

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS HUMANAS

Larissa Carvalho Santa Rita

**CONHECENDO BRASÍLIA: DO PLANEJAMENTO A TRANSFORMAÇÃO DO FUTURO**

Artigo apresentado ao Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso).  
Orientador: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Anne Bastos Martins Rosa

Juiz de Fora  
2019

## DECLARAÇÃO DE AUTORIA PRÓPRIA E AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

Eu, **Larissa Carvalho Santa Rita**, acadêmico do Curso de Graduação Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal de Juiz de Fora, regularmente matriculado sob o número 201673107A, declaro que sou autor do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado **CONHECENDO BRASÍLIA: DO PLANEJAMENTO A TRANSFORMAÇÃO DO FUTURO**, desenvolvido durante o período de agosto de 2019 a novembro de 2019 sob a orientação de Anne Bastos Martins Rosa, ora entregue à UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF) como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel, e que o mesmo foi por mim elaborado e integralmente redigido, não tendo sido copiado ou extraído, seja parcial ou integralmente, de forma ilícita de nenhuma fonte além daquelas públicas consultadas e corretamente referenciadas ao longo do trabalho ou daquelas cujos dados resultaram de investigações empíricas por mim realizadas para fins de produção deste trabalho.

Assim, firmo a presente declaração, demonstrando minha plena consciência dos seus efeitos civis, penais e administrativos, e assumindo total responsabilidade caso se configure o crime de plágio ou violação aos direitos autorais.

Desta forma, na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Juiz de Fora a publicar, durante tempo indeterminado, o texto integral da obra acima citada, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação do curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas e ou da produção científica brasileira, a partir desta data.

Por ser verdade, firmo a presente.

Juiz de Fora, \_ \_ de \_ de \_.

---

**Larissa Carvalho Santa Rita**

### Marcar abaixo, caso se aplique:

Solicito aguardar o período de ( ) 1 ano, ou ( ) 6 meses, a partir da data da entrega deste TCC, antes de publicar este TCC.

OBSERVAÇÃO: esta declaração deve ser preenchida, impressa e **assinada** pelo aluno autor do TCC e inserido após a capa da versão final impressa do TCC a ser entregue na Coordenação do Bacharelado Interdisciplinar de Ciências Humanas.

# CONHECENDO BRASÍLIA: DO PLANEJAMENTO A TRANSFORMAÇÃO DO FUTURO

Larissa Carvalho Santa Rita

## RESUMO

Observação da estrutura de planejamento do plano de turismo criativo de Brasília e o seu cumprimento com os conceitos chave de um planejamento, tendo como método a explanação dos conceitos separadamente para serem contrapostos com o plano, ao final da pesquisa é esperado que o plano se mostre eficaz e dentro dos padrões de conceito.

**PALAVRAS-CHAVE:** Planejamento. Turismo sustentável. Políticas públicas. Brasília. Preservação. Economia criativa

## Introdução

O objeto de estudo deste presente trabalho será o plano de turismo criativo de Brasília, este que foi implantado ainda sob a luz do plano nacional de turismo 2007/2010 que visava focar em aprimoramento dos destinos turísticos brasileiros por meio do mapeamentos de potenciais e prioridades para atingir o objetivo de resgatar a identidade dos brasileiros e incentivar o turismo interno, ou seja, as viagens dos brasileiros dentro do território nacional.

A análise deste estudo possui cinco subdivisões e todas vão direcionar a pontos chaves que foram considerados na criação do plano de turismo criativo de Brasília, sendo a primeira, planejamento e responsabilidades, que vão apontar para os itens essenciais de um planejamento turístico, assim quando for apresentado o plano, poderá ser realizado uma checagem da presença destes itens, em segundo políticas públicas e suas aplicações, tendo como exemplo o plano nacional de turismo 2007/2010 que contribuirá para fornecer o contexto no qual foi necessário a segmentação dos destinos turísticos, no qual Brasília está atribuída como responsável pela preservação da imagem do Brasil com o exterior, pois além de patrimônio cultural da humanidade é o centro da administração do país, como terceiro item, a explicação do termo “economia criativa” para que seja dado compreensão não só ao título do plano como também para conhecimento dos objetivos dos autores do plano, na quarta seção, é realizado a distinção entre desenvolvimento sustentável e turismo sustentável e como o destino Brasília vai aplicar estes conceitos no seu plano, observando ainda, que são aplicações voltadas ao mesmo interesse da agenda 2030 e como quinta e última seção, o detalhamento dos objetivos encontrados no plano que se alinham, voltados para o turismo e desenvolvimento do ser humano com a agenda 2030.

A escolha deste viés de estudo se deu pela observação da sociedade e a percepção de seu movimento globalizado, as formas de entretenimento, consumo, construções modernas e ainda a interação dessas pessoas com demais sociedades. Foi constatado que após o crescimento desordenado das cidades, entre si, era possível observar um padrão, a maioria iria conter shoppings centers, com cinemas, praças, igrejas, formação de comunidades ao redor das grandes indústrias, devido à proximidade com uma fonte de trabalho e com isso foi despertado o interesse em analisar como estas mesmas situações seriam, numa cidade que teve um planejamento.

Com isso, fica nas seguintes seções, o que pôde ser observado de uma cidade planejada e como ela funciona em relação as demais cidades, como vivem as pessoas do local e quais os problemas encontrados.

## 2. Desenvolvimento

Para análise do documento “Plano de turismo criativo de Brasília” será necessário o aprofundamento em termos como planejamento turístico, política pública, desenvolvimento sustentável, turismo sustentável, turismo urbano e economia criativa. Isso porque na busca do entendimento e assimilação com a documentação do projeto de construção de Brasília, o então plano piloto de Lúcio Costa, que junto com Oscar Niemeyer, projetou cada traço da nova capital do País e a agenda 2030, sendo esta última, a elaboração de um conjunto

de ações que orientam os países membros, rumo ao desenvolvimento sustentável, termos que ainda não se faziam inseridos para o turismo, passam a ganhar aplicação prática no plano de turismo criativo de Brasília que está sendo executado atualmente na capital federal do Brasil e que no futuro dessa análise, será compreendido como planejamento visionário e inovador.

## **2.1 Planejamento e suas responsabilidades.**

Iniciando pela definição de planejamento turístico, que possui inúmeras perspectivas, dentre elas, para Dias (2003, p 87) “trata-se de orientar a atividade presente para determinado futuro, partindo-se sempre do pressuposto de que existem várias alternativas possíveis. Ao decidirmos fazer um planejamento, na verdade estamos optando por determinado futuro, e a partir desta escolha organizamos o presente para que possamos atingir o objetivo traçado”. Com essa definição temos a ideia de que será envolvido no planejamento, além do poder de eleição de determinada meta, a necessidade de esclarecer o resultado final, no sentido de retorno tanto para o turista quanto para o morador local. Portanto, em resumo, Dias (2003, p 87) focalizará a importância de um planejamento turístico que seja organizado a ponto de se cumprir o desejo inicial, tal organização vai contar com a forma que estão dispostos os recursos disponíveis, por exemplo um inventário das fontes turísticas.

Pode ser apresentado também, por meio de outra definição, a maneira como poderá ser realizada a conciliação dos interesses possíveis num investimento turístico, seja em um megaevento ou uma exposição no museu local, O autor Braga irá salientar que este momento de conciliação é feito ainda no planejamento, pois o planejamento envolve a gestão de negócios e esta não se limita a administração de uma empresa por exemplo, também é considerado o planejamento ou ainda o interesse de ações públicas, Braga (2007, p 9 apud Silva; Sonaglio 2013, p 69)

Até aqui temos explicações sobre o que deverá estar contido em um planejamento, foi considerado o objetivo, pois visando o futuro e como se deseja este futuro, automaticamente será necessário planejar o momento presente, como explicado no primeiro recorte, com Dias (2003, p 87), definição do plano de ação, juntamente com a distribuição de tarefas. As secretarias responsáveis, líderes de comunidades e empresas privadas, dito na segunda citação e conciliação dos interesses entre a comunidade local, iniciativa privada e gestores públicos, este último por exemplo, podendo se estender a cargos políticos.

Dentro das noções de planejamento turístico, Braga (2007) vai alertar aos recursos utilizados, ilustrado com a menção de “ações públicas” em sua citação, entende-se que existe ainda no planejamento, uma preocupação não só com a distribuição de tarefas para aplicação do planejamento, mas também com a prevenção dos recursos, que neste contexto, dizem respeito a preservação da natureza e a história do local. Ao longo da busca pelas definições de planejamento, é possível notar a presença do termo em outras áreas de execução que não o turismo. Este irá passar pela administração, podendo se tornar um planejamento financeiro, como um orçamento para lançamento do turismo no local a curto ou longo prazo, estratégico, a fim de conciliar interesses e executar as intenções em tempo menor e até familiar, ao preservar a história do local e garantir que esta seja transmitida entre os seus. Tamanha a dimensão das definições e suas multidisciplinaridades, com o exemplo de termo multidisciplinar, aquele que surge em outras disciplinas, como geografia, marketing e até na administração. Dias (2003, p 88) vai ilustrar como “um processo dinâmico e permanente que incorpore, o mais próximo possível, a complexa realidade que pretende organizar”. Ou seja, trazer múltiplas perspectivas torna o planejamento ainda mais eficaz, no fato de se ter conhecimento do local em que será atuado.

Voltando ao recorte de Dias (2003, p 87) em que é dado ênfase na observação do presente, é possível verificar que este momento, utilizado para se organizar, irá fazer com que sejam criados os chamados instrumentos do planejamento. Os planos, programas e projetos, que tem como definições em Beni (2006, p 135 apud Silva; Sonaglio 2013, p 76)

Os programas e projetos, além dos planos, são sistemas que combinam objetivos, estratégias, métodos, atividades e recursos que se organizam para que tenham efeitos na qualidade de vida de grupos sociais previamente definidos. [...] Cabe lembrar que um plano,

programa ou projeto público destina-se a uma coletividade ou comunidade, atinge interesses de grupo e o lucro que se obtém é dos beneficiários ou grupo alvo.

Este corte significa que com os planos, programas e projetos, o controle do resultado pode ser previsto e acompanhado por seus autores, como por exemplo as secretarias de turismo e cultura a fim de verificação do retorno da realidade com o plano definido e análise de possível alteração nos casos de retornos indesejáveis, este podendo ser ilustrado com o exemplo de surgimento de novos conflitos de interesse. Pensando ainda em exemplificar a maneira como um planejamento pode ser alterado no decorrer da ação, a possibilidade de uma obra para determinado evento, precisar realocar os moradores do local escolhido em detrimento de imprevistos, como área original estar em risco ou até condições climáticas. O que chama atenção, porém, são as maneiras como cada decisão destes três instrumentos, podem interferir no cotidiano dos componentes de determinado alvo do planejamento. Podemos dizer ainda que os autores destes programas, planos e projetos, responsáveis pelas decisões, detêm poderes não só de execução dos programas como também de condução de vidas alheias, ressaltando ainda mais a importância de observação e direcionamento correto aos públicos alvo.

Para conclusão deste primeiro bloco, podemos compreender o planejamento, não só com a perspectiva do planejador, mas como também da sociedade que lidará com as consequências dos efeitos da unidade de ação utilizada, foi também sinalizado que o principal grupo atingido pelas ações do turismo seriam os moradores do local, é necessário apresentar como estes serão administrados, como serão respaldados das ações dos investidores do mercado de turismo.

## **2.2 Políticas públicas e suas aplicações, com o exemplo do plano nacional de turismo 2007/2010.**

Retomando a provocação observada na seção anterior, em relação aos impactos de um planejamento e a conciliação de interesses, é chegado o momento de discutir o papel do governo, este que age por meio de elaboração de políticas públicas, Laswell (1958, apud Souza, 2006 p 24) “decisões e análises sobre política pública implicam responder às seguintes questões: quem ganha o quê, por que e que diferença faz”. Pensando que o governo toma as decisões baseadas no todo e que o todo é mais importante que as partes, o consumo que foi programado, o fluxo de pessoas no local, seus poderes de capitais, por exemplo, ficam disponíveis para distribuição para aquela sociedade e cabe as políticas públicas, decidir também, como será realizado. Ao ser questionado pelo recorte sobre quem ganha o quê, por que e que diferença faz, podemos montar uma estrutura e explicar que com o ganho, estão inseridos os turistas, o local e o governo, isso porque com a visita dos turistas ao local, o turista ganhará satisfação com a experiência, o local ganhará visibilidade e geração de empregos, já para o governo, o aumento do fluxo de capital de giro, pois o consumo que os moradores terão no local, é proveniente do emprego que foi gerado com os turistas e os eventos, com os impostos, o governo volta a investir no turismo e assim por diante. O motivo destas decisões previamente calculadas, podem ser justificadas ainda falando de economia, pois implantar um planejamento considerando o aumento do fluxo de consumo do local, poderá ter como resultado, o aumento do desenvolvimento e maior possibilidade de geração de ainda mais eventos, exemplo de método para aumentar o desenvolvimento está em:

Devemos assim fazer um levantamento das potencialidades e prioridade da localidade, para só então estabelecer metas e objetivos alinhados à política nacional de turismo, pois a política pública é de fundamental importância para a decisão do futuro do setor turístico no país. Dessa forma, a política pública nada mais é que o vetor de direcionamento do processo de planejamento, sendo um instrumento e resposta do poder público aos efeitos negativos do desenvolvimento. Cruz (2000 p 33)

Todavia dá-se a entender que as políticas públicas serão fundamentais também para a formulação do planejamento, tendo em vista que os processos de cada passo, serão determinados por fatores além do que o considerado, ou seja, as partes já terão sido analisadas no plano, como partes temos as potencialidades turísticas e as prioridades do local e caberá às políticas públicas a decisão, assim como explicado pela reflexão acima. Torna-se, portanto, necessário a ilustração dos objetivos das políticas públicas anteriores a geração do plano de turismo criativo de Brasília. Não estando longe dessas características citadas, pensar no todo, recursos disponíveis, quem ganha o quê, por que e que diferença faz, o quadro de políticas públicas conta com interesses em desenvolvimento sustentável, redução da desigualdade e disseminação dos patrimônios culturais de cada região. Podendo ser encontradas também, essas características, como metas estabelecidas no plano

nacional de turismo nos anos de 2007/2010, é dado o momento de ampliar a maneira que as políticas aparecem no turismo, ou seja, toda aquela análise que foi explicada como sendo de suma importância, observar o presente, observar os recursos disponíveis e inclusive determinar o público alvo, agora soma-se às políticas públicas disponíveis e possíveis alterações, para a geração do planejamento turístico. Estando agora sob a luz do plano nacional de turismo, que significa a documentação oficial do governo, contendo seu planejamento para o turismo no prazo que pode ser de 3 há 4 anos e também contém o mesmo viés teórico do recorte de Cruz (2000 p 33) que foi passado logo acima. A relação entre os dois raciocínios está no momento de analisar as potencialidades e as prioridades do local, em âmbito de plano nacional, as prioridades estabelecidas abrangem todo o território do país, assim como as potencialidades. Logo no início da apresentação do plano nacional é apresentado:

Trata-se de erguer pontes entre o povo brasileiro e as esferas de governo federal, estadual e municipal, bem como da iniciativa privada e do terceiro setor, para construir um lazer que seja também uma visão compartilhada da nossa terra, da nossa gente, da nossa imensa vitalidade econômica, cultural e ambiental. Trata-se de um importante estímulo para o turismo interno, que vai retribuir em empregos, desenvolvimento e inclusão social. (PNT, 2007/2010, p. 5)

Vemos neste recorte uma ideia geral, como demonstrado em Cruz (2000, p 33) pois a política nacional de turismo foi primeiramente posta em destaque para só então ser desmembrada por regiões. Ou seja, quando foi apresentado a necessidade de um plano levantar as prioridades do local e seu potencial turístico, o resultado atingido como solução para as metas de geração de emprego, desenvolvimento sustentável e disseminação dos patrimônios culturais, foi a maior inserção do consumo interno. O que se pretendia ganhar com o incentivo das viagens domésticas, ou seja, maior valorização dos destinos turísticos dentro do próprio País, é o reatamento de um laço dessa nação com suas raízes, este plano percebeu que além de apenas gerar empregos, poderia também intervir no capital de giro de todo o Brasil com as viagens do seu próprio povo. Ao mencionar a nossa terra, nossa gente e nossa cultura, é realizado um apelo para o resgate dos tesouros brasileiros. No decorrer da história foi visto que com isso, o Brasil conseguiu mover a economia com o turismo mesmo não tendo grande fluxo internacional naquele período. Trata-se disto, quando é afirmado a importância de olhar o momento presente, é automaticamente traçado soluções para problemas que ainda não foram gerados, mas naquele momento, no ato do planejamento, já estava em início de acontecer. Todo aquele trabalho de analisar o planejamento de diversas perspectivas, possibilitou medida assertiva para o planejamento do turismo e retorno do turismo nos anos seguintes.

Num segundo momento da mesma linha de objetivos das políticas públicas, é falado sobre disseminação dos patrimônios culturais por região, esta que vai buscar formalizar no documento intitulado Programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil, a criação de uma estrutura, ordenação e a diversificação das ofertas turísticas no País, seria constituído um referencial de toda a base do território do plano nacional de turismo. PNT (2007/2010, p 67) Justamente criado para facilitar a compreensão de seus autores, de todo o potencial turístico do País, tendo em vista que a intenção era aumentar o fluxo de turismo interno, era de extrema importância, possuir amplo conhecimento sobre a forma que seriam administrados estes fluxos, por exemplo o nordeste brasileiro, naquele período, foi investido em obras nas cidades para que o acesso as praias fosse facilitado e seguro, as calçadas em volta das praias foram reformadas, para promover os seguimentos aos locais e assim por diante. Ainda seguindo o raciocínio dado por Cruz (2000, p 33) ao salientar a importância que a resposta dada pelo governo tem sobre o direcionamento do retorno dos usuários a determinado planejamento.

Apenas para reafirmar a relevância da participação de todos os interessados na formulação de um planejamento turístico e na formulação de políticas públicas, o plano ainda vai relatar que o plano de regionalização do turismo realizou um registro mapeando 200 regiões turísticas em todo o País, para isso teve o auxílio dos Órgãos e Fóruns Estaduais de Turismo, assim como também fez a seleção dos roteiros e regiões que apresentavam algum tipo de condições para serem trabalhados a fim de atingir a finalidade de aumento do fluxo de turismo interno, com o porém que seria a experiência de qualidade internacional de mercado. PNT (2007/2010, p 53). Neste mesmo plano a importância das segmentações de tarefas e esclarecimento das intenções de cada região, para evitar inclusive um possível conflito de interesse, por exemplo, verbas

desproporcionais a demanda, fez-se necessário trazer à tona, a logística por trás dessa diversificação de segmentos:

A segmentação constitui uma forma de organizar o turismo. É uma estratégia para a estruturação de produtos e consolidação de roteiros e destinos, a partir dos elementos de identidade de cada região. Tais elementos caracterizam os principais segmentos da oferta turística trabalhados pelo programa: Turismo Cultural, Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo de Esportes, Turismo Náutico, Turismo de Saúde, Turismo de Pesca, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo de Sol e Praia, entre outros tipos de turismo. Nesse processo, insere-se transversalmente o Turismo Social, como uma forma inclusiva de conduzir e praticar a atividade turística com vistas à melhor distribuição de benefícios. PNT (2007/2010, p. 69)

A segmentação retratada acima será explicada a fim de buscar entendimento das estratégias que podem ser utilizadas na construção de um planejamento, ainda com a primeira lição em mente, observar o presente e traçar o objetivo, à medida que os roteiros estavam sendo pensados, foi considerado os recursos que tinham cada região, podendo é claro, se enquadrarem em outros tipos de turismo, uma mesma região. Quando o plano pensa em turismo cultural, as regiões com acervos de destaque nos seus museus eram catalogadas, no turismo rural, outras regiões que possuem por exemplo, métodos diferentes de cultivo, chamando ainda atenção para os turistas que buscam experiências que não são encontradas nos seus locais de origem, Ecoturismo que pode ser catalogado para aquelas regiões com grandes paisagens verdes e trilhas, turismo de aventura, locais que possuem recursos para práticas de esportes radicais ou por exemplo também, os parques de diversões que possuem atrativos únicos, turismo de Esportes, regiões que venham a possuir estádios de futebol com grande capacidade por exemplo e ainda regiões com praias oportunas para o surf, Turismo náutico, regiões que valorizem a prática de atividades em alto mar, turismo de saúde, como por exemplo o deslocamento para tratamento em outros centros, regiões que entram no catálogo, mesmo para o turismo de pesca, estudos e intercâmbio, estes possuem em comum, possuem regiões específicas para atuação, mesmo sendo para fotografar espécies de peixes raras, consultar bibliotecas e o acervo do interesse do turista, o intercâmbio para a aprendizagem de determinado idioma. Os turistas que se deslocam a trabalho, portanto são mapeadas regiões com grande metrópole e turismo de sol e praia, tendo o exemplo mais famoso na região nordeste do país. Por último é lembrado o turismo social, este que pode surgir em todos os tipos de turismo, em busca de inclusão e melhor distribuição dos benefícios.

Vale lembrar aqui a noção de políticas públicas, a afirmação sobre um todo ser mais importante que as partes, porque quando vemos o exemplo de segmentação acima, se torna mais fácil compreender esse conceito na prática, isso porque é perceptível que ordenando cada segmento com mesma referência conceitual, ou seja, o objetivo principal como a geração de empregos, desenvolvimento sustentável e disseminação do patrimônio cultural, se está alinhando os recursos disponíveis, ou seja, estas segmentações, para que depois de uni-las, seja atingido um mesmo fim. O trajeto dos roteiros, seria uma dessas segmentações, aumento dos negócios e a preservação ambiental, por exemplo, ilustram o que seriam destinadas como partes, porém só fazem sentido juntas e o importante será os seus impactos no que é considerado todo. Tendo em vista que seria trabalhado os potenciais turísticos do Brasil em forma de segmentos e Brasília se insere neste plano, como foco para as relações internacionais, é compreensível que nos anos posteriores à aplicação do plano nacional, Brasília se encarrega-se de cumprir a tarefa designada, a forma encontrada seria o plano de turismo criativo.

### **2.3 Por que turismo criativo?**

O plano de turismo criativo de Brasília, possui como premissa:

Aumentar a qualidade de vida e reduzir a desigualdade social. Tornar Brasília modelo de sustentabilidade. Gestão e governança. Promover ambiente favorável ao desenvolvimento de negócios e à geração de emprego e renda. Valorizar a cultura como instrumento de desenvolvimento econômico e social. Tornar Brasília destaque em ciência, desenvolvimento tecnológico e inovação. (Plano de turismo criativo de Brasília, p 35)

A premissa aplicada contém, como dito anteriormente, foco em auxiliar no crescimento não apenas do turismo, mas influenciar também no crescimento da população de Brasília e entorno, como um todo. Para melhor argumentar, a definição de economia criativa, dada por John Howkins em 2001, será destacada "como um sistema complexo que deriva seu 'valor econômico' da facilitação da evolução econômica - um sistema que fabrica atenção, complexidade, identidade e adaptação, embora seja o principal recurso da criatividade" Cunningham, S. Banks, J. and Potts, J. (2008: 17). Tal definição, foi reavaliada no plano da secretaria de economia criativa (2011/2014) para que fosse funcional no sistema brasileiro de planejamento e apresenta outra definição "aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo de gerar um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante de seu valor, resultando na produção de bens culturais, econômicos e culturais". No mesmo documento ainda é explicado a forma como a redefinição foi tida como necessária, segundo o plano da secretaria da economia criativa, "ao invés de reproduzir conceitos de outros países com realidades políticas, econômicas, culturais e sociais divergentes de nós, deveríamos aceitar o desafio de ampliar os significados da economia criativa, adaptando-a às potencialidades e às características do nosso país. (Plano da secretaria da economia criativa, 2011/2014, p, 21).

Com o enfoque citado acima, pensando a economia criativa no Brasil e ainda no turismo urbano, que nas páginas anteriores, é dado enfoque na falta de definição do assunto, o plano da secretaria da economia criativa relata:

A economia criativa é, portanto, a economia do intangível, do simbólico. Ela se alimenta dos talentos criativos, que se organizam individual ou coletivamente para produzir bens e serviços criativos. Por se caracterizar pela abundância e não pela escassez, a nova economia possui dinâmica própria e, por isso, desconcerta os modelos econômicos tradicionais, pois seus novos modelos de negócio ainda se encontram em construção, carecendo de marcos legais e de bases conceituais consentâneas com os novos tempos. (Plano da secretaria da economia criativa, 2011/ 2014, p 24)

O enfoque da economia criativa portanto, é de ressaltar o que o destino possui de abundante, trazer de volta a identidade dos moradores, que já no plano nacional de turismo de 2007/ 2010, ressaltava a necessidade de resgatar a cara do Brasil, sua cultura. O plano de 2016/2019, deixou os padrões de turistas urbanos, circuitos turísticos e apostou no original, seu povo.

## **2.4 Desenvolvimento sustentável e turismo sustentável no plano de turismo criativo de Brasília.**

Questões como o desenvolvimento sustentável e turismo sustentável estão contidas como pressupostos para a criação do plano de turismo criativo de Brasília, já na mensagem do governador é explícito que a ideia principal seria a previsão do futuro. O item definido na primeira seção retorna aqui, sendo ele as definições de planejamento, ou seja, para ser construído o plano de turismo criativo de Brasília, foi necessário a análise do momento presente e distribuição das tarefas, sempre com o intuito de preservação para as gerações futuras. Para ilustrar o método a ser utilizado no plano, que foi pensado em abril de 2015, num cenário já lembrado nesta pesquisa, em que políticas de inclusão, desenvolvimento do turismo interno e geração de empregos, eram prioridades de âmbitos nacionais. Alguns conceitos incluídos no plano de turismo criativo de Brasília, precisarão ser definidos e contextualizados, iniciando pelos já mencionados desenvolvimento sustentável e turismo sustentável.

Como desenvolvimento sustentável temos a definição dada pelo relatório de *Brundland*, documento gerado em 1987 visando expandir os cuidados médicos com a saúde para também com o meio ambiente, um acordo entre os países para ser pensado o futuro: "desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atenderem as suas próprias necessidades" (Comissão mundial sobre meio ambiente e desenvolvimento, 1988, p. 49). Essas necessidades do presente podem significar, tanto os avanços da tecnologia, quanto a utilização de recursos naturais, ou seja, geração de tecnologias que auxiliem na preservação do ser humano como espécie e aos recursos naturais como por exemplo o petróleo. Este acordo entre nações seguiu se transformando, como assunto de prioridade global, o turismo irá se enquadrar nos novos estilos de raciocínio, tendo em vista que esta atividade envolve participação de componentes nacionais e internacionais. A organização mundial do turismo define: "Turismo sustentável é a atividade que satisfaz as necessidades dos turistas e as necessidades socioeconômicas das

regiões receptoras, enquanto a integridade cultural, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro (OMT, 1999)". Ou seja, praticar ao longo dos anos um turismo consciente da possibilidade de esgotamento dos recursos conhecidos hoje, por exemplo uma região conhecida pelo ecoturismo, exemplificado em alguns momentos acima como sendo aqueles destinos repletos de paisagens verdes e trilhas em meio a natureza, se caso os autores do planejamento desse roteiro, não desenvolverem sistemas de orientações de preservação do local, como placas sobre o descarte correto de lixos, em alguns anos aquele destino pode não ser mais uma atração turística e pelo contrário, se tornará exemplo de degradação do meio ambiente e gestão incorreta de cadeia produtiva de turismo. O mesmo vale por proteger o poder socioeconômico dos moradores locais e sua cultura. Para ser garantido que os segmentos do turismo, colocariam em prática métodos para cumprir o combinado com a Organização Mundial do Turismo, o código de ética mundial para o turismo (1999, p 4 e 5) destacaria que todos os envolvidos em atividades turísticas deveriam proteger o meio ambiente, recursos naturais e distribuição de crescimento econômico estruturado, de movimento constante e sustentável, visando ainda a preservação dos recursos para que estes sejam suficientes no futuro, a fim de atenderem as necessidades que poderão não ser as mesmas de hoje .

Nesse cenário de preocupação com o turismo sustentável e cumprimento do código de ética, a cidade de Brasília, conhecida por ser a capital do Brasil e patrimônio cultural da humanidade, possui entre os seus gestores, grande preocupação com a visibilidade internacional, mas principalmente, preocupação em atender as idealizações que foram geradas desde os primeiros traços de suas formas. Podendo ser realizada tamanha afirmação, ao lembrar as palavras de Lúcio Costa (1956, pág 22):

Cidade planejada para o trabalho ordenado e eficiente, mas ao mesmo tempo, cidade viva e aprazível, própria ao desvaneio e a especulação intelectual, capaz de tornar-se, com o tempo, além de centro de governo e administração, num foco de cultura dos mais lúcidos e sensíveis do país.

Fica claro, ao pensar nas aspirações do arquiteto e urbanista, que o seu desejo de fato viria a ser atendido, isso porque o plano piloto de Brasília foi idealizado com pensamentos a frente daquele tempo, como pensar em transformar uma cidade administrativa em polo de cultura e sensibilidade? como saber o que seria pensado ao ser visitado Brasília? e o mais importante, como manter a cidade viva?

As respostas para estas questões estão nas observações realizadas nesta pesquisa sobre o plano de turismo criativo de Brasília, previamente aqui serão deixados os pontos que devem ser observados, o plano transmite tanto as ideias do passado, com seus criadores, quanto as ideias para o futuro com a agenda 2030. O que o autor do plano piloto idealizou, já foi sinalizado anteriormente, basta apenas ampliar o significado de futuro, com a definição da agenda 2030, "objetivos e metas claras, para que todos os países adotem de acordo com suas prioridades e atuem no espírito de uma parceria global que orienta as escolhas necessárias para melhorar as vidas das pessoas, agora e no futuro". Portanto, ao equipararmos as expectativas de Lúcio Costa com a definição da agenda 2030, é possível identificar que priorizar a preservação da cultura do local, pensar nas gerações futuras e pensar nas parcerias que fariam o acordo ser possível, com a criação do plano de turismo criativo de Brasília, os dois planos foram reunidos a fim de tornar Brasília, mais uma vez, a frente de seu tempo. É dito a frente de seu tempo pois se for levado em consideração que a agenda 2030 foi gerada pensando nas nações como um todo, ao ser dado como pressuposto para construção de um plano de turismo para a capital federal, nasce neste raciocínio um método ainda não visto em relação a outras cidades do País. O que se quer dizer, é que os autores do plano de turismo criativo de Brasília, adaptaram as ambições que foram destinadas a todo o país e aplicaram nos seus próprios métodos de planejamento turístico, não só turístico, os 17 objetivos da agenda 2030 serão apresentados e com isso será esclarecido a afirmação acima.

## **2.5 Agenda 2030 como ferramenta para renovação do turismo urbano.**

Os 17 objetivos seriam: Erradicação da pobreza, fome zero e agricultura sustentável, saúde e bem estar, educação de qualidade, igualdade de gênero, água potável e saneamento, energia acessível e limpa, trabalho crescente e crescimento econômico, indústria inovação e infraestrutura, redução das desigualdades, cidades e comunidades sustentáveis, consumo e produção responsáveis, ação contra mudança global do clima, vida na água, vida terrestre, paz, justiça e instituições eficazes, e por último a parceria e meios de

implementação (Agenda 2030). Convém discorrer sobre a presença destes objetivos no plano de turismo criativo de Brasília, este que se rotula criativo por estar seguindo uma tendência mundial de mercado afim de fazer frente com a competitividade turística, ou seja, aumento de mercado do turismo, que cresce cada vez mais, (Plano de turismo criativo de Brasília, pág. 26.) funcionando como uma corrente de agentes do turismo como o receptivo turístico, hotelaria, gastronomia, artesanato entre outros (Plano de turismo criativo de Brasília, pág. 19). Ao longo da apresentação do plano de turismo criativo de Brasília, foram identificados seis dos dezessete objetivos. O objetivo de número quatro, intitulada “educação de qualidade” em resumo da (agenda 2030), visa “A promoção da capacitação e empoderamento dos indivíduos é o centro deste objetivo, que visa ampliar as oportunidades das pessoas mais vulneráveis no caminho do desenvolvimento. O que é compreendido como área de atuação das secretarias de educação, para por exemplo, maior análise dos conteúdos dos currículos mínimos nas escolas, pois o que se traduz deste recorte é a observação da necessidade de investimento em educação, porém educação para inclusão dos vulneráveis, carentes. Este mesmo objetivo foi trazido para o plano de turismo criativo de Brasília na forma de:

a criação de um comitê interinstitucional para formulação de políticas visando à formação didática e pedagógica dos estudantes, a partir da inserção de conteúdos que contemplem conceitos de cultura, turismo, esporte, meio ambiente, cidadania e civismo, tendo a escola como centro dessas políticas. Realização de acordo com a Secretaria de educação e o Ministério de Educação para estabelecer a obrigatoriedade de uma unidade didática sobre Brasília, com vistas a um projeto de lei que contemple o turismo cívico em âmbito nacional nas escolas. (Plano de turismo criativo de Brasília, 2016/2019, pág. 39)

Desta forma o plano de turismo criativo de Brasília irá promover já na juventude o sentimento de pertencimento ao local e a promoção da relevância da cidade satélite ao mundo. Isto significa que aquela população carente e vulnerável, terá acesso a história do lugar onde vive, este indivíduo, após a renovação das políticas didáticas, no futuro, será capaz de preservar a história de sua origem, passando adiante o conhecimento fornecido e ainda mais, pensando em visibilidade nacional e internacional, em um possível contato com um turista, o cidadão que na escola aprendeu sobre a história do local, terá capacidade de orientar este turista, nos casos de dúvida, o que será gerado, tanto no morador local, quanto no turista, uma experiência de trocas. O turista sairá informado, não seria nutrido o sentimento de desençaixe com o local, tendo em vista de que foi orientado com rapidez e o morador local, carregará a experiência de transmitir sua própria identidade de forma assertiva e natural. Entrando um pouco mais nas primeiras teorias passadas, sobre análise de prioridade do local, para apenas então serem formuladas estratégias de conquista, ao falar de turismo é automático pensar na possível geração de empregos. Tão logo o oitavo objetivo “Trabalho decente e crescimento econômico” que na agenda 2030 está definido como “O ODS 8 reconhece a urgência de erradicar o trabalho forçado e formas análogas ao do trabalho escravo, bem como o tráfico de seres humanos, de modo a garantir a todos e todas o alcance pleno de seu potencial e capacidades.” Aqui a agenda 2030 deixa claro que as condições humanas de trabalho precisam de mudanças em todos os âmbitos, por exemplo, quando é citado as formas de trabalho semelhantes ao trabalho escravo, é possível ser interpretado como a necessidade de mudança da carga horária, métodos de descanso e até facilitar as comunicações entre empregado e empregador, vamos ver como foi encaixado tal meta no plano de turismo criativo de Brasília:

Estratégias comerciais adequadas e criativas determinam desenvolver produtos, experiências e entregas inovadoras aplicadas às novas formas de vender o destino. Os encontros, oficinas e vivências ajudam formular potenciais estratégias comerciais, enfatizando os valores e atributos de Brasília. As modernas técnicas de comercialização exigem que empresários e profissionais trabalhem de forma cooperada de modo que o foco da promoção e comercialização seja o destino Brasília, enfatizando os atributos e particularidades. (Plano de turismo criativo de Brasília, 2016/2019, pág 47)

A função de crescimento econômico presente no plano foi pensada tanto para pequenos comerciantes como grandes empresas, a função de cooperação está inserida também como luz a criação do plano. Podendo ser lembrado aqui também, as características de políticas públicas, em que o todo é mais relevante que as partes, quando neste recorte, é visado a interação entre empresários e profissionais, estratégias comerciais, ou seja, formas inovadoras de vender o destino e criação de novos atributos turísticos, estamos falando também num retorno para todo o destino, Brasília sendo vista como uma unidade apenas. Diferente do plano nacional do turismo de 2007/2010, que segmentou os destinos turísticos, o plano de turismo criativo de Brasília focou em promover uma imagem só, uma marca. Com o item de número nove, “Indústria, inovação e infraestrutura” a agenda 2030 definiu “O ODS 9 lista metas que visam à construção de estruturas resilientes e modernas, ao fortalecimento industrial de forma eficiente, ao fomento da inovação, com valorização da micro e pequena empresa e inclusão dos mais vulneráveis aos sistemas financeiros e produtivos.” O futuro idealizado pela agenda, retorna a salientar a necessidade de inclusão, lembrando que a agenda é destinada a todas as nações, o plano adaptou o ideal da agenda, da seguinte forma:

Acordo de cooperação entre as secretarias adjunta de Turismo e Cultura. Com base na lei Orgânica da cultura e no plano de cultura do Distrito Federal propõe-se a formalização de um acordo de cooperação entre secretaria de cultura e a secretaria adjunta de turismo para promover uma oferta contínua de bens e serviços culturais e artísticos do Distrito Federal nos cenários local, nacional e internacional, valorizando identidades e vocações culturais do DF. (Plano de turismo criativo de Brasília, 2016/2019, pág 43)

Acompanhando as metas da agenda 2030 e pensando no turista do futuro, cabe a inovação, a função de manter acesa a chama do destino de Brasília. Sendo visionários, ao lembrarem da expectativa de Lúcio, manter a cidade viva, é deixar a cidade contar sua história para mais e mais pessoas, envolvendo os pequenos comerciantes, o contato do turista com os verdadeiros donos da terra, dito verdadeiros no sentido de não fazerem parte de nenhuma empresa multinacional, por exemplo, os turistas poderão, como mencionado momentos antes, se sentirem recebidos pela verdadeira Brasília, além é claro, do aumento da renda destes pequenos comerciantes, que além de aumentar a competitividade, participam ativamente na divulgação da marca Brasília. Já nos itens décimo primeiro e décimo terceiro, destacados juntos por serem demasiado semelhantes, vão dizer, na agenda 2030, respectivamente “Cidades e comunidades sustentáveis” sendo “Transformar significativamente a construção e a gestão dos espaços urbanos é essencial para que o desenvolvimento sustentável seja alcançado. Temas intrinsecamente relacionados à urbanização, como mobilidade, gestão de resíduos sólidos e saneamento, estão incluídos nas metas do ODS 11.” e também sendo “Ação contra mudança global do clima” com descrição “Uma das metas para esse objetivo é mobilizar 100 milhões de dólares por ano até 2020 para ajudar os países em desenvolvimento no plano de mitigação de desastres relacionados ao clima.” A noção de utilização dos recursos volta na agenda e é apresentada como uma causa de prioridade, os dois objetivos mencionados conduzem as nações a terem uma retomada de consciência dos seus atos. A maneira que o plano de turismo criativo de Brasília encontrou para contribuir nessa causa global, teria sido, também respectivamente “Criar condições técnicas e de promoção de roteiros autoguiados qualificados, facilitando o acesso dos portadores de necessidades especiais” e “ampliar a mobilidade, tornando o transporte coletivo e o não motorizado mais atrativo”. (plano de turismo criativo de Brasília, pág 37). Dado o primeiro recorte, salta aos olhos o termo “comunidades sustentáveis”, podendo este ser analisado como um desenvolvimento dos próprios seres de forma sustentável, quando pensamos numa maneira de descartar os resíduos de maneira menos agressiva ao ser humano, estamos além de preservando a natureza e o equilíbrio climático, estamos preservando a própria espécie. Seguindo a linha anterior de raciocínio, o plano para Brasília o executou com a criação de roteiros autoguiados, por serem conduzidos a pé ou de bicicleta, em trajetos pequenos, contribuem para a sustentabilidade devido a redução da emissão de carbono. Pode ser comentado ainda o fato de além da preservação do meio, o plano ainda prosseguiu com a expectativa de uma cidade sensível, promovendo a inclusão social destes indivíduos com certa limitação.

Já no segundo ponto, que toca especificamente nas mudanças globais do clima, a agenda visa angariar fundos para que em países em desenvolvimento, pudessem se organizar melhor, a fim de proverem políticas para a preservação ambiental. Em Brasília a implantação destas políticas seguirá, como visto no plano de turismo criativo, com a redução do carbono, por meio de promoção dos transportes coletivos e veículos não

motorizados. O que a marca Brasília ganha com isso, a transformação de patrimônio cultural da humanidade em algo a mais, referência em qualidade de vida e novamente, mantém a cidade viva. O último componente identificado no plano de turismo criativo de Brasília seria o dezessete, “Meios de implementação e parcerias” que diz “Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável”. Lembrando este último item, a maneira como um planejamento, precisa se preocupar com o restante dos interessados, no caso da agenda, o objetivo é a redução do dano humano ao meio ambiente, inclusão social e educação, para o plano em Brasília “O Sebrae no DF, distrito federal, no cumprimento da sua missão, atua com os objetivos de aumentar a competitividade dos pequenos negócios, promover o empreendedorismo, estimular processos de cooperação e contribuir, de forma global, para o desenvolvimento, gerando distribuição de riquezas e elevando o capital social.” (Plano de turismo criativo de Brasília, 2016/2019, pág 18). Ou seja, para conclusão deste assunto, além de ser explanado que o plano de turismo criativo, teve como norte, diversas pautas da agenda de 2030, também tivemos exemplo de um tipo de planejamento que também não envolvia o turismo.

Para evidenciar ainda mais, que o destino Brasília, com o auxílio do plano criativo, trará inovação ao País, assim como visibilidade, outro exemplo que será afetado pelo plano seria a ideia de turismo urbano. A maneira como as cidades e seu turismo vinham sendo tratadas serão ilustradas, o artigo de revisão “Progresso na gestão do turismo” traz as perspectivas de turismo urbano além de afirmar com evidências na história, a dificuldade encontrada para pesquisa no assunto e também nos fará compreender a necessidade que o plano criativo possui de interagir com outros campos sociais e econômicos da cidade e do mundo, um dos exemplos dessa interação foi a perpendicularidade com a agenda 2030. Conforme o conteúdo do artigo utilizado não fornece definição clara do assunto e sim a demonstração de seu comportamento, o utilizado será a trajetória deste fenômeno até o grande momento da popularização do turismo nas cidades para ser realizada a comparação com plano analisado na cidade de Brasília.

O texto emite reflexões sobre a trajetória do turismo, isto porque, de início, o ideal do que chamamos turismo estava no campo, é explicado que a jornada de trabalho nas cidades, influenciavam a busca de recreação nos campos e interiores. A quebra parcial desta visão se deu com o turismo de negócios e a globalização, permitindo aos estudiosos, principalmente geógrafos, acesso a material de pesquisa no assunto de turismo nas cidades pois despertou-se interesse econômico. (Progresso na gestão do turismo). Como mencionado anteriormente, o conceito de turismo urbano e o turismo na cidade, de acordo com o artigo, seriam sinônimos. O argumento motriz utilizado para justificar a falta de definição do turismo urbano ao longo dos anos teria sido a dificuldade em dividir o consumo de turistas e o consumo de moradores locais por parte dos estudiosos. Visto que na cidade, os espaços públicos, eventos, patrimônio, ou até shoppings centers, podem ser desfrutados pelos dois segmentos. Existe explicação dada pelo texto sobre a afirmação é:

Primeiro, o turista e o morador local não podem ser úteis em termos de motivação ou comportamento. O turismo urbano é uma atividade de "interesse especial", que por definição é apenas uma continuação de férias de interesses e atividades habituais. O turista é apenas um residente de férias: o residente é apenas o turista entre as viagens. Em segundo lugar, turistas e residentes fazem uso das mesmas instalações urbanas, sejam lojas, estabelecimentos de restauração, atrações e atrações culturais e até instalações de transporte. G. Ashworth, S.J. Page (2011, p. 1-7)

Aprendendo sobre o turismo urbano e suas implicações, o artigo busca ilustrar, por meio de análises das motivações das viagens para áreas urbanas, que com a semelhança dos destinos, a proveniência seria a imagem do local e suas relações com a cultura dos moradores reais. Algo ainda problemático está na falta de uma definição de turismo urbano, mesmo em 2019. Isto porque, se não sabemos o que significa um turismo urbano, a criação de roteiros turísticos fica ainda mais difícil, voltando com o exemplo da segmentação do turismo de 2007 a 2010, para tal efeito, era necessário ter catalogado cada potencial turístico das regiões, ocorrendo a presença de definição de turismo urbano, esse mapeamento poderia ter sido maior, porém o que acontece é a tentativa de promoção dos destinos turísticos para o turismo urbano, tendo como base o turismo de negócios, cujos escritórios estão presentes nas grandes cidades, por exemplo, uma reunião com sócios da montadora de veículos Toyota, no escritório do centro da cidade de Petrópolis, RJ. Ainda assim, presumindo que a cidade contendo escritórios ou bases de múltiplas empresas nomeadas e com isso, efetua tentativa de prever possíveis lucros, ainda não vai ser possível identificar quais valores são oriundos de turistas e quais são

oriundos de moradores locais que frequentam o mesmo escritório ou até, frequentam mesma hospedagem. Fica como reflexão, em que medida um planejamento realmente pode ser eficaz. A reflexão prossegue:

...é provável que o leque de respostas à pergunta "por que visitar cidades?" Abranja uma ampla gama de motivações humanas. As cidades são caracterizadas pela densidade e diversidade, sejam de funções, instalações, formas construídas, culturas ou povos: é isso que distingue o urbano do rural e caracteriza o 'modo de vida urbano' (Wirth, 1938). É provável que os visitantes sejam atraídos por uma ou todas essas características urbanas, o que não ajuda a refinar as respostas à pergunta. É essa diversidade de motivos e atividades, bem como a densidade e compacidade de suas localizações, que é incentivada pelo caráter urbano das cidades. Vale a pena notar aqui que os visitantes perguntam aos turistas nas cidades sobre o que eles realmente fazem, revelando consistentemente a popularidade de atividades um pouco vagamente articuladas, como "passeios turísticos", "perambulando", "apreciando a cidade", "entrando entre as pessoas". Esse comportamento aparentemente extraordinário pode refletir alguns elementos-chave dos motivos e atividades do turismo urbano. G. Ashworth, S.J. Page (2011, p. 1-7)

Aqui ficam as possíveis motivações para viajar a cidade, as pessoas, novamente salientando que sem definição para seguir, o turismo urbano pode ser entendido, como no caso do recorte acima, como sendo motivado pelas pessoas. Suas rotinas, onde comem, se o restaurante é famoso, onde se divertem, onde fazem compras, quais os horários mais movimentados para aquelas pessoas, sejam moradores ou não, pois como dito, não é possível distinguir, ou seja, motivos até que podem existir, mas elaborar um planejamento com base em um dado abstrato, não faz parte do procedimento de métodos de pesquisas, por exemplo, as faixas etárias, rendas disponíveis ou até montar e controlar o fluxo de pessoas, pois até no momento de pensar o marketing e propaganda do destino, não poderá ser direcionado o público com chances maiores de acerto. Porém sendo o turismo uma espécie de cooperativa, neste contexto do plano de turismo criativo de Brasília, alguns desses dados mencionados, poderiam ser solicitados também nas secretarias, mas ainda assim, sem muita garantia de sucesso. O autor do artigo, progresso na gestão do turismo, ainda permite ser assimilado uma possibilidade de planejamento para o turismo em uma cidade. Explica que ao realizar um marketing e gerenciamento detalhado dos destinos turísticos, os planejadores terão uma forma de medir e se orientarem na execução do plano, porém a análise profunda ainda não seria possível. G. Ashworth, S.J. Page (2011, p. 1-7). Um exemplo de orientação para os planejadores sobre o que esperar de retorno turístico em determinada área, é direcionar as propagandas para um certo setor desejado e esperar obter algum efeito. Passando do padrão de premissas superficiais, como explicitado acima, o plano de turismo criativo traz o urbano alinhado com outras perspectivas como:

Este universo ao mesmo tempo imaterial e tangível possibilita um modelo de economia centrada nos valores e atributos existentes na territorialidade, no urbano e rural. Um modelo que contempla desde o universo local ao transnacional; das formas de manifestações anciãs às inovadas; nas proximidades humanas às formas mais avançadas da tecnologia. (Plano de turismo criativo de Brasília, 2016/2019, pág 16)

O que pode ser dito sobre este recorte seria justamente a diferença que uma aposta no turismo criativo pode fazer ao por exemplo, se deparar com uma situação em que faltam alguns dados importantes. O que os autores deste plano quiseram dizer neste trecho, foi exatamente a verdade. Não foi feito maquiagem para a cidade de Brasília e seu turismo, o plano foi pensado para o bem-estar das pessoas, seja contando sua história, seja trabalhando sem os sistemas predatórios do turismo, como por exemplo, uma grande rede de hotéis que automaticamente reduz as opções de concorrência dos pequenos comerciantes ou até mesmo para aqueles moradores que buscam desfrutar da sua cidade como se fosse um turista. De qualquer maneira, tudo foi tão bem planejado que seja qual for a demanda, a marca Brasília vai ter gerado alguma atividade para se fazer.

Dado a explanação sobre as operações do turismo urbano, turismo sustentável, desenvolvimento sustentável, políticas públicas, planejamento turístico e a agenda 2030, temos o acesso a intenção de projeção que o plano criativo possui. Isto porque, esse possui abrangência vasta em áreas que o turismo possui ampla influência, porém não era efetuada interferência. Um exemplo possível seria a educação, como apresentado no objetivo de número quatro. Para relembrar, a agenda 2030 possui 17 objetivos que deverão apresentar resultados gradativos ao longo dos próximos anos em relação ao planeta. No objetivo de número 4, educação

de qualidade, o plano de inserir o turismo cívico no currículo de ensino, irá refletir diretamente no turismo urbano do futuro. Tendo vista que estes alunos, terão preparo adequado para orientar um turista, por exemplo. Outro diferencial do plano turismo criativo é justamente a preparação voltada para a economia criativa, assunto este que será discutido a seguir.

### **3. Considerações finais**

Com a presente apresentação do plano de turismo criativo de Brasília e as premissas envolvidas na sua criação, fica constatado que os planejamentos passados tiveram influência positiva nas decisões adotadas no plano para o Distrito Federal. O plano se enquadrou nos requisitos definidos como principais para um determinado planejamento, passou pela importância de as políticas públicas estarem a favor do todo, pode-se dizer também que foi bem-sucedido em matéria de desenvolvimento como segmento, que era meta principal do plano nacional de turismo 2007/2010, devido ao fato de fazer com que o destino de Brasília, fosse símbolo de qualidade de vida e anfitrião a altura de relações internacionais. Existe ainda outros apontamentos sobre a aplicação do plano de turismo criativo de Brasília, sua repaginação ao buscar formas criativas de movimentar a economia e dar nova cara ao que era conhecido como turismo urbano, além da perpendicularidade com a agenda 2030.

Portanto é possível afirmar que o destino estudado, cumpriu com suas expectativas, trouxe inovação, políticas de desenvolvimento sustentável e preservação da cultura e recursos para as gerações futuras, fica aqui sinalizado o objeto de destaque no plano, a agenda 2030 e o fato de uma programação de instância mundial, ter cabimento para uma cidade. Fica a imagem da marca Brasília, renovada para os próximos anos e a prova de que indo além do planejamento para cidade satélite e após, patrimônio cultural da humanidade, cidade que também pode ser símbolo de transformação.

#### 4. Referências

Dias, R. Turismo sustentável e meio ambiente. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Jaqueline dos Santos. Análise das metodologias de planejamento e organização do turismo segundo os principais autores brasileiros. **Revista Iberoamericana de turismo**, Penedo, vol 3, n 2, p 62/83, 2013. Disponível em: <

SOUZA, Celina. Políticas públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, n. 16, p. 20-45, Dec. 2006 . Disponível em <[http://www.scielo.b/scielo.php?script=sci\\_arttextpid=S1517-45222006000200003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.b/scielo.php?script=sci_arttextpid=S1517-45222006000200003&lng=en&nrm=iso)>. Último acesso 27 Nov. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S1517-45222006000200003>.

SILVA, Fabiana dos santos; COSTA, Sarany Rodrigues da; CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de. Políticas públicas de turismo no Brasil: estratégias para administração da atividade no país. **Gestão e tecnologia para a competitividade**, [s.n.], 2013. Disponível em<<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos13/36218351.pdf>>. Último acesso 08 Jun 2019.

BRASIL. **Casa civil da Presidência da República**, Ministério da Fazenda e Ministério do Planejamento. Programa de Aceleração do Crescimento 2007/2010. Brasília, Secom, 2007.

BRASIL. Governo do Distrito Federal. Secretaria de Estado do Esporte, Turismo e Lazer do DF. Secretaria Adjunta de Turismo. 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.

HOWKINS, John. The creative economy. How people make money from ideas. London: Penguin Press, 2001. 264

BRASIL. Ministério da cultura. Plano da secretaria da economia criativa: políticas, diretrizes e ações, Brasília, 2011-2014.

IPIRANGA, Ana Silva Rocha; GODOY, Arilda Schmidt; BRUNSTEIN, Janette. Introdução. **RAM, Rev. Adm. Mackenzie (Online)**, São Paulo , v. 12, n. 3, p. 13-20, June 2011. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-69712011000300002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712011000300002&lng=en&nrm=iso)>. Último acesso 28 Nov. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/S1678-69712011000300002>.

BRASIL. Ministério do turismo. Secretaria Nacional de Qualificação e Promoção do Turismo, Departamento de Formalização e Qualificação no Turismo, Coordenação-Geral de Turismo Responsável. Turismo e sustentabilidade, orientações para prestadores de serviços turísticos. Brasília, Mtur, 2016

BRASIL. Ministério do turismo. Código de ética mundial para o turismo. Brasília, Mtur, 2015

RELATÓRIO do Plano Piloto de Brasília/ elaborado pelo ArPDF, CODEPLAN, DePHA. - Brasília: GDF, 1991

INSTITUTO de pesquisa econômica aplicada, Ipea, Empoderando vidas, fortalecendo nações. Agenda 2030. Disponível em< <http://www.agenda2030.org.br/>> Último acesso 28 nov. 2019

ASHWORTH, Gregory. PAGE, STEPHEN J. Pesquisa em turismo urbano: progressos recentes e paradoxos atuais. **Elsevier.Tourism management**. [s.i.], vol 32, 2011 – 1-15. Disponível em <[http://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/14.25.20\\_Urban%20tourism%20researchRecentprogressandcurrenparadoxes.pdf](http://www.coris.uniroma1.it/sites/default/files/14.25.20_Urban%20tourism%20researchRecentprogressandcurrenparadoxes.pdf)> Último acesso 28 Nov 2019