

Economia criativa e turismo em áreas patrimoniais: processos e relacionamentos no centro histórico de São Luís, Maranhão

Creative economy and tourism in heritage areas: processes and relationships in the historical center of São Luís, Maranhão

Karoliny Diniz Carvalho¹ 

RESUMO

Neste artigo propomos uma discussão teórica e inicial sobre as ações de fomento aos setores criativos em nível estadual e municipal na área patrimonial da cidade de São Luís (MA). A metodologia adotada consistiu numa abordagem qualitativa por meio da pesquisa exploratória e descritiva. Diante da análise realizada, constatamos que o centro histórico de São Luís apresenta algumas ações convergentes de estímulo aos setores criativos com potencial de atratividade para fortalecer os setores culturais e promover ações compartilhadas de valorização dos saberes e fazeres tradicionais como vias para o desenvolvimento. Ressaltamos a necessidade de captação de negócios comunitários inclusivos nas áreas das culturas populares e da gestão de governança que possam articular os diferentes atores sociais — governos, classe criativa e comunidades — em torno de objetivos comuns.

Palavras-chave: Economia criativa. Turismo. Centro histórico. São Luís (MA).

ABSTRACT

In this article proposes a theoretical and initial discussion about the actions to foster the creative sectors at state and municipal level in the heritage area of the city of São Luís, Maranhão. The methodology adopted consisted of a qualitative approach through exploratory and descriptive research. In view of the analysis carried out, it was found that the historic center of São Luís, Maranhão, presents some convergent actions of stimulus to the creative sectors with potential attractiveness to strengthen the cultural sectors and promote shared actions of valorization of traditional knowledge and know-how as paths to development. We emphasize the need to attract inclusive community businesses in the areas of popular cultures and governance management that can articulate the different social actors — governments, creative class, and communities around common objectives.

Keywords: Creative economy. Tourism. Historic center. São Luís (MA).

¹Universidade Federal do Maranhão – São Luís (MA), Brasil. E-mail: karolinydiniz@gmail.com
Recebido em: 27/10/2021. Aceito em: 16/03/2022

INTRODUÇÃO

Na contemporaneidade, o interesse pelo patrimônio cultural em suas múltiplas vertentes acentua a implantação de projetos de valorização e revitalização de áreas urbanas e patrimoniais com foco nos processos de inovação, nas indústrias criativas e na articulação entre os distintos atores sociais. Em consequência, assistimos à inserção dos espaços urbanos no mercado de lazer e entretenimento, destacando-se a sua apropriação pelo turismo. Conforme lembram Figueiredo e Nóbrega (2012), a atividade turística é uma prática dinâmica, complexa e relacional que se materializa sob a forma de experiências.

Em meio a esse cenário, as indústrias criativas emergem como possibilidades de renovação das áreas históricas. Entendemos, com base em Florida (2002) e Ashton (2013), que as cidades criativas são espaços/territórios que agregam atividades artísticas, indústrias culturais e governos numa relação simbiótica, com base nos pressupostos da criatividade e da inovação. Essa relação produz talentos, aumenta a oferta de empregos, gera conhecimento entre a comunidade, aumenta o potencial criativo de empresas, atrai turistas, promove diversidade social e cultural, contribui para a economia da cidade e para a qualidade de vida de seus cidadãos, na medida em que mantém um constante diálogo com a comunidade local e com os poderes público e privado.

O percurso trilhado por diversos atores sociais — gestores públicos, empresário e comunidade local — na busca pela revitalização dos centros históricos articulada aos setores da economia criativa e do turismo conduz à reflexão em torno das políticas de fomento à economia criativa no centro histórico da cidade de São Luís, localizada no estado do Maranhão. A sua importância remonta aos séculos XVII, XVIII e XIX, períodos em que a cidade vivenciou um tempo de efervescência socioeconômico e cultural. Seu posterior declínio resultou num espaço cuja representatividade — em termos de manutenção dos aspectos tradicionais da cultura local e de preservação do acervo arquitetônico — alicerçou a sua incorporação à atividade turística, sobretudo nos anos de 1990 impulsionada pela obtenção do título de Patrimônio Cultural da Humanidade, concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura em 1997 (GUEDES, 2001).

O processo de valorização da área patrimonial para o turismo, e por ele, promove um *design* urbano alicerçado em políticas públicas de estímulo à criatividade e à inovação, implicando em novas relações socioespaciais. Nesse patamar, inquietou-nos a seguinte problemática: as ações desenvolvidas pelos setores públicos estaduais e municipais na área do centro histórico da cidade de São Luís têm contribuído para a formação de um território criativo? Os projetos e as ações de revitalização favorecem a valorização do patrimônio cultural local? Como ocorre a articulação entre os setores da economia criativa e do turismo?

Sendo assim, o objetivo principal do artigo consiste em promover uma discussão teórica e inicial sobre as ações de fomento aos setores criativos na área patrimonial da cidade de São Luís. Como objetivos específicos, buscamos identificar as ações desenvolvidas pelos setores públicos estadual e municipal, com vistas a inserir o centro histórico da cidade no campo da economia criativa e compreender os processos

e os relacionamentos no contexto da valorização das cidades e do seu agenciamento por meio dos setores criativos e do turismo cultural.

Para atender aos objetivos propostos na pesquisa, privilegiamos uma abordagem qualitativa de caráter exploratório-descritivo. Conforme ressalta Chizzotti (2003, p. 221), as pesquisas qualitativas não implicam quantificação, mas preocupam-se com os aspectos simbólicos da realidade, os quais são impossíveis de serem quantificáveis, tais como as crenças, os valores, os símbolos e a trama dos significados no interior de determinado grupo social. Nesse prisma, as áreas patrimoniais tornam-se espaços significativos e os atores sociais são transformadores das circunstâncias (GHEDIN; FRANCO, 2011).

A pesquisa exploratória e descritiva possui o objetivo de familiarizar o pesquisador com o problema investigado e auxiliar na formulação de hipóteses e envolve diversos procedimentos, tais como o levantamento bibliográfico, a realização de entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado e a análise de exemplos que estimulem a compreensão (GIL, 2002). Assim, no percurso metodológico realizamos o levantamento bibliográfico utilizando os descritores “economia criativa”, “cidades”, “turismo cultural” e “turismo criativo” e “desenvolvimento local” nas seguintes bases de dados: Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, plataforma Scientific Electronic Library Online e Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, a fim de contemplar o maior número de produções científicas. Utilizamos os operadores booleanos “and” e “not” com o objetivo de identificar as pesquisas que possuíam uma relação direta com a problemática levantada pelo estudo.

Com base no levantamento das fontes bibliográficas, recorreremos às obras e aos autores que se dedicam ao debate, dentre os quais se destacam Florida (2002), Richards (2011), Landry (2013), Ashton (2013). Apoiamo-nos também no levantamento documental acerca das ações governamentais em nível estadual e municipal de fomento aos setores criativos no centro histórico de São Luís, com vistas a compreender os processos e os relacionamentos no contexto da valorização da área patrimonial e do seu agenciamento por meio dos setores criativos em articulação com o turismo cultural. Foram analisados o Programa Nosso Centro, da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo, por ser uma ação que prioriza os setores da economia criativa como propulsores da revitalização do centro histórico de São Luís, e as ações desenvolvidas pela Secretaria Municipal de Turismo e pela Secretaria Municipal de Agricultura, Pesca e Abastecimento (Semapa).

As informações obtidas foram alvo de reflexão teórica a partir dos pressupostos da análise de conteúdo (BARDIN, 2010). A análise de conteúdo consiste num conjunto de técnicas sistemáticas e objetivas de análise e interpretação das comunicações com o objetivo de compreender os sentidos e os conteúdos simbólicos das mensagens. Seguimos as etapas da pré-análise, que ocorreu por meio da organização e da leitura flutuante do material coletado; da exploração do material, por meio da identificação das unidades de contexto e do estudo das informações; do tratamento dos resultados, da inferência e da interpretação, a qual diz respeito à análise reflexiva e crítica realizada pelo pesquisador em diálogos com os referenciais teóricos da pesquisa.

Diante do exposto e para desenvolver a temática levantada pela pesquisa, o artigo sistematiza-se em seções. Feitas as considerações iniciais, situamos a economia criativa nas áreas patrimoniais, tencionando um diálogo com a atividade turística. Na sequência, tecemos uma discussão acerca das ações estratégicas que vêm sendo desenvolvidas com o objetivo de inserir o centro histórico de São Luís no contexto das indústrias criativas.

Esperamos contribuir para ampliar as discussões sobre a emergência de espaços criativos nas áreas patrimoniais e da importância de processos que dialoguem com as especificidades do patrimônio cultural e da dinâmica das comunidades locais.

ECONOMIA CRIATIVA E TURISMO

O patrimônio cultural apresenta-se de forma diversificada, englobando as produções materiais e imateriais, passadas e presentes, os modos de vida, as práticas e manifestações culturais que particularizam determinada sociedade. O conjunto desses elementos contribui para a reconstrução e o fortalecimento da memória e da identidade em determinada região (ABREU; CHAGAS, 2003).

Na contemporaneidade, assiste-se a um processo de valorização das práticas socioculturais seguindo a perspectiva do desenvolvimento urbano e da valorização dos patrimônios, dos territórios e das comunidades. Nesse cenário, a cultura é vista como recurso (YÚDICE, 2006), fato que desencadeia o entrelaçamento entre o patrimônio cultural e o mercado de bens simbólicos, com destaque para o seu aproveitamento turístico. De acordo com Vivant (2012, p. 19), “a cultura é utilizada no quadro de políticas urbanas como ferramenta de valorização do espaço” e passa a ser o eixo central das propostas de desenvolvimento econômico e de qualidade de vida para os moradores de centros históricos.

O turismo é um fenômeno social e, no dizer de Cousin e Apchain (2019, p. 33), “uma das expressões contemporâneas das práticas, das produções e das representações simbólicas da alteridade” e possui uma intrínseca relação com os saberes e fazeres tradicionais e, por extensão, com os bens que compõem o patrimônio cultural de uma localidade. Consiste num fenômeno socioespacial (MOESCH, 2004), regido por trocas comerciais e simbólicas entre os hóspedes e os anfitriões, sendo capaz de potencializar o desenvolvimento local quando atrelado às noções de interculturalidade, comunhão, solidariedade, convivialidade e cidadania.

Fator de desenvolvimento social e econômico para diversas regiões, o turismo ressignifica os lugares a fim de receber os visitantes/turistas, incidindo na melhoria dos serviços de infraestrutura básica e de serviços, favorecendo ou ampliando as oportunidades de geração de emprego e renda e a elevação da qualidade de vida das comunidades (CRUZ, 2007). Nesse sentido, o turismo

(re)cria, inventa novas formas, funções, processos e ritmos, dinamizando os lugares, as paisagens, os territórios, as regiões [...] numa simbiose entre o particular e o universal, o local e o global”. O fenômeno provoca a leitura de suas marcas e impressões e, simultaneamente ele desafia a compreensão de suas dinâmicas (ALMEIDA, 2003, p. 14).

No âmbito dos espaços urbanos, a atividade contribui para o processo de revalorização do patrimônio cultural por meio do estímulo à implantação de projetos e ações de revitalização que tencionam a sua incorporação à dinâmica contemporânea e do aumento da percepção dos moradores sobre a importância da história, da cultura e das tradições como elementos de reafirmação da identidade local (ASHTON, 2013). Nessa esteira, os processos de renovação e revitalização urbanas dão origem a novos contornos e novas estratégias de articulação visando à promoção do desenvolvimento local com ampla participação da sociedade civil.

Esse movimento de redescoberta dos lugares em meio à dinâmica global-local suscita planos, projetos e ações que ressignificam os espaços urbanos para além de seus elementos materiais, vinculando os constructos imateriais, as atividades culturais e as formas comunitárias ricas de simbolismo como fatores propulsores das economias locais. Assim, a cultura vem ganhando centralidade nas atuais políticas de revitalização urbana, tanto em nível internacional, quanto nacional (REIS; KAGEYAMA, 2011).

É nesse caminho de abrigos e possibilidades que diversos atores sociais vêm articulando o patrimônio cultural, o turismo e as indústrias criativas, desenvolvendo modelos de produção e consumo dos espaços turísticos centrados nas sinergias, na criatividade e na inovação. Assim, “as indústrias criativas apresentam a capacidade de juntar elementos considerados chave no atual cenário econômico global, o que explica sua rápida e ampla aceitação por vários níveis governamentais, além da geração de políticas públicas para o seu fomento” (MADEIRA, 2014, p. 58). Associado à globalização econômica e às novas tecnologias da informação e comunicação, o aumento da competitividade entre as cidades resulta na transformação de bairros culturais e dos espaços patrimonializados em territórios ou polos de criatividade por meio da economia criativa.

Conforme ressalta Miguez (2007), os contornos teóricos relacionados às indústrias criativas, à economia criativa e às cidades criativas ainda estão em processo de construção, sendo resultados de um conjunto de transformações sociais, políticas e culturais, bem como dos avanços tecnológicos e da expansão das economias globalizadas, os quais possibilitaram a emergência das denominadas sociedades da informação, baseadas na criatividade e no conhecimento. O termo denominado indústrias criativas surgiu na década de 1990 na Austrália, ganhou projeção no Reino Unido a partir de 1997 e atualmente é tema de debates e reflexões entre pesquisadores, gestores públicos e privados. Consideram-se indústrias criativas aquelas que “tendo a sua origem na criatividade, talento e habilidade individuais, apresentam um elevado potencial de criação de riqueza e de emprego através da geração e exploração da propriedade intelectual” (MARTINS *et al.*, 2007, p. 31).

As indústrias criativas ampliam o conceito de indústrias culturais na medida em que elas destacam o entrelaçamento entre a cultura, a tecnologia e o mercado tendo como insumo básico a criatividade. Os setores criativos articulam o conhecimento, a cultura, a economia, a criatividade e o capital intelectual com vistas à elaboração de bens e serviços de expressiva rentabilidade mercadológica, os quais

contribuem para o aumento da competitividade dos negócios. Dentre os setores criativos, destacam-se publicidade, arte, arquitetura, *design*, moda, artesanato, cinema, música, artes cênicas, entre outros.

As indústrias criativas compõem a denominada economia criativa, a qual pode ser definida, de acordo com Caiado (2011, p. 15) como:

O ciclo que engloba a criação, produção e distribuição de produtos e serviços que usam a criatividade, o ativo intelectual e o conhecimento como principais recursos produtivos. São atividades econômicas que partem da combinação de criatividade com técnicas e/ou tecnologias, agregando valor ao ativo intelectual. Ela associa o talento a objetivos econômicos. É, ao mesmo tempo, ativo cultural e produto ou serviço comercializável e incorpora elementos tangíveis e intangíveis dotados de valor simbólico.

Assinalamos que a economia criativa se assenta nas potencialidades do patrimônio cultural como ativo para a criação de produtos caracterizados de elevado valor simbólico, engendrando uma nova arquitetura de relações e modelo (REIS; KAGEYAMA, 2011), tendo a criatividade como elemento dos processos de inovação. Florida (2002) ressalta que os setores criativos envolvem tecnologia, talento e tolerância e representam uma alternativa viável para potencializar o desenvolvimento social e econômico das regiões. Atrelado aos conceitos de indústrias e de economia criativas, emerge o conceito de cidades criativas (LANDRY, 2013), entendidas como locais que concentram e apoiam essas indústrias como instrumentos de regeneração e vitalidade urbanas. Na visão de Martins *et al.* (2007, p. 31), elas são definidas como

aquelas que fazem amplo uso da criatividade dos seus recursos humanos, quer seja diretamente em atividades culturais e artísticas, quer no cruzamento da criação artística com a competência tecnológica, quer na capacidade de exploração das novas formas de comunicação digital e interativa, quer ainda na função de concepção de novos produtos e serviços ou de integração de sistemas.

Considerando que as cidades se compõem de formas materiais e práticas socioculturais complexas, dinâmicas e em constante processo de transformação, as cidades criativas são capazes de promover articulações entre os diversos segmentos culturais criando um novo ciclo de geração de bens e serviços. Para Alexandre, Araújo e Silva (2020), as cidades criativas ressignificam as suas estruturas econômicas com base na criatividade de seus habitantes numa aliança entre as singularidades culturais e as suas vocações econômicas.

Na visão de Reis e Kageyama (2011), a cidade criativa é resultado de três eixos estruturantes: inovação, conexão e cultura. A inovação refere-se ao uso de tecnologias e práticas para solucionar problemas cotidianos a partir do uso da criatividade. As conexões estão relacionadas ao caráter sistêmico e dinâmico das cidades nas suas dimensões históricas, sociais, culturais. Elas dizem respeito também às questões relacionadas à governança, ou seja, às interações entre governos, empresários e comunidades, diversidade cultural e a reciprocidade entre o local e o global. O terceiro eixo, cultura, sinaliza os conteúdos culturais oriundos dos patrimônios materiais e

intangíveis que agregam valor aos setores tradicionais da cidade; os processos de produção, acesso e consumo dos produtos e serviços originados das indústrias criativas, bem como os seus impactos econômicos.

Tal como mostram Emmendoerfer (2015) e Santos (2015), a produção e circulação de bens culturais são vistas como novas formas de pensar modelos de desenvolvimento socioeconômico pelo seu potencial transformador e por serem um veículo de promoção do desenvolvimento social e humano. Seguindo essa mesma linha de argumentação, Reis e Kageyama (2011) argumentam que o desenvolvimento de ambientes criativos não se limita exclusivamente ao impulso da criatividade na geração de produtos e serviços, mas está atrelado à existência de governança, infraestrutura onipresente de tecnologia e comunicações e educação, as quais fornecem as bases estruturais que garantem processos de desenvolvimento.

Nessa perspectiva, os setores criativos tendem a impulsionar processos de desenvolvimento por meio da valorização do capital material, intelectual, cultural, social e institucional existente nas cidades, tornando-as ambientes ou territórios criativos que oferecem produtos e serviços singulares baseados nas particularidades locais. Essas ideias vão ao encontro dos novos paradigmas de desenvolvimento centrado na escala humana e que busca, nos termos de Zapata (2000), a formação do capital humano e social, o desenvolvimento produtivo do território e uma gestão participativa nas suas interdependências e complementaridades na busca de um projeto comum.

Em diálogo com esses autores, evidenciamos que o desenvolvimento em escala local atende aos interesses e às expectativas dos atores sociais ao tempo em que potencializa as características territoriais e as relações de reciprocidade numa vertente contra-hegemônica ou solidária (MARTINS; CALDAS, 2009; KRONEMBERGER, 2011), na qual se imbricam movimento, processo, mudança e libertação (BECKER; WITTMANN, 2003).

Ao buscarmos uma aproximação com o turismo, a emergência de produtos e serviços criativos, tais como roteiros temáticos, centros culturais e festivais, tornam a experiência turística significativa, contrapondo-se aos “itinerários simbólicos regulares” (CORRÊA, 2008) e valorizando a diversidade cultural. No contexto contemporâneo, a mudança do perfil dos turistas reacende os debates sobre as práticas de organização e gestão dos destinos, com destaque para o surgimento de experiências multissensoriais.

Esse novo modelo de estruturação das ofertas dos destinos turísticos aproxima-se do turismo criativo, sobretudo no que se refere à criatividade e à inovação como elementos-chave no aumento da competitividade dos destinos no mercado. De acordo com Richards (2010, p. 12), o turismo criativo “oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver seu potencial criativo por meio da participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são característicos do destino turístico”. Nessa definição, fica clara a busca pela interatividade e pela vivência dos turistas nas práticas socioculturais das comunidades num processo de cocriação das experiências turísticas.

O turismo criativo distancia-se dos modelos tradicionais de turismo, que se caracterizam pela contemplação dos visitantes em relação à oferta de atrativos nos destinos. A relação entre criatividade e turismo repercute na estruturação de ofertas, produtos e serviços com fortes vínculos emocionais e na promoção de atrações culturais e de lazer que se caracterizam pelo envolvimento dos visitantes/turistas em experiências de aprendizagem significativas, tais como oficinas, produções literárias, artesanais, *workshops* musicais, ateliês pedagógicos (BENI, 2004).

Complementando, Richards (2010) assinala alguns dos pressupostos do turismo criativo:

- Saber quem é e onde está: saber quais os fatores que distinguem uns lugares dos outros, o que inclui ativos tangíveis e intangíveis, incluindo a atmosfera, o ambiente, a criatividade ou as competências;
- Utilizar a capacidade local: o turismo criativo baseia-se em aspetos criativos, característicos do lugar visitado. A importação de ideias ou habilidades muitas vezes é contraprodutiva para o seu desenvolvimento (embora o conhecimento de como implementar o turismo criativo possa ser “emprestado” de outro lugar);
- Construir sobre o que existe: não há necessidade de se envolver em grandes obras de infraestruturas. O truque é usar as que existem, mas de forma criativa. Uma fábrica renovada poderá ser mais interessante do que um novo hotel de cinco estrelas;
- Desenvolver a perenidade e originalidade: a criatividade depende muitas vezes da espontaneidade e envolve risco e surpresa. Para o turismo criativo, é mais importante lidar com qualidade e autenticidade, fazer reinterpretações ou inovar tradições. Deve-se evitar seguir as tendências da moda;
- Utilizar recursos criativos como catalisadores: o turismo criativo deve ser um processo de estímulo e mudança das estratégias do turismo cultural muito dependentes da sua reprodução em produtos razoavelmente estáticos para os turistas.

Em articulação aos processos de produção e consumo de mercadorias e bens simbólicos que operam em nível global, reacendem-se as discussões sobre o desenvolvimento sociocultural dos lugares numa perspectiva local. Os debates em torno dessa questão, de um modo geral, referem-se aos resultados — nem sempre benéficos às comunidades receptoras — da encenação das culturas, dos valores e das tradições como produtos destinados ao consumo visual e estético na perspectiva de atender às necessidades culturais dos visitantes (SANTANA, 2009).

Nesse cenário, autores como Costa, Seixas e Oliveira (2009), André e Vale (2012) e Marinho (2015) discutem os impactos negativos decorrentes dos projetos de revitalização urbana, os quais incidem diretamente na degradação do ambiente criativo. Os autores refletem sobre a implantação de projetos e ações descontextualizados e sem o envolvimento efetivo dos moradores no processo de tomada de decisões; a cenarização ou teatralização do patrimônio cultural por meio da valorização de determinados bens culturais em locais estratégicos; o remanejamento da população tradicional para as áreas mais afastadas dos centros históricos; o escamoteamento das fragilidades sociais e econômicas presentes no entorno dos territórios criativos:

Investigação empírica consideravelmente recente parece comprovar que, em diversas cidades europeias, os bairros mais criativos estão consideravelmente conectados com uma considerável variedade social e funcional. Porém, ao fim de um determinado período começam a sofrer pressões de localização, por efeitos do aumento do seu capital simbólico, afirmando-se paulatinamente uma tendência gentrificadora, ou de aumento da segregação socioeconômica (COSTA; SEIXAS; OLIVEIRA, 2009, p. 2.729).

A comercialização do patrimônio cultural como atrativo turístico pode acarretar, em alguns casos, a homogeneização e a descaracterização dos marcos simbólicos e identitários e alterações na dinâmica das manifestações e práticas culturais tradicionais em prol da satisfação das necessidades de consumo visual ou estético dos visitantes (URRY, 1996). Além desses impactos negativos, acrescentamos a ausência de comprometimento da população local no processo de conservação e revitalização de monumentos e lugares e, por conseguinte, do restabelecimento das memórias individuais e coletivas.

A implantação de projetos de revitalização de centros históricos tende a provocar mudanças nas atitudes dos moradores em relação aos seus lugares cotidianos, agora transformados em lugares turísticos, e que obedecem a novas racionalidades e funções atreladas à importância dos signos, da estética e do espetáculo na formatação e gestão da oferta cultural como produto turístico. Marinho (2015, p. 109) expõe que as transformações do patrimônio em mercadoria cultural

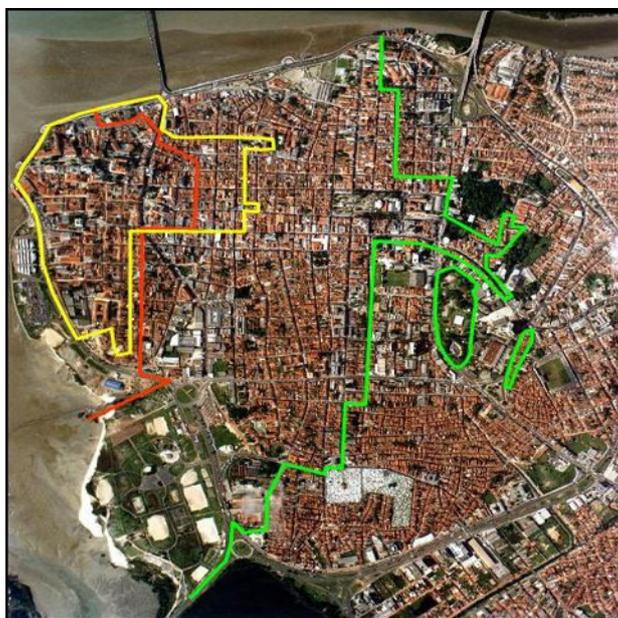
podem desencadear outras ambiguidades, à medida que, por um lado, diversificam e potencializam as formas de interação, mas, por outro lado, não promovem sociabilidades duradouras – os laços sociais existentes nesses lugares “transformados” tornam-se por demais efêmeros.

Consideramos que a implantação de propostas destinadas ao fomento da economia criativa pressupõe redes de colaboração e novas formas de formas de governança urbana, a exemplo das alianças informais entre *stakeholders* públicos e privados (BRAMWELL; SHARMAN, 1999; BORÉN; YOUNG, 2013; HALL, 2011). Ainda, a abordagem em torno da economia criativa no âmbito do turismo é sinalizada nesta pesquisa como uma alternativa oportuna, valorativa, educativa e emancipatória em tempos de mudanças, de novos e renovados paradigmas do desenvolvimento.

O CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS COMO TERRITÓRIO CRIATIVO

Com uma área de aproximadamente 220 hectares, o centro histórico de São Luís localiza-se no noroeste da Ilha de São Luís, no platô fronteiro à foz dos rios Anil e Bacanga. Sua formação data do primeiro quartel do século XVII e das construções que foram sendo edificadas a partir da expansão urbana da cidade no decorrer dos séculos XIII, XIX e início do século XX (ANDRÈS, 1998). Atualmente o Centro Histórico é formado por 11 bairros — Praia Grande/Desterro, Centro, Madre-Deus, Goiabal, Lira, Apicum, Coréia, Vila Passos, Fabril, Diamante e Camboa —, estando inserido em zonas de preservação em nível federal e estadual. O conjunto tombado é formado por cerca de 5.607 imóveis, sendo 978 localizados nos 60 hectares da

área de proteção federal e 4.629 na área de proteção estadual, com 160 hectares (ANDRÈS, 1998) (Figura 1).



Fonte: Maranhão (2010).

Figura 1. Áreas de Proteção do Centro Histórico de São Luís.

A importância do Centro Histórico de São Luís remonta aos séculos XVII, XVIII e XIX, períodos em que a cidade vivenciou um tempo de efervescência socioeconômico e cultural (GUEDES, 2001). Seu posterior declínio resultou num espaço cuja representatividade — em termos de manutenção dos aspectos tradicionais da cultura local e de preservação do acervo arquitetônico — balizou a concepção e operacionalização de um programa de revitalização para o Centro Histórico de São Luís e, mais recentemente, incorporou também objetivos marcadamente turísticos (GUEDES, 2001).

O cotidiano e as práticas tradicionais compõem um elenco diversificado, cercado de particularidades, tradições e representações simbólicas, constitutivas de traço comum de sociabilidade, a qual vem ganhando notoriedade e sendo alvo de políticas públicas estaduais e municipais em articulação com a iniciativa privada com vistas ao fomento dos setores criativos. O objetivo consiste em inserir a área patrimonial no mercado turístico como alternativa para reduzir o processo de recessão econômica e do relativo abandono da área estimulando, assim, a renovação do espaço urbano por intermédio do turismo.

Uma análise preliminar dos documentos que balizaram o Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico de São Luís revelou a importância conferida pelos representantes oficiais de patrimônio à dimensão tangível ou material do acervo arquitetônico, expressa por meio de decretos, tombamentos, recuperação de imóveis e ações de fiscalização aos monumentos edificados. O patrimônio funcionou, inicialmente, como um mecanismo de construção simbólica de afirmação de uma identidade local que não revelava a pluralidade cultural, configurando-se em recurso para criar uma ideia unilateral de unidade coletiva.

Na atualidade, os casarões coloniais tornaram-se sedes de órgãos das administrações públicas estaduais e municipais ou foram refuncionalizados, passando a abrigar equipamentos relacionados ao turismo, tais como agências de viagens, casas de cultura e museus, bares, restaurantes, lojas de artesanato e *souvenirs*.

Nos últimos anos, ampliou-se o diálogo entre o processo de revitalização do centro histórico e a economia criativa por meio de ações desenvolvidas pelos órgãos estaduais e municipais de cultura e turismo. Uma das iniciativas mais recentes consiste no Programa Nosso Centro (Figura 2), instituído pelo Decreto nº 34.959, de 26 de junho de 2019, vinculado à Secretaria das Cidades e Desenvolvimento Urbano (SECID) do Governo do Estado do Maranhão, que possui como objetivo principal “tornar o Centro Histórico de São Luís referência em renovação e desenvolvimento sustentável, preservando seu valor histórico e cultural ao mesmo tempo que promove o Centro da cidade de São Luís como espaço democrático” (MARANHÃO, 2018, p. 2).



Fonte: adaptado de Maranhão (2018).

Figura 2. Fôlder de divulgação e estratégias do Programa Nosso Centro.

Para a sua operacionalização, o programa é constituído por estratégias, destacando-se (MARANHÃO, 2019):

- interligação de polos vocacionais;
- redução dos vazios urbanos e aproveitamento de estruturas ociosas, públicas ou privadas;
- incentivo a habitação, atividades comerciais e culturais como base de sustentabilidade local;
- articulação de recursos de diversas origens (setor público e privado e fontes internacionais) para recuperação e uso do patrimônio;

- parcerias do setor público com a iniciativa privada local e a sociedade civil.

Ainda de acordo com Maranhão (2018), o Programa Nosso Centro contempla intervenções nas áreas de tombamento estadual, federal e zona central da cidade, em articulação com a Prefeitura Municipal de São Luís e com o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. A proposta divide o centro histórico em polos vocacionais, com ações convergentes e complementares:

- Polo habitacional possui como objetivo promover a ocupação sustentável do Centro Histórico, incentivando a instalação de novas moradias na região e a permanência e melhoria das condições de habitabilidade do centro. Dentre as ações propostas, destacam-se melhorias habitacionais, adaptação e revitalização de imóveis para uso social;
- Polo tecnológico tem como eixo articulador tornar o centro histórico referência em tecnologia da informação e comunicação, economia criativa, biotecnologia, tecnologias emergentes, tecnologias para cidades inteligentes e desenvolvimento de *startups* por meio de serviços de atração de investidores e articulação de projetos de pesquisa e desenvolvimento tecnológico e de inovação dos setores;
- Polo comercial e gastronômico tem como proposta fomentar o comércio local por meio da promoção de melhores condições estruturais, de segurança e de mobilidade para empreendedores e consumidores da área central de São Luís. Foi definida a seguinte ação estratégica: revitalização de imóveis com estímulo a novos empreendimentos da iniciativa privada por meio do Programa Adote um Casarão.
- Polo cultural, turístico e de lazer possui o foco central fomentar a ocupação e a realização de atividades e atrações culturais do Centro Histórico, tornando-o referência de lazer à população local e turistas, e ainda preservar e difundir o patrimônio cultural material e imaterial do estado do Maranhão. Entre as ações estratégicas, elencamos o apoio a empreendimentos culturais, comerciais e gastronômicos, a formalização e o apoio a grupos culturais tradicionais (implementado), a realização de atividades culturais como o Festival Guarnicê, o Festival BR-135, a disseminação de movimentos musicais de *reggae* e o apoio às pesquisas sobre o Centro Histórico;
- Polo institucional tem como proposta aproximar os órgãos institucionais estratégicos de modo a modernizar os serviços públicos e intensificar o fluxo de pessoas na região central.

No âmbito dessas atividades desenvolvidas em cada polo vocacional, observamos que existe um diálogo com as novas diretrizes da gestão patrimonial, nas quais o turismo surge como atividade que impulsiona as economias e a valorização dos elementos intangíveis como insumos para a melhoria da qualidade de vida. A proposta de revitalização do Centro Histórico inclui o estímulo ao desenvolvimento e a dinamização de atividades culturais na área, com vistas a promover o uso turístico do local.

O turismo integra uma ampla estratégia de reinterpretação dos territórios e das identidades locais como estratégias de inserção econômica e de diferenciação no

mercado, dando origem a novos contornos e novas matizes. A reconfiguração dos lugares no âmbito do turismo afigura-se como o resultado efetivo das novas necessidades de formatação e consumo das produções culturais sob o fulcro de um modo de produção globalizado, recompondo os lugares nos quais os turistas podem vivenciar novas formas de representação do patrimônio cultural de uma comunidade. Sendo assim, assiste-se a incentivo público e privado nas áreas de entretenimento e lazer, realização de *shows* de cultura popular, mostras de artesanato, entre outros, com o objetivo de captar um público de visitantes e evitar o esvaziamento do local.

Dessa forma, o patrimônio cultural de São Luís vem sendo reconfigurado por intermédio do aproveitamento turístico dos casarões coloniais, da formatação de roteiros turísticos baseada na criatividade e, a partir dos elementos da cultura imaterial, promoção de eventos no entorno do conjunto patrimonial, ocupações artísticas dos casarões por coletivos e produtores culturais e implantação de equipamentos turísticos, de lazer e entretenimento para turistas e comunidade local.

Especificamente no campo da economia criativa, essas iniciativas concentram-se nos seguintes eixos (MARANHÃO, 2019):

- do patrimônio: patrimônio material, patrimônio imaterial, arquivos e museus;
- das expressões culturais: artesanato, cultura popular, culturas indígenas, culturas afro-brasileiras, artes visuais;
- das artes e espetáculos: dança, música, circo, teatro.

Como uso emergente, o turismo repercute nas formas de apresentação e disposição dos elementos locais, delimitando áreas de interesse comercial e cultural, recompondo a imagem da área patrimonial, com ênfase em determinados marcos, logradouros, roteiros, percursos ou trajetos (BOULLÓN, 2002). O turismo cultural recria, por meio de roteiros, produtos e eventos culturais, as histórias e identidades do bairro, revalorizando manifestações culturais e instituindo uma nova narrativa sobre o espaço urbano para os seus moradores, em direção à maior visibilidade do patrimônio cultural.

Pode-se perceber certos padrões de intervenção, especialmente no que diz respeito ao papel das atividades culturais na recuperação dos espaços públicos, no intuito de modernizar ou “reinventar” a imagem das cidades. Entre as ações culturais mais comuns, destacam-se a valorização das tradições locais e da cultura popular, a instalação de museus e centros culturais monumentais, a preservação do patrimônio cultural e arquitetônico, o incentivo a eventos (conferências, festivais, mostras culturais) e o estímulo ao turismo de cunho cultural (PIO, 2013, p. 1).

Uma das ações consiste na promoção de roteiros de turismo criativo e de turismo de experiência articulados pelos gestores municipais e que estimula a interatividade entre os moradores e visitantes, feiras de comercialização de produtos culturais, incentivo às intervenções artísticas e dinamização das atividades culturais (Figura 3).

No âmbito municipal destacamos a realização dos projetos *Tour* de Experiência e Sarau Histórico da Secretaria Municipal de Turismo de São Luís e da Feirinha



Fonte: Secretaria de Estado de Cultura do Maranhão.

Figura 3. Intervenções culturais no Centro Histórico de São Luís.

de São Luís, ação promovida pela Secretaria Municipal de Agricultura, Pesca e Abastecimento. O primeiro consiste na realização de roteiros temáticos pelas ruas do Centro Histórico e de intervenções artísticas no teatro Artur Azevedo com o objetivo de valorizar o patrimônio material e intangível da cidade (Figuras 4 e 5).

O projeto Feirinha da Cidade teve a sua primeira edição em março de 2020 na praça Benedito Leite e atualmente ampliou suas atividades na área do Centro Histórico, abrangendo a rua de Nazaré e a rua do Egito, importantes locais de referência histórica e da memória da cidade. A sua programação é realizada aos



Fonte: Secretaria Municipal de Turismo (2020).

Figura 4. Projeto *Tour* de Experiência.



Fonte: Secretaria Municipal de Turismo (2020).

Figura 5. Projeto Sarau Histórico.

domingos. Além da comercialização de artigos artesanais e gastronômicos, contempla apresentações artísticas e culturais (Figura 6).



Fonte: Semapa (2022).

Figura 6. Projeto Feirinha de São Luís.

A partir dessas iniciativas, o patrimônio e, por extensão, a cidade estabelecem um diálogo estreito com o mercado de bens simbólicos, com a projeção de seus atributos arquitetônicos e modos de vida locais nos espaços de produção e consumo cultural. Sendo o patrimônio um elemento diferenciador da oferta turística de uma localidade, esta passa a ser utilizada como estratégia de posicionamento e competitividade e de atração de um público de visitantes para os destinos. Conforme observa Yúdice (2006, p. 12):

A cultura é hoje vista como algo que hoje se deve investir, distribuída nas mais diversas formas, utilizada como atração para o desenvolvimento econômico e turístico, como mola propulsora das indústrias culturais e como uma fonte inesgotável para novas indústrias que dependem da propriedade intelectual.

A criatividade adquire, assim, um papel fundamental na formatação de eventos culturais, produtos e serviços a partir das características culturais locais, o que impulsiona empresas e prestadores de serviços a ofertar bens materiais e intangíveis na área patrimonial, dotando o patrimônio de novos usos e valorizando as produções culturais locais na perspectiva do desenvolvimento:

O turismo criativo impulsiona, desta forma, o desenvolvimento de experiências únicas em que o cunho pessoal de cada visitante proporciona, por um lado, o usufruto de momentos únicos, concebidos à medida de cada um, e por outro lado, uma maior compreensão do significado dos valores, vivências e cultura locais, permitindo assim a aquisição de novas competências (CARVALHO; LIMA; KASTENHOLZ, 2014, p. 637).

Consideramos que os espaços urbanos coletivizados podem compor um elenco diversificado de atrativos turísticos e culturais em conformidade com as novas tendências do turismo na contemporaneidade com foco nas indústrias criativas. A associação entre turismo e patrimônio cultural torna-se mais significativa quando são oportunizadas situações e experiências nas quais os turistas possam vivenciar as diferentes formas de expressão dos saberes e fazeres populares tradicionais.

As propostas de preservação do patrimônio cultural para o turismo devem ser buscadas a partir dos contextos locais, das potencialidades e das sinergias de cada comunidade, ou seja, dos elementos que constituem a sua memória e suas tradições. O Centro Histórico de São Luís apresenta algumas ações convergentes de estímulo aos setores criativos, o que nos leva a afirmar que a área dispõe de atratividade para fortalecer os setores culturais e promover ações compartilhadas de valorização dos saberes e fazeres tradicionais como vias para o desenvolvimento.

Ressaltamos a necessidade de captação de negócios comunitários inclusivos nas áreas das culturas populares e da gestão de governança que possa articular os diferentes atores sociais — governos, classe criativa e comunidades — em torno de objetivos comuns.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na contemporaneidade, a articulação entre turismo e criatividade tem alicerçado estratégias de desenvolvimento de áreas patrimoniais, especialmente com a formatação de produtos, bens e serviços de elevado valor simbólico a partir dos patrimônios materiais e imateriais das comunidades. As práticas culturais conferem visibilidade aos atores culturais e traduzem-se em oportunidades de elevação da qualidade de vida, inserindo-os na denominada economia criativa.

Como parte integrante das ações de estímulo às indústrias criativas e da renovação e revitalização de áreas patrimonializadas, a atividade turística promove trocas recíprocas entre os grupos sociais e o reconhecimento da diversidade cultural, em meio ao processo de globalização e à tendência a padronização do capital simbólico no âmbito das sociedades contemporâneas. Essa constatação permite compreender o turismo como uma experiência que propicia a descoberta do eu e do outro numa perspectiva de integração, com repercussões positivas no exercício de alteridade.

Inserido nesse processo de valorização do patrimônio pelas indústrias criativas, propusemos algumas reflexões teóricas acerca do processo de estabelecimento de um território criativo no centro histórico da cidade de São Luís, Maranhão, tendo por bases as ações e estratégias desenvolvidas pela gestão pública estadual e municipal. Os resultados da pesquisa bibliográfica e documental sinalizam para um processo de renovação do Centro Histórico em busca de sua projeção por meio dos setores criativos e da sua articulação com o turismo, conforme análise do Programa Nosso Centro e das ações dele decorrentes.

O estudo trouxe apontamentos iniciais sobre a emergência de um território criativo no Centro Histórico de São Luís, sendo necessário ampliar as discussões em torno dos impactos dos setores criativos na vida das comunidades que habitam as áreas patrimoniais. A temática turismo criativo também pode ser foco de futuras abordagens a fim de se constituir um corpo teórico que auxilie nas pesquisas e na formulação de políticas públicas relacionadas às indústrias criativas e da sua interface com o turismo.

REFERÊNCIAS

- ABREU, R.; CHAGAS, M. (org.). **Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- ALEXANDRE, L. M. M.; ARAÚJO, H. M.; SILVA, J. A. M. As interfaces conceituais entre economia criativa, turismo e cidades criativas. *In*: GAZONI, L.; GOMES, I. L.; WIESINIESKI, L. B. (org.). **Pesquisa em turismo: colaboração, inovação e interdisciplinaridade**. Goiânia: Espaço Acadêmico, 2020. p. 500-515.
- ALMEIDA, J. A. *et al.* (org.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Santa Maria: Centro Gráfico, 2003.
- ANDRÉ, I.; VALE, M. (coord.). **Criatividade urbana na região de Lisboa**. Lisboa: CCRLVT, 2012.
- ANDRÉS, L. F. C. C. *et al.* **Centro Histórico de São Luís - Maranhão: patrimônio mundial**. São Paulo: Audichoromo, 1998.
- ASHTON, M. S. G. Cidades criativas: análise reflexiva das relações com o turismo. *In*: DUSAN, S. (org.). **Inovação e aprendizagem organizacional**. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. v. 1. p. 230-245.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BECKER, F. D; WITTMANN, M. L. **Desenvolvimento regional: abordagens interdisciplinares**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2003.
- BENI, M. C. Turismo: da economia de serviços à economia da experiência. **Turismo: Visão e Ação**, v. 6, n. 3, p. 295-306, set.-dez. 2004. <https://doi.org/10.14210/rtva.v6n3.p295>
- BORÉN, T.; YOUNG, C. Getting creative with the 'creative city'? Towards New perspectives on creativity in urban policy. **International Journal and Regional Research**, v. 37, n. 5, p. 1799-1815, 2013. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2012.01132.x>
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. Caxias do Sul: Edusc, 2002.
- BRAMWELL, B.; SHARMAN, A. Collaboration in local tourism policymaking. **Annals of Tourism Research**, v. 26, n. 2, p. 392-415, 1999. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00105-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00105-4)
- CAIADO, A. S. C. (coord.). **Economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade**. São Paulo: Fundap, 2011.
- CARVALHO, M. S.; LIMA, J.; KASTENHOLZ, E. Criatividade cultural – que oportunidade para destinos rurais? **Pasos**, Aveiro, v. 12, n. 3, p. 635-648, 2014. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130937011>. Acesso em: 28 nov. 2020.

- CHIZZOTTI, A. A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução e desafios. **Revista Portuguesa de Educação**, Braga, v. 16, n. 2, p. 221-236, 2003.
- CORRÊA, R. L. A espacialidade da cultura. *In*: OLIVEIRA, M. P.; COELHO, M. C. N.; CORREA, A. M. (org.). **O Brasil, a América e o mundo: espacialidade contemporânea**. Rio de Janeiro: Lamparina/Faperj, 2008. p. 301-313.
- COSTA, P.; SEIXAS, J. OLIVEIRA, A. R. Das cidades criativas à criatividade urbana? Espaço, criatividade e governança na cidade contemporânea. **Cabo Verde Redes e Desenvolvimento Regional**, 2009. p. 2715-2746.
- COUSIN, S.; APCHAIN, T. Turismo e antropologia: um tango da alteridade. *In*: RAMIRO, P. A. (org.). **Antropologia e turismo: coletânea franco-brasileira**. João Pessoa: Editora UFPB, 2019. p. 13-40.
- CRUZ, R. C. A. **Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007.
- EMMENDOERFER, M. L. **Centros históricos como territórios criativos em cidades luso-brasileiras: critérios para denominação, análise e inovação como subsídios para políticas públicas**. 294f. Relatório (Estágio Pós-Doutoral) – Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho, 2015.
- FIGUEIREDO, S. L.; NÓBREGA, W. R. M. Desenvolvimento e participação no programa de regionalização do turismo. *In*: ALMEIDA, O.; FIGUEIREDO, S. L.; TRINDADE JÚNIOR, S. (org.). **Desenvolvimento e sustentabilidade**. Belém: NAEA, 2012.
- FLORIDA, R. **The rise of the creative class: and how it is transforming work, leisure, community and every day life**. Nova York: Basic Books, 2002.
- GHEDIN, E.; FRANCO, M. A. S. **Questões de método na construção da pesquisa em educação**. São Paulo: Cortez, 2011.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.
- GUEDES, K. D. B. **Políticas de preservação do Centro Histórico de São Luís**. 150f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2001.
- HALL, C. M. A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 19, n. 4-5, p. 437-457, 2011. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
- KRONEMBERGER, D. **Desenvolvimento local sustentável: uma abordagem prática**. São Paulo: Senac, 2011.
- LANDRY, C. **Origens e futuros da cidade criativa**. São Paulo: Sesi-SP, 2013.
- MADEIRA, M. G. **Economia criativa: implicações e desafios para a política externa brasileira**. Brasília: Funag, 2014.
- MARANHÃO. Decreto nº 34.959. Institui o Programa Nosso Centro. **Diário Oficial do Estado**, São Luís, 2019. Disponível em: <https://www.diariooficial.ma.gov.br/public/index.xhtml>. Acesso em: 5 fev. 2021.
- MARANHÃO. **Portal do Governo do Estado**. Disponível em: <https://www.ma.gov.br/>. Acesso em: 20 jul. 2010.
- MARANHÃO. Secretaria de Estado das Cidades do Maranhão. **Nosso Centro**. Maranhão, 2018. Disponível em: <https://secid.ma.gov.br/programas-ou-campanhas/programa-nosso-centro>. Acesso em: 10 jun. 2020.
- MARINHO, M. A. Resistências e contra-usos do espaço público frente às estratégias das políticas de embelezamento urbano – o caso do Largo de Coimbra em Ouro Preto/MG. **Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo, v. 5, n. esp., p. 105-123, abr. 2015.
- MARTINS, N. *et al.* **Projecto “Cidades Inteligentes”**: orientações de política de revitalização urbana para a competitividade e sustentabilidade das cidades. Lisboa: DPP, 2007.
- MARTINS, R. D. A.; CALDAS, E. L. Visões do desenvolvimento local: uma análise comparada de experiências brasileiras. **Interações**, Campo Grande, v. 10, n. 2, p. 70-93, 2009. <https://doi.org/10.1590/S1518-70122009000200008>

- MIGUEZ, P. Economia criativa: uma discussão preliminar. *In*: NUSSBAUMER, G. M. (org.). **Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 95-113.
- MOESCH, M. M. **A epistemologia social do turismo**. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- PIO, L. G. Novas tendências na revitalização de áreas “históricas”: o caso Porto Maravilha. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL POLÍTICAS CULTURAIS, 4., 2013, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. 2013. 13 p.
- REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.
- RICHARDS, G. Creativity and tourism: the state of art. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1225-1253, 2011. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- RICHARDS, G. Tourism development trajectories: from culture to creativity? **Encontros Científicos**, v. 6, p. 9-15, 2010.
- SANTANA, A. **Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações**. São Paulo: Aleph, 2009.
- SANTOS, A. B. C. F. dos. Cidades criativas: a relação entre cultura, cidade e desenvolvimento. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA. Salvador, 11., 2015. **Anais [...]**. 2015. p. 1-12.
- URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Edusc, 1996.
- VIVANT, E. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo: Senac São Paulo, 2012.
- ZAPATA, T. (coord.). **Gestão participativa para o desenvolvimento local**. Recife: BNDES / Cooperação Técnica do PNUD, 2000.
- YÚDICE, G. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

Sobre a autora

Karoliny Diniz Carvalho: Doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGTUR/UFRN). Mestre em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Docente do curso de Bacharelado em Turismo (UFMA), *campus* São Bernardo.

Conflito de interesses: nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

