

PLANO DE **TURISMO** CRIATIVO DE BRASÍLIA

2016 | 2019

Secretaria de
Esporte,
Turismo e Lazer

GOVERNO DO
DISTRITO FEDERAL



Governo do Distrito Federal

Rodrigo Rollemberg

Secretaria de Estado do Esporte, Turismo e Lazer

Leila Barros

Secretaria Adjunta de Turismo

Jaime Recena

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Distrito Federal - Sebrae - DF

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual -
Luís Afonso Bermúdez

Vice-presidente do Conselho Deliberativo Estadual
- Paulo Eduardo Montenegro de Ávila e Silva

Diretoria Executiva

Diretor-Superintendente - Antônio Valdir Oliveira
Filho

Diretora de Gestão e Solução - Cassiana Abritta
Garcia Brandão

Diretor Técnico e de Atendimento - Júlio Flávio
Gameiro Miragaya

Conselho Deliberativo Estadual do Sebrae - DF

BRB - Banco de Brasília S.A.

BB - Banco do Brasil S.A.

CEF - Caixa Econômica Federal

CDL/DF - Câmara de Dirigentes Lojistas do Distrito
Federal

CODEPLAN - Companhia de Planejamento do
Distrito Federal

FAPE/DF - Federação da Agricultura e Pecuária do
Distrito Federal

FACI/DF - Federação das Associações Comerciais
e Empresariais do Distrito Federal

FIBRA - Federação das Indústrias do Distrito
Federal

FECOMÉRCIO/DF - Federação do Comércio de
Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal

FAP/DF - Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito
Federal

FUB - Fundação Universidade de Brasília

SEBRAE/NA - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro
e Pequenas Empresas

SEDES - Secretaria de Estado de Economia e
Desenvolvimento Sustentável do Distrito Federal

**Conselho de Desenvolvimento do Turismo do
Distrito Federal – CONDETUR**

ABARE – Associação Brasiliense das Agências de
Turismo Receptivo

ABAV– Associação Brasileira de Agências de
Viagens

ABBTUR – Associação Brasileira de Turismólogos
e Profissionais do Turismo

ABCMI – Associação Brasileira dos Clubes da
Melhor Idade

ABLA – Associação Brasileira das Locadoras de
Automóveis

ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e
Restaurantes

ACDF – Associação Comercial do Distrito Federal

ADVB/DF – Associação dos Dirigentes de Vendas
e Marketing do Brasil do Distrito Federal

BRCVB – Brasília e Região Convention & Visitors
Bureau

CET-UnB – Centro de Excelência em Turismo da
Universidade de Brasília

FECOMÉRCIO – Federação do Comércio de Bens,

Serviços e Turismo do Distrito Federal
FETRATUH – Federação dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade
FIBRA – Federação das Indústrias do Distrito Federal
Fórum das Instituições de Ensino Superior
RURALTUR – Sindicato de Turismo Rural e Ecológico do Distrito Federal
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SINDETUR – Sindicato das Empresas de Turismo do Distrito Federal
SINDEVENTOS – Sindicato das Empresas de Promoção, Organização, Produção e Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Distrito Federal
SINDGTUR/DF – Sindicato dos Guias de Turismo do Distrito Federal
SINDHOBAR – Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Brasília
Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer
Secretaria de Estado de Planejamento, Orçamento e Gestão
Secretaria de Estado da Cultura
Secretaria de Estado da Fazenda
Secretaria de Estado de Mobilidade
Secretaria de Estado de Economia e Desenvolvimento Sustentável
Secretaria de Estado de Gestão do Território e Habitação
Secretaria de Estado de Meio Ambiente
Secretaria de Estado de Trabalho, Desenvolvimento Social, Mulheres, Igualdade Racial e Direitos Humanos

Assessoria Internacional do Distrito Federal
Secretaria de Estado de Infraestrutura e Serviços Públicos
Secretaria de Estado de Educação
Secretaria da Casa Civil, Relações Institucionais e Sociais

CRÉDITOS

Coordenação Técnica

Secretaria Adjunta de Turismo

Caetana Franarin - Subsecretária de Políticas e Produtos Turísticos
Nicole Facuri - Coordenadora de Produtos e Serviços Turísticos
Lívia Carcute - Diretora de Regionalização

Sebrae - DF

Aparecida Vieira Lima - Gerente da Unidade de Atendimento Coletivo de Serviços
Nathália Hallack Fabrino - Analista da Unidade de Atendimento Coletivo de Serviços

Escola de Criatividade

Eloi Zanetti
Jean Sigel
Lívia Kohiyama

Equipe Técnica da Secretaria Adjunta de Turismo

Bruna Tereza Mendes Neiva Gama
Carla Maria Jatobá
Cláudia Bogo
Cláudia Lourenço Ferreira
Eliane de Sá Brasil Borges
Grace de Brito Cabral
Jucimar Aparecida Mattos das Chagas

Colaboradores da Secretaria Adjunta de Turismo

Alexandre Faria Passos
Ana Paula Caetano Jacques
Antônia Grasia Contini
Carolina Menezes Palhares
Raphael da Costa Lacerda Favez Faraj
Rayane Ruas Quadros Velasquez
Sandro Bernardo da Cunha Castello Branco

Agradecimentos especiais

Caio Luiz de Carvalho - Diretor Executivo do Canal Arte 1
Cláudia Leitão - Criativas Birô
Wilken Souto – Ministério do Turismo
Patrícia Herzog e Tatiana Petra - Experimente Brasília
Gabriela Bilá e Afonso Serpa - Novo Guia de Brasília
Alfredo Moreira e André Dantas - Hostel 7
Thatiana Dunice e Rafael Innecco - BSB Memo
Graco Santos - Camelo Bike Tour
Patrícia Rosa - Pastelaria Viçosa
Daniel Zucco - Z.com
Rodrigo Barata e Tiago Pezão - Criolina

B823

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.

121p.

Inclui Anexos 1,2,3,4.

1. Turismo. 2. Turismo Criativo. 3. Estrutura da Gestão da Política de Turismo de Brasília. I.Título.

CDU: 338.48

PLANO DE **TURISMO** CRIATIVO DE BRASÍLIA

2016 | 2019

Secretaria de
Esporte,
Turismo e Lazer

GOVERNO DO
DISTRITO FEDERAL



SUMÁRIO

Siglas.....	09
Mensagem do Governador	11
Mensagem da Secretária de Estado do Esporte, Turismo e Lazer	14
Mensagem do Diretor-Superintendente do SEBRAE	17
Apresentação	21
Conceitos que definem e explicitam o turismo criativo	26
Processo de construção da ideia	29
Direcionamentos e concepção do plano	35
Princípios	35
Premissas	35
Valores.....	36
Missão	36
Visão.....	36
Objetivos Específicos	36
Segmentos priorizados.....	37
Públicos-Alvo.....	37
Eixos de atuação e objetivos estratégicos de execução	38
Gestão	39
Promoção, marketing e comunicação	44
Infraestrutura turística	54
Produtos e serviços turísticos.....	62
Propostas de intervenções criativas na cidade de Brasília	66
Acompanhamento e avaliação	77
Referências.....	79
Anexos	84
Anexo 1 – Participantes do Encontro	84
Anexo 2 – Participantes da Oficina de Turismo Criativo - 30 de abril.....	95
Anexo 3 – Participantes da semana de Oficinas de Turismo Criativo - setembro	97
Anexo 4 – Participantes do Seminário.....	106
Anexo 5 – Entrevistados	108
Anexo 6 – Mapas mentais do seminário de apresentação dos resultados das Oficinas de Turismo Criativo.....	109

Siglas

ABARE – Associação Brasileira das Agências de Turismo Receptivo

ABASE – Associação Brasileira dos Sebrae / Estaduais

ABAV– Associação Brasileira de Agências de Viagens

ABBTUR – Associação Brasileira de Turismólogos e Profissionais do Turismo

ABCMI – Associação Brasileira dos Clubes da Melhor Idade

ABC – Agência Brasil Central

ABLA – Associação Brasileira das Locadoras de Automóveis

ABIH – Associação Brasileira da Indústria de Hotéis

ABRASEL – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes

ACDF – Associação Comercial do Distrito Federal

ADVB/DF – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Distrito Federal

BRCVB – Brasília e Região Convention & Visitors Bureau

CEBRAE – Centro Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa

CET-UnB – Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília

CONDETUR – Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Distrito Federal

FECOMÉRCIO – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal

FETRATUH – Federação dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade

FIBRA – Federação das Indústrias do Distrito Federal

IBAMA – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

ONU – Organização das Nações Unidas

PPP – Parcerias Público-Privadas

RA – Região Administrativa

RIDE – Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno

RURALTUR – Sindicato de Turismo Rural e Ecológico do Distrito Federal

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SINDETUR – Sindicato das Empresas de Turismo do Distrito Federal

SINDEVENTOS – Sindicato das Empresas de Promoção, Organização, Produção e Montagem de Feiras, Congressos e Eventos do Distrito Federal

SINDGTUR/DF – Sindicato dos Guias de Turismo do Distrito Federal

SINDHOBAR – Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes do Distrito Federal

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

VIIBRA – Visitação Institucional Integrada em Brasília

WWC – World Water Council

WWF – World Wildlife Fund



Nas ciências, nas artes e nos negócios, a imaginação das pessoas criativas e ousadas é mais importante que o conhecimento.
(Albert Einstein 1879 – 1955)

Mensagem do Governador

A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo, dizia Peter Drucker, professor austríaco considerado pai da administração moderna. É no esforço de estabelecer previsão assim que agora trazemos ao conhecimento de todos o Plano de Turismo Criativo de Brasília, para os próximos 4 anos. Uma realização com que sonhamos desde meados dos anos 90, quando assumimos a Secretaria de Turismo do Distrito Federal.

O Plano de Turismo Criativo configura-se, na verdade, como um projeto de desenvolvimento sustentável para Brasília e o Entorno, que visa converter a região em polo nacional e internacional do turismo cultural, gastronômico, cívico, rural, ecológico, místico, religioso, esportivo, rural e de eventos.

Oriundo do compromisso do Governo de Brasília com o desafio de realizar uma gestão voltada para resultados e com o estabelecimento de metas e indicadores de processos, este Plano ganha vida como um pacto de gestão compartilhada ambicioso, inovador e exequível.

Ambicioso porque sistematiza o amplo espectro de esperanças e sonhos dos múltiplos atores que pacientemente o modelaram, construindo respostas para os problemas de gestão, infraestrutura, produtos e serviços, promoção, marketing e comunicação do setor de turismo.

Inovador porque lança novos olhos sobre Brasília e o Entorno, oferecendo soluções inéditas para o setor, com base na adoção de caminhos ainda inexplorados e no entendimento do turismo como política pública integradora e inclusiva, por isso capaz de promover o desenvolvimento sustentável e de ampliar a noção de cidadania e de solidariedade planetária.

Exequível por ser fruto do trabalho coletivo e ponderado de empreendedores, profissionais e pesquisadores do setor de turismo e da economia criativa, bem como de técnicos de diversos órgãos do governo distrital e de membros da sociedade, que assim se comprometeram com sua implementação. Exequível, ainda, por ter sido confeccionado sob medida para Brasília e o Entorno, considerando todas as especificidades da região.

Aliás, nesse processo de confecção, a colaboração, o diálogo, a participação, o compromisso com a cidade, a corresponsabilidade e o senso de pertencimento foram práticas estruturantes, emprestando ao Plano de Turismo Criativo solidez e pertinência.

Assim construído, o Plano permite-nos avançar na direção de alguns objetivos fixados no mapa estratégico deste governo, quais sejam: desenvolvimento sustentável, economia mais competitiva, consolidação de Brasília como polo turístico nacionalmente atrativo e

valorização da cultura como instrumento de desenvolvimento econômico e social.

Destacamos, por oportuno, que a ideia de turismo criativo deste Plano se coaduna perfeitamente com a noção de turismo sustentável inscrita nas metas dos 17 Objetivos de Desenvolvimento da Agenda 2030, das Nações Unidas. Tais atividades se irmanam na capacidade de gerar empregos, de fomentar a cultura e os produtos locais e de preservar a natureza.

De modo idêntico, o Plano adota a moderna concepção de turismo, entendido como espaço de encontro, partilha, intercâmbio, interação educativa e respeitosa das diferenças, valorização da cultura local, experiência de transformação interna e oportunidade ímpar para o crescimento conjunto, o enriquecimento mútuo e a construção da concórdia e da paz. O turismo espelho de Brasília.

Nesse sentido, o Plano incute-nos a revelação de que “viajar é trocar a roupa

da alma”, como disse Quintana. Também nos incita a fazer essa viagem na própria cidade onde moramos, levando-nos a enxergá-la de modo diferente.

Sim. Na tentativa de responder qual é a essência de Brasília, ele nos ajuda a perceber a singularidade desta Capital, erguida no vazio do interior do País como prova inequívoca da capacidade de realização deste povo: museu a céu aberto, cidade jardim, cidade encanto. Plana e ensolarada a maior parte do ano. Desde sempre, vanguardista, inventiva e empreendedora.

Brasília fez-se única por ser sinônimo de conexões e de integração, espaço de diversidades e ponto de encontro de brasileiros e de estrangeiros. Além disso, é berço das Águas Emendadas, que alimentam as bacias hidrográficas do Tocantins, do Paraná e do São Francisco, e está cercada pelo Cerrado, bioma de interligação da Mata Atlântica ao Pantanal e da Caatinga à Amazônia. Síntese de nossa brasilidade, ela se tornou referência

mundial em arquitetura moderna, paisagismo abstrato e urbanismo inovador, características que lhe renderam o título de Patrimônio Cultural da Humanidade com apenas 37 anos de vida. Motivos de sobra para despertar nosso orgulho de viver na Capital de todos os brasileiros!

No reconhecimento dessa grandeza, o Plano de Turismo Criativo nos convida à maravilhosa aventura de experimentar o mistério desta cidade e do Entorno, evidenciando que a riqueza da nossa especificidade não se restringe aos muitos atrativos existentes no Plano Piloto.

Somos imensamente gratos, portanto, a todos os que participaram da elaboração deste Plano, devidamente nomeados no seu anexo. Agradecemos, em especial, a costureira e construtiva parceria do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, no Distrito Federal, sempre disposto a contribuir para o nosso desenvolvimento.

produtos, comércio e serviços; inovando nas linguagens artísticas, espaços de lazer, entretenimento e na gastronomia; acolhendo com respeito as manifestações de fé; captando e promovendo eventos locais, nacionais e internacionais e mundiais, como os recentes exemplos da Copa do Mundo 2014, Olimpíadas 2016 e o Fórum Mundial da Água de 2018 – promovido pelo Conselho Mundial da Água (WWC).

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; das proximidades humanas às formas mais avançadas da tecnologia. Enfim, pressupostos de uma economia criativa que impactam na revisão das abordagens e valores que possibilitam estruturar os segmentos turísticos traduzidos como prioritários para Brasília: negócios, grandes eventos (feiras, congressos e esportivos), rural, cultural, religioso e

místico, cívico e cidadão. O estímulo a esses setores parte da perspectiva de que estar em Brasília é uma experiência que vai muito além do deslocamento: é presenciar um movimento de convergência e conectividade com a essência da nação brasileira.

Portanto, o Plano é compreendido como um estímulo às iniciativas criativas, algo vivo que objetiva estudar os processos, documentar, registrar e divulgar, apoiando-se nos meios informáticos e tecnológicos, bem como na troca de conhecimento e informações a partir de vivências, experiências em cursos, palestras, oficinas e rotas baseadas no tema central, patrimônio cultural e suas transversalidades – meio ambiente, acessibilidade, tecnologias, mercados, gênero, cidadania, geração, etnia, turismo, patrimônio imaterial, moda, cinema, literatura, linguagens artísticas, audiovisual, gastronomia, espiritualidade e misticismo.

Somos, pois, o espaço da diferença. Prosseguiremos no propósito, com formas

criativas, de revelar o Brasil aos brasileiros convidando-os para um descobrimento entrelaçado de paisagem, história e cultura. Desfrutar e vivenciar a pátria naquilo que ela representa e, com o olhar amoroso, carinhoso e afetuoso enxergar civismo e a cidadania – essência do que ela expressa, se tomarmos o estrito sentido da palavra *pátria*: “terra paterna, local de nascimento de um grupo ou de um fato que interessa a uma coletividade, ou que se destaca pela existência de um grande número de coisas de uma espécie determinada; berço.”²

Salientamos que um plano de turismo criativo exige a atenção das políticas públicas para estratos da sociedade que demandam especificidades. Aqui explicitamos a *Convenção sobre os Direitos da Pessoa com Deficiência, aprovada no Brasil por meio do Decreto Legislativo nº 186/2008 e do Decreto nº 6.949/2009, com equivalência de emenda constitucional*.

2 Dicionário Houaiss

*Em seu artigo 30, a Convenção trata da participação na vida cultural e em atividades recreativas, de lazer e esportivas, e estabelece que os Estados Partes tomem todas as medidas apropriadas para que as pessoas com deficiência possam ter acesso, em igualdade de oportunidades, a locais que ofereçam serviços ou eventos culturais, tais como teatros, museus, cinemas, bibliotecas e serviços turísticos, bem como, tanto quanto possível, ter acesso a monumentos e locais de importância cultural nacional.*³

Pode parecer utópico, mas é meta que deve ser alcançada em curto espaço de tempo: tornar Brasília o destino que transformará o destino de muitos brasileiros.

Leila Barros, Secretária de Estado do Esporte, Turismo e Lazer do Distrito Federal

3 Estudo do Perfil de Turistas - Pessoas com Deficiência

Mensagem do Diretor-Superintendente do Sebrae - DF

A história institucional do Sebrae traz, nas suas orientações, o reconhecimento de que abordagens como cultura e identidade, conhecimento e consciência, motivação individual e resultados no trabalho são determinantes para se ativarem processos de transformação e melhores oportunidades para empreendedores e seus negócios, assim como o sentimento de satisfação, liberdade, sonho e esperança, entre outros valores coletivos e solidários. Assim, o Sebrae no DF, 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.

No Distrito Federal, o Sebrae tem atuado com diferentes segmentos, orientando sobre a importância de agregar valor aos produtos e aos serviços com a incorporação da identidade cultural da região, uma vez que, na atualidade, a tendência mundial dos mercados – especialmente o da moda e do turismo – é exaltar, nas estratégias de comunicação, características culturais, ambientais e sociais dos processos de produção, atributos determinantes para muitos dos consumidores de hoje. Nesse aspecto, a história do Sebrae no DF é de vanguarda. Como referência, tome-se a primeira iniciativa de aliar tradição e modernidade, no projeto “Tradição e renovação: programa global de assistência e valorização da produção artesanal” (1996). Outro momento de reflexão profunda sobre economia e cultura veio em 2001, com a pesquisa “Cara brasileira: a brasilidade nos negócios – Um caminho para o ‘made in Brazil’”, promovida pelo Sebrae Nacional. Especialistas puderam debater, por meio de grupos focais, a definição de um “perfil” da brasilidade.

Desde então, muitos outros vieram, como o desenvolvimento de trabalhos artesanais com a iconografia de Brasília nos últimos anos, no âmbito do projeto Brasil Original, com destaque para o uso de matérias-primas locais e a produção sustentável.

Somando-se a isso, o Sebrae formulou, em 2012, o Termo de Referência da Economia Criativa, documento que direciona sua atuação e estabelece eixos estratégicos, contribuindo para a sustentabilidade e o fortalecimento dos empreendimentos criativos. Outra relevante colaboração do Sebrae às políticas públicas está contida no documento Brasília: capital do Brasil – Plano de posicionamento estratégico (2015), cujo objetivo está centrado em “Renovar o conceito de Brasília como cidade-símbolo da modernidade no Brasil e no mundo mediante o Plano de Posicionamento de Brasília sobre a base de suas potencialidades, de uma resposta inovadora e sustentável aos profundos desafios de mudanças sociais, econômicas e culturais do século

XXI, com base na história, vontade e expectativas do povo brasileiro e também dos brasilienses”.

Agora, a instituição amplia ainda mais sua atuação estratégica por meio do Projeto de Desenvolvimento Integrado do Turismo do Brasil Central (2016-2018), que envolve o Sebrae de quatro Unidades da Federação (UFs) trabalhando em prol de destinos turísticos dos Estados de Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, juntamente com os do Distrito Federal. Ele estabelece, como objetivo, “posicionar o Brasil Central como destino turístico integrado e de qualidade nos cenários nacional e internacional, com maior ênfase no mercado interno e promovendo, de forma inovadora, o acesso a mercados para o público-alvo, em busca de maior competitividade do destino e favorecendo o desenvolvimento turístico regional e sustentável”. Nesse âmbito, têm sido feitos trabalhos com setores-chaves dessa cadeia, como o receptivo turístico, a hotelaria, a gastronomia, o artesanato, entre outros.

A busca por consolidar o entendimento dos pressupostos, história e experiências que materializam as teorias em torno dos conceitos sobre indústria cultural, indústria criativa, economia do ócio, economia da cultura, economia criativa, cidades criativas e turismo criativo, despertou-nos a necessidade de aprofundar conhecimentos e desenvolver múltiplos olhares neste momento do exercício da função pública.

Reler, conhecer, descobrir textos e seus autores tornou-se sendeiros por onde transitaram emoções e sentidos, despertando-nos a indagação de como seria possível uma política de governo capaz de alcançar o intangível, de provocar o imaginário coletivo ao possibilitar a descoberta, transmissão e expressão das facetas, visões e representações do Brasil, contidas em Brasília, fazendo entender os tempos pretéritos no tempo real, presente.

Ficamos com dois autores. Inicialmente Mário de Andrade, com o seu Turista Aprendiz – anotações diárias durante as viagens etnográficas que realizou pelas regiões Norte e Nordeste nos anos 20,

em que fica evidente que sua proposta de modernismo carregava uma busca intrínseca pelas raízes ou origens do que era genuinamente brasileiro, como afirma Telê Lopez.

Para o modernista Mário de Andrade, empenhado em entender a realidade brasileira dentro de um quadro latino-americano e em traçar, na medida de suas possibilidades, as coordenadas de uma cultura nacional, tomando o folclore e a cultura popular como instrumentação para seu conhecimento do povo brasileiro, foi muito importante unir a pesquisa de gabinete e a vivência de vanguardistas metropolitanos ao encontro direto com o primitivo, o rústico e o arcaico, que, em seu enfoque dialeticamente dinâmico, puderam lhe valer como indícios de autenticidade cultural (Lopez: 2002, 15).

A segunda referência é Zen e a Arte da Manutenção de Motocicletas (uma investigação sobre valores), de Robert M. Pirsig.

“Overdado veículo que conduzimos é um veículo chamado nós mesmos”. O estudo da arte da manutenção

de motocicletas é realmente um estudo em miniatura da arte de auto-racionalização. Reparando uma motocicleta, trabalhando bem, com cuidado, tornamo-nos parte de um processo cujo fim é alcançar uma íntima paz de espírito. A motocicleta é principalmente um fenômeno mental. (Pirsig, s.d.)

Pensar o “turista aprendiz” no espaço da Brasília, território de todo brasileiro, vai além de ser apenas um visitante: é reconhecer o cidadão, viajero, andante, observador, curioso, contemplativo, sensível e consciente; é urdir roteiros com os tênues fios dos sentidos para tramar a viagem. Tecer momentos, paixões e desejos, instantâneos e duradouros, que marcam existências, o domínio da cultura, da paz interior e o sentido pleno da liberdade e descobertas a muitas respostas.

Momentos, buscas e perspectivas que, apesar de distintos, convergem no andar para “conhecer”, “descobrir” e “encontrar”. A existência de Plano Estratégico de Turismo Criativo de Brasília contém o conjunto de valores para fundamentar seu direcionamento

nos cânones dos estudos técnicos e acadêmicos. No entanto, vai além: parte dos compromissos de governo com a proposta de “Consolidar Brasília e RIDE como polo de turismo cultural, de eventos gastronômico, cívico, rural, ecológico e esportivo.”⁶ Fica evidente que sua operacionalização possibilitará momentos de vivências coletivas, orientadas e estruturadas por empresas de receptivos que oportunizam ao “turista aprendiz” rotas, trajetos, olhares selecionados para o espaço urbano, cênico, patrimonial, espiritual, tátil, sensitivo, estilos de vida e linguagens artísticas – todos direcionados e qualificados, tornando-se algo mais formatado, equipado e estruturado para opções onde o viajero se descubra e desvende o percurso no seu caminhar.

Acrescentamos que, como gestor público, é papel do Estado garantir a infraestrutura básica de conectividade, mobilidade, acessibilidade, informação, comunicação e segurança – condições essenciais para a prestação dos serviços demandados pelos empreendedores,

6 Programa de Governo: CIDADE, CIDADÃO, CIDADANIA

turistas e a população, e indispensáveis para o livre transitar e viver a experiência, quer sejam momentos coletivos ou de busca individual.

O Plano de Turismo Criativo de Brasília é parte integrante do Programa de Governo Cidade, Cidadão, Cidadania e do Planejamento Estratégico da Secretaria Adjunta de Turismo.

Reflete a integração com as políticas públicas do Governo Federal por meio de programas e projetos, a exemplo das estratégias e diretrizes do Plano Nacional de Turismo 2013-2016, do Programa de Regionalização do Turismo e da Produção Associada ao Turismo, coordenados pelo Ministério do Turismo.

Estabelece vínculos, na sua transversalidade, com os princípios da política nacional de cultura, além de princípios e ações de outras políticas públicas federais que enfatizam o desenvolvimento e a criatividade, como o Programa Nacional de Turismo Rural na Agricultura Familiar, que tem como objetivo promover a implantação e fortalecimento das atividades turísticas

pelos agricultores familiares, integrando-as aos arranjos produtivos locais e ao Ministério da Ciência e Tecnologia, com a política de Promoção da Inovação Tecnológica.

Reafirmamos a estreita cooperação com a Agência de Desenvolvimento do Turismo da Macrorregião Centro-Oeste do Brasil, que vem contribuindo na formulação de políticas públicas com vistas a fomentar programas, projetos e ações de interesse comum às Unidades Federadas que a compõem – Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul – e suas relações com outras macrorregiões e outros países. O Sebrae e a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal (Fecomércio) – instituições que nos seus programas e estratégias têm como direção a aliança do turismo com inovação e criatividade e, como a centralidade, Brasília e seu entorno.

O Plano é formulado com a colaboração e cooperação de representantes das Secretarias de Governo do DF, das Administrações Regionais, lideranças

das organizações da sociedade civil, empreendedores, centros de ensinos e sindicatos que, quando convidados ao diálogo, trouxeram o compromisso, conteúdos e estratégias para a concepção de um projeto de desenvolvimento sustentável para Brasília e RIDE.

O Plano está didaticamente estruturado de forma a ser assimilado e apropriado por tantos e quantos atuam na consolidação das atividades do turismo e dos setores que investem nas suas transversalidades, com ênfase nas estratégias da economia criativa.

A primeira parte apresenta o processo de construção da ideia: seminários; oficinas de trabalho; entrevistas qualificadas com segmentos e profissionais integrantes da cadeia produtiva do turismo, com destaque para as iniciativas empresariais de vanguarda no escopo do turismo criativo em Brasília; e a leitura e sistematização das diretrizes emanadas dos documentos das políticas de governo e de estudos produzidos por outros organismos.

Na segunda parte, estão os conceitos,

fundamentos teóricos que dão lastro a orientações do Plano: princípios, premissas, diretrizes, objetivos.

Os eixos de intervenção e seus componentes com as ações estratégicas e integradas de execução, incorporando as proposições advindas da sociedade e sistematizadas nos relatórios formulados pela consultoria constituem a terceira parte.

A quarta parte contém o modelo de gestão e processo de acompanhamento e avaliação. Por último – e não menos importantes –, os anexos, contendo pessoas e organizações, contribuições determinantes para garantir a concretude das ações expressas no documento.

Concluindo, evocamos Ítalo Calvino: “De uma cidade, não aproveitamos as suas sete ou setenta e sete maravilhas, mas a resposta que dá às nossas perguntas.”⁷

Jaime Recena,
Secretário Adjunto de Turismo

⁷ As Cidades Invisíveis

Conceitos que definem e explicitam turismo criativo

O Turismo Criativo se traduz, na atualidade, como tendência do mercado mundial e como uma necessidade para diversificar os segmentos que compõem a economia do turismo para o enfrentamento dos desafios da competitividade. Nesta perspectiva, faz-se necessário promover o debate, mobilizar, motivar e estimular a adoção dos valores e estratégias requeridos na inovação, bem como adaptar a oferta turística a essa demanda de mercado.

Com aproximadamente um bilhão de viajantes por ano no mundo, o setor começa a perceber a transformação do perfil do turista. É o viajante informado: ele decide o movimento motivado pelo desejo de viver e de compartilhar experiências; vai além de ser um simples contemplador de paisagens ou de

patrimônios materializados em museus e monumentos.

O perfil do viajante contemporâneo exige que seu destino seja surpreendente e que possibilite vivências como descritas nos conceitos de turismo criativo:

“é criar e gerar novas ideias, produtos, estratégias e oportunidades práticas para um destino por meio de suas verdadeiras vocações. Captar e contar histórias reais, gerar senso de pertencimento da comunidade e, finalmente, despertar encantamento de visitantes e investidores pela inovação de forma ampla são a base de todo trabalho de criatividade para o setor.”⁸

“Turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver seu potencial criativo através da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são característicos do destino de férias onde são tomadas.”⁹

“É uma viagem direcionada para uma experiência marcante e autêntica,

⁸ Eloi Zanetti, escritor e especialista de inovação, Escola de Criatividade

⁹ Richards & Raymond e Rede de Turismo Criativo

com aprendizagem participativa nas artes, no patrimônio, ou num caráter especial de um lugar, fornecendo uma conexão com aqueles que residem neste espaço e criam essa cultura viva.” e “Turismo em que o viajante tem uma interação educativa, emocional, social e participativa com o lugar, a sua cultura e os seus residentes. Os turistas sentem esses destinos como cidadãos.”¹⁰

É preciso proporcionar aos visitantes a possibilidade de fazer uma imersão não apenas na cultura, nas artes e na gastronomia de uma cidade ou região, mas também no modo de vida das pessoas, nos eventos de rua, nos novos negócios, na tecnologia, nos roteiros e visitas fora do lugar comum, proporcionando-lhes experiências únicas e verdadeiramente inovadoras, com base na economia criativa.

Portanto, é criar ambiente adequado e conectado às mais inovadoras tendências para que o visitante se integre no espírito da cidade, conheça seus moradores e desenvolva aprendizagens pessoais

¹⁰ UNESCO 2006 e 2013

enriquecedoras que serão levadas e promovidas por ele.

Brasília desponta no cenário nacional como uma cidade culturalmente particular, refletida no conceito urbanístico e arquitetônico, na sua forma de apropriação dos espaços públicos e, principalmente, no movimento empreendedor que se construiu, ao longo dos últimos anos, num terreno fértil e extremamente propício para a realização e aplicação do conceito de turismo criativo.

Surgem novas atividades e empreendedores incorporados à cadeia econômica do turismo, que contribuem para manter e inovar as tradições, festejando a identidade e criando ambiente favorável para novas ideias a partir do olhar e do pensar a cidade de outras formas e ângulos, dando margem à criatividade.

Este Turismo Criativo, que atrai outro perfil de consumidores, possui referências em cidades da Espanha, Portugal, Estados Unidos, França, Alemanha, Austrália, Inglaterra, Holanda, Tailândia, entre outras, que incorporaram seus valores

intangíveis como essência e, assim, possibilitam o encantamento de quem chega e convive.

No Brasil, Porto Alegre foi o primeiro município brasileiro a discutir um programa de Turismo Criativo, em 2013, sendo a única cidade da América Latina a obter o selo de cidade criativa pelo *Creative Tourism Network* – organização internacional criada com o objetivo de fomentar o Turismo Criativo em todo o mundo.

Brasília propõe conceito mais ampliado para a economia do turismo criativo e diversificação econômica, devido ao seu ponto estratégico na configuração geopolítica, provocando o sentido de conectividade e integração com distintos territórios. Dessa forma, gera abrangência de oportunidades de negócios em inúmeras áreas que compõem o setor turístico e sua transversalidade, como música, artes, artesanato, festivais, literatura, religiosidade e espiritualidade, negócios, esportes, gastronomia, moda, audiovisual, design e tecnologia. A direção vai além das experiências coletivas de vivências orientadas: consiste em

estruturar e possibilitar roteiros em que a dinâmica da aproximação com o território e pessoas se dá em decorrência dos produtos e serviços turísticos qualificados e inovados no conjunto dos setores que compõem a oferta turística.

Processo de construção da ideia

A formulação de uma política pública de governo exige dos gestores públicos percepção crítica da história e um olhar lúcido e atento ao presente para a construção de futuro duradouro. Estamos falando de um processo de construção social que articula a intervenção formal do Estado.

A vida social se manifesta complexa, novos atores aparecem no cenário e interesses contraditórios surgem. Conflitos precisam ser processados e mediados, traduzidos em decisões políticas. Portanto, é função do Estado promover a governabilidade.

Há de haver princípios como interesses sociais comuns que sistematizem essas relações de poder fundamentados em valores e atributos que determinam demandas: *intersectorialidade, cooperação, flexibilidade, inovação, autonomia, mobilização, transparência, eficiência,*

criatividade, credibilidade e confiabilidade.

Modernizar as instituições locais e orientar os esforços para atingir os resultados desejados implica em ter objetivos claros, entendidos como pontos futuros que se quer atingir; definir metas e indicadores de desempenho para este processo; definir política de gestão por resultados e a capacidade de negociar e gerir recursos e iniciativas que repercutam no estado de bem-estar.

O processo de formulação do Plano de Turismo Criativo de Brasília, sob a orientação da Secretaria de Estado de Esporte, Turismo e Lazer e coordenado pela Secretaria Adjunta de Turismo em parceria com o Sebrae/DF e a consultoria da Escola de Criatividade, se constrói neste modelo e referências, propondo ser dinâmico e flexível nos ajustes das atividades. Exigiu diálogo contínuo entre o Estado e a sociedade para definir as esferas de tomada de decisão e daí surgirem os projetos integrados, as propostas estruturais, as possibilidades baseadas no conhecimento das potencialidades e vulnerabilidades.

O processo ocorreu em etapas de trabalho, atentando sempre para que não houvesse a omissão de participações e fosse garantido o caráter de respeito ao acervo de conhecimentos acumulados dos envolvidos e, de modo particular, as demandas dos empreendedores que vivem e atuam na cadeia da economia criativa. Tais atenções expressam o cuidado para não comprometer o pacto da gestão compartilhada – essência dos processos democráticos. A cronologia apresenta o panorama do fazer e a trajetória, de forma ética, que agregou diferentes vertentes que atuam ou tangenciam o setor.

Etapa 1 – março de 2015: reunião de preparação com as equipes técnicas e os dirigentes da Secretaria Adjunta de Turismo em parceria com o Sebrae/DF, com o objetivo de definir estratégias para a formulação do roteiro metodológico, conteúdos da estratégia e a base para a contratação da consultoria.

Etapa 2 – abril de 2015: contratação da Escola de Criatividade que, periodicamente, reúne-se com

as organizações e sistematiza as informações colhidas, além de propor um roteiro de entrevista a ser aplicada junto às instituições da cadeia produtiva do turismo.

Etapa 3 - 29 de abril 2015: I Encontro de Turismo Criativo de Brasília, reunindo personalidades palestrantes no âmbito do turismo local e nacional, com o objetivo de debater sobre o conceito de turismo criativo, difundir os novos modelos de negócios que diversificam e estruturam a cadeia produtiva do turismo nesta perspectiva, além de estimular a adoção de novas práticas, com foco na inovação de produtos e serviços.

Etapa 4 – OFICINAS

30 de abril: início do processo de aproximação com os segmentos, sendo utilizada como centralidade a pergunta orientadora “Como Transformar Brasília em Destino Referência do Turismo Criativo?”, com a finalidade de identificar proposições para a formulação de diretrizes norteadoras do

Plano. Participaram cerca de 60 empreendedores representantes do *trade* turístico local em seus diversos segmentos, bem como da cadeia da economia criativa.

14 a 18 de setembro 2015: realizadas cinco oficinas de trabalho no período da tarde, com duração de quatro horas cada, com diferentes temáticas e segmentos da cadeia produtiva do turismo, com o objetivo de dialogar e negociar as demandas para subsidiar a formulação do Plano.

As oficinas aconteceram conforme calendário:

14/setembro

Setores representados: receptivo, guia de turismo, turismo no meio rural.

Temática: Atrativos.

15/setembro

Setores representados: gestores de atrativos, produção associada, feiras de antiguidades, feiras populares, galerias de arte, economia criativa, *startups*.

Temática: Ícones e Símbolos.

16/setembro

Setores representados: eventos, produtores culturais, coletivos.

Temática: Comunicação.

17/setembro

Setores representados: gastronomia, *souvenirs*, produtos agroindustriais.

Temática: Segmentos de Turismo.

18/setembro

Setores representados: meios de hospedagem, grupo acadêmico.

Temática: Atrativos e comunicação

As cinco oficinas conseguiram atingir o objetivo de reunir e mobilizar os profissionais para integrarem o processo de elaboração do plano. A heterogeneidade dos participantes foi significativa e as contribuições determinantes ao processo de construção do Plano.

Etapa 5 – 11 a 20 de setembro de 2015: visitas técnicas a espaços culturais ou atrativos ícones, entrevistas com representantes do Conselho de Turismo, técnicos das Secretarias de Estado que possuem interface com o turismo, parceiros institucionais, agentes do *trade* turístico, formadores de opinião e empreendedores criativos da cidade. As entrevistas individuais permitiram aos entrevistados destacar a relevância dos temas pertinentes às suas experiências individuais ou proposições institucionais e, também, indicar representações que melhor traduzissem a experiência de viver em Brasília e perspectivas para a cadeia de produtos e serviços a serem incorporados aos segmentos do turismo criativo.

Visitas técnicas: Jardim Botânico, Parque Nacional de Brasília (Água Mineral), Cine Brasília, Memorial JK, Congresso Nacional, Palácio do Planalto, Catedral, Torre Digital, Fundação Athon Bulcão, Catetinho, Pontão, Estádio Nacional Mané

Garrincha, Vila Planalto, passeio de escuna pelo Lago Paranoá, Experimente Brasília, SQN 408/409 (quadras com grande concentração de restaurantes e bares), Torre de TV, caminhada na SQS 308 (superquadra referência do projeto urbanístico). Novo Guia de Brasília, Bsb Memo, Cine Drive-In, Hostel7, Conic, Sindicato dos Guias, Viibra, Inframérica, Correio Braziliense - Projeto #eusoubsb.

Etapa 6 - 15 de outubro de 2015: realizada reunião para apresentação dos “Relatos das Oficinas de Turismo Criativo” – resultados gerados da contribuição de cada segmento. A metodologia utilizada para o entendimento dos conteúdos, designada “mapas mentais”, constitui-se de grandes cartazes, afixados nas paredes do local de realização do evento, de forma que os participantes possam visualizar a dimensão e a quantidade de conteúdo gerado, trazendo uma nova oportunidade para que, mais uma vez, os participantes contribuam

com ideias pontuais e objetivas. Foi utilizada, ainda, a dinâmica dos aviões de papel, momento em que cada um foi convidado a montar três aviões em dobraduras de papéis de distintas cores, para expressar ideias e pensamentos. No avião verde, a pergunta orientadora foi: “qual a essência de Brasília?”; no avião laranja, “qual o encantamento de Brasília?”; no avião amarelo, “qual a Brasília de seus sonhos?”. Aviões montados e ideias escritas, os participantes foram orientados a compartilharem os aviões, fazendo-os voar pelo auditório. A vivência está centrada no conceito de que a cidade para trabalhar em rede precisa de trocas e compartilhamento de ideias coletivas.¹¹

Etapa 7 - 17 de dezembro 2015: entrega do documento preliminar do Plano de Turismo Criativo, produto da sistematização das informações advindas das oficinas, entrevistas e seminários.

Etapa 8 – janeiro a abril de 2016: período de leitura, avaliação e ajustes pelos entes institucionais dos programas públicos e das organizações sociais que participam das discussões. Tal estratégia determinou que o resultado do documento preliminar refletisse a visão multidisciplinar exigida no processo da revitalização da cadeia produtiva do turismo na perspectiva da inovação e dos negócios criativos. Os insumos necessários para fundamentação das estratégias advêm de documentos técnicos e políticas públicas indicativas das ações e sugestões para enfrentamento e intervenção na realidade apontada:

Programa de Governo: Cidade, Cidadão, Cidadania;

Planejamento Estratégico da Subsecretaria de Turismo 2015-2017;

Plano Nacional de Turismo 2015 – 2016;

Programa de Regionalização do Turismo - Diretrizes;

¹¹ Apresentação: http://prezi.com/stttucupcoiv/?utm_campaign=share&utm_medium=copy

Manual para o Desenvolvimento e a Integração de Atividades Turísticas: Produção Associada ao Turismo;

Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014;

Brasília: Capital do Brasil - Plano de Posicionamento Estratégico;

Mapeamento dos Produtos Turísticos do Brasil Central em Comercialização no Mercado Nacional e Internacional;

Termo de Referência de Economia Criativa Sebrae;

Termo de Referência: atuação do Sistema Sebrae no Artesanato;

Plano de Desenvolvimento Turístico do Brasil Central;

Estudo do Perfil de Turistas - Pessoas com Deficiência - Documento Técnico;

“Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”.

Etapa 9 - Apresentação do Plano de Turismo Criativo de Brasília ao Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Distrito Federal – CONDETUR.

Por último a entrega do Plano à sociedade, sentido e finalidade da sua formulação como afirmam Lala Deheinzelin “O elemento capaz de ativar todos os anteriores é a mudança de ótica: não mais trabalhar sobre carências, o que falta, mais sim sobre potências, o diferencial e fortaleza de cada pessoa, instituição, comunidade. O reconhecimento e valorização do que é próprio pode levar a um ambiente de confiança, no pessoal e comunitário. Confiança é o que alimenta o capital social – justamente aquele que nos falta – e que é o único capaz de ativar as demais formas de capital: cultural, ambiental e econômico”.¹²

¹² In Plano da Secretaria da Economia Criativa. Políticas, Diretrizes e Ações 2011 a 2014, anexo 1: O Estado e a Economia Criativa, numa perspectiva de sustentabilidade e futuro.

Direcionamentos e concepção do Plano

O Plano de Turismo Criativo de Brasília, concebido sob a ótica de política pública de turismo e estruturado a partir de políticas globais, nacionais, regionais e locais, a ser executado com as interfaces administrativas dos órgãos governamentais e a forte cooperação da rede de organizações patronais, civis, paraestatais e iniciativa privada, traz contido: princípios, premissas, valores, visão, objetivos e estratégias, direcionamentos-chave para o projeto de desenvolvimento almejado.

Princípios

Todos por Brasília.

Viver bem, direito de todos.

Governo ético, transparente e com foco em resultados.

Economia mais competitiva.

Território planejado e estruturado.

Premissas

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.



Ampliar a mobilidade, tornando o transporte coletivo e o não motorizado mais atrativo.

Tornar o cidadão protagonista na formulação e controle de políticas públicas.

Dotar o governo de mecanismos que ampliem a capacidade de execução e de gestão para resultado.

Valores

- Dinamismo.
- Comprometimento.
- Transparência.
- Credibilidade institucional.
- Criatividade.
- Pertencimento.
- Cooperação.
- Integração.

Missão

Promover Brasília, Patrimônio Cultural da Humanidade, como

destino turístico reconhecido pela excelência na qualidade de vida e pelos diferenciais associados à sua arquitetura moderna, diversidade cultural, criatividade, mobilidade e acessibilidade.

Visão

Tornar Brasília um destino turístico de excelência no mundo e despertar no Brasileiro o orgulho por sua capital.

Objetivos Específicos

- Despertar o interesse dos gestores, setores e segmentos da cadeia produtiva do turismo para a importância do turismo criativo como forma de diversificar a oferta dos produtos e serviços de Brasília;
- Fomentar oportunidades de negócios criativos junto aos empreendedores da cadeia produtiva do turismo;
- Produzir dados, disseminar informações e mobilizar os

empreendedores para a formalização de setores “criativos”, de modo que se constituam redes de produtos e serviços da cadeia produtiva cooperada e dinâmica;

- Criar condições técnicas e de promoção de roteiros autoguiados qualificados, facilitando o acesso dos portadores de necessidades especiais.

Segmentos priorizados

- Negócios;
- Eventos (feiras, congressos e esportivos);
- Rural;
- Cultural;
- Místico e religioso;
- Cívico e cidadão.

Públicos-Alvo –

Brasília e RIDE, Região Centro-Oeste

- Gestores públicos;
- Instituições de ensino técnico e superior;

- Instituições patronais;
- Empresários da cadeia produtiva do turismo cadastrados e com situação regular no CADASTUR (Transportadora Turística, Acampamento Turístico, Parque Temático, Agências de Turismo, Guias de Turismo, Organizadoras de Eventos, Meios de Hospedagem);
- Empresários e lideranças dos setores da economia criativa;
- Empresários e lideranças das áreas da produção associadas ao turismo: culturais, artísticas, artesanato, agroindústria, gastronomia, souvenirs, moda;
- Empreendedores das áreas de tecnologia e design;
- Representações e lideranças da hotelaria, receptivo turístico e segmentos turísticos;
- Guias de turismo;
- Artistas;
- Gestores de espaços de eventos públicos e privados;
- Promotores de eventos;
- População;
- Turistas.

Eixos de atuação e objetivos estratégicos de execução

O Plano de Turismo Criativo de Brasília constitui o marco que possibilitará identificar e apontar as proposições que garantirão aos gestores acompanhar as ações executivas, aferir resultados e adequar os processos do planejamento na perspectiva da inovação, integração, cooperação e comprometimento.

Nesse âmbito, deve ser ampliado e qualificado o sistema de planejamento, gestão, monitoramento e avaliação de desempenho do Plano, alinhado aos programas e ações do Programa de Governo: Cidade, Cidadão, Cidadania e do Planejamento Estratégico da Secretaria Adjunta de Turismo 2016-2019.

GESTÃO

Objetivo Estratégico

Utilização do turismo como elemento integrador de diferentes políticas públicas para o desenvolvimento de Brasília, a partir da articulação com as diferentes áreas do governo, evidenciando a capital como um destino com áreas urbanas revitalizadas, polos de tecnologia, arte, cultura, economia criativa e áreas rurais a serem visitadas.

Grandes Ações 2016-2019

- Formulação de planejamento estratégico de desenvolvimento do turismo, de forma participativa e integrada.
- Fortalecimento do Conselho de Turismo (Condetur) por meio de gestão eficaz com vistas à execução das políticas públicas do setor.
- Criação do grupo de trabalho (GT) com a participação das Secretarias de Turismo, Cultura, Educação, Esporte e Lazer, Meio Ambiente, Economia e Desenvolvimento Sustentável e Segurança Pública e Paz Social com vistas à implementação de ações transversais e qualificação das políticas públicas do turismo.
- Mapeamento, diagnóstico e implementação de um programa que integre Cultura, Turismo e Esportes/Lazer, definindo usos e funções dos espaços públicos de interesse do turismo, em todas as cidades de Brasília.
- Criação de comitê interinstitucional para formulação de políticas visando a 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.
- Revisão dos marcos legais do setor artesanal e da produção associada ao turismo em todas as cidades de Brasília, priorizando o fortalecimento do Conselho de Artesanato do Distrito Federal.
- Revitalização da Agência Brasil Central do Turismo (ABCT) de modo a consolidar políticas e ações regionais integradas.



Propositura	Possíveis Parceiros	Prazo
<p>Estimular o trabalho colaborativo no trade.</p> <p>A conectividade entre profissionais da área deve ser premissa para a estruturação dos destinos turísticos. Tornar efetiva a interação entre profissionais do trade, conectando as novas ideias e as atividades criativas já existentes. O Condetur se constitui instância mobilizadora dos segmentos, apoiado no Observatório do Turismo, estruturado para subsidiar as ações por meio de estudos, pesquisas e avaliações, flexibilizando o modelo de gestão a partir de outras formas de organizações consultivas no âmbito das instituições que compõem a cadeia produtiva do turismo.</p>	<p>Condetur, Representantes das RA's, Sebrae e demais Serviços Sociais Autônomos, ABC, instituições de ensino técnico e superior, veículos de comunicação, representantes da economia criativa do DF e Câmara Promove Brasília.</p>	<p>Curto</p>
<p>Como fazer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Mobilizar os profissionais e empresários do trade para uma atuação colaborativa. Mapear os empreendedores e negócios de turismo e economia criativa de Brasília para que sejam envolvidos no processo de proposições e disseminação das ideias de melhores práticas realizadas em Brasília. Realizar atividades que possibilitem a integração entre os envolvidos na economia criativa de forma que se estabeleçam conexões e complementariedade entre os negócios. Criar ferramentas de avaliação de resultados que evidenciem onde e como houve a conexão entre os diferentes negócios de turismo e economia criativa de Brasília, além da identificação da criação de novos empreendimentos. Motivar o Conselho de Turismo (Condetur) a promover o debate, mobilização e parcerias para o fomento de setores criativos em Brasília. Estruturar o Observatório do Turismo com vistas a oportunizar estudos de processos, demandas, impactos e resultados. Articular as Secretarias de Esporte, Turismo e Lazer com as demais Secretarias: Cultura, Educação, Meio Ambiente, Economia e Desenvolvimento Sustentável e Segurança Pública e Paz Social com vistas a implementar ações transversais e qualificação das políticas públicas do turismo. 		

Propositura	Possíveis Parceiros	Prazo
<p>Consórcio Brasil Central</p> <p>Integrar as Ações do Plano de Turismo Criativo de Brasília com o Consórcio Brasil Central e a Agência Brasil Central do Turismo (ABCT) como estratégia para o estímulo às iniciativas de negócios criativos e ampliação da cadeia produtiva regional.</p>	<p>Governos das Unidades Federadas</p> <p>Conselhos Estaduais de Turismo e Cultura.</p> <p>Empreendedores da cadeia produtiva da cultura, do turismo e economia criativa.</p>	<p>Curto</p>
<p>Como fazer:</p> <ul style="list-style-type: none"> Pautar apresentação do Plano de Turismo Criativo pelo Governo de Brasília em reunião conjunta com as direções do Consórcio e da Agência Brasil Central de Turismo. Propor ao Consórcio uma agenda de trabalho entre os Secretários de Turismo e Cultura, para definição de estratégias e ações conjuntas na integração regional para os negócios criativos no âmbito da cadeia produtiva do turismo. Ampliar o debate e integração no âmbito dos Conselhos Estaduais de Cultura e Turismo. 		



Propositura	Possíveis Parceiros	Prazo
<p>Acordo de Cooperação entre as Secretarias Adjunta de Turismo e Cultura</p> <p>Princípios:</p> <p>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 a 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.</p> <p>Com base no plano estratégico do turismo promover Brasília, Patrimônio Cultural da Humanidade, como Destino turístico reconhecido pela excelência na qualidade de vida e pelos diferenciais associados a sua arquitetura moderna, diversidade cultural, criatividade, mobilidade e acessibilidade.</p> <p>Objetivo: Estimular o Turismo Cultural e Criativo no DF e RIDE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fortalecer a imagem de Brasília, no Brasil e no exterior, como cidade celeiro de bens culturais, materiais e imateriais, de relevância para a identidade e diversidade cultural do País; - Fortalecer, em Brasília, o turismo de eventos artísticos e culturais, em suas transversalidades; - Fomentar e fortalecer o turismo cultural e de experiência, valorizando as identidades locais gerando oportunidades de trabalho e renda.. 	<p>Secretaria de Cultura e Secretaria Adjunta de Turismo</p>	<p>Curto</p>

Como fazer:

- Pactuar juridicamente (minuta, projeto básico e plano estratégico) do Acordo de Cooperação;
- Formar comitê gestor institucional da parceria de cooperação técnica;
- Definir e priorizar projetos de interesses comuns da parceria;
- Estabelecer fontes de recursos financeiros para execução dos projetos;
- Elaborar o instrumento do Acordo de Cooperação entre Secretaria de Cultura e Secretaria Adjunta de Turismo;
- Formalizar e publicar o Acordo de Cooperação Técnica
- Operacionalizar o plano estratégico.



PROMOÇÃO, MARKETING E COMUNICAÇÃO

Objetivo Estratégico

A Marca Brasília promovida nos âmbitos local e nacional, reafirmado a identidade e o sentimento de pertencimento, como também no cenário internacional, evidenciando a notoriedade e a capacidade de atração de Brasília como referência de modernidade e inovação.

Grandes Ações 2016-2019

- Formulação de um plano de comunicação e marketing que contemple a criação e gerenciamento da marca Brasília, com promoção de campanhas nacionais e internacionais e envolvimento do cidadão,
- Consolidar uma agenda oficial do Governo do Distrito Federal que integre eventos de interesse do turismo.
- Destinação de parte da verba de publicidade para a promoção de Brasília, em âmbito nacional e internacional, como destino turístico cultural, de eventos, gastronômico, cívico, rural, ecológico, esportivo, místico e religioso.

Propositura

Possíveis Parceiros

Prazo

Marca Brasília

Desenvolver nova imagem da marca Brasília mediante a promoção de um processo de *branding* da cidade, que permita reforçar o prestígio, fomentar a fidelidade, garantir a qualidade, transmitir valores e dotar as pessoas de identidade e sentimento de pertencimento.

Órgão oficial de turismo do GDF, Sebrae/DF, empresas da cadeia produtiva do turismo, entidades de classe, imprensa, instituições de ensino superior, diferentes movimentos existentes na cidade, Embratur, Ministério do Turismo, Câmara Promove Brasília.

Médio

Como fazer:

- Realizar diagnóstico: pesquisa prévia (benchmarking internacional) e diagnóstico sobre o posicionamento da cidade (identidade e reputação), com participação de especialistas e cidadãos.
- Definir dimensões da cidade que se quer ativar e síntese dos valores fundamentais.
- Estabelecer públicos e mercados alvos.
- Criar slogan e imagem da marca por meio de concurso público, onde a primeira etapa deverá selecionar um número de marcas para posterior consulta de opinião pública, de modo a gerar movimento de pertencimento da cidade.
- Desenvolver estratégias de adesão e difusão da nova marca.
- Definir forma de gestão da marca.
- Avaliar, analisar e monitorar a reputação de Brasília na mídia.



Propositura	Possíveis Parceiros	Prazo
<p>Captação de eventos que corroborem para o posicionamento de Brasília enquanto destino criativo</p> <p>A captação de eventos passou a ser, a partir de 2011, meta prioritária do Governo de Brasília. Todavia é necessário inovar na diversificação e segmentação de públicos e eventos, com vistas a oferecer produtos diferenciados para públicos específicos. Importante inovar o calendário de eventos para minimizar a sazonalidade na cadeia produtiva do turismo.</p> <p>Como fazer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar a lista dos grandes eventos em potencial para serem captados para Brasília. • Reunir as entidades de cada setor e segmento para colaborar no processo de captação. • Elaborar o projeto de captação dos eventos a partir de projetos colaborativos. • Definir o plano de ação desde o contato com os organizadores dos eventos até sua realização. • Criar um projeto para aproveitamento dos diferentes negócios de turismo e da economia criativa nos grandes eventos. 	<p>Entidades de classe da área de eventos, Órgão oficial de turismo do GDF, Sebrae, instituições de ensino, empresas de eventos e turismo, Embratur e Câmara Promove Brasília.</p>	<p>Médio</p>

Propositura	Possíveis Parceiros	Prazo
<p>Estratégias de Mercado - Artesanato e Produção Associada</p> <p>A necessidade de nivelar conceitos, definições e complementaridade de ações das políticas públicas no âmbito dos governos federal, estadual e distrital é determinante com vista a convergir os esforços e gerar resultados concretos para os cidadãos. Os setores da cultura, do turismo e do desenvolvimento agrário, a exemplo dos respectivos programas Economia Criativa, Produção Associada ao Turismo e Brasil Rural, atuam de forma convergente mas não articulada, reduzindo sobremaneira o fomento aos setores.</p> <p>A reestruturação ou ampliação de novos espaços e a revisão e atualização de critérios de participação em feiras e eventos comerciais ou de promoção, na tentativa de inserção da produção associada, tem sido uma constante, necessitando de ordenamento e ampliação de estratégias de prospecção de mercados nacionais e internacionais que permitam a identificação de canais de distribuição, perfil dos clientes, tendências a médio e longo prazos e programas de apoio.</p> <p>Qualificar o processo de comercialização em espaços já utilizados, como feiras das Regiões Administrativas, eventos no Centro de Convenções e Polo do Artesanato (Lago Sul), podem ser de grande relevância por serem espaços de referência. Inovar é identificar novos pontos de comercialização – como museus, shoppings, aeroportos, metrô e estádio – e assim direcionar produtos com identidade cultural capazes de promover o destino Brasília.</p>	<p>Órgão Oficial de Turismo do GDF, Sebrae-DF, Associação dos artesãos, Ruraltur, Secretaria de Cultura do DF.</p>	<p>Médio</p>



Como fazer:

- Utilizar os valores constitutivos das expressões culturais como fonte de dados e elementos iconográficos a serem incorporados na produção associada, bem como valores a serem inseridos no plano de promoção turística.
- Desenvolver estratégias de aproximação entre profissionais para orientar a agregação de valor econômico e cultural aos segmentos da produção associada e dessa forma gerar competitividade dos produtos e estimular a promoção da cadeia produtiva do turismo.
- Implantar, qualificar e consolidar espaços de negócios da produção associada ao turismo: feiras e espaços públicos, feiras promocionais, feiras nacionais e internacionais, eventos promocionais.
- Elaborar projeto para criação da identidade visual dos produtos, serviços e sistemas comerciais: certificados de origem e de qualidade dos produtos e serviços e dos estabelecimentos comerciais; marcas, embalagens e campanhas promocionais.
- Produzir material promocional do artesanato e da produção associada (vídeo, *folders* e catálogo eletrônico).
- Participar de feiras locais associadas ao artesanato.
- Estruturar Caminhos do Fazer: espaços públicos associadas ao artesanato.
- Estruturar eventos Caminhos do Fazer Rural associadas ao artesanato.
- Realizar feiras em administrações regionais associadas ao artesanato.
- Participar de feiras nacionais e internacionais associadas ao artesanato.
- Inserir produtos artesanais, agroindustriais e industriais com identidade visual característica de Brasília nos meios de hospedagem da cidade.

Propositura	Possíveis Parceiros	Prazo
<p>Candidatar Brasília para compor a Rede Cidades Criativas</p> <p>A Rede de Cidades Criativas da UNESCO foi criada em 2004 para promover a cooperação entre as cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico para o desenvolvimento urbano sustentável. Atualmente são 69 cidades que compõem a rede com um objetivo comum: impulsionar a criatividade e as indústrias culturais nos seus planos de desenvolvimento em nível local e cooperar ativamente em nível internacional.</p> <p>A Rede de Cidades Criativas abrange sete campos criativos: Artesanato e Artes Folclóricas, Design, Filme, Gastronomia, Literatura, Artes Midiáticas e Música.</p> <p>Para se tornar um membro da UCCN (Unesco Creativ City Network), cidades candidatas devem apresentar um pedido com foco em uma das categorias mencionadas acima, demonstrando claramente a sua vontade, compromisso e capacidade de contribuir para os objetivos da Rede de modo a colaborar e estabelecer parcerias que visem a promoção da criatividade e das indústrias culturais, compartilhamento de boas práticas, de modo a inserir a cultura nos seus planos de desenvolvimento locais.</p> <p>O desenvolvimento de uma cidade criativa somente terá resultado perene, longo e sustentável, se contar com o envolvimento do governo, do setor privado e da sociedade civil. Quando se possui os requisitos para a candidatura, o engajamento da comunidade, que reflete a identidade desta comunidade com o título de cidade criativa, pode ser um grande diferencial para o êxito da obtenção do título.</p>	<p>Órgão oficial de turismo do GDF, Sebrae/DF, empresas da cadeia produtiva do turismo, entidades de classe, imprensa, instituições de ensino superior, diferentes movimentos existentes na cidade, Embratur, Ministério do Turismo, Câmara Promove Brasília e UNESCO.</p>	<p>Médio</p>



INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

Objetivo Estratégico

Infraestrutura urbana qualificada em todas as cidades de Brasília, propiciando novos usos e funções dos recursos que atendam os segmentos do turismo cultural, de eventos, gastronômico, cívico, rural, ecológico, esportivo, místico e religioso.

Grandes Ações 2016-2019

Como fazer:

- Revisão e implantação do Projeto Orla, contemplando a implantação de infraestrutura adequada nas praias do Lago Paranoá, conforme zoneamento elaborado pelo Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Paranoá; articulação com instituições públicas e privadas para a consolidação de uma agenda de eventos de esportes aquáticos no Lago Paranoá.
- Reestruturação da infraestrutura e da gestão da Feira de Artesanato da Torre de TV – atrativo turístico expressivo –, considerando ser espaço de convergência da diversidade cultural de todas as cidades de Brasília e do Brasil.
- Ampliação e estruturação da rede de comercialização do setor artesanal e da produção associada ao turismo, de forma a promover o desenvolvimento sustentável para produtores locais e sociedade.
- Articulação, com as instituições competentes, da gestão de um sistema de mobilidade urbana e instalação de sinalização turística, de modo a atender às necessidades do setor, em Brasília.
- Consolidação e difusão de um mapa turístico expandido e georreferenciado de Brasília, RIDE e região Centro Oeste.
- Incentivo à iniciativa privada para a recuperação ou instalação de novos equipamentos para o turismo de eventos, conjugados com uma agenda que estimule a permanência do visitante para usufruir dos circuitos turísticos de finais de semana.
- Construção de um centro de exposições e comercialização de artesanato, constituindo-se em um espaço de referência que evidencie a diversidade da produção artesanal e da arte popular brasileira.
- Apoio à criação do Museu do Esporte no Estádio Nacional de Brasília.

Propositura	Possíveis Parceiros	Prazos
<p>Torre de TV</p> <p>1 - Feira de Artesanato</p> <p>Reestruturação da infraestrutura física, urbanística, paisagística, tecnológica, de segurança pública e promoção da gestão compartilhada da Feira de Artesanato da Torre de TV, de modo que se constitua em espaço que evidencie a divulgação e preservação dos valores da diversidade e do patrimônio cultural de Brasília e do Brasil, expressos no artesanato, na gastronomia e nas manifestações culturais, componentes da cadeia produtiva do turismo.</p> <p>2 - Mezanino da Torre</p> <p>É um dos pontos turísticos com maior potencial para exploração empresarial do DF. Atrativo muito visitado, entretanto, Exemplos de possibilidades de estratégias de informação e comunicação adequadas ao atrativo, tais como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Painéis no parapeito do mirante com as indicações dos pontos de referência para auxiliar o turista na compreensão do Plano Piloto - o avião, as asas, os eixos e as tesourinhas; - Painéis com mapas desenhados por artistas expressando os diversos olhares sobre a cidade; - Nos pilotis, espaço em que os visitantes formam as filas para acesso ao mirante instalar projeção de vídeos explicativos sobre o atrativo e a cidade; histórias e curiosidades. - Os elevadores com melhor comunicação visual contendo imagens panorâmicas da cidade, pôr do sol, alusão a uma viagem no tempo - o período da construção de Brasília. - Equipamentos modernos (Visoramas¹⁴) como os de realidade mista, com recursos que permitem o usuário interagir com imagens panorâmicas em um ambiente multimídia, são apropriados para o atrativo auxiliando nas explicações sobre a cidade. 	<p>Administração Regional de Brasília, Secretaria do Trabalho, Secretaria da Saúde, Vigilância Sanitária, Agência de Fiscalização, Coordenadoria das Cidades, Serviço de Limpeza Urbana, Secretaria de Segurança Pública, representatividade dos artesãos e demais parceiros envolvidos para desenvolvimento das ações relacionadas à execução das atividades.</p>	<p>Longo</p>

¹⁴ Visorama - um sistema de realidade virtual. O equipamento propõe o encontro do cinema com as novas mídias digitais e com a arte contemporânea, proporcionando ao espectador uma imersão na obra audiovisual. De acordo com André Parente, criador do equipamento, o Visorama rompe com as três dimensões tradicionais do cinema: arquitetura (a sala de cinema), tecnologia (câmera e projetor) e narratividade (organização das relações espaço-temporais). "O Visorama é diferente porque, com o auxílio das novas tecnologias, permite recriar o cinema em outros locais além das salas de cinema tradicionais, como galerias e museus, sem a rígida disposição das cadeiras em frente à tela de projeção", diz o pesquisador artista, destacando entre essas diferenças a relação de interatividade entre imagem e espectador. "Cabe ao espectador explorar as imagens de forma a encontrar um lugar para si diante do que ele vê, ouve e sente." (Fonte site inovacaotecnologica.com.br)



Como fazer:

- Desenvolver editais para a contratação de estudos e projetos técnicos executivos que atendam às necessidades de reestruturação da Feira de Artesanato da Torre de TV, tendo em vista a qualificação do espaço para a efetiva utilização pública e turística, com segurança, acessibilidade, sinalização, limpeza, serviços de mobilidade urbana, infraestrutura, instalações hidráulicas, elétricas, de esgoto e implantação de modelo de gestão e sustentabilidade do local.
- Combater com serviço de inteligência e policiamento preventivo problemas urbanos como tráfico, jogos ilícitos, prostituição, arrombamentos, assaltos e criminalidade, em geral, intensificando e ampliando o policiamento diurno e noturno nas imediações e adjacências do espaço turístico Feira de Artesanato da Torre de TV, setores hoteleiros Norte e Sul e Parque da Cidade.
- Propor a instalação de posto permanente da polícia militar com sistema de segurança avançado (monitoramento de câmeras, disque denúncia, etc.) para o combate o crime e a violência em espaços turísticos.
- Propor espaço multiuso na Feira de Artesanato da Torre de TV, com oficinas de saberes, receptivo, informações turísticas de Brasília e promoção de roteiros turísticos autoguiados nas modalidades walking e bike tour, valorizando as experiências criativas e produção associada ao turismo na cidade.
- Revitalizar a praça de alimentação, resgatando e destacando a culinária típica da região.
- Inserir estas possibilidades como oportunidades de negócio no processo de concessão do atrativo.

Propositura	Possíveis Parceiros	Prazos
<p>Centro de Referência do Artesanato e da Arte Popular Brasileira</p> <p>Instituição de caráter museográfico local que reunirá um conjunto organizado de investimentos, ações e instalações voltado para o registro, resgate, dinamização, promoção e comercialização da produção artesanal e da arte popular, bem como para o aperfeiçoamento e difusão das técnicas e dos processos desenvolvidos pelos artesãos e artistas de Brasília e do Brasil. O entendimento da necessidade de fomentar um espaço de referência e resistência, onde haja a possibilidade de informação, formação, fruição e comercialização desta manifestação da cultura brasileira, permite a sustentabilidade econômica dos produtores e a permanência dos saberes patrimoniais</p> <p>O Centro de Referência poderá ser, também, uma entidade certificadora que garantirá a autenticidade e origem dos objetos de arte e artesanato. Poderá possibilitar negócios diretos, com os núcleos produtores via sistemas de compra on-line, garantindo desta forma a satisfação do visitante e ganhos para o conjunto dos artesãos e artistas populares.</p> <p>Como fazer:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboração do projeto arquitetônico. • Estabelecimento da pessoa jurídica da instituição. • Elaboração do Plano Museológico, conforme Artigo 46º da Lei 11.904. • Projeto de instalação e mobiliário. • Projeto de tecnologia e criação de base de dados. • Contratação permanente de uma equipe interdisciplinar. 	<p>Administração Regional de Brasília, Secretaria do Trabalho, Coordenadoria das Cidades, associação dos artesãos e demais parceiros identificados para o desenvolvimento desta ação.</p>	<p>Longo</p>



Propositura	Possíveis Parceiros	Prazos
<p>Brasília - Hub de empreendedores criativos.</p> <p>Brasília dispõe de todas as condições para se tornar um dos <i>hubs</i> da economia criativa do país. O objetivo é promover e fortalecer um ecossistema de inovação, transformando a cidade em um polo de criatividade e inovação, gerando novas oportunidades de negócios. O investimento nos setores criativos reforça a identidade cultural da cidade e também sua promoção para o mundo.</p> <p>Para tanto, é necessário investir em espaços inspiradores projetados para trabalho, colaboração, eventos e negócios; associados a programas de incubação, aceleração e educação. Nesse sentido, é preciso criar um ambiente multidisciplinar sustentado por 4 grandes pilares:</p> <p>Infraestrutura: Espaço adequado ao trabalho colaborativo Serviços essenciais para empreendedores Espaços para eventos e reuniões</p> <p>Apoio ao empreendedor: Treinamento em habilidades de negócios Programas de incubação e aceleração Oportunidades de networking e eventos</p> <p>Comunidade colaborativa: Uma comunidade diversificada de empresários, profissionais, investidores e organizações da sociedade civil.</p> <p>Ecossistema: Ecossistema onde os principais agentes de diferentes setores sintam-se confiantes e apoiados para colaborar em questões e desafios comuns.</p> <p>Um exemplo sul-americano de destaque é o caso de Buenos Aires. A cidade apostou em setores da nova economia criativa e colaborativa a partir de suas vocações. Empresários, entidades e o governo local escolheram uma área degradada no bairro de Barracas e criaram um <i>cluster</i> da economia criativa para apoiar empreendedores diversos, com destaque para a tecnologia e design, além das áreas de audiovisual, moda, games e música. Esse novo <i>hub</i>, aos poucos movimentou a economia da cidade, atraiu talentos e recuperou o desenvolvimento do bairro, antes degradado. Um programa de políticas públicas foi desenvolvido apoiando os setores criativos e criou um centro de tecnologia de design que movimentou diversos negócios empreendedores e apoia talentos de várias áreas. Hoje o setor corresponde a 10% da economia portenha e o Centro Metropolitano de Design atrai empreendedores do mundo todo.</p>	<p>GDF; cadeia produtiva da economia criativa e turismo; entidades representativas do setor da economia criativa; Associação das Startups, Sebrae DF, Fibra, Aceleradoras, Ministério da Ciência e Tecnologia.</p>	<p>Médio</p>

Como fazer:

- Buscar convivência (física e virtual) entre empreendedores bem sucedidos e novos talentos disponíveis num ambiente propício à troca, transferência tecnológica e cultura em âmbito nacional e internacional.
- Capital inteligente: conectar o capital financeiro ao capital empreendedor preservando a cultura empreendedora.
- Gerar programas de curto e longo prazo para empreendedores com objetivo de expansão de negócios e com manutenção do desenvolvimento local.
- Mobilizar parceiros para definição do modelo de gestão do *hub* de negócios criativos.
- Definir espaço para ocupação.
- Definir critérios para seleção dos perfis das empresas participantes.
- Definir incentivos fiscais e tributários para as empresas envolvidas no *hub*.
- Criar novas políticas públicas para estímulo à adesão ao projeto.



Propositura	Possíveis Parceiros	Prazos
<p>Implantação do Projeto “Brasília, 30 anos Patrimônio Mundial” (1987 a 2017).</p> <p>Em 1987, Brasília foi inscrita na Lista do Patrimônio Mundial da UNESCO, que reconheceu o valor excepcional do planejamento urbanístico do Plano Piloto da Capital, desenvolvido pelo arquiteto e urbanista Lúcio Costa. A cidade foi o primeiro conjunto urbano do século XX a ser reconhecido como Patrimônio Mundial. A principal característica da cidade, marco do Movimento Moderno, é a monumentalidade, determinada por suas quatro escalas: monumental, residencial, bucólica e gregária e por sua arquitetura inovadora.</p> <p>Brasília integra uma lista de 19 sítios brasileiros declarados Patrimônio Mundial pela UNESCO. Tal reconhecimento internacional e os benefícios decorrentes do título, que potencializam o turismo cultural e a indústria turística em outras partes do mundo, ainda são pouco explorados pelas cidades brasileiras, entre elas a capital do país.</p> <p>Nesse sentido, em janeiro de 2014, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) lançaram a publicação “Sinalização do Patrimônio Mundial no Brasil – Orientações Técnicas para Aplicação” a fim de dar maior visibilidade aos sítios brasileiros declarados Patrimônio Mundial pela UNESCO.</p> <p>A publicação, que busca promover e valorizar os sítios culturais, naturais e mistos existentes no país, apresenta referências para a produção de projetos de sinalização em sintonia com a identidade visual comum ao Patrimônio Mundial reconhecida internacionalmente.</p> <p>O Projeto “Brasília, 30 anos Patrimônio Mundial” (1987 a 2017), desenvolvido no âmbito do Projeto de Cooperação Internacional – UNESCO/ GDF, pretende abrir as celebrações dos 30 anos do título mundial com a entrega da sinalização da cidade com o emblema internacional do Patrimônio Mundial.</p> <p>O objetivo é implantar marcos de sinalização em pontos estratégicos do Plano Piloto, de maneira a identificar e valorizar a condição de Patrimônio Mundial da cidade, que passa a adotar uma identidade comum para a sinalização dos sítios culturais e naturais internacionais.</p> <p>A iniciativa contribuirá para estimular nos cidadãos brasilienses o reconhecimento e o sentido de orgulho de pertencer a um lugar valorizado mundialmente por sua beleza artística e riqueza cultural.</p> <p>Do ponto de vista do turismo e da cultura, uma sinalização própria e coerente para o Patrimônio Mundial significa favorecer a visibilidade da cidade e o reconhecimento de seu valor excepcional por turistas de outras partes do país e do mundo.</p>	<p>Órgão Oficial de Turismo do GDF; Secretaria de Gestão do Território e Habitação; Secretaria de Mobilidade Urbana; Secretaria de Cultura; Administração de Brasília; IPHAN e UNESCO.</p>	<p>Curto</p>

Como fazer:

- Contratar especialista para elaboração do layout das peças de sinalização a serem implantadas na cidade de acordo com os padrões internacionais estabelecidos pela UNESCO.
- Realizar diagnóstico para identificação de locais estratégicos a serem sinalizados.
- Contratar empresa para executar a implantação das placas em pontos estratégicos de Brasília, de maneira a identificar e valorizar a condição de Patrimônio Mundial da cidade.



Propositura	Possíveis Parceiros	Prazos
<p>Desenvolvimento de roteiros autoguiados – <i>walking tour</i> e <i>bike tour</i></p> <p>Brasília é referência mundial em arquitetura moderna, paisagismo e urbanismo. Seu território concentra um dos acervos mais importantes e representativos da arquitetura modernista do século XX, proporcionando-lhe a configuração única de um verdadeiro museu a céu aberto. Além disso, possui áreas livres, gramados, passeios, bosques e jardins, que lhe conferem o título de cidade-parque.</p> <p>A interação do conjunto dos edifícios destinados aos poderes fundamentais da nação – obras-primas da arquitetura com o meio ambiente cerrado – possibilita conhecer e apreciar a singularidade de Brasília com facilidade e comodidade, devido à concentração de monumentos importantes no Eixo Monumental.</p> <p>Essas características propiciam a estruturação de roteiros <i>walking tour</i> e <i>bike tour</i>, autoguiados que poderão ser realizados a pé ou de bicicleta, criando ambiente adequado e conectado as mais inovadoras tendências para que o visitante e os moradores integrem-se ao espírito da cidade.</p> <p>Os roteiros autoguiados, possibilitam promover o turismo em Brasília por meio de experiência turística com roteiros de curta duração, que possuam uma identidade educativa e que sejam uma ferramenta de aproximação da comunidade e visitantes com os atrativos e patrimônios de Brasília, por intermédio de práticas voltadas para a sustentabilidade, com o uso de meios de mobilidade de fácil acesso e baixa emissão de carbono.</p>	<p>UNESCO, Órgão Oficial de Turismo, ABARE, SINDGTUR, Secretaria de Cultura, Secretaria de Mobilidade, Secretaria de Segurança.</p>	<p>Médio</p>

Como fazer:

- Realizar estudo técnico para concepção e estruturação de modelo de roteiros autoguiados para caminhadas ou percursos de bicicletas utilizando as vias de pedestres e ciclovias já existentes na cidade.
- Sinalização dos espaços que proporcionam aos moradores e visitantes experiências únicas e verdadeiramente inovadoras.
- Elaboração de mapa lúdico com os itinerários a serem percorridos, em diversos formatos e indicando locais de realização de atividades culturais utilizados pela população local.

Propostas de intervenções criativas na cidade de Brasília

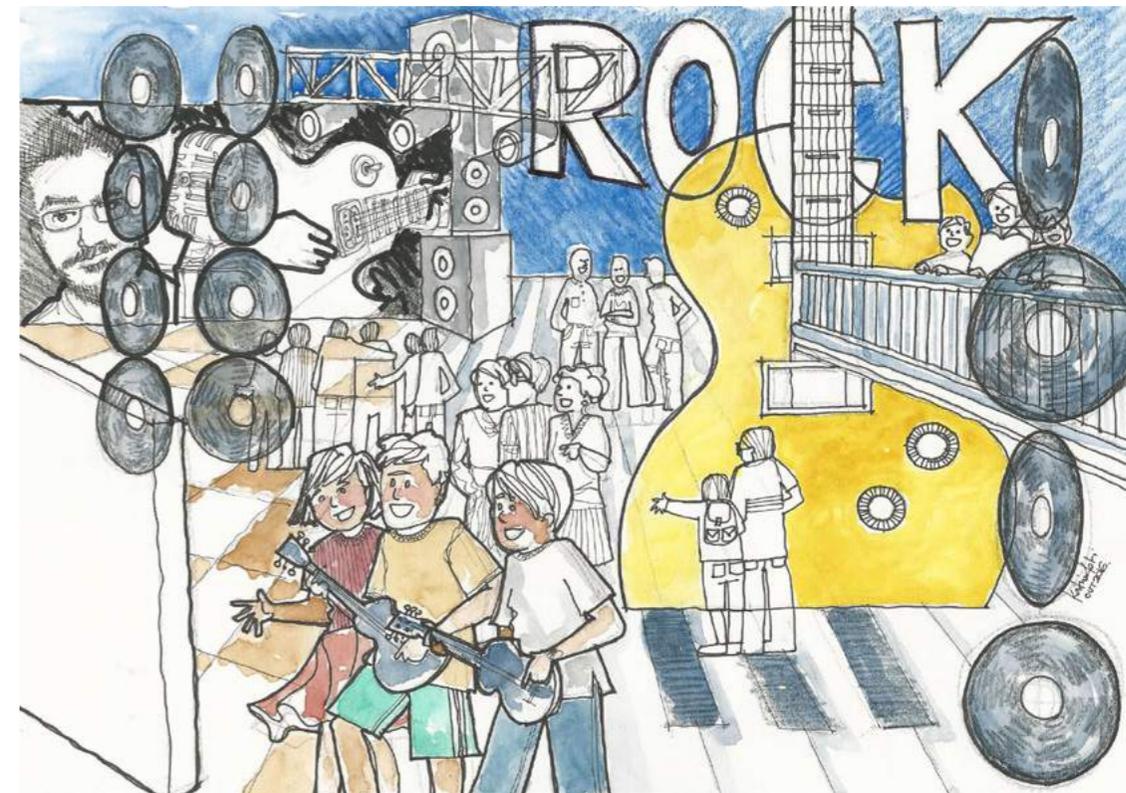
Museu do Rock

Brasília tem muitas referências emblemáticas do rock nacional, que possibilitam uma série de possibilidades para o desenvolvimento desta temática, como por exemplo, o Museu do Rock de Brasília. A ideia não seria a implementação de um local apenas com diferentes acervos de artistas e músicas, imagina-se um ambiente que proporcione experiências, interatividade, percepções, estímulos, sensações e estilo. Tudo referente ao rock n'roll da atualidade e de tempos antigos.

O museu seria um espaço para se viver, ouvir e sentir o rock e suas histórias. O visitante seria um convidado a participar de tudo isso – interagindo, criando e imaginando. A experiência seria o mote do museu, proporcionando diferentes atividades interativas como sala com trechos de vídeos, clipes, músicas em que podem escolher e mixar; estúdio do rock em que podem gravar sua própria versão de música; cabines de foto montagem com artistas e bandas; vocalista por um dia em que podem escolher uma música,

cantar e gravar seu próprio demo; *be a rock star* em que o visitante pode se sentir um verdadeiro artista, se vestindo como um roqueiro em diferentes cenários; *rock fan*, um teste de conhecimento sobre o rock, músicas, bandas e vocalistas. Não se trata de um museu comum. Trata-se

de um museu com elementos nacionais e internacionais e que possa criar marca e atração de turistas do Brasil e do mundo. Um espaço para viver, ouvir e sentir o Rock n Roll e suas histórias a partir de um formato onde o público é parte do acervo e interage e cria com ele.



Trilha sonora e poética de Brasília

Uma trilha sonora e poética com estátuas, esculturas ou obras de arte feitas por artistas renomados, em locais exatos onde músicos e poetas de Brasília tocavam e encantavam. Músicas e poesias que nasceram na cidade ou se popularizaram por artistas brasilienses, ou que a adotaram, poderão ser expostas com suas letras gravadas no chão ou ao redor da obra. São intervenções simples, porém elaboradas por escultores, grafiteiros e artistas profissionais, que ganham a atenção do público na cidade. E ainda “viajam” para o Brasil e o mundo ver por meio das fotografias e selfies

registradas pelos turistas. Ipanema tem Tom Jobim em seu calçadão, Copacabana tem Drummond e até o rei do baião Luiz Gonzaga foi homenageado no Rio de Janeiro. Renato Russo, que se desenvolveu como artista em Brasília ganhou uma estátua também no Rio de Janeiro na Estrada do Galeão e até Michael Jackson homenageado no Morro Santa Marta. Nos pontos das esculturas da Trilha sonora e poética de Brasília, pode-se pensar em instalar áudio com algumas músicas e poesias dos artistas para que as pessoas possam sentar, ouvir, relaxar e compartilhar.

Legoland Brasília

Um dos brinquedos mais famosos do mundo pode se tornar um novo atrativo para Brasília. Imaginar um mundo todo feito de lego é uma grande fantasia. Agora, se este mundo for a cidade de Brasília representada pelas pequenas peças coloridas, seria algo bem inusitado. A ideia é ter a capital federal e seus ícones construídos com milhares de peças lego para apreciação do público.

Neste mesmo espaço podem-se imaginar atividades de envolvimento dos visitantes. Um espaço de interatividade em meio às diferentes obras feitas de lego, para que cada pessoa se sinta estimulada a imaginar, criar, montar e prototipar outros ícones de Brasília e o que mais tiver em sua imaginação.



Torre de TV

Um atrativo interessante aos visitantes é aquele que proporciona uma interação com o público. A Torre de TV pode trabalhar muito bem esse envolvimento com seus visitantes disponibilizando informações sobre a cidade e suas histórias. Uma ideia é trabalhar com trechos e frases de poemas e músicas que falem sobre o cotidiano e o viver na capital. O acervo para se trabalhar é imenso, já que tantos artistas já homenagearam a cidade.

Quanto às atividades mais interativas, pode-se convidar os visitantes a participar ativamente de atividades, como: desenhar e colorir imagens da torre; criar frases sobre sua experiência no atrativo; postar fotos e vídeos de sua visita em redes sociais; deixar mensagens em murais; criar uma parede de recados; deixar mapas da cidade para que tentem identificar outros pontos principais, entre outras.

Outro exemplo seria proporcionar uma experiência diferente durante o tempo em que os visitantes aguardam os elevadores. Neste tempo, podem-se mostrar vídeos explicativos sobre a própria Torre e a cidade, além de curiosidades e fatos engraçados. Isso se daria com um monitor ou uma projeção próximo às colunas, distraindo os visitantes enquanto esperam na fila.

Também, pode-se trabalhar a comunicação visual interna dos elevadores, com adesivos de imagens panorâmicas da cidade ou do pôr do sol, ou mesmo fazendo uma alusão à viagem no tempo – período de construção de Brasília. O objetivo de qualquer destas sugestões é dar mais interatividade e informação. O atrativo precisa se comunicar com seus visitantes de uma forma mais interessante.

Brasília aos seus pés – mini BSB

Imagine ter a cidade de Brasília a seus pés. Sentir-se um gigante diante de uma cidade. Isso é possível com um modelo reduzido da cidade, ao estilo de uma maquete detalhada, mas num tamanho suficiente para que as pessoas possam circular pelos edifícios icônicos da cidade. A ideia é ter um espaço em que qualquer um consiga ter a dimensão da cidade, seu formato, seu traçado urbano, sua posição no planalto central, seus pontos de referência.

O objetivo é permitir que o visitante percorra por entre os monumentos de um jeito lúdico, percorrendo com poucos passos pelos diferentes elementos da cidade. O que se quer é permitir que andem a pé pelo eixo e suas tesourinhas, deem a volta no Parque da Cidade num instantinho, andem por entre os prédios da Esplanada dos Ministérios, molhem os pés no Lago Paranoá. E principalmente, ter a noção e enxergar o formato da cidade antes de vivenciá-la em toda sua grandeza.



Museu de arte a céu aberto

Uma ideia para o Parque da Cidade seria transformá-lo em um grande museu de arte a céu aberto, abrigando diversas obras de arte de artistas locais e de outros cantos do mundo. Usando Inhotim (MG) como referência, o parque abrigaria obras e instalações de artistas convidados, que seriam submetidos à curadoria do projeto. Algumas destas obras podem ser fixas e outras itinerantes. Isso permitirá uma

renovação constante. E sempre teremos coisas novas a apreciar. Lembrando que além da exposição, o objetivo é ter interação. Por isso, parte dessas obras terão que permitir que o visitante possa encostar, trocar de lugar, brincar, mudar seu formato original, abraçar, entre outras interações. Uma forma de ocupar e criar mais atratividade ao Parque da Cidade o ano todo.



Spa do Cerrado

Uma oportunidade para contato com a natureza, saúde, bem estar e estilo de vida. A criação por parte de investidores de um Spa do Cerrado direcionado para conceitos de vida saudável, tratamentos naturais, alimentação saudável e espaço para relaxamento, meditação e bem estar. Brasília dispõe de clima propício, facilidade de acesso e logística, além de já possuir entre a população, empreendedores que apostam em alimentos naturais, bem-estar e saúde. A questão da espiritualidade e meditação

também é tendência em Brasília e regiões próximas como os casos da Chapada dos Veadeiros e Abadiânia, o que poderia significar fluxo regional de turistas. Há crescente demanda pelos serviços prestados em spas pelo país, em razão da maior conscientização da população quanto aos benefícios proporcionados à saúde e ao bem-estar. Estima-se que hoje, segundo a Associação Brasileira de Spas, que o mercado teve crescimento de 20% nos últimos anos.

Linha turística de ônibus

Uma das formas mais tradicionais e simples de se conhecer um destino turístico, é usar os ônibus de turismo, que em muitas cidades são conhecidos como Hop-on-Hop-Off. A existência deste serviço não exclui os serviços de receptivo ou do acompanhamento de guias de turismo. Pelo contrário, prova o amadurecimento do destino, pois consegue vislumbrar diferentes oportunidades de mercado para todos os profissionais e negócios de turismo. Implantar uma linha turística de ônibus na cidade pode ser uma iniciativa

do poder público (apoio e incentivo) aliado à gestão e investimentos privados. Num primeiro momento, pode-se criar uma única linha. Depois da consolidação do serviço, aumento da demanda e avaliação sobre a necessidade de diferentes itinerários, pode-se criar linhas tematizadas – linha das superquadras, linha dos parques. Também, a linha turística de ônibus pode ser integrada a outros serviços já existentes na cidade – passeios de bikes, passeio de barco, passeios a pé, restaurantes, etc.

Brasília Cidade da Energia Solar

Grande parte dos dias a irradiação solar mostra aos cidadãos de Brasília a sua força. Toda essa energia pode ser aproveitada. Cada atrativo poderia gerar parte da energia para seu próprio consumo, como sua iluminação cênica. Outro uso da energia solar de Brasília poderia se dar para a criação de um centro educativo sobre energia solar. Uma espécie de *Centro do Sol* que além de ensinar crianças e adultos sobre novas tecnologias em painéis solares que podem ser adotadas nas residências, escolas e ambientes de trabalho, poderá estimular e incubar projetos inovadores

de empreendedores, estudantes ou startups para o uso da energia solar em diversas formas na cidade. Esses projetos poderão ser financiados por frentes de apoio e incentivo ao uso da energia solar, empresas nacionais e multinacionais e programas específicos. O centro poderá atrair pesquisadores, investidores e empreendedores de todo o mundo, já que Brasília dispõe do sol em abundância o ano todo. Além do aproveitamento convencional, a ideia é estimular projetos criativos e sustentáveis que podem ser co-criados para o uso público-privado como vários exemplos pelo mundo.

- Perfil do turista;
- Efetividade dos canais de distribuição;
- Impactos das ações de promoção e *marketing*.

As ações de avaliação serão acompanhadas em estreita articulação com o Conselho de Desenvolvimento do Turismo do Distrito Federal (Condetur), de forma a reafirmar o compartilhamento das responsabilidades da gestão do Plano.

Referências

ARAUJO, Jackson e PREDABON, Luca. Retrato Brasília: cartografia cultural e estética / organização coordenação editorial Jackson Araujo e Luca Predabon – 1ª edição – Brasília: 2015.

Arte para Todos. Jornal número 17/2002. Secretaria de Estado da Cultura/Governo do Distrito Federal. Museu vivo da Memória Candanga: Lugar de Patrimônio, História e Arte Popular. Brasília, 2002.

BEHR, Nicolas. Brasília A-Z, Cidade-Palavra. 3ª edição. 2014.

BILÁ, Gabriela. O novo guia de Brasília = The new guide to Brasilia / Gabriela Bilá; tradução: FriendlyCheesecake. – Brasília: Ed. do autor, 2014.

BRASIL. Ministério da Cultura. Seminário Nacional de Políticas Públicas para a Cultura Popular. 2 ed. São Paulo. Instituto Polis; Brasília: Ministério da Cultura, 2006. 184 p.

_____. Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa:

políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014. Brasília, 2011. 156 p.

_____. Ministério do Turismo. Estudo do Perfil de Turistas - Pessoas com Deficiência - Documento Técnico – 2013. Brasília: Secretaria de Direitos Humanos, UNESCO, CP2 Consultoria, Pesquisa e Planejamento. Ministério do Turismo, 2013.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo. O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil. 2013-2016.

_____. Ministério do Turismo. Plano Nacional de Turismo 2013 / 2016. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.

_____. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo - Diretrizes. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.

_____. Ministério do Turismo. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Associação de Cultura Gerais. Manual para o desenvolvimento e a integração de atividades turísticas com foco na produção associada. – Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

CARSON, Shelley. O cérebro criativo. Rio de Janeiro: BestSeller, 2012.

CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLO, Roberto. *Brasília: monumentos, marcos e esculturas* / Roberto Castello. – Brasília: R. Castello: Editora Ballatia Press, 2005.

CATALÃO, TT. *Brasília Cidade Cidadã*. Ilustrações e bordados de Antônia Zulma, Ângela, Marilu, Martha e Sávnia Dumont sobre desenhos de Demóstenes. 2000.

CAYEMAN, Charline. *A importância do turismo criativo para a sustentabilidade da atividade turística nas grandes cidades. O exemplo de Barcelona para o estudo de caso de Lisboa*. Dissertação apresentada para a obtenção do Grau de Mestre em Estratégias de Desenvolvimento Turístico, no Curso de Mestrado em Turismo, conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Departamento de Ciências Sociais e Humanas Lisboa, 2014

COSTA, Maria Elisa. *Lúcio Costa: inventor de Brasília* / Maria Elisa. – São Paulo: ECidade, 2013.

DE MASI, Domenico. *O Ócio Criativo; entrevista a Maria Serena Palieri; tradução de Léa Manzi*. – Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DE MASI, Domenico. *A economia do ócio / Bertrant Russell, Paul Lafargue; Domenico de Mais, organização e introdução; tradução Carlos Irineu W. da Costa, Pedro Jorgensen Júnior e Léa Manzi*. – Rio de Janeiro: Sextante, 2001.

FECOMÉRCIO DF. *Brasília 2015, A cidade que temos e a cidade que podemos ter*.

FLORIDA, Richard. *A ascensão criativa*. L&PM, 2011.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, Administração Regional de Planaltina. *Planaltina...Relatos*. Brasília, Administração Regional de Planaltina, 1985.

GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL, Secretaria de Estado de Turismo e Projetos Especiais do Distrito Federal. *Turismo Arquitetônico – Brasília Patrimônio Moderno: Traços, texturas, formas e curvas* – Brasília, DF: Secretaria de Estado de Turismo e Projetos Especiais do Distrito Federal, 2014; 100p.

HAMARAL, Leão. *Ceilândia 40 Anos Depois. Quem fez a História, Quem é História*. Série Planeta Ceilândia – Volume 2, 2013.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). *Educação Patrimonial: Inventários Participantes. Manual de Aplicação* – Iphan. Brasília-DF, 2016.

_____. *Superintendência do Iphan no Distrito Federal. Terreiros do Distrito Federal: Inventário Nacional de Referências Culturais / Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). Superintendência do Iphan no Distrito Federal; coordenação de Gorge Bessoni, Rodrigo Ramassote e Marcelo Reis; textos de Marcelo Reis*. – Brasília, DF: Iphan – DF, 2012.

JIWA, Bernadette. *Meaningful: the story of ideas that fly*. Australia: Perceptive Press, 2015.

JOHNSON, Steven. *De onde vêm as boas ideias*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

KELLEY, Tom; KELLEY, David. *Creative Confidence: unleashing the creative*

potential within us all. New York: Crown Publishing, 2013.

KERN, Iara. *De Aknaton a JK, das Pirâmides a Brasília (Tese)*. 2ª edição, 1984.

LEMONS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LOPEZ, Telê Porto Ancona. *Introdução. O Turista Aprendiz*. Mário de Andrade. Belo Horizonte: Itatiaia, 2002. 15-43. Impresso.

MADEIRA, Angélica. *A cidade e suas feiras: um estudo sobre as feiras permanentes de Brasília* / Angélica Madeira, Mariza Veloso – Brasília-DF: Iphan / 15ª Superintendência Regional, 2007.

MAGALHÃES, Aloísio. *E Triunfo? A questão dos bens culturais no Brasil*. Fundação Roberto Marinho. Nova Fronteira. Rio de Janeiro, 1997.

MOURÃO, Tania Fontenele. *Poeira e batom no Planalto Central: 50 mulheres na construção de Brasília* / Tania Fontenele Mourão e Monica Ferreira Gaspar de Oliveira. – Brasília, 2010.

_____. *Memórias Femininas da Construção de Brasília*.

Patrimônio nas ruas. – Brasília: Secretaria de Estado de Cultura do Distrito Federal. Diretoria de Patrimônio Histórico e Artístico, 2002.

PRETTO, Nelson de Luca. Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder /Nelson De Luca Pretto, Sérgio Amadeu da Silveira : organizadores. Salvador: EDUFBA, 2008. 232 p.

ROBINSON, Ken. Out of our minds: learning to be creative. Minnesota: Capstone, 2011.

_____. Libertando o poder criativo: a chave para o crescimento pessoal e das organizações. São Paulo: HSM Editora, 2012.

Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares. 2d. São Paulo: Instituto Pólis; Brasília: Ministério da Cultura, 2006. 184p.

SERVIC, O BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Brasília: Capital do Brasil - Plano de Posicionamento Estratégico. Sebrae, Barcelona Media Inovação Brasil. Brasília: SEBRAE, 2015.

_____. Cara Brasileira: a brasilidade nos negócios, um caminho pra o “made in Brazil”. – Brasília: Edição Sebrae, 2002.

_____. Mapeamento do Produtos Turísticos do Brasil Central em Comercialização no Mercado Nacional e Internacional. Mosaico Consultoria, Projetos Culturais, Turismo

_____. Plano de Desenvolvimento Turístico do Brasil Central. Barcelona Media Inovação Brasil, ABASE. Brasília: SEBRAE, 2015.

_____. Termo de Referência de Economia Criativa. Brasília: SEBRAE, 2012.

_____. Termo de Referência: atuação do Sistema SEBRAE no Artesanato/Durcelise Cândido Mascênem, Mauricio Tedeschi. Brasília: SEBRAE, 2010.

_____. Tradição e Renovação: Programa de Assistência e Valorização da Produção Artesanal. Brasília: SEBRAE, 1996.

SILVA, Ana Cristina Costa e; VIANA, Ana Cristina; LIGOCKI, Marcus. Brasília cinematográfica: 1ª etapa de preparação do destino referência em turismo cinematográfico no Brasil. – Brasília:

Instituto Dharma; Ministério do Turismo, 2009.

SUPERINTENDÊNCIA DO IPHAN NO DISTRITO FEDERAL. Vale do Amanhecer: Inventário Nacional de Referências Culturais / Deis Siqueira, Marcelo Reis, Jairo Zelaya Leite, Rodrigo M. Ramassote. – Brasília, DF: Superintendência do Iphan no Distrito Federal, 2010.

UNESCO (2006a). *Towards sustainable strategies for creative tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*. Santa Fe, New Mexico, USA, October 25–27, 2006. Acedido em 18 de Novembro de 2013, em <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811e.pdf>

VATTIMO, Gianni. *A sociedade transparente*. São Paulo: Edições 70, 198 p <http://www.pnud.org.br/Docs/TransformandoNossoMundo.pdf> acesso em 28 de abril 2016

<http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/618/> acesso em 28 abril 2016

http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos acesso em 02 maio 2016

Anexos

Anexo 1 – Participantes do Encontro

I Encontro de Turismo Criativo de Brasília

Data: 29-04-2015

Local: Funarte

NOME
ADEMIRSON LOULY
ADRIANA DE ALMEIDA NAZÁRIO SANTOS
ADRIANA LEMOS DE OLIVEIRA
ADRIANA MONTEIRO DA SILVA
ADRIANA OLIVEIRA FONSECA
ADRIANO PEREIRA TAVARES
AGATHA RITA DOROTÉIA TAVARES GUERRA
AGUIRRER ESTORILIO SILVA PINTO NETO
AILSON JOSÉ ROCHA JÚNIOR
ALCENIRA DA ROSA DOS ANJOS
ALDO VICTOR DE LIMA
ALEXANDRA FERNANDES JOSIAS
ALEXANDRE FERREIRA DOS SANTOS

ALINE KARINA DE ARAUJO DIAS
AMANDA DIAS FRANCO
AMANDA LOPES WHATELY
AMAUZI FERNANDES DE CASTRO URSULO
ANA ALEJANDRA CARRILLO CHIRINOS
ANA AMELIA PEREIRA DE CASTRO
ANA BÁRBARA DE PAULA PESSOA PRATES AMORIM
ANA CARLA DE ABREU MALTA
ANA CAROLINA DE FREITAS QUINTILIANO
ANA CLAUDIA SOUZA
ANA CRISTINA RODRIGUES AMORIM DE ALMEIDA
ANA KARLA GUERRA
ANA LAURA LOYOLA
ANA LUCIA FERREIRA DE SOUZA RAMOS
ANA LUCIA SAMPAIO SCARTEZINI
ANA LUIZA TAMM RABELLO
ANA MARIA DIVINA DA SILVA
ANA PAULA FERREIRA MIRANDA
ANA SUELY ZERBINI
ANA TEREZA FERREIRA DE SOUZA RAMOS
ANANDA DORTA DE FARIA
ANDRÉ PEROTTO

ANDRÉA BRITO THEORGA
ANDRÉA PEIXOTO LEÃO DE SOUZA
ANDREA TOLEDO FIÃES
ANDRESSA CRISTINA RODOVALHO OLIVEIRA
ANDRIELE CONCEICAO DE LIMA
ANGELA PIRES EGER
ANNA PAULA RODRIGUES SANTOS
ANTONIA RISEUDA BRASIL DE OLIVEIRA
ANTONIO FAVERO SOBRINHO
ANTONIO REUTEMAN REGO
ARIANNA MELLO MARQUES
ARTHUR LÁZARO LAUDANO BREGUNCI
BARBARA DOS SANTOS SOUZA
BARBARA NASCIMENTO RODRIGUES
BÁRBARA NAUANE RODRIGUES COELHO CORREA
BEATRIZ ARCOVERDE BEZERRA PIRES
BEATRIZ MELO SANTOS
BRAITNER MOREIRA ANDRADE
BRENDA ARYELA DE OLIVEIRA ARAÚJO
BRUNA CHAVICATTI PONTES
BRUNA FERNANDA LEAL DA SILVA
BRUNA MACHADO LOPES
BRUNA SOEIRO BELEOSOFF

BRUNO FERREIRA FARIAS
BRUNO GIOVANNI DOS REIS
BRUNO RODRIGUES SANTOS
CAIO RODRIGO DE ARAÚJO PORTO
CAMILA BELLINI PAULA
CAMILA RIBEIRO ROCHA TORRES
CAMILLA KAFINO
CARLA GOUVEIA CAMPOS
CARLOS ALBERTO DE PAULA
CARLOS FREDERICO DE PINHO E SILVA
CARLOS SOARES
CARMEN BARREIRA
CAROLINA DE SOUZA LOBO ALMEIDA
CAROLINA FAVERO DE SOUZA
CAROLINA MENEZES PALHARES
CAROLINA VALADARES SUCUPIRA
CAROLINE SEDLMAYER
CEDRIC BAINY VALENTE
CHESMAN CLAUDIONOR AIRES RAMOS
CLARISSA FERNANDES MIRANDA DE CASTRO
CLAUDIA DE SAOUZA MUNHOZ
CLAUDIO AKIO WATANABE
CLÁUDIO ROBERTO DE PAULA PRATA

CLECIO GONCALVES DE PAULA
CRISTIANE ELIZABETH DE MELLO GOMES
CRISTIANE MORAIS DE ALMEIDA
CRISTIANO ARAUJO BORGES
CRISTIANO DE ARAÚJO SOUSA
CRISTINA MALHEIROS HENRIQUES
CYNTHYA LEANDRO LOPES CRISTIANO
DALLIANE MARIA CABRAL
DAMARES RODRIGUES BARRETO
DANIELA DINZ TAVARES
DANIELA NAZAR NEIVA
DANIELA SILVA ANTUNES
DANIELA TRINDADE FERREIRA GOMES
DANIELLA BIZERRA DA SILVA
DANILO BARBOSA DE OLIVEIRA
DANILO DALTON CATALAN
DÉBORAH DA SILVA ACHCAR
DEBORAH NATASHA
DENISE CARVALHO DA SILVA
DIEGO DA SILVA PAIVA
DIVINO ANTÔNIO CÓRDOVA DE CASTRO
DORALICE ALVES RODRIGUES
DUÍLIO DOS SANTOS ALMEIDA

EDER RODRIGUES MONTEIRO
EDMILSON FIGUEIREDO
EDNA MARIA FERREIRA
EDNAR DA TRINDADE RIBEIRO
EDSON CORRREIA BARRETO
EDUARDO COUTINHO DE LIMA
EDUARDO MOREIRA ARAÚJO
EDUARDO SOUZA COSTA
EDVALDO ALVES DA SILVA
ELENI DE SOUZA FALCÃO
ELIANDIA FERREIRA DA CONCEICAO CARDOSO
ELIANE DE SÁ BRASIL BORGES
ELIANE RIBEIRO DE LOIOLA
ELISIA CRISTINA DE VASCONCELOS
ELIZABETH DALANA PAZELLO
ELVIO SIQUIEROLI CAVATON
ELVIRA LUIZA NAVES
ENI FONSECA MELO FERNANDES
ERANDI DA CRUZ SILVA
ÉRICA RENATA VIDAL GIAMPAOLO
ESTELA MARQUES DA SILVA
ESTER ALMEIDA CABRAL DOS SANTOS
ESTEVÃO BORGES GADELHA DE LARA

ÉVELLIN LIMA DE MESQUITA
EVELYN CAROLINE DE MELO SANTOS
FABIO ALMEIDA RIBEIRO
FELIPE BARBOSA DE ARAUJO
FELIPE BRAZIL BARROS
FELLIPE CARNEIRO FROTA
FERNANDA DIAS DOS ANJOS
FERNANDA GRACIELE BISPO DE OLIVEIRA
FERNANDA RODRIGUES PEIXOTO
FERNANDO CÉSAR MESQUITA TELES
FERNANDO DE MESQUITA SANTOS
FLAVIA CRISTINA RODRIGUES DE PAIVA
FLAVIA PORTELA
FLAVIANE LEMOS AZEVEDO
FRAGMAR DINIZ LEITE
FRANCISCO ISIDORO PESSOA NETO
FRANZ MACHADO
GABRIEL ABREU DA CUNHA
GABRIEL MARCHIOLI
GABRIEL PEDROSA MELO
GABRIELA ALVES COIMBRA
GABRIELA BARBOSA DE SOUZA
GABRIELA COSTA GONÇALVES

GABRIELA GUTIERREZ SOSA WIEDEMANN
GABRIELA LISBOA COELHO
GABRIELLA CARLOS ALMEIDA
GABRYELLE PEREIRA DE OLIVEIRA SIQUEIRA
GALDINO RODRIGUES REBOUÇAS
GEORGIA COELHO NASR
GERALDO MAGELA VELOSO GONÇALVES FILHO
GIOVANNA CUNHA MEDEIROS
GODMEIRE GUILHERME CORREIA
GRACO MELO SANTOS
GUILHERME ALVES CARVALHO
GUILHERME ASSUNÇÃO BARBOSA
GUILHERME LUCAS DOS SANTOS CAPANEMA
GUILHERME MENDES FREITAS
GUSTAVO ARAUJO FONTES CAVALCANTI
GUSTAVO HENRIQUE DE MELLO BRAGA
HAMZA CHEICK OUMAR DIA
HEBERT MOREIRA
HELOISA PINHO ROCHA
HELOISA VIEIRA BORGES
HENRIQUE CESAR DE CONTI
HIAGO NEVES CARDOSO

HILDELANE SILVA RAMOS
IARA LUCIA GOMES BRASILEIRO
IEDA BORGES DE CASTRO COSTA
IGOR DAVI DE SÁ BRASIL BORGES
IGOR DE SOUZA ROCHA
INES CRISTINA SEVIOLI
IRAQUEMES LANDIVAR DARSOLINO
IRIS MARIA CARDOSO DA SILVA
IRMA DA SILVA FERREIRA
ISABELA DE OLIVEIRA VELOZO
ISABELA SERPA BOMFIM DA SILVA
ISADORA FERNANDA BARRETO DE OLIVEIRA
ISIS ANDREIA QUIRINO MENDONÇA
ITAMAR DE FARIA FIUZA
IVANILDA DE MOURA COSTA
IVANILDE FURTADO
IVANY CAMARA NEIVA
IZABEL CRISTINA DE ARAUJO
JAEL ANTONIO DA SILVA
JAIDA DINIZ ROCHA MENDES
JAILSON DANTAS RAMALHO
JANAINA MELO DE LIMA
JANAY SANTOS LEANDRO

JANILDE DE LIMA FEITOSA
JAQUELINE DE DEUS RODRIGUES THEODORO
JEAN DE FIGUEREDO CRONEMBERGER
JEFERSON LOPES MATOS
JERGEANE BENITEZ ALBRES
JÉSSICA DE ALBUQUERQUE SILVA CARDOZO
JÉSSICA DOS S. FERREIRA
JESSICA ROCHA PIRES DA SILVA
JESUS DE BRITO PINHEIRO FILHO
JOÃO FILIPE DOS SANTOS COLTRIN
JOÃO SANTANA MAUGER
JOÃO VICTOR BORGES
JOFRE RAIMUNDO DE JESUS
JOSÉ CARLOS PINHEIRO
JOSÉ GIOTTO SANTORO
JOSÉ GONÇALO ARAÚJO DE BARROS
JOSÉ ORLANDO FIDELIS ABREU
JOSÉ WILSON IGREJA NASCIMENTO
JOSENI PEREIRA NOBRAGA
JOSENILTON SOARES DA COSTA
JOSIAS PEREIRA RIBEIRO FILHO
JOSILENE BARBARA RIBEIRO CAMPOS

JOYCE MONTEIRO MONTEIRO DE PINHO
JUAN LUIS HERMIDA STEFANI
JUCIMAR APARECIDA MATTOS DAS CHAGAS ARMONDES
JULIA PAULINO TEIXEIRA OLIVEIRA
JULIANA BRASIL ABREU
JULIANA FERNANDA DINIZ DE MACÊDO
JULIANA LEONARDO NUNES
JULIANA QUEIROZ SILVA ALVES
JULIANA TRAJANO DO NASCIMENTO
JULIANA YOKO SATO
JULIANE MOREIRA ALVES
JUNO ALEXANDRE VIEIRA CARNEIRO
JUREMA CAMARGO MONTEIRO
JUSSARA DE ALMEIDA
KACIANI KARINE FUZIGER SCHNEIDER
KARINA DA SILVA MEDEIROS
KARINA GALVAO WERKHAUSER
KATIA MORAES
KATIELY FRANCA ANDRADE DE PAIVA
KELLY CRISTINA BORGES ARAUJO
KENIA OLIMPIA DE JESUS
KEZYA SILVA COELHO LIMA
KLEBER HENRIQUE CAVALCANTI LOPES

LAIS MELLO GOMES
LAÍSA MORAIS ALCÂNTARA
LANA GUIMARÃES SOUZA PERPETUO
LANNA KELLY OLIVEIRA ALBUQUERQUE
LARISSA A SANTOS LOPES
LARISSA CARVALHO DE CARVALHO
LARISSA RODRIGUES PEIXOTO
LAYLLA DO NASCIMENTO DA SILVA
LEANDRO ANDRADE COELHO
LEILA CRISTINA RESENDE GUIMARÃES DOURADO
LEONAM ISRAEL ASSUNÇÃO VIANNA
LEONARDO CARVALHO DE PAULA
LEONES PEREIRA
LEONORA GUEDES VIEIRA
LERRY SILVA DIAS
LETÍCIA FALCÃO
LETÍCIA HUBNER WESTHAL
LILIA DE LOURDES OLIVEIRA NOGUEIRA
LILIA TANNER DE ABREU GOMES
LILIANA DINIZ
LILIENE RODRIGUES NOUGUEIRA
LINA CLEMILDA DO NASCIMENTO SILVA SANTOS

LÍVIA CRISTINA BARROS DA SILVA WIESINIESKI
LLORAN PIERRE DAUZU
LORENA SOUSA MACIEL
LUCAS BISPO DE OLIVEIRA ALVES
LUCIANA AMADO GUIMARAES
LUCIANA DELGADO VIANA
LUCIANA GUEDES GASPAR MACRINI
LUCIANA REZENDE BORGES
LUCINÉIA DOS SANTOS SILVA
LUDMYLA MACEDO DE CASTRO E MOURA
LUIZ ARTHUR TREVIZOLO MARTINS DOS SANTOS
LUIZ CARLOS SPILLER PENA
LUIZ CLÁUDIO RODRIGUES MENEZES
LUIZ GUSTAVO DE ARAÚJO
LUIZ HENRIQUE DAMASCENO DA ROCHA
LUMA LE ROY DA ROCHA
LUZ DE AMOR ROMERO FORREST
MADARIA BATISTA DA SILVA PIMENTEL
MAIARA RODRIGUES CRUVINEL
MARCELA MORAES DE VASCONCELOS
MARCELA SILVA MORAES
MARCIA DANIELLE BATISTA MATOS

MÁRCIA STHEPANY SOARES CAVALCANTE
MARCO ANTONIO DE SOUSA LOPES
MARCUS ANTONIO MOURA
MARESSA FARIAS ROCHA
MARIA ANDREIA CALDEIRA COSTA
MARIA ANTONIA ZANTA NOBRE
MARIA AURICELIA HONORATO DORTA
MARIA CRISTINA QUARESMA PIMENTEL
MARIA DA MERCES TORRE PARENTE
MARIA DAS GRAÇAS OLIVEIRA
MARIA DE FÁTIMA E SILVA ALMEIDA
MARIA DE SOUZA DUARTE
MARIA GERALDA DE SOUZA MOREIRA
MARIA HELENA GABRIEL DE ARAÚJO CÓRDOVA
MARIA JOSÉ CARVALHO
MARIA JÚLIA HORMANN OLIVEIRA
MARIA LUCIA RIBEIRO DE SOUZA
MARIA MARCIA DA COSTA FERREIRA
MARIA NARRIMAN MELO DE CARVALHO CASTRO
MARIA NAZARETH FRANCICA PEREIRA
MARIANA RAMALHO ALVES
MARIANA TOMAZIN

MARILIA LUIZA FRANCA DE PAULA
MARILIA SERRA DE FARIA
MARINA RODRIGUES PEREIRA SOARES
MARINA WEBER DE ALENCAR
MARUTSCHKA MARTINI MOESCH
MATIAS JOSÉ DOMINGOS
MAURICIO ANDRÉ LEÃO SANTOS
MAURICIO PEREIRA LEAL
MAYCK DOS SANTOS SILVA
MELINA ETHEL VALADARES
MICHELLE DAYANE ANDRADE GOMES
MICHELLE FRANCO COELHO
MICHELLE SHIMITI MARQUES
MICHELLE VIEIRA DE ALMEIDA
MILTON JOSE GOES DA SILVA
MIRELLA RODRIGUES
MOACIR FELIX SOUSA ROCHA
MÔNICA BAPTISTA TAVEIRA
MONIQUE VALENTE
MYLENA RODRIGUES MARÇAL DE ARAUJO
NAARA ALENCAR BANDEIRA
NAIRA ALTOS TALTRO
NATÁLIA CRISTINA BRITO OLIVEIRA

NATÁLIA RODRIGUES DE ALENCAR
NATANRY DIAS
NATASHA KARL MIONI
NATHÁLIA CORRÊA MENDES
NATHÁLIA DOMINGUES GARAY
NAYARA EVARISTO DE LIMA
NEI CARLOS MOREIRA BASTOS
NICOLAU ELMOOR
NILVANA RIBEIRO SOARES
NOEL JOSÉ DOS SANTOS
ORDELANIA CORREA DE MORAIS
PÂMELA CASTRO DA SILVA
PAMELA DE CASTRO DA SILVA
PATRÍCIA REIS DE MATOS BRAZ
PATRICIA ROSA DA SILVA
PATRICIA SILVA
PAULA DE SOUSA CAMPOS
PAULA FIORESE BAKER
PAULA GABRIELE QUINTANS CARVALHO LEMOS
PAULINA YUCRA MACHADO
PAULO CESAR CAVALCANTE DOS SANTOS
PAULO FRANCISCO AVANCINI SEABRA
PEDRO BLUMER DUARTE



PEDRO IVO PRADO ZORDAN
PEDRO MARRA DE ROMEIRO ASSAD
PEDRO VICTOR SZERWINSKI TEIXEIRA DE SOUSA
PRISCILLA DOS SANTOS AGUIAR
PRISCILLA MASCARENHAS DE ANDRADE
RACHEL MOURA PANISSET
RAFAEL FERNANDES INNECCO
RAFAEL MARTINS COSTA
RAFAEL PEREIRA LIMA
RAFAELA LEVAY LEHMANN
RAIMUNDO JUCIÊR PINHEIRO FERNANDES
RAIMUNDO XIMENES PRADO FILHO
RAINER RODRIGUES
RAINIER LUIZ CARVALHO DA SILVA
RAÍSSA DE LUCENA VIEIRA
RAISSA RIOS VIANA
RAISSA SOARES SILVA
RAMON FIGUEIRA GARBIN
RAYANE GOMES MALHEIROS
RAYANE RUAS QUADROS VELASQUEZ
RAYANI NOGUEIRA DOS SANTOS
REBECCA GIANI VIEIRA
RENATA OLIVEIRA DA COSTA SILVA

RENATO DANIEL FARIA
RICARDO DANIEL DE OLIVEIRA
RICARDO FONTGALANT PEREIRA VASCONCELOS
RICARDO ROSA MOREIRA
RITA IOLANE MARTINS DIAZ
ROBERTA ARCOVERDE GARCIA
ROBERTA NOBRE DE ARAUJO
ROBSON SOBREIRA DE ABREU
RODRIGO MORELES AREVALOS
RODRIGO OTÁVIO TAVARES
ROGERIO ALVES BARBOSA DA SILVA
ROGERIO DA CRUZ SANTANA
ROMARIO CEZAR SCHETTINO
ROSA IIDA
ROSA MARIA GRACIANI FERNANDEZ
ROSANA DE ALMEIDA SALES DE ARAÚJO
ROSELIA MARCIA RIBEIRO
ROSELY YOUSSEF
ROSIANE COSTA MARTINS
ROZÉLIA DOS SANTOS SILVA MENDES
RUBSNEIDE DA SILVA LOPES
SAMANTHA DOS SANTOS MENDES
SANDRA GONÇALVES DE SANTANA

SANDRA LUCIA DA SILVA CARDOSO
SARA ALMEIDA CAMPOS
SARA GUIMARAES BERNADINO BASTOS
SATYAM BOMER DIENSTMANN
SCHEMBERLY SILVA BUENO
SEBASTIÃO INÁCIO DE MAGALHÃES
SIBYLLA NAOUM MENEZES
SILVIA MEDEIROS COSTA
SÍLVIA PINHEIRO SANTOS
SIMONE NEVES PEREIRA CAVADAS
SIMONE PINHEIRO SANTOS
SINARA LEANDRA S. A. DE SOUZA
SOLANGE PEREIRA DA ROCHA
STEFANNY CAROLINE SANTOS BRITO
STHEFANI WANZELLER DA SILVA
SUEANE CRISTINA DE SIQUEIRA CHAVES
SUELY MARTINS DE ARAUJO WENCELEWSKY
SUSANA BARBOSA RAMOS
SUZANA RACHEL DE MACEDO RODRIGUES
TÁBATA ESTEVAN DE PAULA
TAIANE ALVES MARTINS
TAÍS DIAS MARTINS CARVALHO
TALITA ESTEVAM OLIVEIRA

TAMARA ARAÚJO RIOS
TAMARA GALVÃO VEIGA BARROS
TANIA MARA DO VALLE ARANTES
TANIA MARIA DA SILVA PENHA
TASSILA KIRSTEN FERNANDES
TATIANA MEIRA MIURA
TATIANA PETRA DA MOTTA CAMPOS
THAIS QUINTAO
THALES PAIVA DA SILVA
THALITA ADRIELLI ARAÚJO MADUREIRA
THALYSON BARBOZA MOURÃO
THATIANA FERREIRA DUNICE
THIAGO DA SILVA GONÇALVES
THIAGO DE SOUZA LEÃO
THIAGO JUNIOR LIMA CARVALHO
THIAGO LUCAS DOS SANTOS
THIAGO MORAES DIB
UBALDO BAREM FILHO
ULYSSES MELLO RAMALHETE
VALDETH SOUSA DE ARAUJO
VANESSA CHAVES DOS SANTOS
VERA JANE REGIS PIRES
VERENISA RODRIGUES TAVARES LIMA

Data: 18-09-2015

Setores representados: meios de hospedagem, grupo acadêmico.

Temática: Atrativos e comunicação

NOME	INSTITUIÇÃO
AMANDA ABRAÃO SALES	NEW SOM ESTUDIO DIGITAL LTDA E
ANA LOURENCO LOPES GOMES	ANA LOURENCO LOPES GOMES 02499177268
ANDRÉ PEROTTO	SETE TURISMO E HOSPEDAGEM LTDA
ANGELA MARIA NASCIMENTO GUIMARÃES	
ANTONIA MARIA BRITO LOPO	
FABIANA DOS SANTOS SOUSA	
FLAVIA CRISTINA RODRIGUES DE PAIVA	FLAVIA CRISTINA RODRIGUES DE PAIVA 03200320605
FRANCINEIDE CARNEIRO DA ANUNCIAÇÃO	NORTE SUL HOTELARIA
GABRIELA DE ANDRADE RODRIGUES	
GILBERTO STOCCO	
JANETE QUINZEIRO FREIRE	
KELLY CRISTINA BORGES ARAÚJO	
MAGDA LUCIA SALGADO DA COSTA	
MARIA ELENITA M. NASCIMENTO	
MARINALVA BACELAR	BRISTOL HOTEL LTDA
MARISA BRASILIENSE DE ASSUNÇÃO	

MIRIAN DOS SANTOS PEDREIRA	
QUEILA PAHIM DA SILVA	
RAUL DA ROCHA TORRES	
STHEFANI WANZELLER DA SILVA	

Anexo 4 – Participantes do Seminário

Seminário “Relatos das Oficinas de Turismo Criativo”

Data: 15-10-2015

Local:

NOME
ALDHINEY CORREIA AMÂNCIO
ALEXANDRE FARIAS PASSOS
ANGELA MARIA NASCIMENTO GUIMARÃES
ANGELA PIRES EGER
ANTONIA GRASIA CONTINI MARTINE
BEATRIZ GUIMARAES BORGES
BRUNA TERESA MENDES NEIVA GAMA
CARLOS ALBERTO VIEIRA
CRISTIANE DA MOTTA CAVALLI
CRISTIANO DE ARAÚJO SOUSA
DANIEL AMADOR
DANIELA DINIZ TAVARES
EDUARDO CESAR RIBEIRO BRANQUINHO
ELIANE DE SÁ BRASIL BORGES
ELIANE RIBEIRO DE LOIOLA

EMILIANO CAVALCANTE GONÇALVES
FLAVIO PINHEIRO PASCHOAL
GABRIELA WIEDEMAMM
GRACO MELO SANTOS
GUILHERME MENDES FREITAS
HELIANE NAVA PINTO
IANE DE LUCENA HEUSI
IEDA BORGES DE CASTRO COSTA
IGOR DAVI DE SÁ BRASIL BORGES
ISADORA FERNANDA BARRETO DE OLIVEIRA
IVANY CAMARA NEIVA
JACKEYLINE REIS MAPURUNGA
JAILSON DANTAS RAMALHO
JANAINA VIEIRA PINTO
JEAN DE FIGUEREDO CRONEMBERGER
JORGE ANDRE J. CAVALCANTE
JULIANA BRASIL ABREU
LANNA KELLY OLIVEIRA ALBUQUERQUE
LEONARDO BUARQUE
LUCIA DE FATIMA VALERIO DA SILVA CRUZ
LUDIMILA LÍCIA TRINDADE SOUZA
MANOEL DE SOUSA PALHANO NETO
MARCIA DANIELLE BATISTA MATOS
MARIA AUXILIADORA MONTANDON

MARIA GERALDA DE SOUZA MOREIRA
MARIA JOSE CARVALHO
MARIA LUCIANA CLARO MACAUBA
MARIA NARRIMAN MELO DE CARVALHO CASTRO
MARISA BRASILIENSE DE ASSUNÇÃO
MIRIAN DOS SANTOS PEDREIRA
MÔNICA BAPTISTA TAVEIRA
NADIA MARIA LUNARDI BACIN
PAULO FRANCISCO AVANCINI SEABRA
PRISCILLA DOS SANTOS AGUIAR
RAUL DA ROCHA TORRES
RAYANE RUAS QUADROS VELASQUEZ
RENATO GIOVANNY OLIVEIRA SILVA
RICARDO LEITE TEIXEIRA
ROSELIA MARCIA RIBEIRO
ROZÉLIA DOS SANTOS SILVA MENDES
SERGIO AUGUSTO NONATO SALES
SUZANA RACHEL DE MACEDO RODRIGUES
TATIANA PETRA DA MOTTA CAMPOS
THIAGO DA MATTA GARCIA
THIAGO LUZ BARRETO
VIVIANE DE SOUZA DOS SANTOS
WESLEY DIAS DA SILVA

Anexo 5 – Entrevistados

Marta Fagundes (Cine Drive-In)

Suzana Rodrigues (Setur)

Graco Santos (Camelo Biketour)

Jeanito (Jardim Botânico de Brasília)

Yoshihiro Karashima (Prestheza Turismo)

Parque Nacional de Brasília

Gabriela Bilá (O novo guia de Brasília)

Fernanda Maia (Verdurão)

Maria José Carvalho (guia turística e presidente do Sindicato de guias)

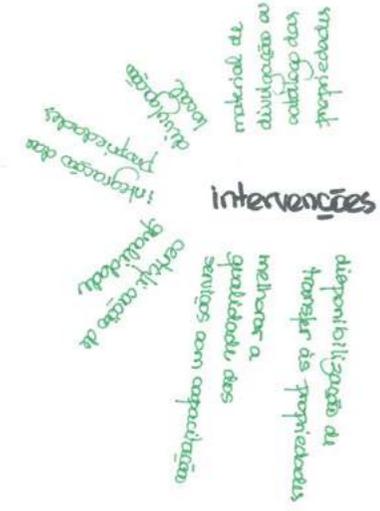
Déborah da Silva Achcar e Aguirrer
Estorilio Silva Pinto Neto (Viibra)

Lívia Oliveira (Inframérica)

Fred Bottrel (Correio Braziliense)

Carolina Nogueira (Blog Quadrado de Brasília)

Anexo - Mapas mentais do Seminário de apresentação dos resultados das Oficinas de Turismo Criativo



TURISMO RURAL & DE AVENTURA



turismo náutico



Secretaria de
Esporte,
Turismo e Lazer

**GOVERNO DO
DISTRITO FEDERAL**

