

TURISMO CRIATIVO EM MINAS GERAIS: UM CAMPO DE ESTUDOS EM FORMAÇÃO

CREATIVE TOURISM IN MINAS GERAIS: A FIELD OF STUDIES IN FORMATION

Patrícia Morais Lima

Doutoranda em Desenvolvimento Social no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Social da Universidade Estadual de Montes Claros (Montes Claros/Brasil). Mestre em Sociedade, Ambiente e Território pela Universidade Federal de Minas Gerais (Montes Claros/Brasil). Pesquisadora na Universidade Estadual de Montes Claros (Montes Claros/Brasil).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5789-0839>.
E-mail: patriciamoraislima@gmail.com

Glenda Nunes Gomes

Mestre em Economia pela Universidade Federal de Viçosa (Viçosa/Brasil).
Pesquisadora na Universidade Estadual de Montes Claros (Montes Claros/Brasil).
Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8734-2366>
E-mail: glendanunesgomes@gmail.com

Gian Luca Souza Calabro

Acadêmico de Engenharia Urbana pela Universidade Federal de Ouro Preto (Ouro Preto/Brasil).
Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-8376-3371>.
E-mail: gian.luca@aluno.ufop.edu.br

Tainá Ribeiro Antunes

Acadêmica de Administração pela Universidade Estadual de Montes Claros (Montes Claros/Brasil).
Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-2684-5615>.
E-mail: tainaribeioribeiroantunes@gmail.com

Ana Célia Melo Lopes

Acadêmica de Administração pela Universidade Estadual de Montes Claros (Montes Claros/Brasil).
Orcid: <https://orcid.org/0009-0000-0747-889X>.
E-mail: anacelialopes57@gmail.com

Recebido em: 8 de abril de 2023
Aprovado em: 28 de junho de 2023
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
BCIJ | v. 3 | n. 2 | p. 218-231 | jul./dez. 2023
DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v3i2.3530>



RESUMO

O turismo criativo trata-se de um conceito que passou a ser discutido a partir dos anos 2000, e consiste, em linhas gerais, em um turismo que agrega potencial criativo e participação nas tradições locais, uma interação entre turista e comunidade local. A partir da compreensão do turismo criativo como campo emergente de estudos, bem como do potencial de Minas Gerais para o desenvolvimento desta categoria de turismo, dada a sua diversidade cultural, o objetivo desta pesquisa¹ é identificar e discutir a literatura existente sobre essa categoria de turismo em Minas Gerais. Trata-se de uma pesquisa Bibliográfica, realizada a partir da busca de trabalhos científicos nas plataformas *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e *Google Scholar*, seleção e estudo dos artigos encontrados. A revisão dos estudos encontrados sugere a existência de potencial para o turismo criativo em Minas Gerais, especialmente dentro da gastronomia, da literatura, do patrimônio histórico e do patrimônio ambiental, contudo, ainda se mostra como uma discussão incipiente e pouco aprofundada. Ademais, os estudos sugerem problemas de efetivação para o turismo criativo no Estado, que vão desde a pouca compreensão do tema até a necessidade de governança mais atuante no setor. Conclui-se que a revisão da literatura já existente sobre o tema possibilita um ponto de partida para pesquisas subsequentes que possam avançar teoricamente e no exercício prático de incentivos para as experiências existentes no Estado.

Palavras-chave: Turismo Criativo. Economia Criativa. Minas Gerais.

ABSTRACT

Creative Tourism is a concept whose discussion began in the 2000s, and consists, in general terms, of tourism that adds creative potential and participation in local traditions, an interaction between tourists and the local community. From the understanding of Creative Tourism as an emerging field of studies, and the potential of Minas Gerais for the development of this category of tourism, recognizing its cultural diversity, the objective of this research is to identify and discuss the existing literature about this category of tourism in the state of Minas Gerais. This is a bibliographical research developed from the search for scientific works in the Scientific Electronic Library Online (SciELO) and Google Scholar platforms. The articles found were selected and studied. The review of the studies found suggests the existence of potential for creative tourism in the state of Minas Gerais, especially for gastronomy, literature, historical heritage and environmental heritage. However, the discussions on the subject are still incipient and shallow. Furthermore, studies suggest implementation problems for creative tourism in the state of Minas Gerais, ranging from little understanding of the topic to the need for more active governance in the sector. The review of existing literature on the subject provides a starting point for subsequent research that can advance theoretically and in the practical exercise of incentives for existing experiences in the state.

Keywords: Creative Tourism. Creative Economy. Minas Gerais.

¹ Agradecemos a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelo financiamento desta pesquisa.



1 INTRODUÇÃO

O Estado de Minas Gerais se destaca por suas potencialidades turísticas regionais. Sua cobertura vegetal caracteriza-se pela transição de biomas entre Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica, Campo Rupestre e Mata Seca. Possui importantes bacias hidrográficas, dentre elas, a Bacia do Rio São Francisco, Bacia do Rio Grande e Bacia do Rio doce (IGAM, 2010; IEDE, 2022). A diversidade de atrativos turísticos engloba sua rica diversidade histórica, cultural e natural que vão desde suas belezas paisagísticas, cidades históricas e gastronomia, às manifestações culturais.

O encontro de pessoas, saberes e sabores tornam determinadas regiões e lugares do Estado polos que atraem turistas, tanto nacionais, quanto estrangeiros, por suas singularidades. É notório que a atividade turística ainda se concentra em determinadas cidades do Estado, recaindo principalmente sobre o turismo cultural e monumental das cidades históricas, o que implica também no grau de organização, infraestrutura e incentivo de políticas públicas à atividade, bem como o impacto social e econômico que sua ampliação exerce sobre a população local (Marujo; Serra; Borges, 2013; Franklin; Stephan; Reis, 2021). Nesse sentido, têm-se como principais desafios a constância e atratividade dos destinos turísticos, a geração de renda voltada para qualidade de vida e a inserção de empreendimentos e atividades que envolvam a população residente.

A concepção de turismo criativo apresenta-se como um leque de possibilidades, no intuito de potencializar os destinos turísticos pelo grau de inovação e experiência ofertada, com base nos atributos locais. Dessa forma, é possível relacionar o turismo diretamente à economia criativa. Pautada pela Organização das Nações Unidas (ONU) como conceito em evolução, a economia criativa agrega um conjunto de atividades que atravessam a diversidade cultural, negócios e tecnologia, em que as atividades econômicas têm como base o conhecimento e a criatividade (UNCTAD, 2010).

Desde então, a ideia de economia criativa vem se consolidando no âmbito político e acadêmico enquanto alternativa para geração de bens, serviços e renda, que tem como base a criatividade, cultura e sustentabilidade, pontencializando atividades desenvolvidas por distintos setores econômicos e sociais. Segundo Machado (2016), o seguimento enfatiza a pequena produção, a produção imaterial ou intangível, abrindo espaço para diferentes campos em que a distinção de outras atividades econômicas se daria pela incorporação do simbólico, estético, direito autoral e utilização de tecnologias. Para Reis (2008, p. 24), "a economia criativa compreende setores e processos que têm como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico".

O termo economia criativa tem sido aplicado na caracterização de atividades, produtos e serviços no âmbito público e privado, bem como para formulação de políticas públicas para evidenciar atividades



econômicas que vão das mais tradicionais às mais complexas das tecnologias inovadoras, acompanhando o debate globalizado das agendas governamentais nacionais e locais (Serra; Fernandes, 2014). Diante do amplo leque de definições e atividades que abrangem a economia criativa, é necessário o conhecimento de seus atributos em cada lugar em específico, suas vantagens competitivas, unicidade, processos e dinâmicas que permeiam as relações culturais, as redes de valor e o potencial intangível de produtos e serviços (Reis, 2008).

O turismo é uma atividade que se conecta à economia criativa desde suas primeiras formulações. De acordo com a UNCTAD (2010, p. 10), a economia criativa “abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo”. Tal fato está atrelado às atividades que movimentam e materializam o turismo, as experiências geradas, a produção de valor simbólico e a intensa transversalidade que compõe a área da economia criativa (Fraga; Emmendoerfer; Mendes, 2015).

Por conseguinte, é possível qualificar o turismo enquanto atividade criativa devido aos valores materiais e simbólicos que podem ser gerados a partir dele. Neste campo, o turismo criativo se apresenta como possibilidade para a distinção e diversificação dos destinos turísticos por suas potencialidades atreladas às relações entre turistas e residentes pela prática e experiência vivenciadas no destino (Richards; Marques, 2012).

O Plano Estadual da Economia Criativa em Minas Gerais ao tratar do seguimento do patrimônio cultural trouxe elementos da relação direta que este possui com o turismo, o que se expressa pela proposição de diretrizes e estratégias para o setor ao propor que a gestão do patrimônio cultural ocorra de forma intersetorial a políticas afins como ocorre com o turismo (Fundação João Pinheiro, 2018). Trata-se, então, de atividade que potencializa o conjunto de setores e atividades que movimentam sua cadeia, promovendo diversificação.

Os estudos já realizados sobre o tema trazem a perspectiva do turismo criativo como alternativa ao turismo “industrial” (Molina, 2016), como potencial de desenvolvimento local em pequenas cidades (Simião, 2016) e buscam estabelecer relações com a economia criativa (Fraga; Alves; Emmendoerfer, 2015). Já os estudos específicos sobre turismo criativo em Minas Gerais, como os realizados por Delabrida e Carvalho (2018), Menezes e Barroso (2016), Fraga, Alves e Emmendoerfer (2015), dentre outros, trazem perspectivas locais e, algumas vezes, problematizações não percebidas nos estudos mais conceituais e de construção do tema.

Ao considerar a emergência do conceito de turismo criativo, bem como o potencial do Estado de Minas Gerais para as atividades turísticas desta categoria, dada a sua diversidade cultural, este estudo se propõe a responder a seguinte questão: há um campo de estudos consolidado na temática do turismo



criativo em Minas Gerais? Acredita-se que os estudos produzidos a respeito do tema refletem, em alguma medida, a realidade das cidades mineiras. Assim, este estudo tem por objetivo identificar e discutir a literatura já existente acerca do turismo criativo no Estado.

Para cumprir com o objetivo, este artigo está dividido em quatro seções, sendo a primeira esta introdução. Na segunda seção faz-se uma conceituação do turismo criativo. A terceira seção descreve a metodologia utilizada para esta pesquisa Bibliográfica. A quarta seção conta com a discussão dos artigos encontrados especificamente para Minas Gerais, com seus apontamentos e problematizações.

2 O TURISMO CRIATIVO

O turismo criativo emerge da problemática da preponderância do turismo cultural voltado a atrações históricas e patrimoniais que incide sobre determinados lugares, seus efeitos e possível saturação em um processo de mercantilização cultural local e demais produtos turísticos (Richards; Raymond, 2000). Em outra ótica, a consolidação de modelo do turismo industrial, que é imputado a determinados espaços sem considerar os saberes e cultura local, acaba desenvolvendo desigualdades sociais (Molina, 2016). Cumpre salientar que não se pode dissociar o surgimento do turismo criativo do turismo cultural (Carvalho, 2011), pois o surgimento desta categoria em sentido teórico e prático resulta em formulações que tentam contribuir e inovar no debate sobre a diversificação dos setores criativos locais e seu desenvolvimento nos cenários em que ocorre.

A literatura aponta que a ideia de turismo criativo foi concebida inicialmente por Richards e Raymond (2000), em que o turismo deveria proporcionar ao visitante o desenvolvimento de seu potencial criativo pela oferta de cursos e atividades que propiciassem aprendizagem sobre atributos e particularidades do destino visitado. Nesse sentido, Cardoso e Farias (2020) afirmam que:

Essa prática turística envolve atividades ao ar livre, vivência da vida no campo, gastronomia regional, artesanato e produtos, onde o visitante deixa de ser mero expectador, tendo a possibilidade de aprender sobre os processos de produção, sobre a cultura e, principalmente, interagir com esse ambiente. Ademais, o turismo cultural possui como estrutura a valorização dos aspectos tangíveis e intangíveis do patrimônio, da paisagem e da cultura no meio rural (Cardoso; Farias, 2020, p. 331).

À medida que a observação sobre tais práticas foi sendo aprofundada, o entendimento sobre o turismo criativo foi sendo reformulado, incorporando a reinvenção do turismo e diferenciação dos destinos pela observância da criatividade local. Desta forma, o turismo criativo se realiza na troca de



ideias e habilidades entre visitantes, comunidade local e outros atores envolvidos (Richards; Marques, 2012). Os autores veem o turismo criativo como:

Um meio de envolver os turistas na vida criativa do destino; um meio criativo de usar os recursos existentes; um meio de fortalecer a identidade e a distinção; uma forma de auto-expressão/descoberta; uma forma de entretenimento educativo - educação como auto-realização e aprendizado; uma fonte de "atmosfera" para os lugares; Uma fonte para recriar e reviver lugares (Richards; Marques, 2012, p. 4, tradução dos autores).

Tais elementos veem a constituição do turismo criativo a partir da produção de produtos criativos que atraem pessoas pela aprendizagem e experiência que os lugares, de forma singular e distintiva, possam oferecer a partir dos recursos existentes no destino. Seu diferencial estaria na construção de relações entre pessoas pelo envolvimento de turistas e população local por meio da cultura e criatividade das práticas locais, possibilitando ao visitante desenvolver também suas habilidades e o experimento diferenciado de lugares distintos (Richards, 2017).

Nesse sentido, Lindroth, Ritalahti e Soisalon-Soininen (2007) ponderam a criatividade como parte integrante da oferta turística. Os autores comparam essa relação entre a criatividade e o turismo com a relação entre turismo e destino, ao passo que o sucesso do turismo em determinado destino se dá pela imagem transmitida pelo próprio destino, seja de sucesso ou não, de forma que o turismo integra o destino.

Molina (2016) apreende o turismo criativo enquanto processo pós-moderno em contraponto à perspectiva do turismo industrial. O turismo, portanto, deve ser estruturado a partir das especificidades de cada localidade, considerando que "cada comunidade tem habilidades e recursos diferentes e objetivos diferentes. O turismo criativo baseia-se em atos de liberdade e autonomia, e no pleno exercício dos direitos dos cidadãos" (Molina, 2016, p. 213). A atividade turística deve, então, considerar os anseios e conhecimentos locais, bem como a busca pela qualidade de vida das pessoas, em oposição aos modelos prontos que não consideram as realidades sociais locais e suas demandas.

O desenvolvimento local também compõe a discussão do turismo criativo. De acordo com Simião (2016), é importante pensar o turismo criativo enquanto possibilidade de desenvolvimento de pequenas cidades, em que além da cultura e das atividades criativas tenha-se previamente um mínimo de infraestrutura para o desenvolvimento do turismo criativo, corroborando atividades e produtos existentes. Dessa forma, a autora vislumbra contribuições importantes que o turismo criativo pode oferecer no âmbito da pequena escala, do compartilhamento de experiências entre população local e



visitantes, ferramenta importante para diálogo e abertura ao diferente, além da inclusão de mulheres e jovens por meio das atividades que desenvolvem.

As cidades se tornam criativas por possuírem a capacidade de oferecer ao turista uma experiência diferenciada com base em seu patrimônio cultural local. A identificação de cidades pela criatividade exige que os agentes da economia criativa reconheçam as peculiaridades de cada território de uma cidade que se vinculam aos setores da economia criativa (Emmendoerfer et al., 2016). A organização dessas atividades para o turismo as tornam mais visíveis e possibilita o seu conhecimento e identificação, bem como, os territórios criativos que configuram o local.

De acordo com Junqueira (2018), é fundamental inventariar o patrimônio cultural de um lugar, pois é por meio desta verificação e das conexões estabelecidas localmente que o turismo criativo é fomentado. Os atributos culturais e produtos que se associam à economia criativa local seriam a base do turismo criativo (Emmendoerfer; Ashton, 2014). O turismo criativo que vem sendo descrito pela experiência, pelo aprendizado e pelas trocas que tornam os lugares singulares, assume relação direta com a economia criativa, pelas potencialidades e disposição dentro dos setores que cada destino tem a oferecer.

Fraga, Alves e Emmendoerfer (2015), buscam mostrar a ligação entre turismo e economia criativa. A economia criativa é entendida como algo que nasce da criatividade humana, ou seja, o valor do produto está contido em sua subjetividade. O turismo se assemelha a esse conceito, já que faz o uso dos valores simbólicos que os locais possuem a fim de tornar aquela atividade uma ferramenta de desenvolvimento sociocultural para a região em que se encontra. Assim, o papel do turismo criativo vai além da geração de renda, incluindo também a valorização da cultura local.

3 METODOLOGIA

A partir da compreensão do conceito de turismo criativo, este estudo tem por objetivo discutir a utilização deste conceito nos estudos realizados sobre turismo nas cidades de Minas Gerais. Assim, a metodologia se baseia em uma revisão de literatura pautada em pesquisa Bibliográfica, o que possibilita ampliar a cobertura da questão de pesquisa proposta (Gil, 2002). Para isso, realizou-se a pesquisa acessando livros, artigos e produções técnicas que tratam a temática.

Para a obtenção dos estudos relacionados ao tema e construção da discussão, foram realizadas buscas por trabalhos científicos nas plataformas *Scientific Electronic Library Online (SciELO)* e *Google Scholar*. O recorte geográfico foi o Estado de Minas Gerais e não foi estabelecido nenhum limite temporal, devido à baixa quantidade de trabalhos encontrados. Ressalta-se que o turismo criativo é um tema recente e ainda pouco explorado, o que resultou na limitação dos estudos encontrados para discussão.



Em ambas as plataformas, foram utilizados os termos de busca “Turismo Criativo em Minas Gerais” e “Turismo Criativo em MG”. Dentre os artigos encontrados, foram filtrados e mantidos apenas os trabalhos cujo objeto de estudo foi o turismo em alguma cidade ou região de Minas Gerais, desde que o trabalho explicitasse alguma relação com o turismo criativo e/ou com a economia criativa em sua discussão. A partir da leitura dos artigos selecionados, foi construída a discussão subsequente, buscando a identificação do que tem sido abordado nesse campo de estudos em formação.

4 RESULTADOS: TURISMO CRIATIVO EM MINAS GERAIS

A partir da compreensão do turismo criativo como turismo de experiência e agregação de valor das tradições locais, entende-se o potencial de crescimento dessa modalidade de turismo no Brasil, devido à diversidade cultural brasileira. Nesse sentido, o Estado de Minas Gerais ganha destaque como destino para o turismo cultural, tendo como principal atrativo as cidades históricas (FIORAVANTE; EMMENDOERFER; GARCIA, 2013).

Dentre as cidades históricas de Minas Gerais, a cidade de Ouro Preto está entre as mais conhecidas. Assim, o Centro Histórico de Ouro Preto foi objeto de estudo da pesquisa de Emmendoerfer *et al.* (2016), com o objetivo de identificar se, de fato, é um território turístico criativo. A cidade de Ouro Preto é considerada Patrimônio Cultural da UNESCO, especialmente devido à sua arquitetura barroca, seus bens materiais e sua rica e histórica colonização. Além dos atrativos históricos e arquitetônicos, o turismo na cidade também é impulsionado pelo artesanato, artes e manifestações culturais, como as festas tradicionais.

Apesar de todos os fatores culturais e criativos, Ouro Preto ainda não é reconhecida como uma cidade criativa. De acordo com Emmendoerfer e Fioravante (2021), uma cidade criativa precisa estar ancorada no tripé composto por inovação, conexões e cultura. Contudo, a cidade de Ouro Preto ainda enfrenta problemas de inovação, infraestrutura e mobilidade (conexão), o que torna incompleto o tripé de cidade criativa. Assim, Emmendoerfer *et al.* (2016), defendem uma ação conjunta entre a comunidade e os setores público e privado, com o intuito de planejar ações para o desenvolvimento e reconhecimento do turismo criativo na cidade.

A cidade de Ouro Preto também foi objeto de estudo de Fioravante, Emmendoerfer e Garcia (2013), que discutem o turismo de fortificações nas cidades históricas de Minas Gerais. Os autores destacam três fortificações como destinos turísticos: o Fortim dos Bandeirantes, o Entrincheiramento de Santa Luzia e o Palácio dos Governadores. Este último é o que se encontra em melhores condições e sobre o qual os autores realizaram seu estudo.



O Palácio dos Governadores foi construído entre 1741 e 1748 na cidade de Ouro Preto, com arquitetura baseada nos modelos de construção dos portugueses. Atualmente, o espaço é utilizado como museu, sendo o museu mais antigo do estado de Minas Gerais. Com base nos setores da economia criativa estipulados pelo Ministério da Cultura no Brasil, as fortificações, enquanto patrimônios culturais, estão alinhadas à economia criativa como espaços que potencializam e integram a diversidade criativa e cultural (Fioravante; Emmendoerfer; Garcia, 2013).

As visitas guiadas ao museu são, de acordo com os autores, o maior aspecto da economia criativa nesse tipo de turismo, visto que os visitantes entram em contato com a história e memória do local. A conclusão é que há potencial para o turismo criativo no Palácio dos Governadores. No entanto, é necessária a criação de um plano que possa estruturar o turismo no Palácio (Fioravante; Emmendoerfer; Garcia, 2013).

Também foi analisado o turismo criativo em São Bartolomeu, distrito de Ouro Preto. São Bartolomeu se tornou conhecido pela produção artesanal de doces, que já possui mais de dois séculos, sendo atrelada à história local. Após o declínio da atividade mineradora no local, a produção de queijos se tornou uma das fontes de subsistência da população, e seu consumo com doces foi se tornando tradicional na região. Atualmente, ocorrem dois eventos anuais no distrito: a Festa da Goiaba e o Encontro de Tradições Culinárias, ambos envolvem o turismo criativo, fortemente ligado à gastronomia (Cardoso; Farias, 2020).

Delabrida e Carvalho (2018) realizaram pesquisa de campo durante o Encontro de Tradições Culinárias, em 2017. Em entrevistas com participantes do evento, doceiros e a secretária de Turismo de Ouro Preto, foi identificado que este evento consegue transmitir aos participantes a cultura, os costumes e tradições locais. Conforme a percepção dos respondentes, São Bartolomeu possui uma ligação histórica com a gastronomia, sendo esta potencial para o turismo no distrito.

Em relação aos demais atrativos turísticos do distrito, parte dos participantes do evento afirmou ter interesse em conhecer outros locais, principalmente as cachoeiras. No entanto, a maioria afirmou ter apenas interesse no evento gastronômico. O perfil do visitante no evento é de permanecer apenas um dia. Isso demonstra, como apontado pelas autoras, que o evento gastronômico tem sido um atrativo para visitantes, no entanto, não tem sido suficiente para prorrogar o passeio turístico no distrito. Nesse sentido, a maioria dos participantes afirmou haver potencial em São Bartolomeu para a criação de um roteiro gastronômico, que poderia se tornar mais um atrativo para a visita e permanência dos turistas por mais tempo no local (Delabrida; Carvalho, 2018).

Outra cidade mineira analisada no contexto do turismo criativo foi a cidade de Viçosa, localizada no sudeste de Minas Gerais. Fraga, Alves e Emmendoerfer (2015) a descrevem como uma cidade de pouca tradição no turismo, mas consideram seu potencial para o turismo criativo. Foi constatado que na



cidade as atividades de turismo são de responsabilidade do Departamento de Turismo (DETUR) vinculado à Secretaria de Desenvolvimento da prefeitura. Os funcionários do DETUR relataram a ausência de profissionais capacitados para cargos específicos e dificuldades de continuidade dos projetos iniciados.

Apesar dessas dificuldades, foi montado o primeiro roteiro turístico da cidade no Bairro Viroleira, com a intenção de despertar o interesse, tanto da população local, quanto de visitantes, dos inúmeros atrativos turísticos do local. Assim, os autores concluem que a cidade de Viçosa pode ser vista como uma oportunidade para uma gestão inovadora do turismo, visto que ainda não possui tradição nesse setor (Fraga; Alves; Emmendoerfer, 2015).

Pimenta et al. (2022), em seu estudo sobre a microrregião de Itajubá, mostram que os gestores locais entendem a economia da cultura e o turismo criativo como instrumentos para o desenvolvimento local e geração de renda, reconhecendo a necessidade de preservação, tanto dos ambientes, quanto das tradições locais. É necessário, portanto, além do mapeamento e preservação dos bens culturais, a compreensão de como o uso desses bens pode afetar a comunidade. Ainda, há a compreensão da importância da comunidade no turismo criativo, dado que ela é a detentora das tradições, dos saberes e da memória local. Os autores concluem que a microrregião de Itajubá possui muito potencial para o turismo criativo, no entanto, falta a efetivação desse potencial.

Por fim, Menezes e Barroso (2016) propõem a categoria de turismo literário na região do Mosaico Sertão Veredas-Peruaçu, que abrange municípios das regiões norte e noroeste de Minas Gerais. O turismo literário, de acordo com os autores, é uma forma de turismo criativo. Esta região se tornou conhecida após a publicação do romance Grande Sertão: Veredas, de João Guimarães Rosa (1956), que referenciou de forma ficcional o sertão do Brasil central.

A região possui como atrativos turísticos o Parque Nacional Grande Sertão Veredas, as Cavernas do Peruaçu e o Rio São Francisco. Algumas ações de representantes locais e do poder público foram realizadas com o objetivo de valorizar o patrimônio cultural e ambiental. Além disso, a região possui patrimônio imaterial, sendo formada por comunidades tradicionais que mantêm os seus saberes e fazeres de tempos antigos. São realizados na região o Festival de Sagarana e o Encontro dos Povos do Grande Sertão Veredas, com o objetivo de valorizar as tradições e costumes locais e atrair visitantes. Assim, os autores defendem a ideia da apropriação literária para o fortalecimento do turismo na região (Menezes; Barroso, 2016).

Portanto, os estudos já realizados apontam para algumas categorias que podem ser associadas ao turismo criativo em Minas Gerais, sendo: gastronomia, literatura, patrimônio histórico e patrimônio ambiental. Os estudos, de forma recorrente, afirmam sobre a existência de potencial para este tipo de turismo nas cidades e, ressaltam a importância de planejamento para essas atividades.



A ideia de planejamento ou estruturação para a atividade turística, seja esse planejamento conjunto (entre os setores público e privado e a comunidade) ou atribuído ao setor público (especialmente na figura da secretaria de turismo), é frequentemente defendida nesses estudos. Os problemas percebidos vão desde a necessidade de criação de um roteiro turístico (Delabrida; Carvalho, 2018) ou apropriação do conceito de turismo criativo (Emmendoerfer et al., 2016; Menezes; Barroso, 2016), até às dificuldades com a própria gestão da Secretaria do Turismo (Fraga; Alves; Emmendoerfer, 2015). Essas dificuldades poderiam ser rompidas a partir de uma melhor articulação para o desenvolvimento do turismo.

Entretanto, o próprio conceito de turismo criativo ainda é incipiente nas cidades mineiras. Há pouca quantidade de estudos, os quais abrangem um pequeno grupo de cidades. Nota-se, conforme apontam os estudos, a dificuldade de compreensão do potencial local para esse tipo de turismo, especialmente da parte de quem oferta as atividades turísticas. Assim, os autores apontam o potencial das cidades mineiras discutidas para o turismo criativo, bem como o desenvolvimento local que pode decorrer dessa atividade, no entanto, pouco se discute como, de fato, esse desenvolvimento local pode se concretizar.

Ademais, os artigos analisados se inserem na literatura sobre o conceito de turismo criativo. Os apontamentos para as cidades mineiras trazem problematizações a respeito desse conceito na prática, em especial, sobre o reconhecimento de potenciais locais para o turismo criativo, sobre a necessidade de atuação direta para o fortalecimento desse tipo de turismo e, ainda, sobre o potencial de desenvolvimento local provindo do turismo criativo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve por objetivo discutir o campo de estudos sobre turismo criativo em Minas Gerais. A respeito da construção do conceito, entende-se que é um conceito recente, e implica uma modalidade de turismo que agrega experiências práticas, criativas e vivências do turista junto à comunidade local, sendo considerado alternativa ao turismo industrial e opção para o desenvolvimento de pequenas cidades.

De forma geral, o que se observa na literatura sobre o turismo criativo em Minas Gerais é uma discussão ainda incipiente sobre esta modalidade de turismo no Estado. Ressalta-se a limitação da pesquisa Bibliográfica e a falta de dados que possibilitem uma análise mais completa sobre o tema, assim, observou-se que apenas algumas cidades mineiras já foram alvo de pesquisa dentro desse tema. Há prevalência das cidades históricas nos estudos, contudo, mesmo nessas cidades, ainda não há efetividade do turismo criativo.

Muitos dos artigos analisados ressaltam a importância de planejamento conjunto de ações para o turismo, de governança mais atuante no setor. A justificativa, em geral, está relacionada às possibilidades



de geração de renda e desenvolvimento local provindas do turismo. No entanto, pouco se discute como o turismo criativo pode, efetivamente, gerar desenvolvimento nessas cidades.

Conclui-se ainda que a teorização sobre o turismo criativo propicie caminhos para se renovar o turismo em localidades específicas a partir de suas peculiaridades e potenciais locais, não devendo ser este uma abstração sobre as realidades sociais. Os destinos turísticos estão cada vez mais demandando sua reinvenção e formas de atratividade, dessa forma, pensar mecanismos que possibilitem a prática do turismo criativo pode ser instrumento positivo para ação. A literatura aponta que algumas cidades mineiras são foco de atratividade por seus atributos paisagísticos, históricos, culturais e gastronômicos, atributos estes caracterizados pela visitação e experimento. O turismo criativo propõe, então, envolver seus visitantes na produção e conhecimento sobre esses atrativos como agregador para esses locais.

É de suma importância o avanço em estudos empíricos que caracterizem e aprofundem as atividades voltadas ao turismo criativo no Estado. Assim, propõe-se como ideias para trabalhos futuros, análises sobre o papel da governança pública e das políticas públicas na tentativa de desenvolvimento e avanço do setor em Minas Gerais, bem como de estudos sobre a relação entre turismo criativo e economia criativa a partir dos potenciais históricos, culturais, artísticos e gastronômicos das cidades mineiras.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, V. A. S.; FARIAS, R. C. P. Patrimonialização das tradições gastronômicas de São Bartolomeu, Minas Gerais, como fomento ao turismo e à identidade cultural. **Patrimônio e Memória**, Assis (SP), v. 16, n. 2, p. 313-342, 2020. ISSN: 1808-1967.

CARVALHO, R. M. F. **Os eventos culturais e criativos poderão ou não contribuir para uma imagem diferenciadora do destino turístico maduro?** 2011.113f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural) – Instituto Politécnico de Tomar, Tomar, 2011.

DELABRIDA, N. O. G.; CARVALHO, A. N. A fabricação de doces artesanais enquanto atrativo para o turismo criativo: o caso de São Bartolomeu, Ouro Preto, Minas Gerais. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**, Penedo, v. 8, n. 2, p. 250-269, 2018.

EMMENDOERFER, M. L.; ASHTON, M. S. G. Territórios criativos e suas relações com o turismo. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, Portugal, v. 4, n. 21/22, p. 459-468, 2014. Disponível em: <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/12433/8207>. Acesso em: 05 mai. 2023.



EMMENDOERFER, M. L.; FIORAVANTE, A. S. A. Desafios para uma cidade ser criativa em uma sociedade (pós) pandêmica: Um estudo sobre Ouro Preto (MG) Brasil. **Brazilian Creative Industries Journal**, Novo Hamburgo, v. 1, n. 1, 2021. ISSN: 2763-8677.

EMMENDOERFER, M. L.; MENDES, J. C.; ARAÚJO, J. F.; DA MATA, G. M. Centro Histórico como Território Turístico Criativo: Um estudo em um destino turístico internacional no Brasil. **Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo, v. 6, n. 1, p. 73-93, 2016. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/1850>. Acesso em: 05 jun. 2023.

FIORAVANTE, A. S. A.; EMMENDOERFER, M. L.; GARCIA, L. H. S. M. Patrimônio Cultural, Gestão e Turismo em Fortificações: O Palácio dos Governadores de Ouro Preto (MG) em Evidência. In: X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 15 a 18 de outubro de 2013, Universidade de Caxias do Sul.

FRAGA, B. O.; ALVES, C. L.; EMMENDOERFER, M. L. Planejamento público do turismo: análises sobre a primeira roteirização turística no contexto da criatividade em uma cidade sem tradição na organização do setor. **Gestão e Desenvolvimento**, v. 12, n. 2, p. 33-50, 2015. Centro Universitário Feevale. Novo Hamburgo, Brasil.

FRAGA, B. O.; EMMENDOERFER, M. L.; MENDES, J. C. Turismo, Economia Criativa e Planejamento governamental em dois municípios do interior do Brasil. **Turydes Revista Turismo y Desarrollo**, v. 8, n. 18, 2015.

FRANKLIN, A. Z.; STEPHAN, I. I. C.; REIS, L. F. O Turismo em Pequenas Cidades de Minas Gerais. Circuitos Turísticos e ICMS Turístico. **Revista de Arquitetura, Cidade e Contemporaneidade**, v. 5, n. 19, p. 166-183, 2021. Disponível em: <https://revistas.ufpel.edu.br/index.php/pixo/article/view/2868>. Acesso em: 15 set. 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP: Atlas, 4. Ed, 2002.

IEDE - Infraestrutura Estadual de Dados Espaciais. **Fundação João Pinheiro**, MG: IEDE, 2022.

IGAM – Instituto Mineiro de Gestão das Águas. **Bacias Hidrográficas de Minas Gerais**, MG: IGAM, 2010.

JUNQUEIRA, L. D. M. **Processos Criativos No Turismo: Análise da Cadeia Produtiva da Gastronomia Sob a Perspectiva das Cidades Criativas Unesco**. 2018. 307f. Tese (Doutorado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, 2018.

LINDROTH, K.; RITALAHTI, J.; SAISOLON-SOININEN, T. Creative tourism in destination development. **Tourism Review**, Bradford, v. 62, n.2/4, p. 53-58, 2007.



MACHADO, A. F. Economia da Cultura e Economia Criativa: consensos e dissensos. In: LEITÃO, C.; MACHADO, A. F. (Org.). **Por um Brasil criativo: significados, desafios e perspectivas da economia criativa brasileira**. Belo Horizonte: *BDMG Cultural*, 2016. p. 53-62.

MARUJO, N.; SERRA, J.; BORGES, M. R. Turismo Cultural em Cidades Históricas: A cidade de Évora e as Motivações do Turista Cultural. **TURyDES**, v. 5, n. 14, 2013.

MENEZES, A. T.; BARROSO, E. P. Turismo Literário no Mosaico Sertão Veredas-Peruaçu: Conceituação e Ações Praticadas. In: Seminário da ANPTUR, 2016. **Anais do Seminário da ANPTUR**. ISSN: 2359-6805.

MOLINA, S. Turismo Criativo. **Turismo: Estudos & Práticas**. Mossoró, v. 5, n. 1, p. 205-223, 2016. Disponível em: <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/95/89>. Acesso em: 06 jun. 2023.

PIMENTA, C. A. M.; RIBEIRO, J. C.; REMOALDO, P. C.; PEREIRA, S. B. Desenvolvimento, Economia e Turismo: diálogos entre o Sul de Minas Gerais (Brasil) e o Minho (Portugal). **Gestão & Regionalidade**, São Caetano do Sul (SP), v. 38, n. 115, p. 337-355, 2022. ISSN 2176-5308.

REIS, A. C. F. Transformando a Criatividade Brasileira em Recurso Econômico. In: REIS, A. C. F. (Org.). **Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural e Garimpo de Soluções, 2008.

RICHARDS, G.; MARQUES, L. Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. **Journal of Tourism Consumption and Practice**, Reino Unido, v. 4, n. 2, p. 1-11, 2012. Disponível em: <https://pearl.plymouth.ac.uk/handle/10026.1/11687>. Acesso em: 05 jun. 2023.

RICHARDS, G. Making places through creative tourism? Keynote presentation at the Conference "Culture, Sustainability and Place: innovative approaches for Tourism Development". Ponta Delgada, Azores, Portugal, 13 oct 2017.

RICHARDS, G.; RAYMOND, C. Creative Tourism. **Atlas News**, n. 23, p. 16-20, 2000.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R, S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 11, n. 4, p. 355-372, 2014.

SIMIÃO, M. P. **Turismo Criativo una Oportunidade em Pequenas Ciudades. Diseño Y Aplicación de La Metodología Patchwork: Almagro (España)**. 2016. 184 f. Disertación (maestría en Economía Creativa, Gestión Cultural y Desarrollo) - Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, 2016.

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa. Uma opção de Desenvolvimento**. Geneva: United Nations, 2010.