

XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
19 a 21 de setembro de 2018 – São Paulo/SP

## Cocriação no turismo: boas práticas para a promoção em destinos turísticos criativos

Ana Carina Calixto de Souza<sup>1</sup>  
Cibely Oliveira Nery Rodrigues Valença<sup>2</sup>  
Sérgio Rodrigues Leal<sup>3</sup>

### Resumo

A contextualização de temas emergentes no turismo torna-se cada vez mais necessária para entender a qualidade da oferta, uma vez que o turista atual busca ser o protagonista da sua viagem. Na atualidade, a prestação de serviços turísticos encontra-se cada vez mais conectada aos desejos e expectativas desses sujeitos, o que requer um novo olhar por parte dos pesquisadores. Frente a este cenário, analisar questões relativas à cocriação poderá trazer uma compreensão a cerca da promoção dos destinos. A cocriação, entendida no campo do turismo como sendo a interação entre o consumidor e o serviço adquirido, em um processo que gera valor para os envolvidos, torna-se capaz de acrescentar valor às experiências de maneira significativa e memorável. Os destinos turísticos criativos podem contribuir, decisivamente, para o desenvolvimento e impulsionamento da atividade turística, assim como cooperar para a sua sustentabilidade, funcionando como modelo dinamizador e decisivo do destino turístico pelas experiências cocriadas disponibilizadas. Nesse contexto, o presente artigo tem por objetivo principal analisar como a cocriação tem sido aplicada na promoção e comercialização de destinos turísticos criativos e como os destinos estão trabalhando com essa perspectiva. Para tal, coletamos dados documentais tendo como ferramenta metodológica a análise de conteúdo para facilitar o tratamento analítico dos dados. Para compor o trabalho, analisamos as boas práticas de cocriação de país da América Latina (Brasil, Colômbia e Equador) membros da rede *Creative Tourism Network*, responsável por conter os principais destinos que promovem a criatividade como atrativo turístico. A partir da análise, foi possível identificar que a reunião dos fatores experiência, cocriação e criatividade, utilizada pelas cidades nomeadas de cidades criativas, possibilita que as mesmas, enquanto destinos turísticos, possam, através da utilização da cocriação, oferecer um conjunto de condições e serviços que lhes facultam uma vantagem competitiva face às cidades tradicionais. O artigo é um esforço para oferecer um ponto de partida para estudos futuros que abordem cidades de outros países, e que esses ilustrem os possíveis fatores que contribuem para o desenvolvimento de destinações criativas.

**Palavras-chave:** Cocriação; turismo; promoção; boas práticas; destinos criativos.

---

<sup>1</sup> Especialista em mediação cultural e mestranda no Programa de Pós-Graduação em Hotelaria e Turismo da Universidade Federal de Pernambuco – PPHTur/UFPE. <http://lattes.cnpq.br/3195213203706756>. E-mail: [souzacarinaana@gmail.com](mailto:souzacarinaana@gmail.com).

<sup>2</sup> Mestranda no PPHTur/UFPE. <http://lattes.cnpq.br/3081220454996421>. E-mail: [cibelynery@gmail.com](mailto:cibelynery@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutor em Turismo pela Universidade de Surrey (Reino Unido). Professor do Departamento de Hotelaria e Turismo e vice coordenador do PPHTur/UFPE. <http://lattes.cnpq.br/9559630444113123>. E-mail: [sergio.rleal@ufpe.br](mailto:sergio.rleal@ufpe.br)