



Criatividade e turismo

CRP – 0528: Desafios da Inovação no Turismo

Turismo | ECA/USP

Prof.^a Ana Carolina Machado



Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

O que é criatividade?



Todos podem ser criativos?

“Qualquer pessoa é criativa em princípio, embora nem todos sejam igualmente criativos e todos possam ser mais criativos do que são. O mesmo se aplica às empresas, vizinhanças e cidades. Alguns aspectos da criatividade podem ser aprendidos. Mesmo assim, muitas pessoas têm tendências ou modos automáticos de pensar. Algumas florescem em um contexto mais aberto, outras o acham ameaçador ou desestabilizador. De modo geral, pode-se concluir que mais pessoas e empresas preferem a zona de conforto, daquilo que já foi tentado e testado, do conhecido e aparentemente comprovado”

(LANDRY, p. 11, 2011)

Concordam?

- Pontos importantes:
 - A criatividade pode ser estimulada: ambientes, pessoas, tecnologias...;
 - Estímulo á curiosidade!
 - A criatividade pode ser exercida por uma pessoa, um grupo, uma empresa...;
 - A criatividade pode ser uma importante ferramenta de crescimento (pessoal, profissional, econômico...);
 - Daí o crescimento do debate sobre a importância da criatividade em cidades e políticas públicas: cidades criativas, economias criativas, etc;

Criatividade

- Valorização crescente: esforços para demonstrar o seu **para as cidades e as economias**;
- **Inserção da criatividade nas políticas públicas e urbanas**: apogeu na Europa (décadas de 80 a 90);
- **Cidades como organismos criativos** e capazes de **desenvolver ambientes criativos**: design, música, cultura....



Relações entre criatividade e inovação

- Mesmas pautas: é preciso curiosidade;
- Curiosidade é o passo inicial para o ciclo: imaginação > criatividade > invenções (de produtos, ideias, serviços...) > inovação (quando invenções são colocadas em práticas);
- Inovação é criatividade aplicada!

Criatividade: conceitos relacionados

Economia criativa

Setor econômico e dinâmico, que pressupõe estratégias de criatividade e inovação em processos, serviços e produtos. Conversão de ativos intangíveis em diferenciais econômicos. Em 2018, representou 3% do PIB brasileiro.

Cidades criativas

Cidades que estimulam e valorizam a cultura, a diversidade, os diferenciais e valores de determinado território, com vistas à geração de desenvolvimento socioeconômico. Ainda, pressupõe a coletividade: atores, governos, empreendedores, instituições, universidades. Ferramentas: criatividade e capital cultural.

SETORES: cultura, gastronomia, turismo ...

São talentos criativos: geradores de riqueza, potenciais para determinada cidade. São eixos de ação e de discurso, no âmbito da cidade criativa.

Cidades criativas: não há receita, porém pressupõe:

- 1. Aura sensorial:** cores, sons, luzes (a criatividade é sentida, é uma energia);
- 2. Superação de problemas:** cidade apta a constantemente se alterar, aprimorar, superar as adversidades de forma dinâmica e enérgica;
- 3. Conexões:** redes globais, coletividade, interação entre atores diversos;

Cidades criativas: não há receita, porém pressupõe:

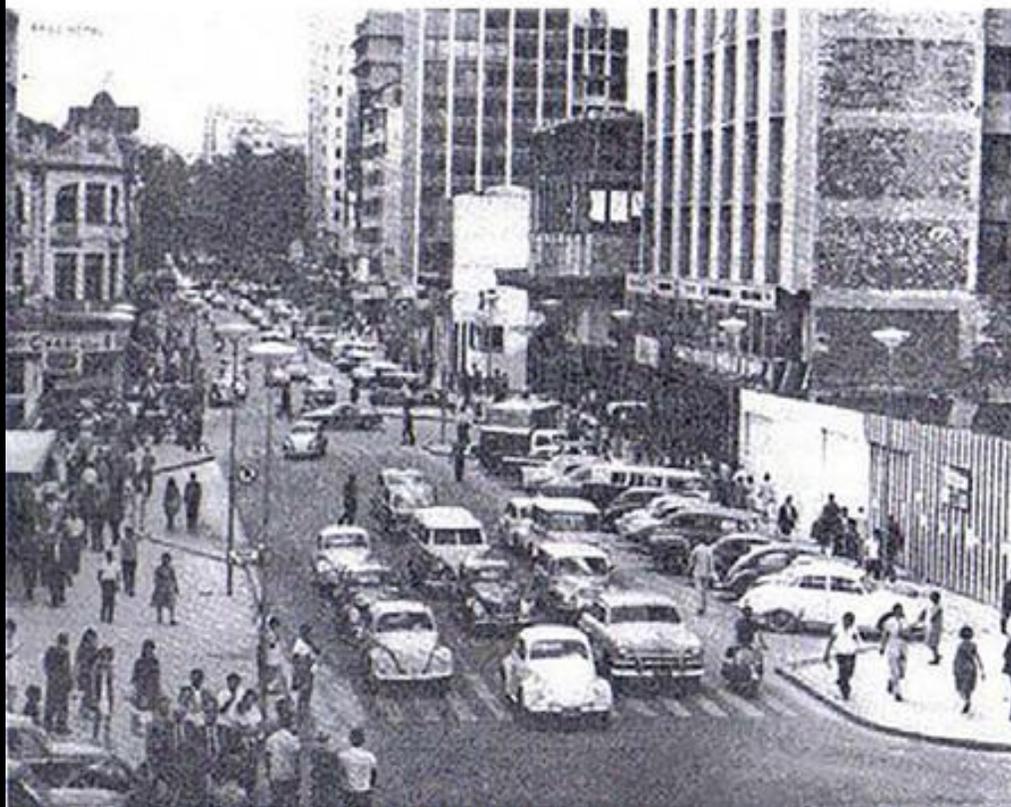
1. **Polo criativo**: ambiente que atrai talentos e criatividade;
2. Uso e valorização do **espaço público**;
3. “**Regeneração**” de espaços públicos: “acupuntura urbana” (Jaime Lerner);
4. **Cultura**: ativo de valores econômicos, sociais e ambientais;

Parque de los Pies Descalzos, Medellín (Colômbia)



Rua XV de Novembro (Curitiba)

antes (anos 1960)

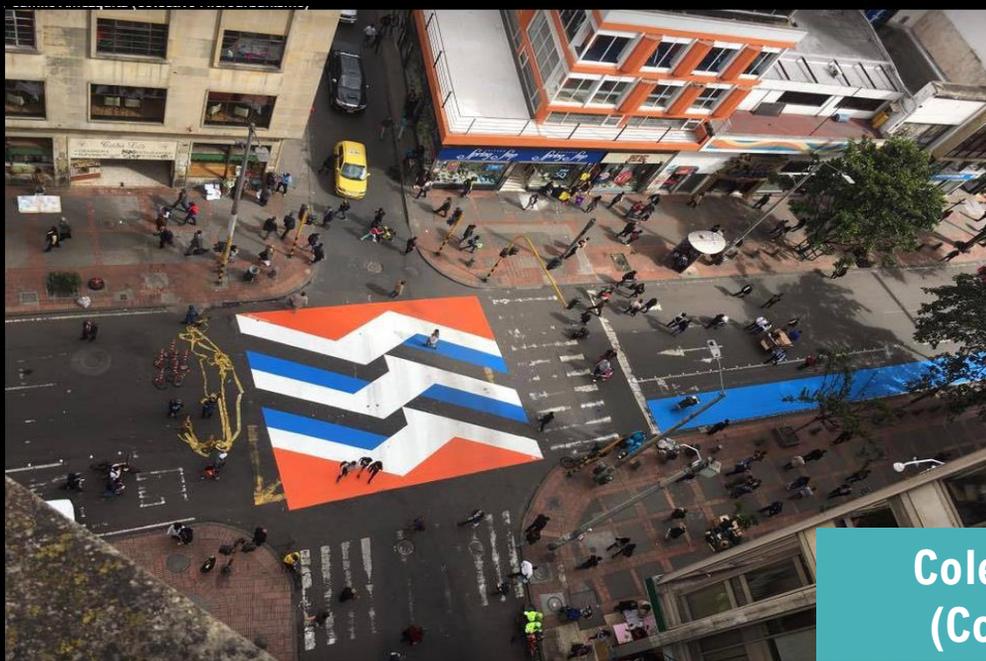


depois (anos 2000)





Parc Diagonal Mar
(Barcelona)



Coletivo MU
(Colômbia)

A cidade criativa também pressupõe:

- Sustentabilidade;
- Diversidade;
- Novos modelos de governança (desafio!);
- Superação de desigualdades;
- Qualidade de vida aos residentes (“uma cidade boa para seus moradores é, também, boa aos seus turistas”): saúde, infraestrutura, habitação, assistência social...;
- Laços afetivos entre cidade e população local.

**A CIDADE CRIATIVA É FRUTO DE UM
PROCESSO: LONGO, PROFUNDO, CONSTANTE!**

**UM PROCESSO QUE ESTIMULE, PORTANTO, A
CRIATIVIDADE. EM TODOS OS SENTIDOS E
DIREÇÕES.**

**A BASE CRIATIVA PODE ESTAR EM
DIVERSAS ÁREAS, COMO O TURISMO.**

Criatividade e turismo - perspectivas

- Criatividade e inovação como possibilidades para geração de novos segmentos turísticos (FERNANDÉZ, 2010);
- Atração de novos segmentos de mercado;
- Recurso necessário: concorrência, mercado...;

Turismo criativo – perspectivas conceituais

- Perspectiva de segmento: diferencial para um público exigente e com necessidades crescentes;
- Oportunidade de negócios;
- Momentos originais;
- Dinâmicas motivacionais;
- Maior integração entre turistas e destinos: oportunidades de aprendizado;

Experiências memoráveis

Autoconhecimento

Desenvolvimento pessoal

Integração com os residentes locais

Turismo criativo – perspectivas conceituais

- Mobilização, motivação e estímulo à adoção de valores e estratégias de inovação: percepção de novos perfis de turistas;
- Criação de um ambiente adequado e conectado às tendências inovadoras;
- Integração do visitante ao espírito da cidade;



Turismo criativo – perspectivas conceituais

“É criar e gerar novas ideias, produtos, estratégias e oportunidades práticas para um destino por meio de suas verdadeiras vocações. Captar e contar histórias reais, gerar senso de pertencimento da comunidade e, finalmente, despertar encantamento de visitantes e investidores pela inovação de forma ampla”

(ELOI ZANETTI, p. 26, em Plano de Turismo Criativo de Brasília)

Brasília – Plano Nacional de Turismo Criativo

- Turismo como elemento integrador de diferentes políticas públicas: articulação de áreas do governo;
- Brasília em evidência:
 - Destino urbano;
 - Polo de tecnologias;
 - Arte e cultura;
 - Economia criativa;
 - Áreas rurais.



Brasília – Plano Nacional de Turismo Criativo

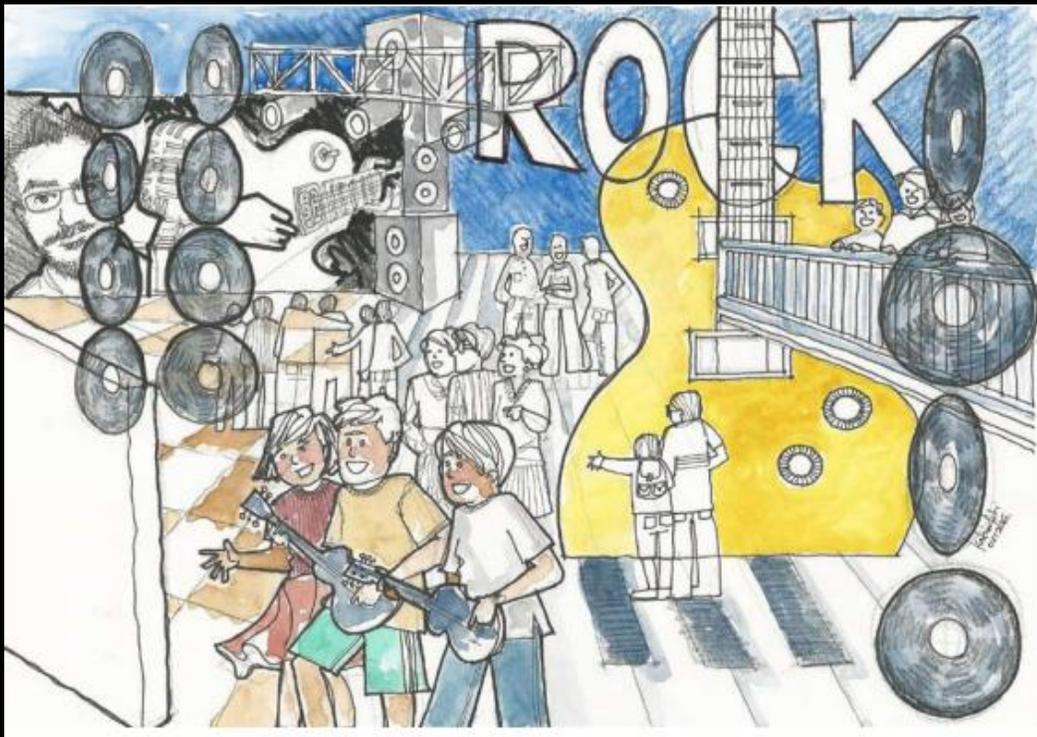
- **Missão:**

Promover Brasília, Patrimônio Cultural da Humanidade, como destino turístico reconhecido pela excelência na qualidade de vida e pelos diferenciais associados à sua arquitetura moderna, diversidade cultural, criatividade, mobilidade e acessibilidade.



Propostas e intervenções:

MUSEU DO ROCK:



LEGOLAND BRASÍLIA:



Propostas e intervenções

MINI BSB:



MUSEU DE ARTE À
CEU ABERTO:



Brasília – Plano Nacional de Turismo Criativo

“O Turismo Criativo se traduz, na atualidade, como tendência do mercado mundial e como uma necessidade para diversificar a oferta de produtos e segmentos que compõem a economia do turismo para o enfrentamento dos desafios da competitividade. Mais do que isso, é uma forma de se posicionar enquanto destino turístico, de acordo com o perfil do viajante contemporâneo, que exige que seu destino seja surpreendente e que possibilite vivências práticas por meio de suas verdadeiras vocações. Trata-se de um conceito inovador, utilizado por vários destinos turísticos no mundo, como as cidades de Barcelona, Sidney e Londres, que apresentam ao turista uma forma autêntica e criativa de conhecer e usufruir de suas culturas e de seus modos de vida (lifestyle)”

Porto Alegre e o turismo criativo



Porto Alegre
TURISMO CRIATIVO



Porto Alegre Turismo Criativo: um passo além para os turistas

Por Fernanda Braga, 15 de setembro de 2016 em [Acontece, Brasil](#)

Devemos confessar que Porto Alegre é uma cidade que precisa ser sentida e compreendida. Não basta chegar para conhecer. É preciso entrar na sua intimidade e andar pelos caminhos da sua alma para descobrir o que ela tem a oferecer e a forte personalidade do povo que nela vive. Mais do que isso. A dica é deixar para lá o lado espectador e se transformar em protagonista das histórias e momentos vividos na capital gaúcha.

Foi pensando nisso, e inspirada por um projeto idealizado na Europa, já desenvolvido em cidades como Barcelona, que a Secretaria Municipal de Turismo de POA decidiu inovar em 2013, tornando-se a cidade pioneira da América do Sul a aderir à chamada "nova geração do turismo". Com o propósito de oferecer a cada turista que chegasse ao município a possibilidade de viver um momento único, uma imersão intensa e uma experiência inesquecível, foi dada a largada ao programa de Turismo Criativo da cidade.

AS GURIAS, PRAZER



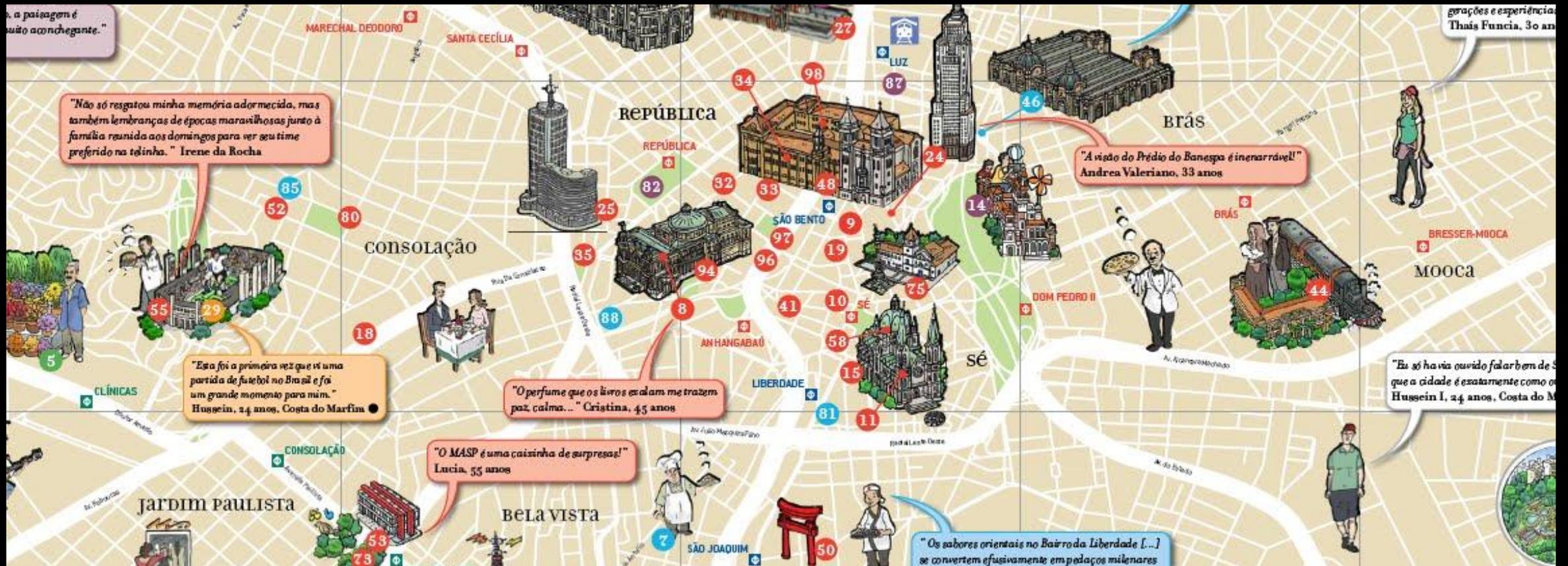
Fernanda e Joana, duas turismólogas gaúchas cheias de energia! Aqui iremos compartilhar com vocês todas as experiências e sensações que vivemos durante as nossas andanças além de passar algumas dicas sobre como ser um viajante responsável. Também vamos falar sobre

Porto Alegre e o turismo criativo

“O turismo criativo, por sua vez, tem uma outra perspectiva, pois é composto de vivências, interagindo com a população local. É proporcionar que os visitantes tenham novas experiências de aprendizagem, cursos, workshops e outras atividades como tivemos nos últimos dois anos de uma forma bem sucedida. Exemplo foi o turismo criativo feito dentro do Acampamento Farroupilha, com atividades focadas para o tradicionalismo gaúcho. No ano passado, tivemos cerca de 1.100 pessoas que fizeram oficinas no local no mês de setembro, mais 600 pessoas na Copa do Mundo. Ou seja, quase duas mil pessoas participaram de algum tipo de atividade, workshop ou curso de coisas ligadas à cultura regional. Este é um aspecto importante para Porto Alegre, ter este produto para oferecer. Somos pioneiros na implantação do programa não só no Brasil, mas também na América do Sul. Não que não exista experiência de turismo criativo em outros lugares. O nosso é o primeiro organizado e sistematizado por um destino, como já fizeram Barcelona, Paris e Santa Fé (nos Estados Unidos). Na verdade você agrega valor à marca da cidade graças a um segmento diferente, que carrega em si, questões de criatividade e de cultura”

(Prefeito da cidade de Porto Alegre)

Mapa das sensações (SPTuris)



Para finalizar...

“Está na hora de desenvolver outras formas de lazer para que todas as pessoas envolvidas possam tirar o melhor proveito, sem prejudicar os habitantes e os meios ambientes locais. Talvez as férias e o lazer experimentados longe de casa possam transformar-se realmente em um campo de aprendizado e de experiências, não apenas para fugir do cotidiano e dos problemas, mas também para ter-se a oportunidade de enriquecimento interior, de exercer a liberdade, a compreensão mútua e solidariedade, e de poder descobrir um pouco de tudo isso no cotidiano”

(KRIPPENDORF, 2001, p. 22)

Materiais complementares

- [Projeto Horizontes | Ana Carla Fonseca - Economia Criativa e Turismo](#)
- [Cidades para pessoas | Jan Gehl](#)
- [Site – Mapas Afetivos](#)

Referências

- BRASIL. Governo do Distrito Federal. Plano de Turismo Criativo de Brasília / Governo do Distrito Federal, Secretaria de Estado do Esporte, Turismo e Lazer do DF, Secretaria Adjunta de Turismo, Brasil. – Brasília: SEBRAE/DF, Escola de Criatividade, 2016. 121p.
- KRIPPENFORD, Jost. Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: **Aleph**, 2001.
- REIS, Ana Carla Fonseca; KAGEYAMA, Peter. Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: **Garimpo de Soluções**, 2011.
- SEBBEN, Jéssica; BUCHWEITZ, Michéli; CUNHA, Aline; WEHMEYER, Claudia. Turismo criativo aplicado ao segmento de negócios e eventos: a experiência do Ecoresort Vila Ventura. Fólio - **Revista Científica Digital - Jornalismo, Publicidade e Turismo**, s.l, p. 41 – 50.