da economia criativa, tem-se, como atividade correlacionada, o turismo criativo, definido por Richards e Raymond (2000, p.19) como “o turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são característicos do destino de férias onde são realizadas”. A partir do trabalho pioneiro de Richards e Raymond, a Unesco (2006) definiu o turismo criativo como “uma viagem orientada para o engajamento e uma experiência autêntica de aprendizagem participativa nas artes, cultura, ou ativo peculiar de um lugar, de modo a criar uma conexão com aqueles que residem neste lugar e manter essa cultura viva”. O turismo criativo também tem sido definido como um subsegmento do turismo cultural, com foco em participação, pois enfatiza a importância da criatividade para o planejamento e desenvolvimento do turismo cultural (Richards, Wisansing & Paschinger, 2018). Esse tipo de turismo tornou-se uma opção para algumas cidades que perceberam a oportunidade para segmentar ou se inserir no

contexto do turismo.

O turismo criativo possibilita aos visitantes o desenvolvimento da sua criatividade por meio de uma participação ativa na aprendizagem de experiências autênticas com elevada conexão com os residentes e a sua cultura. A interconexão entre lugares e pessoas é crucial (Unesco, 2006). Este tipo de turismo reforça o papel da criatividade não apenas na criação de valor, mas também criação de valores culturais (Richards & Wilson, 2006). E como exposto por Richards e Marques (2012), o turismo criativo pode ser um meio de envolver os turistas na vida criativa do destino; ou ainda, um meio criativo de usar recursos existentes (Gonçalves & Costa, 2019) e de fortalecer a identidade e a diferença e, também, uma fonte para recriar e reviver lugares. No entanto, para que tais objetivos possam ser alcançados, entende-se que o planejamento do turismo criativo deve ser uma prioridade da localidade, envolvendo tanto as iniciativas públicas quanto privadas de forma integrada e complementar.

2.1. Planejamento do turismo cultural e criativo

O desenvolvimento sustentável do turismo nas cidades, valorizador da dinâmica cultural e criativa, apela à intervenção política. No que respeita à política pública, ela torna-se determinante em termos de planejamento e gestão do turismo com vista a potenciar impactos positivos nos destinos urbanos-culturais e criativos. Trindade, César e Vianna (2019), destacam o papel do poder público nesta articulação, pois por meio de uma gestão descentralizada poderá estimular e criar as condições para a maior participação da sociedade. O planejamento portanto, requer a participação de todos os atores envolvidos com o planejamento do turismo.

Esse fato é sublinhado por NESCTouR, ETC, ECTN e EHA (2018, p.4), ao colocarem em desta-

que a oferta de experiências turístico-culturais e criativas pressupõe saber como planejar e gerir a ascensão de situações complexas de “áreas saturadas vs áreas menos saturadas”, “autenticidade vs fraca autenticidade”, “comportamento social das comunidades locais vs comportamento do turista e seus impactos”, “reavaliação do patrimônio cultural vs a sua banalização”, entre outros aspectos. McKinsey e Company (2017) também colocam em destaque, entre outros aspectos, “a condução de um planejamento de longo prazo para encorajar o desenvolvimento sustentável”, envolvendo “todas as seções da sociedade” e captando “novas formas de financiamento”.

Neste enquadramento, cabe considerar quais são os “*drivers*” culturais e criativos das cidades, apoiando-se nos respetivos “atributos”, “atividades” e “*labels*” (Grefe, 2013), bem como “reconhecer, redefinir e dar suporte a novas formas de cultura, em novos espaços, com novas tecnologias, com novos atores (*makers*), para ser apreciada por novas audiências”, conforme World Cities Culture Report - WCCR (2018, p. 8), em contextos de “inclusão, interconectividade e inovação” (WCCR, 2018). A pertinência de (re)pensar o “desenvolvimento turístico” de uma forma integrada e abrangente, assente em conceitos como desenvolvimento sustentável, apela então ao planejamento e gestão da cidade e não apenas no planejamento e gestão do turismo. O planejamento raramente está devotado exclusivamente ao turismo; em vez disso, tende a ser uma amálgama de considerações econômicas, sociais e ambientais que refletem a diversidade de fatores que influenciam o desenvolvimento do setor (Henriques, 2003).

Planejamento e gestão do turismo, por não serem neutrais, estão enquadrados num conjunto de valores internacionais, supranacionais, nacionais, regionais e locais, protagonizados por diferentes grupos. Assim, na atualidade, concebe-se planejamento turístico não apenas como um exercício de ordenamento do território (*land use planning*), mas também tendo em conta uma variedade de

formas (desenvolvimento, infraestruturas, uso da terra e dos recursos, organização, recursos humanos, promoção e marketing), estruturas (diferentes governos, organizações quase e não governamentais), escalas (internacional, transnacional, regional, local, de lugar) e em diferentes tempos (Hall, 2000; in Page & Hall, 2003, p. 249). Enquanto processo sequencial, com um número determinado de etapas ou estágios, distinguem-se os adiantados pela World Trade Organization - WTO (1994): Preparação do estudo; determinação de objetivos; análise (*survey*) de todos os elementos; análise e síntese dos resultados; formulação de políticas e do plano; considerações e recomendações; implementação e monitorização e revisão periódica do plano.

Assiste-se então ao aumento de estratégias de desenvolvimento criativo associado ao designado ‘*creative turn*’ nas políticas públicas, iniciado fundamentalmente a partir dos anos 90 (Richards, 2020). Este ‘*turn*’ deve-se à ascensão da indústria criativa, como promotora da economia simbólica, suporte de distintividade nacional e regional. Adicionalmente, a consideração dos ‘clusters criativos’ (Evans, 2009) e das ‘cidades criativas’ (Pratt, 2011) reforçou a ênfase da criatividade.

A crescente articulação entre turismo e criatividade conduz, como sublinha Richards (2020), ao encorajamento de modelos alternativos de desenvolvimento turístico e de expansão da economia criativa mais centrados na criatividade contemporânea, inovação e conteúdos intangíveis (OECD, 2014, p. 7; in Richards, 2020).

Neste contexto, Richards (2020) distingue modelos tais como ‘*creative districts*’ (Sacco & Blessi’s, 2007) e ‘modelo dinâmico de desenvolvimento urbano’ (Della Lucia & Trunfio, 2018), entre outros. O primeiro sublinha que as políticas para além de visarem aumentar a atratividade do lugar devem dar suporte à ‘*capacity building*’ (produção de conhecimento, construção do tecido social dos lugares) e competitividade (foco no investimento em cultura e recursos humanos). O

segundo, põe a tônica na maior dinâmica de desenvolvimento urbano, integrando governança e a hibridização do patrimônio (*hybridisation of heritage*) através da criatividade. O pressuposto é de que a criatividade fomenta o envolvimento dos *stakeholders* no processo de regeneração. Aqui o 'design' de experiências - assentes na co-criação e co-design entre turistas e produtores - é visto como fulcral no desenvolvimento de estratégias ligando a necessidade de atrair pessoas ao desejo de acrescentar valor aos ativos existentes.

Um dos aspetos positivos associados aos modelos indicados resultam, na aceção de Richards (2020), no contributo para uma mudança orientada para o 'design' de abordagens mais "*bottom-up*" face à co-criação de experiências consentâneas com uma visão mais relacional de turismo, destacando os atores, redes, e destinos como lugares (vide *creative placemaking*).

No âmbito de uma síntese relativa às principais características de diferentes casos relativos ao turismo criativo, Richards (2020), distingue duas fases: "fase de preparação" e "fase de implementação". A primeira subdivide-se em: inspiração, seleção, estrutura. A segunda subdivide-se em: mobilização de recursos (*mobilizing resources*), significado, criatividades. Simultaneamente, tem em conta a exemplificação assente em cidades de pequena dimensão (Small Cities with Big Dreams - Hertogenbosch Den Bosch, Richards & Duif, 2018) quer cidades maiores (por exemplo: Recife (*Playtown Recife*)).

No referente à estrutura, os governos e financiamento locais são uma realidade bem como a ênfase na colaboração público-privada, com envolvimento de grupos cívicos. Quanto ao recursos mobilizados, redes externas e internas, conhecimento local e património criativo são fundamentais, assim como o envolvimento das 'criatividades' colocando a cidade com maior destaque, acionando fluxos colaborativos com outras cidades, ou ainda através de fomento de lazer (*playfulness*), novas tecnologias e smart city.

3. Metodologia

O presente estudo visa comparar os planos de turismo criativo implementados pelas cidades de Brasília e do Recife, a partir da identificação e análise de alguns elementos norteadores que são encontrados nos referidos documentos. A seleção de Brasília e do Recife como contextos da investigação deve-se ao reconhecimento internacional destas cidades no âmbito da criatividade. Brasília pertence à Rede de Cidades Criativas da Unesco – Brasília, Cidade Criativa do Design, enquanto Recife pertence à Rede de Turismo Criativo (*Creative Tourism Network*).

Neste contexto, após fazer uma reflexão teórica relativa à importância da interconectividade entre turismo, cultura e criatividade, e da importância em planejar o turismo assente na criatividade, é dado continuidade ao trabalho por meio de um estudo de caso. Segundo Yin (2001, p. 21), "o estudo de caso contribui, de forma inigualável, para a compreensão que temos dos fenômenos individuais, organizacionais, sociais e políticos".

Nesta etapa do estudo, utilizando as informações recolhidas, foi realizada uma análise de conteúdo (Bardin, 2015) dos dois planos, a partir de uma perspectiva comparativa, a fim de buscar as evidências de similaridade quanto aos seus elementos estruturantes; quanto ao foco nas manifestações da cultura e da criatividade e, em termos de planeamento público e privado.

Os critérios de comparação foram estabelecidos com base na conceitualização teórica, tendo em conta as fases sequenciais de um plano, bem como nos aspectos a evidenciar as manifestações da cultura e da criatividade como elementos relevantes no âmbito do desenvolvimento sustentável. Assim tem-se:

- i) Motivações e objetivos estratégicos do Plano;
- ii) Ações estratégicas do Plano;

- iii) Base teórica que dá sustentação ao Plano;
- iv) Os eixos norteadores às ações implementadas pelo Plano;
- v) Recursos considerados estratégicos;
- vi) Estruturação do Plano;
- vii) Participação da iniciativa privada vs. pública.

Seguidamente, estabelece-se uma análise interpretativa e crítica com base na qual foram traçadas conclusões.

4. Estudo de caso: Análise comparativa dos Planos de Turismo Criativo de Brasília e do Recife – Brasil

Brasília, capital federal do Brasil, situada na região centro-oeste do país, possui uma população de mais de 3 milhões de habitantes. Já Recife, capital do estado de Pernambuco, situada no nordeste brasileiro, possui cerca de 1,7 milhões de habitantes (IBGE, 2019). Brasília lançou seu Plano de Turismo Criativo em 2016, enquanto Recife o fez em 2018.

Neste estudo, a análise comparativa dos dois Planos está baseada nos elementos norteadores já referenciados. Assim, os resultados preliminares da análise de conteúdo realizada são descritos a seguir.

i) Motivações e objetivos estratégicos para criação do Plano:

Identifica-se, em Brasília e no Recife, a intenção de utilizar os Planos de Turismo Criativo como alavanca para torná-las espaços de referência para a criatividade com destaque nacional e internacional. Brasília objetiva converter a região em polo nacional e internacional do turismo cultural, gastronômico, cívico, rural, ecológico, místico, religi-

oso, esportivo, rural e de eventos (Brasília, 2016). O Plano do Recife também destaca a intenção de consolidá-la como a capital da criatividade e destino referência em turismo criativo (Recife, 2018). Ambas as cidades explicitam que desenvolver o turismo criativo visa reposicioná-las na percepção do visitante: Brasília deseja ampliar a visão de apenas espaço de turismo cívico e arquitetônico, enquanto Recife, de destino de sol e mar e histórico. As duas localidades focam em criar, no imaginário do turista, um destino com experiências e tecnologias, indo além do turismo de contemplação.

Além disso, Brasília visa contemplar os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS), da Agenda 2030 das Nações Unidas, por meio da criação de empresas, fomento à cultura e aos produtos e serviços locais, ao mesmo tempo em que valoriza e preserva a natureza. O Plano tem por objetivo estratégico utilizar o turismo como elemento integrador para as diferentes políticas públicas articuladas no âmbito público que possam favorecer o desenvolvimento de Brasília e evidenciar as diversas áreas no contexto da cidade e seu entorno (Brasília, 2016).

ii) Ações estratégicas:

Brasília buscou trabalhar o turismo criativo de forma mais ampla e integrada com as demais políticas públicas, a fim de articular as diferentes áreas: urbana revitalizada, polo de tecnologia, arte, cultura, economia criativa e áreas rurais, favorecendo o seu desenvolvimento. Ou seja, uma forma de posicionamento de Turismo (Brasília, 2016). Para tanto buscou integrar-se à Rede de Cidades Criativas da Unesco, no âmbito do Design. Objetivo alcançado em 2017 (Unesco, 2019). O Plano do Recife mapeia o que já é ofertado na cidade para que o poder público possa fortalecer tais iniciativas e ampliá-las sob o enfoque de produtos e serviços criativos. Também destaca o turismo criativo como estratégia de intervenção sobre a realidade local; uma alternativa para gerar trabalho e renda sustentável e estimular a integração social

e a busca cooperada por soluções de problemas locais, além de incentivar o empreendedorismo, a capacitação e o desenvolvimento territorial (Recife, 2018). Tais ações, embora não explícitas no Plano, também estão alinhadas com as 17 metas dos ODS (Unesco, 2015).

Ambos os Planos enfatizam que se trata de um estímulo às iniciativas criativas que darão corpo ao turismo criativo e, por seu intermédio, ao desenvolvimento local.

iii) Base teórica:

Os Planos de Turismo Criativo de Brasília e do Recife apresentam semelhanças quanto à concepção de turismo adotada. Em ambos o turismo é desenvolvido tanto para o visitante quanto para o cidadão – morador local. A base teórica específica para o turismo criativo, embora referenciando obras diferentes, na essência, preserva a relação do visitante com o local a partir da troca e cocriação da experiência. Brasília se utiliza da obra de Mario de Andrade e seu conceito de “turista aprendiz” (Brasília, 2016, p.22), em que o modernismo é instrumentalizado pelo folclore e cultura popular brasileira, evidenciando o interesse em desvendar as raízes e origens do que é peculiar ao povo brasileiro. Concebe um Plano em que “o ‘turista aprendiz’ no espaço de Brasília, território de todo brasileiro, vai além de ser apenas um visitante: é reconhecer o cidadão, viajero, andante, observador, curioso, contemplativo, sensível e consciente; é urdir roteiros com os tênues fios dos sentidos para tramar a viagem” (Brasília, 2016, p.22). O Plano também assume a ideia de turismo como “viagens na própria cidade onde as pessoas residem, levando a enxergar de forma diferente” (Brasília, 2016, p. 12). Recife, por sua vez, destaca a base teórica de Greg Richards (2000) e da Unesco (2006), que dão foco as experiências pautadas na realidade local; que reproduzem o modo de vida e a vocação de cada território, conectando o visitante àquele determinado contexto.

iv) Os eixos norteadores:

O Plano de Brasília se estrutura sobre quatro eixos: Gestão, Infraestrutura, Produtos e Serviços e Promoção, Marketing e Comunicação (Brasília, 2016). Similarmente, Recife apresenta além desses eixos, mais dois: Formação e Qualificação e Desenvolvimento Territorial (Recife, 2018). No entanto, identificam-se algumas diferenças no enfoque dado a cada eixo. Brasília é mais abrangente e trata os aspectos da cidade como um grande potencial a ser utilizado a serviço do turismo criativo, identificando as potencialidades de diferentes locais e integrando-as aos roteiros e produtos existentes. Trata o Plano como norteador das políticas públicas e vai além do que um planejamento específico de marketing da cidade. Recife, por sua vez, foca no aspecto microeconômico, com o desenvolvimento de profissionais qualificados para desenvolverem negócios criativos – foca nas comunidades e no potencial de cada uma.

v) Recursos estratégicos:

Identificou-se que ambos os Planos foram formulados tendo por base suas potencialidades; os valores e os atributos existentes na territorialidade: eventos, patrimônio histórico e arquitetônico, cultura popular, a efervescência cultural e intelectual e a riqueza natural, ou seja, as especificidades regionais. Brasília destaca os valores de seu povo, a relação entre o urbano e o rural e o local e o global. Por fim, destaca a sua singularidade como uma cidade “desde sempre vanguardista, inventiva e empreendedora” (Brasília, 2016, p.13). Enquanto Recife destaca sua resistência, irreverência e ousadia como recursos estratégicos (Recife, 2018).

vi) Estruturação dos Planos:

Identificam-se, nos Planos, elementos norteadores chave, como a flexibilidade, o diálogo entre Estado e a sociedade, o dinamismo, a multidisciplinaridade e a criação participativa com diferentes lideranças sociais. O Plano de Brasília levou quatorze meses para se consolidar e ser apresentado à

sociedade, enquanto o do Recife, posteriormente, levou seis meses. Ambos foram idealizados e concebidos em etapas, iniciando pela sensibilização da sociedade civil e do trade turístico, envolvendo personalidades e atores sociais, para dar corpo às etapas seguintes, estruturadas em oficinas, visitas e redação de propostas a serem implementadas. O Plano de Brasília refere-se ao período de 2016-2019, enquanto o do Recife considera o período de 2018-2021. Em ambos, a construção teve por base as políticas públicas globais, nacionais, regionais e locais, em relação aos temas turismo, economia criativa, sustentabilidade e estudos técnicos específicos de cada realidade (Brasília, 2016; Recife, 2018).

vii) Participação da iniciativa privada vs. pública:

Em termos de participação dos agentes sociais na formulação dos Planos, fica evidente que se trata de uma construção coletiva. No caso de Brasília, os entes públicos formalmente assumem a liderança do processo e definem Plano de Turismo Criativo de Brasília como um projeto de desenvolvimento sustentável e, portanto, de política pública. Visa utilizar o turismo como elemento integrador para as diferentes políticas articuladas no âmbito público que possam favorecer o desenvolvimento da localidade (Brasília, 2016). Nesse sentido, o Estado buscou para si a tarefa de atender e conciliar as demandas sociais tais como: intersectorialidade, cooperação, flexibilidade, inovação, autonomia, mobilização, transparência, eficiência, criatividade, credibilidade e confiabilidade. Ainda assim, destaca o “(...) cuidado para não comprometer o pacto da gestão compartilhada (...)” (Brasília, 2016, p.30) implícito na concepção do Plano. No caso do Recife, a iniciativa privada percebeu o potencial da economia criativa e passou a ofertar experiências criativas fugindo do padrão convencional dos circuitos turísticos. Em 2017, criaram a Rede Nacional de Turismo Criativo – Recria. Neste caso em específico, o poder público aglutina, dá

corpo e instrumentaliza as iniciativas privadas em curso. Ainda que o Plano de Turismo Criativo do Recife descreva sua intenção em integrar organismos inteligentes da cidade e desenvolver pessoas e territórios, evidenciam-se as políticas públicas para orientar o desenvolvimento turístico do Recife e trata o turismo criativo como segmento do turismo (Recife, 2018).

5. Conclusão

Na contemporaneidade, mais do que em qualquer outra época, o turismo está associado à dinâmica das cidades. Portanto, abre-se espaço para pensar e planejar o turismo como um elemento integrado às formas e funções das cidades.

O planejamento sustentável do turismo pode ser realizado a partir da valorização da cultura e da criatividade que são partes constitutivas da identidade de cada localidade. Esse planejamento engloba as ações em termos de políticas públicas que podem vir a potencializar esses valores e atributos, transformando-os em recursos estratégicos em prol do desenvolvimento sustentável local.

Neste artigo evidenciou-se que os Planos de Turismo Criativo de Brasília e do Recife estão alinhados com os pressupostos da sustentabilidade ao considerarem a valorização e preservação do patrimônio natural, material e imaterial de ambas as cidades, expressas nas intervenções criativas em equipamentos tradicionais, nos eventos e nas manifestações culturais; na valorização do folclore, das tradições, da gastronomia, das artes e de tantas outras formas culturais que são verificadas nas ações propostas pelos referidos Planos. Evidencia-se ainda o objetivo de desenvolvimento das comunidades por meio da articulação com os agentes locais, públicos e privados.

Pela análise dos Planos de Turismo Criativo do Recife e de Brasília, em suas diferentes etapas, percebe-se que a cultura e a criatividade são

utilizadas como elementos estratégicos pelas cidades, ao buscarem se destacar internacionalmente a partir de sua identidade criativa. Assim, cultura e criatividade servem como direcionadores para as ações que favorecem a diferenciação em termos de turismo e, por consequência, fomentam o desenvolvimento local. Além disso, os referidos Planos demonstram que as ações propostas, amparadas na cultura e na criatividade, permitem aflorar novas formas de cultura, em novos espaços e por meio do uso de novas tecnologias. Ou seja, a valorização dos atributos que dão identidade às duas cidades, potencializam as oportunidades para agregar novos elementos e novas tecnologias que geram sinergias importantes para o turismo, para os negócios e para o desenvolvimento sustentável das comunidades.

Assim, os Planos de Turismo Criativo estudados funcionam como diferenciais para um reposicionamento das cidades, sob a perspectiva dos moradores e dos visitantes. São semelhantes ainda na concepção de turismo, ao adotarem o 'turista aprendiz' com foco nas experiências e trocas entre cidadãos e turistas e no processo de co-criação que essa relação permite emergir, essência do que define o turismo criativo. Nesse sentido, a economia criativa torna-se insumo para o desenvolvimento e fortalecimento de ações propostas nos Planos, no campo do turismo criativo.

Por fim, evidenciou-se, que os Planos refletem, desde sua concepção, uma forte relação entre a participação pública e privada. Em Brasília, o setor público entende o Plano como articulação de política pública, enquanto no Recife assume majoritariamente o papel de articulador e fomentador das iniciativas privadas. Os Planos demonstram o diálogo entre Estado e a sociedade para definir e implantar propostas, considerando os diferentes interesses dos agentes sociais envolvidos e a possibilidade de conciliá-los em prol de objetivos compartilhados, neste caso, o desenvolvimento sustentável local.

Agradecimentos

This research was funded by national funds through FCT – Foundation for Science and Technology under the project UIDB/04020/2020 – CIN-TURS BASE.

Referências

- Ashworth, G. & Page, S.J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Journal Tourism Management*, 32, 1-15. Recuperado em 02 jan. 2019 de: <https://www.sciencedirect.com/journal/tourism-management/vol/32/issue/1>.
- Bardin, L. (2015). *Análise de Conteúdo*, Editora: Edições 70, Extra Coleção, Coimbra.
- Brasília (2016). Secretaria de Estado do Esporte, Turismo e Lazer do DF. *Plano de Turismo Criativo de Brasília*. Brasília: Sebrae/DF, 2016.
- Emmendoerfer, M. L. & Ashton, M. S. (2014). Territórios criativos e suas relações com o turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21-22(4), 459-468. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v4i21/22.12433>
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 46, 1003- 1040. <https://doi.org/10.1177/0042098009103853>
- Florida, R. (2011). *A ascensão da classe criativa: e seu papel na transformação do trabalho, lazer, comunidade e cotidiano*. Tradução de Ana Luiza Lopes. Porto Alegre: L&PM Editores.
- Gehl, J. (2015). *Cidades para pessoas*. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva.
- Global Influence (2017). Global City Index 2017: The Most Connected Cities. In <http://www.globalinfluence.world/en/global-city-index-2017-connected-cities/>
- Gonçalves, F. J. B. & Costa, C. (2019). Modelo de desenvolvimento e implementação do turismo criativo: o caso do Galo de Barcelos. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32, 25-36. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v0i32.20438>
- Grefe, X. (2013). *Curso de Especialização em Gestão Cultural* (2013). Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=mmYDpkxpYLU>.
- Henriques, C. (2003). *Turismo Cidade e Cultura – planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.

- Howkins, J. (2013). *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin.
- Hunter, C. (1995). On the need to re-conceptualize sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), 155-65.
- IFACCA, Culture 21, IFCCD, Culture Action Europe (sd). Culture as a goal in the post 2015 Development Agenda. IFACCA, Culture 21, IFCCD, Culture Action Europe.
- Jackson, M. R., Kabwasa-Green, F., & Herranz, J. (2006). Cultural vitality in communities: Interpretation and indicators. *Culture, Creativity and Communities Program*. <https://doi.org/10.1037/e716842011-001>.
- Landry, C. (2013). *Origens e futuros da cidade criativa*. São Paulo: Sesi-SP.
- McKinsey & Company (2007). Sustainability's deepening imprint. In <https://www.mckinsey.com/business-functions/sustainability/our-insights/sustainabilitys-deepening-imprint>.
- Montalto, V., Tacao Moura, C. J., Langedijk, S. & Saisana, M. (2019). Culture counts: An empirical approach to measure the cultural and creative vitality of European cities. *Cities*, 89, 167-185. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.01.014>
- NESCTour, ETC, ECTN, EHA, (2018). *Barcelona Declaration Neter Places to Live better Places to visit*. In <http://www.necstour.eu/better-places-to-live-better-places-to-visit>.
- Oxford Economics (2013). *The Economic Impact of the Creative Industries in the Americas*.
- Page, S. & Hall, C.M. (2003). *Managing Urban Tourism*, Prentice Hall, Harlow. 416pp.
- Pratt, A. C. (2011). The cultural contradictions of the creative city. *City, Culture and Society*, 2, 123-130. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2011.08.002>.
- Proman (2016). Mapping exercise: How could creative industries foster innovation in tourism in the Northern Dimension área? – *Country report Germany*, December 2016, Proman Consortium
- Recife (2018). Secretaria de Turismo, Esporte e Lazer do Recife. *Plano de Turismo Criativo do Recife*. Recife: CEPE.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *Atlas news*, 23(8), 16-20.
- Richards, G. & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Editors introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practices*, 4(2) 1-11.
- Richards, G. & Wilson J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?, *Tourism Management*, 27, 1408-1413
- Richards G.; Wisanging, J. J. & Paschinger, E. (2018). *Creating Creative Tourism Toolkit*. Dasta: Tailand. Recuperado em 28 abr. 2019 de: https://perfectlink.co.th/wp-content/uploads/2019/01/Creating-Creative-Tourism-Toolkit_Version-Eng.pdf.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922.
- Sherry Blankenship (2005). Outside the Center: Defining Who We Are. *Design Issues*, 21(1), p.24-31.
- Trindade. B. S.da, César, P. A. B & Vianna. S.L.G. (2019). Tourism Governance: Local and Regional Planning and Management in Gramado-RS, Brazil. *Revista Rosa dos Ventos*, 11(2), 653-663. DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v11i3p653>
- UN [United Nations] (2017). 2017 United Nations A/RES/71/256* *New Urban Agenda* 2017.
- UNCTAD (2012). *Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento*. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural.
- UNCTAD (2008). *Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*. Recuperado em 22 abril de 2019 de: https://unctad.org/en/Docs/ditc20082ceroverview_en.pdf
- UNESCO (2006). *Tourism, culture and sustainable development* (M. Robinson and D. Picard). <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf> (consulted on: 03.12.2017).
- UNESCO (2015). *UNESCO moving forward the 2030 Agenda for Sustainable Development. UNESCO Task Force on the 2030 Agenda for Sustainable Development*. Available at: <http://en.unesco.org/sdgs>.
- UNESCO (2017). "The 2005 Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions Reshaping Cultural policies – Advancing creativity for development – 2018", UNESCO.

- UNESCO (2017). *Culture Sec Voices of the City: UNESCO Creative Cities moving towards the 2030 Agenda for Sustainable Development*. In: https://en.unesco.org/creative-cities/sites/creative-cities/files/16_pages_villes_creatives_uk_bd.pdf.
- UNESCO (2019). *Creative Cities Network*. Available at: <http://en.unesco.org/creative-cities/>
- United Nations (2018). Department of Economic and Social affairs. The speed of urbanization around the world. *PopFacts*, n.1. In: https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2018-PopFacts_2018-1.pdf
- UNWTO (2019). *Tourism Highlights* In: <https://www.e-unwto.org>.
- Viaña, M. D. C. G. (2006). *Turismo y ciudad: nuevas tendencias*. Buenos Aires: Turísticas.
- Vianna, S.L.G & Hoffmann, V.E. (2009). *Classificação dos municípios catarinenses com base nos indicadores para a formação de um cluster de turismo cultural*. *Caderno Virtual de Turismo*, 9(2), 1-16.
- WCCR – World Cities Culture Report 2018 (2018). Available at: http://www.worldcitiescultureforum.com/assets/others/181108_WCCR_2018_Low_Res.pdf.
- WEF (World Economic Forum) (2017). *Travel and Tourism Competitiveness Index*. Available at: <http://www.sela.org/media/2756841/the-travel-and-tourism-competitiveness-report-2017.pdf>
- WTO (World Tourism Organization). (1994). *National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies*. London: Routledge.
- WTTC [World Travel & Tourism Council] (2021). *Travel & Tourism Economic Impact*. Available at: <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de Caso: planejamento e método*. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman.