

OS CAMINHOS PARA A CONSOLIDAÇÃO DE UMA POLÍTICA PÚBLICA DE FORTALECIMENTO DO TURISMO CULTURAL E CRIATIVO NO BRASIL

Simone Maria Scorsato¹

RESUMO: Este artigo descreve os caminhos e estratégias formulados para o desenvolvimento de uma política pública para o turismo cultural e criativo no Brasil. O trabalho é resultado dos estudos e análises feitas para projeto da UNESCO de cooperação técnica internacional com foco na “Intersectorialidade, descentralização e acesso à cultura no Brasil”, onde o Ministério da Cultura (MinC) por meio de sua Secretaria de Políticas Culturais (SPC) identificou a necessidade de desenvolver um projeto cooperado entre o MinC e o Ministério do Turismo (MTur) a fim de formular uma política local sustentável para o desenvolvimento do turismo cultural e criativo no país.

PALAVRAS-CHAVES: UNESCO, MinC, turismo cultural, turismo criativo, política pública.

1. Turismo Cultural e Turismo Criativo

Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT), o *turismo cultural refere-se ao segmento da indústria do turismo que enfatiza as atrações culturais. Estas atrações são variadas, incluindo performances, museus, espetáculos, e assim por diante. Em áreas desenvolvidas, essas atrações culturais incluem museus, peças, música erudita ou de outros tipos. Em áreas menos desenvolvidas, elas podem incluir práticas religiosas tradicionais e outras performances culturais* (WTO, citado em Gee & Fyos-Sola, 1997:120).

Já no Brasil, o conceito de turismo cultural foi definido em 2003 por uma comissão técnica, envolvendo representantes de diversas organizações, incluindo MinC e IPHAN, o que gerou um série de cadernos de segmentação.

Turismo Cultural compreende as atividades relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (Mtur, 2008).

¹ Graduada em Turismo e mestre em hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi, professora convidada nos cursos de pós-graduação de Gerente de Cidades e Economia Criativa da FAAP. Consultora de turismo atuou e coordenou projetos do Ministério do Turismo como o Caravana Brasil, Vivência Brasil (*benchmarking* de turismo) e Marketing de Destinos. Pesquisadora e conteudista de documentos técnicos e cartilhas sobre turismo. Como consultora da UNESCO/MinC desenvolveu pesquisas, documentos e cartilha sobre turismo cultural e criativo. Atualmente é sócia-consultora da Oficina de Hospitalidade, coordenando projetos e desenvolvendo oficinas e palestras.

² <http://www2.unwto.org/>

Sítios reconhecidos como patrimônio cultural, natural ou mundial (também se inclui nesta lista as paisagens culturais) são importantes elementos para dinamizar a imagem como destinos que priorizam a sustentabilidade, segundo a UNESCO, o próprio fato de reconhecer lugares, saberes e fazeres ou paisagem como patrimônio já impulsiona e fortalece o lugar como um destino turístico. Na verdade, esta é uma das razões pelo qual alguns países buscam sua inscrição como patrimônio, somada a razão de proteção efetiva dos locais de ambiente natural ou cultural sensíveis, e ao aumento da visibilidade internacional e do prestígio. O *status* de Patrimônio da Humanidade efetivamente permite maiores níveis de envolvimento com o passado e seus significados. No Brasil, a lista de patrimônio mundial está vinculada tanto ao patrimônio material como imaterial com destaque para as cidades históricas de Minas Gerais, as reservas de Mata Atlântica e Floresta Amazônica, bem como, as manifestações como o samba de roda do Recôncavo Baiano, o frevo em Pernambuco e a arte Kusiwa, de Pintura Corporal Wajãpi, no Amapá, entre outros. A lista é grande e pode ser acessada no site do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)³.

A relação destes sítios destaca a importante convergência entre turismo, cultura e meio ambiente, sendo importante a mobilização e articulação de atores, empresas e instituições para se fortalecer uma política de turismo cultural no Brasil, agregando interesses para a formulação, planejamento e desenvolvimento do turismo cultural para o mercado.

Uma vez que todas as atividades de turismo envolvem algum elemento de cultura, seja a visita a uma localidade ou a um evento cultural, ou simplesmente o desfrutar da “atmosfera” de um destino em um café de rua, há uma tentação em considerar todo turismo como “turismo cultural”. Conforme a Organização Mundial do turismo (OMT) comentou recentemente, “a definição de cultura é quase tão vasta quanto à do próprio turismo”. Junto com o patrimônio arquitetônico e das artes, alguns países incluem em sua definição, por exemplo, a gastronomia, o esporte, a educação, as peregrinações, o artesanato, a contação de histórias, e a vida na cidade. (Richards, 2009).

Diante de uma conceituação tão ampla, é importante fazer um recorte sobre o turismo cultural, a OMT indica que o turismo cultural deve ter uma motivação cultural como princípio de deslocamento, ou seja, não é ter a cultura como fator secundário “se chover, o turista de praia troca a praia pelo museu”. Turistas em dia livre pela cidade podem se deparar com um festival ou manifestação local, durante um passeio qualquer. Esses turistas culturais “por acidente” podem ser bem diferentes em termos da motivação e comportamento, em relação

³ Fonte: <http://portal.iphan.gov.br>

àqueles “aficionados por cultura”, que saem de casa com a intenção de consumir manifestações culturais específicas, viver e comer da cultura local, interagir com o cotidiano das pessoas em sua cidade. É na cidade onde se encontram, fluem e interagem turistas, viajantes, visitantes e moradores em seu território construído e imaginário. Neste sentido as cidades, os centros históricos, onde o turismo cultural clássico se preconizou, estão a cada dia buscando alternativas para reinventar seu posicionamento perante o mercado de turismo e as indústrias culturais e oferecer novas alternativas para o turista que busca “experimentar e vivenciar a alma do lugar”.

Em todas estas atratividades e possíveis interrelações com a comunidade anfitriã, o maior destaque entre turismo e cultura é a possibilidade de gerar uma experiência diferenciada por meio da diversidade e da singularidade, bem como, que os benefícios desta troca sejam recíprocos entre a cidade e/ou comunidade anfitriã e seus hóspedes (turistas, viajantes, visitantes temporários) possibilitando o desenvolvimento sustentável por meio da redistribuição de recursos a todos os elos da cadeia produtiva entre turismo e cultura.

No sentido, de possibilitar interação, vivências diferenciadas e novos conhecimentos, surge um novo conceito diante do turismo cultural, o conceito do **turismo criativo**.

O turismo criativo está voltado para o envolvimento de uma experiência autêntica, com a participação e aprendizagem nas artes, no patrimônio ou nas características especiais de um lugar, fornece uma conexão com aqueles que residem no lugar e criam a cultura viva. (UNESCO, 2006).

Desta forma tanto o turismo cultural como o novo turismo criativo possuem no Brasil um rico cenário para seu desenvolvimento sustentável.

2. Os Ministérios da Cultura e do Turismo e a convergência de uma política pública para o turismo cultural

O MinC foi instituído em 1985 com o objetivo de ampliar o acesso universal aos bens e serviços culturais, entendidos como o patrimônio edificado e as atividades artísticas. Em 2003, o MinC amplia seu escopo de atuação incorporando as práticas e atividades culturais como as manifestações, os saberes e fazeres e o modo de vida das comunidades tradicionais. Desenvolve-se então um novo conceito e perspectiva abrangente da cultura por meio do fortalecimento e articulação de três dimensões: a simbólica, a cidadã e a econômica.

Em 2005, o MinC cria o Conselho Nacional de Política Cultural, em 2010 é aprovado o Plano Nacional Decenal de Cultura (2010-2020), elaborado com a participação democrática da sociedade civil, cujas diretrizes e metas apontam para a consolidação e maior efetividade das políticas culturais atualmente desenvolvidas. Já em 2011 é lançado as Metas do Plano Nacional de Cultura, elaborado com os mesmos princípios de participação democrática do PNC e que concretizam as 275 ações do PNC.

As principais perspectivas de futuro para o momento é ampliar o trabalho intersetorial e a implementação do **SNIIC** – Sistema Nacional de Informação e Indicadores Culturais⁴ que permite a todos os atores participarem do processo de construção de políticas públicas na área de cultura. Outra ação importante é a implementação do Plano Nacional “**Brasil Criativo**”, com ações de fomento à economia criativa, a ampliação do **Programa Cultura Viva**⁵ que visa fortalecer o protagonismo cultural na sociedade brasileira, por meio da valorização e difusão das iniciativas culturais de grupos e comunidades, tendo como base os **Pontos e Pontões de Cultura**, e por fim, o **VALE-Cultura** que possibilita aos trabalhadores terem acesso à arte e cultura.

Em novembro de 2013 na III Conferência Nacional de **Cultura**, cujo tema central foi a implantação do Sistema Nacional de Cultura (SNC)⁶, o tema do turismo cultural foi debatido no **eixo 4, cultura e desenvolvimento**. Para a Conferência Nacional foram sistematizadas 614 propostas advindas das conferências municipais e estaduais, estas, foram divididas em 16 subeixos, o turismo ficou no subeixo *4.1. Institucionalização de Territórios Criativos e Valorização do Patrimônio Cultural em destinos Turísticos Brasileiros para o desenvolvimento Local e Regional*. Neste subeixo o turismo cultural estava contemplado em 9 propostas diretas de um total de 16 propostas sistematizadas. Ao final da Conferência o tema **Turismo Cultural** ficou como o 5º mais votado de todo o eixo 4 – Cultura e Desenvolvimento com 322 votos⁷.

Já, o **MTur** foi instituído somente em 2003, antes desta data havia somente a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) como instituição governamental e com a competência para planejar e executar ações para o fortalecimento e promoção do Brasil como destino turístico. Hoje, cabe ao MTur desenvolver políticas públicas para o fomento do

⁴ <http://sniic.cultura.gov.br/> - plataforma de governança colaborativa e de transparência pública do MinC.

⁵ <http://www2.cultura.gov.br/culturaviva/> - acesse para saber mais do Programa Cultura Viva e dos pontos e pontões de cultura.

⁶ Hoje valendo em todos os estados e mais de 2.100 municípios.

⁷ Para saber mais acesse <http://www.cultura.gov.br/documents/10883/0/revistacnc/dd44b1a0-02a0-4fd8-960e-e1e2f1897dc1>

turismo como uma atividade econômica sustentável, com papel relevante na geração de empregos e divisas, proporcionando a inclusão social e a EMBRATUR compete a promoção, o marketing e o apoio à comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior.

Depois de 10 anos, o Ministério do Turismo publica seu terceiro Plano Nacional de Turismo – 2013-2016 - *“O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil”*, o objetivo deste plano é aumentar a capacidade e a qualidade do Brasil em receber turistas. As políticas de turismo tiveram um amadurecimento crescente com o primeiro plano 2003-2007, depois o segundo plano (2007-2010) e hoje o ministério dá continuidade as políticas já estabelecidas, tendo como principais, o **Programa de Regionalização do Turismo**⁸, que tem como foco mapear, estruturar, qualificar e promover o turismo nacional e o **Estudo de Competitividade**⁹, que avalia por meio de 13 dimensões – a cultura é uma delas -, a competitividade e qualidade do turismo nacional em territórios específicos. O **tema cultura** é citado como uma **abordagem temática** e que demanda parcerias estratégicas.

Hoje, o turismo apresenta um cenário de oportunidades por meio dos megaeventos como a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas em 2016 no Rio de Janeiro, o desafio é mostrar o Brasil como anfitrião, não só pela nossa costumeira hospitalidade e alegria do povo brasileiro, mas também pela sua diversidade cultural.

Desta forma, é claro a convergência entre programas e ações do MinC e do MTur para o desenvolvimento sustentável do turismo no Brasil, no entanto, a inexistência de um modelo de gestão construído e adotado por ambos dificulta a potencialização e o consenso sobre as oportunidades e ameaças do turismo e seus desdobramentos no Brasil.

2.1. Convergência e transversalidade dos Planos Nacionais e Turismo e Cultura

As estratégias e ações constantes no Plano Nacional de Cultura (PNC) possuem as seguintes temáticas vetoriais: fortalecimento institucional, acesso a cultura, diversidade, desenvolvimento sustentável e participação social. O turismo possui destaque no **capítulo IV do Desenvolvimento Sustentável** com enfoque nas dinâmicas e transformações socioculturais e econômicas de um território, uma vez que, cultura e turismo são fenômenos

⁸ http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/regionalizacao_turismo/ - Mapa das regiões turísticas do Brasil com a finalidade de estruturar, promover e qualificar o território nacional para o turismo.

⁹ http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/13estudos.html

que coabitam um mesmo território. O PNC possui 2 estratégias e 13 ações diretamente convergentes com o tema turismo, de um total de 16 estratégias e 33 ações.

Já o Plano Nacional de Turismo (PNT) possui como foco a geração de oportunidades de emprego e empreendedorismo; a participação e diálogo com a sociedade e o incentivo à inovação e ao conhecimento.

Em análise comparativa com os dois planos, foram identificadas **13 metas convergentes** no PNC com o PNT, a de maior destaque é a **META 10 do PNC** que possui ação direta com o Estudo de Competitividade do Turismo Nacional do Mtur.

Meta 10: Aumento em 15% do impacto dos aspectos culturais na média nacional de competitividade dos destinos turísticos brasileiros.

Nessa perspectiva, a cultura é vetor essencial para a construção e qualificação de um modelo de desenvolvimento sustentável para o turismo, e o turismo é um importante setor para valorizar e promover a cultura brasileira.

3. A UNESCO e a formulação de políticas públicas transversais entre turismo e cultura com viés para a sustentabilidade

Foi feita uma extensa pesquisa na internet em busca de documentos que citassem a formulação de uma política pública sobre o turismo cultural, o que se encontrou foi uma série de artigos acadêmicos que destacam a relação e sua importância quase que umbilical do turismo com a cultura e o com patrimônio histórico cultural, bem como, a necessidade de mensurar os impactos da atividade do turismo no patrimônio cultural (material e imaterial) e os desafios e oportunidades no desenvolvimento sustentável de cidades e regiões detentoras de importante diversidade cultural.

Neste sentido, a UNESCO já percorreu um longo caminho com o debate sobre a questão do desenvolvimento do turismo e sua interrelação com a cultura em diversos países. Destaca-se como referência para a formulação de política pública entre turismo e cultura, quatro documentos da UNESCO.

- i. **Carta de Turismo Cultural**, ICOMOS, Paris, 1976,
- ii. **Desenvolvimento Sustentável do Turismo Cultural** (*Tourism, Culture and Sustainable Development*), UNESCO, Paris, 2006,

- iii. **Estratégias Sustentáveis para o Turismo Criativo** (*Tourism, Culture and Sustainable Development Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*, UNESCO, Santa Fé, Novo México, 2006).
- iv. **Políticas transversais de cultura, turismo e meio ambiente: desafios e oportunidades para o Uruguai** (*Políticas Transversales en Cultura, Turismo y Ambiente: desafíos y oportunidades en Uruguai*), UNESCO, Montevideo, 2011.

3.1. Carta do Turismo Cultural

O Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS)¹⁰ (*Conseil International des monuments et des locaux*) é uma associação profissional que trabalha para a conservação e proteção dos sítios patrimônio cultural em todo o mundo. Em 1976, no *Seminário Internacional de Turismo Contemporâneo e Humanismo*, Bruxelas (Bélgica), os participantes acordaram sobre o turismo cultural por meio da **Carta ao Turismo Cultural**, que destaca (grifo da autora):

O turismo é um feito social, humano, econômico e cultural irreversível. Sua influencia no campo dos monumentos e sítios é particularmente importante e só pode aumentar, dados os conhecidos fatores de desenvolvimento de tal atividade.

Contemplado com a perspectiva dos próximos vinte e cinco anos dentro do contexto dos fenômenos expansivos que afronta o gênero humano e que podem produzir graves consequências, **o turismo aparece como um dos fenômenos propícios para exercer uma influencia altamente significativa** no entorno do homem em geral e dos monumentos e sítios em particular. Para que resulte tolerável, **a dita influência deve ser estudada cuidadosamente, e ser objeto de uma política concertada e efetiva** a todos os níveis. Sem pretender fazer frente a esta necessidade em todos os seus aspectos, se considera que a presente aproximação, limitada ao turismo cultural, constitui um elemento positivo para a solução global que se requer.

A carta do Turismo Cultural, mesmo que elaborada em 1976, ainda hoje é referência aos desafios e benefícios do desenvolvimento do turismo cultural, embora, naquele momento,

¹⁰ Em 1972, o ICOMOS foi nomeado pela UNESCO Convenção do Patrimônio Mundial, como um dos três órgãos consultivos formais ao Comitê do Patrimônio Mundial, juntamente com a União Mundial para a Conservação (IUCN) e do Centro Internacional para o Estudo da Preservação e Restauração de Bens Culturais (ICCROM). Como o conselheiro profissional e científico à Comissão de todos os aspectos do patrimônio cultural, ICOMOS é responsável pela avaliação de todas as nomeações de bens culturais feitas na Lista do Patrimônio Mundial com os critérios estabelecidos pelo Comitê do Patrimônio Mundial. (http://en.wikipedia.org/wiki/International_Council_on_Monuments_and_Sites).

a abrangência do turismo cultural estivesse somente atrelada ao patrimônio material. Em 1982, na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais (México, 1982) a UNESCO afirma que "em seu sentido mais amplo, a cultura pode ser considerada como o conjunto material, intelectual e emocional que caracterizam uma sociedade ou grupo social. Ela inclui não apenas as artes e as letras, mas também os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, sistemas de valores, tradições e crenças".

3.2. Desenvolvimento Sustentável do Turismo Cultural, UNESCO, 2006.

Segundo a UNESCO (2006 p. 11), desde a “Convenção sobre a Protecção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural” - UNESCO (1972) pode-se amplamente identificar quatro mudanças fundamentais relacionadas com a interface do turismo e da cultura (grifo da autora):

Compreensão da cultura e do patrimônio, englobando não só as expressões materiais, tais como sítios e objetos, mas também as expressões intangíveis (...)

Entendimento sobre as **interrelações entre cultura e ambiente natural** e sua proteção, permitindo tanto proteger como recriar seus recursos. A diversidade cultural se relaciona fortemente com o conceito de biodiversidade na medida em que molda as paisagens (...)

O **crescimento do turismo internacional** e as novas formas de atuação do mercado, profissionalização do turismo e engajamento do setor com o desenvolvimento sustentável cria um processo contínuo de segmentação de mercado com diferenciação do produto e necessidade de programas de desenvolvimento do turismo cultural, especialmente importante para os países menos desenvolvidos onde a infraestrutura ou fragilidade ambiental/cultural só pode suportar um número limitado de turistas.

A **consolidação e o planejamento de uma política pública que não seja somente para lidar com os "impactos" do turismo nos aspectos da cultura e do meio ambiente, mas sim, que desenvolva um papel mais pró-ativo**, onde o turismo esteja integrado com outras áreas e com o desenvolvimento de outros objetivos e instrumentos para ter resultados positivos em relação ao desenvolvimento sustentável.

O turismo e a cultura, no documento da UNESCO (2006), são debatidos como fundamentais para o desenvolvimento social, cultural, econômico e ambiental, refoçando conceitos chave sobre o patrimônio (material e imaterial), a sustentabilidade e a biodiversidade. Ressalta também que o turismo, a cultura e o desenvolvimento estão complexamente imbricados, onde a cultura não é estática, evolui e muda assim como as relações multifacetadas que partilha com o turismo, também mudam.

O turismo cultural surge como uma forma das pessoas vivenciarem o patrimônio histórico, cultural, arqueológico, natural e pode se manifestar em cidades e em localidades onde a história, a cultura e o modo de vida de seus habitantes despertem interesse nos turistas por meio de experiências que gerem conhecimento, informação e compreensão intercultural.

3.3. Estratégias Sustentáveis para o Turismo Criativo, UNESCO, Novo México, 2006.

O turismo criativo foi debatido pela UNESCO em Santa Fé, Novo México em 2006, em uma reunião com o objetivo de planejar a Conferência Mundial sobre o tema.

Foi colocado, por um dos participantes, como a nova geração do turismo, que teve seus primórdios na busca pelo lazer e descanso no turismo de praia, depois na busca pelo conhecimento e informação no turismo cultural por meio de visita a museus e passeios culturais e agora, no turismo criativo, busca-se a interação com a cultura viva do lugar, por meio da participação ativa, de estímulos emocionais, educativos, sociais. O “turista se sente como um cidadão do lugar”.

O termo "turismo criativo" foi cunhado por Richards e Raymond (2000). A idéia de formas mais criativas de turismo originou-se de um projeto europeu - EUROTEx - que teve como objetivo estimular a produção artesanal através do turismo (Richards, 2005). O planejamento das ações deve estar vinculado às expressões culturais particulares de cada localidade, como se identificássemos o DNA da cidade ou lugar.

O poder público deve incentivar e criar um ambiente propício, por meio de incentivos fiscais, acesso a crédito, financiamento e treinamento. O setor privado deve ser responsável por sua própria autopromoção, articulando os bens tangíveis e intangíveis a uma rede, compartilhando informações. A comunidade local deve estar envolvida no processo, compartilhando, trocando e recebendo o turista para novas experiências. O turista nesse momento faz parte da cidade

Enquanto turismo cultural é baseado no “ver”, “contemplar”, “conhecer” (como nas visitas a museus, galerias de arte, exposições, concertos, espectáculos de dança, música, teatro e outros), o turismo criativo turismo é baseado na “experimentação”, na “participação” e "aprendizagem" (fazer cursos de arte, tecelagem, discotecagem (Djs), pintura, cerâmica, fotografia, gastronomia, etc.).

Segundo o documento da UNESCO, as orientações para consolidação e fortalecimento do turismo criativo se referem a:

- Reuniões anuais da Rede de Cidades Criativas: para troca de experiências e intercâmbio entre os membros da rede criativas cidades,
- Elaboração de um portal na internet para acesso as informações e negócios criativos,
- Presença nas mídias sociais.

3.4. Políticas transversais de cultura, turismo e meio ambiente: desafios e oportunidades para o Uruguai

Na América do Sul, o documento *Políticas Transversales en Cultura, Turismo y Ambiente: desafíos y oportunidades en Uruguay - Consolidando o Uruguai Cultural*, resultado de projeto de apoio da UNESCO (2011), apresenta como objetivo colocar na agenda pública do Uruguai uma política cultural envolvendo e integrando outros setores transversais à cultura, como turismo e meio ambiente, tendo como meta definir linhas estratégicas de orientação para a elaboração de planos e ações que visam reforçar os atributos de um Uruguai criativo, inovador e natural. O projeto foi pontual, com duração de cinco meses e teve como base a realização de um documento norteador e a realização de diversas reuniões entre o poder público, privado e entidades do terceiro setor vinculadas às temáticas da cultura, turismo e meio ambiente, além de um seminário internacional e a elaboração de um documento final que integre todas as proposições e cenários futuros para a consolidação do Uruguai Cultural. Especificamente, a estratégia para a formulação do documento norteador para o desenvolvimento de uma política local partiu da premissa de:

- Estabelecer os termos e marcos conceituais do processo,
- Identificar as ferramentas e os métodos a serem utilizados em práticas exitosas de valorização da cultura com o desenvolvimento do turismo,
- Definir os principais eixos ou orientações estratégicas e os insumos necessários para a definição de políticas intersetoriais de desenvolvimento e posicionamento do país para a cultura e o turismo.

As estratégias adotadas no caso do Uruguai podem e devem servir de exemplo para o Brasil, pois reafirmam a necessidade de se envolver e articular entidades, órgãos e especialistas no assunto para se formular uma política local transversal entre cultura, turismo

e outros setores, uma vez que a dimensão territorial e geográfica do Brasil é muito maior, bem como, a diversidade cultural de seu povo.

4. Estratégias para formulação de uma política convergente entre turismo e cultura no Brasil

No Brasil, é imperativo a articulação e o diálogo entre os possíveis partícipes de um acordo de cooperação técnica entre Ministério da Cultura, Ministério do Turismo e suas respectivas vinculadas, para isto propõe-se a continuidade do trabalho já desenvolvido para a UNESCO e MinC por meio das seguintes ações estratégicas:

1. Assinatura do acordo de cooperação técnica entre MinC e Mtur, onde a minuta foi elaborada em oficina participativa em 2013 a qual sinalizou como objetivo do mesmo a criação um **Programa Nacional de Turismo Cultural e Criativo**,
2. Mobilização e criação de um comitê técnico gestor para coordenar, planejar, implementar e monitorar as ações do programa. Este comitê pode estar atrelado a Secretaria de Economia Criativa (SEC) do MinC, sendo formado por representantes do poder público e sociedade civil organizada.
3. Programa com foco na Territorialidade: Análise de programas e projetos existentes como o Programa de Regionalização do Turismo (MTur), o Cultura Viva (MinC) e Brasil Criativo - Territórios Criativos (MinC) com a finalidade de identificar o território de atuação como cidades e regiões, especificamente:
 - Cidades históricas,
 - Destinos indutores prioritários do Estudo de Competitividade do Turismo Nacional (Mtur).
 - Os equipamentos, edifícios e manifestações tombados como patrimônio cultural material e imaterial do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional),
 - Desenvolvimento de rotas e roteiros turísticos, com foco em arranjos produtivos locais,
4. Foco na segmentação de Mercado: com base no mapeamento territorial, identificar ações para a estruturação e fortalecimento de produtos culturais e criativos,

5. Difusão da ferramenta SNIIC e Nuvem da Cultura para gestores, empresários e instituições de turismo para cadastro de atrações e atividades de cunho turístico, artístico e cultural com a finalidade de mapear e difundir tais atividades por região,
6. Estímulo a iniciativas transversais: por meio da criação de um Prêmio Nacional a iniciativas que integrem a cultura, o turismo e o meio ambiente,
7. Estímulo e orientação para as cidades apresentem propostas para o projeto da Rede de Cidades Criativas da UNESCO (2004), até o momento não há uma única cidade do Brasil que possui este reconhecimento pela UNESCO¹¹,
8. Multiplicação de modelo de planejamento e fortalecimento do turismo cultural e criativo em cidades do Brasil por meio de ciclos de mobilização, capacitação e promoção do programa, bem como, a elaboração de um plano de turismo cultural local ou regional por meio do planejamento estratégico, contemplando:
 - Diagnóstico de oferta turística e cultural a partir da análise das novas tendências do setor, envolvendo a economia criativa e de experiências,
 - Identificação de pontos fortes e fracos para o desenvolvimento do turismo cultural e criativo local,
 - Aprimoramento de produtos e serviços turísticos culturais tanto no enfoque da cultura popular como da cultura contemporânea,
 - Elaboração de métodos, estratégias e ações de forma participativa a fins de criar uma rede para o turismo local,
 - Apoio no desenvolvimento de projetos locais ligados ao turismo cultural e criativo por meio de chamamento público como editais e concursos,
 - Intercâmbio entre gestores públicos e privados na área de turismo e cultura com a finalidade de reconhecer e multiplicar boas práticas de gestão de turismo cultural e criativo,
 - Apoio na formação de Redes Colaborativas,
9. Aproximação e desenvolvimento de produtos turísticos culturais junto ao mercado turístico,
10. Planejamento de ações promocionais cooperadas entre os partícipes com a finalidade de promover o Brasil, a cultura, os negócios criativos e a diversidade brasileira tanto internamente como no mercado externo,

¹¹ <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/>

5. Considerações Finais

O turismo é um tema pontuado em diversas estratégias do Plano Nacional de Cultura, uma vez que, a atividade turística consolidada com base nos princípios da sustentabilidade propicia o resgate, a valorização e a promoção da diversidade cultural do Brasil.

O Plano Nacional de Turismo possui metas voltadas a aumentar o fluxo de turistas no Brasil – brasileiros e estrangeiros viajando pelo país, produzir receita e distribuir renda, gerar empregos, melhorar a qualidade do produto turístico e promover a competitividade do Brasil no cenário mundial.

Os dados do relatório do Fórum Econômico Mundial - *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013 sobre o Brasil*, destaca os recursos naturais (1º lugar) e culturais (23º lugar) no cenário competitivo mundial. No entanto, ressalta a necessidade de melhorias no incentivo e facilitação para novos negócios no turismo, no ambiente político articulado e na competitividade de preços (O Brasil está na 126ª posição). O documento também cita a oportunidade dos eventos esportivos nos próximos cinco anos (o Mundial FIFA Copa de 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016) para preencher a lacuna de infraestrutura.

Deste modo são importantes que as políticas públicas sejam traçadas e articuladas com a finalidade não só de alcançar as metas do PNC, mas também de salvaguardar os recursos naturais e culturais, bem como, implementar ações que possam melhorar o ambiente de negócios do turismo e de uma economia “criativa e sustentável” para as cidades, fortalecendo o mercado interno e produzindo bens e serviços “turísticos culturais” competitivos para exportação. O turismo é uma cultura viva!

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Ministério da Cultura. As metas do Plano Nacional de Cultura, Brasília, 2011.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2013-2014: “O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil”. Brasília, 2013.

_____. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. Diretrizes (brochura). Brasília, 2013.

RICHARDS, Greg, Creativity and Tourism. The State of the Art, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 4, pp. 1225–1253, 2011

UNESCO, Carta de Turismo Cultural, ICOMOS, Paris, 1976. Acessado em <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=248>

_____, Políticas Transversales en Cultura, Turismo y Ambiente: desafíos y oportunidades en Uruguay. Montevideo, Uruguay, 2008. Acessado em <http://www.unesco.org/uy/cultura>

_____. Tourism, Culture and Sustainable Development, Paris, 2006. Acessado em <http://unesdoc.unesco.org>

_____. Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A, 2006. Acessado em <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811e.pdf>

UNWTO. World Tourism Organization and European Travel Commission, Handbook on E-marketing for Tourism Destinations, MADRI, 2008. Acessado em <https://pub.unwto.org>

World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, Genova, 2013. Acessado em <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2013>.