



POSSIBILIDADES PARA O TURISMO CRIATIVO EM VARGINHA (MG) NA PERSPECTIVA DO DESENVOLVIMENTO LOCAL E REGIONAL

POSSIBILITIES FOR CREATIVE TOURISM IN VARGINHA (MG) FROM THE PERSPECTIVE OF LOCAL AND REGIONAL DEVELOPMENT

Joyce Sousa Monteiro¹

RESUMO

Este artigo enfoca uma série de possibilidades para o turismo criativo em Varginha no Sul Minas Gerais (MG) considerando as perspectivas do desenvolvimento regional, sendo que o município está na Região Encantos de Minas. Portanto, o objetivo geral é identificar as potencialidades locais de Varginha (MG), para que esta venha a se tornar um destino turístico criativo no contexto da gestão pública e do desenvolvimento regional. A pesquisa é exploratória, descritiva e de natureza qualitativa. Foi realizada em duas etapas, sendo (1) revisão da literatura, para abordar os principais conceitos, tais como: turismo, desenvolvimento, cultura, economia criativa, cidade criativa e turismo criativo, por meio da consulta em livros, artigos, teses e relatórios. (2) Utilização do suporte do *software* QGIS 3.8 Zanzibar para coleta e organização de dados para análise de espacialização. Os resultados apontam que Varginha é o município mais desenvolvido em termos de categorização do que os outros doze desta região turística, sendo assim a relação entre o patrimônio cultural e a história da cidade podem auxiliar no desenvolvimento não só local, mas regional, sendo o turismo criativo um diferencial. Ainda, os resultados encontrados trouxeram à tona a importância de valorização dos patrimônios culturais e históricos, visto que, grande parte dos patrimônios - bens imóveis (n=14) têm relação com os setores e áreas criativas identificadas em nível local.

Palavras-chave: Territórios criativos. Turismo criativo. Desenvolvimento Regional.

ABSTRACT

This article focuses on a series of possibilities for creative tourism in Varginha, located in the southern region of Minas Gerais (MG), considering the perspectives of regional development.

¹ Discente da Pós-Graduação em Gestão Pública de Turismo e Desenvolvimento Regional da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). E-mail: joycemonteiro.arquitetura@gmail.com



The municipality is part of the "Encantos de Minas" region. Therefore, the overall objective is to identify the local potentials of Varginha (MG) to become a creative tourist destination in the context of public management and regional development. The research is exploratory, descriptive and qualitative in nature. It was conducted in two stages: (1) Literature review to address key concepts such as tourism, development, culture, creative economy, creative city and creative tourism through consultation of books, articles, thesis and reports. (2) Use of QGIS 3.8 Zanzibar software to collect and organize data for spatial analysis. The results show that Varginha is the most developed municipality in terms of categorization compared to the other twelve in this tourist region. Thus, the relationship between cultural heritage and the history of the city can contribute not only to local but also to regional development, with creative tourism as a distinguishing factor. Furthermore, the findings brought to light the importance of valuing cultural and historical heritage, considering that a significant portion of the heritage - immovable assets (n=14) - are related to the creative sectors and areas identified at the local level.

Keywords: Creative territories. Creative tourism. Regional development.

Submetido em 09/02/24. Aprovado 09/03/2024²

1. INTRODUÇÃO

A relação entre turismo e cultura é intrínseca, contudo uma outra forma de turismo tem emergido dessa interface, o turismo criativo. Richards (2010), afirma que o turismo criativo conecta as pessoas com a cultura local. Assim, em termos geográficos, observa-se que os ditos: “territórios criativos são bairros, cidades ou regiões que apresentam potenciais culturais criativos capazes de promover o desenvolvimento integral e sustentável, aliando preservação e promoção de seus valores culturais e ambientais” (BRASIL, 2013, p.40).

Diante do exposto salienta-se que a cultura tem um papel relevante para a construção de um território criativo. Ainda, Amato (2022, p.8) afirma que “(...) cada comunidade tem sua própria cultura, sua própria história e suas próprias tradições”. Portanto, a singularidade da cultura em cada comunidade tem o potencial de desenvolver um território criativo único, capaz de atrair turistas e envolver a comunidade local. A compreensão da relação da cidade enquanto um destino turístico que "se torna ou se é" território criativo depende de inúmeros fatores, que incluem principalmente a cultura local. Em uma perspectiva mais ampla, o território que é apreendido pelo fenômeno turístico e entendido como a cidade em constante

² Aprovado pela Banca de Defesa do TCC, composta por: Carla Conceição Lana Fraga, D.Sc. (UFJF), (orientadora); Erica Priscilla Carvalho de Lima Machado, Dra. (Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN), Humberto Fois Braga, Dr. (UFJF).



mudança, transporta valores da sua cultura que inclui o patrimônio material e principalmente o patrimônio imaterial local. Isso pode vir a resultar em externalidades para o espaço urbano, formando territórios criativos (bairros, cidades ou regiões) com grande potencial para o desenvolvimento do turismo. Ainda sobre cultura, seu papel é preponderante na economia criativa, por isso as políticas públicas nacionais vinculadas ao Ministério da Cultura (Minc), através da Lei Rouanet, entre outras, colaboram para o direcionamento dos recursos para o fomento dessa economia (TRENDS, 2023).

Neste contexto, a cidade de Varginha em Minas Gerais (MG), que apresenta uma Secretaria Municipal de Turismo e Comércio (SETEC) e a Fundação Cultural de Varginha (autarquia municipal), destacando em seu website Prefeitura Municipal de Varginha a sua história (PREFEITURA MUNICIPAL DE VARGINHA, 2024a) e seu patrimônio (PREFEITURA MUNICIPAL DE VARGINHA, 2024b). Assim, como faz parte da Região Turística Encantos de Minas com mais 12 municípios, tem-se a seguinte questão de pesquisa: Quais são as potencialidades para Varginha (MG) se tornar destino turístico criativo no contexto da gestão pública e do desenvolvimento regional?

Em termos de justificativa, o presente trabalho torna-se relevante, pois há a possibilidade de desenvolvimento do turismo local com base em seus potenciais culturais, uma vez que Varginha apresenta em seu território diversos patrimônios e atrações que se relacionam com imagens, símbolos e representações distintas (PREFEITURA MUNICIPAL DE VARGINHA, 2024ab), o que pode ser parte do fomento para o turismo criativo enquanto estratégia de desenvolvimento local e regional.

O trabalho apresenta objetivos geral e específico, sendo o objetivo geral identificar as potencialidades locais de Varginha (MG), para que esta venha a se tornar um destino turístico criativo no contexto da gestão pública e do desenvolvimento regional. Já o objetivo específico é compreender a relação entre territórios criativos e o turismo nas perspectivas da gestão pública e do desenvolvimento local e regional.

A pesquisa é exploratória, descritiva, de natureza qualitativa e será realizada a partir de levantamento bibliográfico, dados secundários e georreferenciados. Para tanto se usará o suporte do *software* QGis, para elaboração de mapas. Ainda, o trabalho está organizado em cinco seções, além desta parte introdutória e das conclusões, a próxima aborda territórios criativos: gestão pública do turismo e desenvolvimento regional (seção 2), já a terceira versa a metodologia (seção 3). A quarta apresenta os resultados e discussões (seção 4).

2. TERRITÓRIOS CRIATIVOS: GESTÃO PÚBLICA E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

O objetivo dessa fundamentação teórica conceitual é tratar os territórios criativos nas perspectivas da relação entre a gestão pública e o desenvolvimento regional. Para tanto,



tem-se que historicamente o turismo é marcado pelo deslocamento de um lugar para outro (BRASIL, 2010a). Observa-se que a atividade turística deve ser pensada de forma ampla com o objetivo de desenvolver o local e o regional, para que traga mais efeitos positivos do que negativos para as comunidades. Para Coriolano (2012), o desenvolvimento local deve ser participativo, atender as necessidades dos trabalhadores de um lugar e valorizar empresas locais e características históricas, culturais e ambientais. Já para Theis (2001) o desenvolvimento regional é um modo de formação/organização de um território, que tem relação com os recursos existentes e as diversas atividades enriquecedoras que ali ocorrem.

Conforme Cobra (2001) a segmentação de mercado é uma forma de agrupar consumidores, para a segmentação e ações de marketing especializado. Essas ações propiciam o desenvolvimento do turismo entendido como multifatorial, que abrange planejamento, sustentabilidade, integração, atuação dos agentes, além dos setores privado, terceiro setor, sociedade civil e instituições (RODRIGUES, 2019). Existem vários segmentos do turismo, um deles é o turismo cultural, que pode ser definido como: “(...) atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (BRASIL, 2006, p.10).

Todos os segmentos do turismo devem considerar o desenvolvimento local ou regional na perspectiva da sustentabilidade. Segundo Silva, Júnior e Santana (2021, p.328) observa-se que: “A concepção de desenvolvimento sustentável rompe com o pensamento de crescimento fundamentado tão somente em fatores econômicos, inserindo no debate desenvolvimentista aspectos relacionados ao equilíbrio ambiental e à justiça social” (SILVA, JÚNIOR e SANTANA, 2021, p.328). Isso, expande a atividade turística, conferindo-lhe um caráter amplo e multissetorial.

Apesar de desafiador, desenvolver o turismo em locais com potenciais culturais é uma forma de abranger a atividade turística, unindo uma série de fatores que são determinantes para a sustentabilidade de destinos e atrações na perspectiva da gestão pública. A gestão pública do turismo é entendida como coletiva com necessidade de participação ativa dos atores que fazem parte desta corrente (FRAGA *et al.*, 2017).

No cenário global de viagens, observa-se que cidades são destinos turísticos alvos do turismo cultural por suas dinâmicas próprias. Se a cidade é fruto das transformações sociais, em especial, ligadas a questões econômicas (ROLNIK, 1988), uma alternativa é buscar na economia soluções criativas para os territórios. É neste cenário que a economia criativa ganha espaço nos destinos turísticos urbanos que apresentam dinâmicas culturais.

O termo, economia criativa, é diversificado e apresenta uma gama de definições, sendo o pioneiro Howkins (2001). Howkins (2001) *apud* Oliveira, Araujo e Silva (2013, p.07): “sustenta a ideia que a economia criativa se assenta sobre a relação entre a criatividade, o simbólico e a economia”. Observa-se que o simbólico se materializa a partir das indústrias



criativas. Para caracterizar isso, nota-se que para a Organização das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura - Unesco (2009) *apud* Brasil (2011), há uma categorização dos chamados setores criativos nucleares, ligados há algumas atividades, conforme explicitado no Quadro 1, a seguir:

Quadro 1. Setores Criativos

n	Setores criativos
1	“Patrimônio cultural e natural: museus, sítios arqueológicos, paisagens culturais e patrimônio natural.”
2	“Espetáculos e celebrações: artes de espetáculos, festas, festivais e feiras.”
3	“Artes visuais e artesanato: pintura, escultura, fotografia e artesanato.”
4	“Livros e periódicos: livros, jornais, revistas, outros materiais impressos, bibliotecas (incluindo as virtuais) e feiras do livro.”
5	“Audiovisual e mídias interativas: cinema e vídeo, tv e rádio (incluindo a internet), internet podcasting e videogames (incluindo onlines).”
6	“Design e serviços criativos: design de moda, design gráfico, design de interiores, design paisagístico, serviços de arquitetura e serviços de publicidade.”

Fonte: Elaboração própria a partir de Unesco (2009) *apud* BRASIL (2011, p.28).

Com base no Quadro 1, observa-se que a economia criativa engloba inúmeros setores ligados diretamente com a criatividade por uma série de indústrias, o que abre um leque de possibilidades para o desenvolvimento da economia em diversos territórios e para diferentes realidades quando se tangencia o turismo. A exemplo no Brasil, historicamente a economia criativa está diretamente conectada com a cultura e buscou-se englobar na sua definição as particularidades do país, aderindo ao termo Economia Criativa Brasileira, que pode ser traduzido a partir de seus princípios norteadores, quais sejam: “(1) diversidade cultural (entendo a criatividade brasileira como fator de diversidade), (2) sustentabilidade (sendo ela social, cultural, ambiental e econômica para as gerações futuras), (3) inovação (reconhecimento das oportunidades) (4) inclusão social (direito de escolha e acesso a serviços criativos)” (BRASIL, 2011, p.33-35). Ainda, ressalta-se que no Brasil, os territórios criativos, são considerados um vetor de atuação, capaz de desenvolver a partir do potencial dos espaços, a geração de trabalho, emprego e renda (BRASIL, 2011).



Contudo, tendo um recorte administrativo para a cidade enquanto destino turístico, observa-se que Florida (2011), traz importantes contribuições para o conceito de cidade criativa. Para o autor, o fato se dá pela presença da classe criativa, composta por profissionais de criação (cientistas, pesquisadores, engenheiros, artistas, arquitetos etc.) e por profissionais de inovação (juristas, advogados de negócios, financistas e investidores de fundos de cobertura de risco, médicos e também maquiadores, técnicos de palco e etc.), que exercem uma atividade cujo valor está na criatividade.

Por isso, Flórida (2011) propõe utilizar indicadores que mencionem a qualidade da cidade criativa, levando em consideração: (1) o talento, (2) a tecnologia e a (3) tolerância. Portanto, é evidente que uma cidade criativa deve possuir profissionais ligados à criação de um modo geral, mas ao trazer o termo cidade e seu caráter público e coletivo, há de se mensurar outras perspectivas, e isto inclui cidades que são destinos turísticos.

Ainda sobre a cidade criativa, Vivant (2012, p.23) afirma que: “(...) cidade criativa é acompanhada de uma revalorização das qualidades dos espaços urbanos, com a transformação da imagem das metrópoles e o arquivamento da imagem da cidade industrial”. Isso elucida o poder de transformação urbana da cidade criativa e seu caráter multidisciplinar, implicando o turismo.

Em termos de território, há uma complexidade quando se aborda a cidade e suas transformações ao longo do tempo, para Rolnik (1988, p.13) “desde sua origem cidade significa, ao mesmo tempo, uma maneira de organizar o território e uma relação política”, mas também é considerada pela autora um centro de produção e consumo da era contemporânea, que surge de uma relação histórica de mudanças econômicas e sociais (ROLNIK, 1988).

A Unesco (2024) possui desde 2004 - e, atualmente orientada conforme os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 das Nações Unidas (ONU) - uma rede de cidades criativas (RCCU). Reconhecida mundialmente, essa rede é representada por sete áreas criativas, conforme descrito no Quadro 2:

Quadro 2. Sete áreas criativas da RCCU

n	Áreas criativas da RCCU
1	Artesanato e arte folclórica
2	Design
3	Cinema
4	Gastronomia



5	Literatura
6	Mídia
7	Música

Fonte: Elaboração própria a partir de UNESCO (2024).

Com base no Quadro 2, verifica-se que na visão da diretora geral da Unesco, Audrey Azoulay: “As cidades da nossa Rede de Cidades Criativas estão liderando o caminho no que diz respeito a melhorar o acesso à cultura e a estimular a força da criatividade para a resiliência e o desenvolvimento urbano” (UNESCO, 2023, s.p.). Cidades criativas que atraem fluxos turísticos podem originar o que vem sendo nomeado como turismo criativo. Esse tipo de turismo tem sua origem em um projeto europeu de 1996, nomeado de Eurotex, que tinha como objetivo envolver artesãos e turistas nas práticas de produção tradicionais e aumentar a valorização do produto e conseqüentemente as vendas, essa troca também desencadeou no aumento de turistas (ALMEIDA, 2023).

Ou seja, o turismo criativo se iniciou com a troca de saberes, no contato direto entre o turista e a comunidade, sendo considerado uma experiência compartilhada. E possui três principais peças: “o território (espaço onde se tem os recursos), o anfitrião (quem apresenta o território ao visitante e conhece a cultura local) e o viajante (baseado na experiência que ele tem com o anfitrião), que são fundamentais” (ALMEIDA 2023, p. 36 e 37). Eventos também tiveram sua relevância para os avanços do turismo criativo, por exemplo, na Conferência The State of the Art in Creative Tourism (2017), houve a definição do que vem a ser o turismo criativo, entendido como uma oportunidade de desenvolver a criatividade do turista, conectá-lo com a cultura local, tendo como resultado o desenvolvimento socioeconômico das comunidades ou regiões.

Desta forma o turismo criativo é caracterizado pela valorização da cultural local de um destino e se consolida por meio das vantagens socioeconômicas da comunidade beneficiada com a atividade turística. Richards (2010), afirma que o turismo criativo conecta as pessoas com a cultura local e o desenvolvimento do turismo criativo requer alguns princípios fundamentais que envolvem os bens tangíveis e intangíveis. Tais como: usar a capacidade local; construir sobre o que você tem; desenvolver qualidades, não truques; usar recursos criativos como catalisadores. Vemos que a atividade turística criativa é ampla, mas apresenta na própria cultura local os principais elementos para o seu desenvolvimento.

Apesar dos conceitos apresentados serem a base do turismo criativo, pesquisas recentes abordam uma evolução do conceito deste segmento, em especial, nos últimos 20 anos. Conforme Quadro 3:



Quadro 3. Fases do turismo criativo

Fases	Breve descrição
Turismo criativo 1.0	“Marcado pelas experiências criativas e aprendizagem em pequena escala, fornecidos através de oficinas e cursos em pequena escala.”
Turismo criativo 2.0	Marcado pelo “ (...) consumo e o surgimento de redes baseadas em destinos.”
Turismo criativo 3.0	Marcado “ (...) pela integração do turismo e da economia criativa, levando ao desenvolvimento de experiências criativas.”
Turismo criativo 4.0	Marcado “ (...) pelo surgimento da cocriação facilitada pelas redes <i>peer-to-peer</i> . Exemplo: <i>Airbnb</i> , <i>TripAdvisor</i> .”

Fonte: Elaborado a partir de Richards (2021 p.2).

Richards (2021), afirma que:

“O trunfo essencial que estas formas de turismo criativo têm em comum é o local onde estão localizadas. A proposta de valor central do modelo de negócio passa a ser “o lugar para estar”. Isso também estimula uma visão mais holística, abordagem ao *'placemaking'* através do turismo criativo (Richards e Duif, 2019). A criatividade torna-se um meio de dar sentido aos recursos que podem posteriormente possibilitar atividades criativas por parte dos residentes e visitantes (RICHARDS, 2021, p. 9-10).

Com isso faz-se necessário compreender que a construção de lugares denominados de *“placemaking”*, é também uma forma de conectar o turismo à cidade, com vista, a direcionar os seus recursos em prol do desenvolvimento turístico e criativo, dando espaço para a construção de cidades criativas.

3. METODOLOGIA

A pesquisa é exploratória, descritiva, de natureza qualitativa, segundo Gil (2002, p. 41) a pesquisa exploratória objetiva “ (...) proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.” Ainda, para o autor, a pesquisa exploratória em junção com a descritiva, assume um “caráter prático”, o que é relevante para a problemática apresentada sobre as potencialidades para Varginha em Minas Gerais (MG) se tornar destino turístico criativo no contexto da gestão pública e do desenvolvimento regional.



Quanto à natureza da pesquisa qualitativa, Minayo (2001), traz à tona questões sociais, que não podem ser captadas através de estatísticas ou de equações, mas tem enfoque nas relações e ações humanas. Logo, compreender as potencialidades para Varginha (MG) no contexto do turístico criativo vai ao encontro dessas questões inerentes à abordagem de natureza qualitativa. O Quadro 4 apresenta o passo a passo da pesquisa:

Quadro 4. Etapas da Metodologia

Etapas	Atividades	Procedimentos	Resultados
Primeira	Pesquisa Bibliográfica	Revisão da Literatura	Fundamentação teórica conceitual (seção 2)
Segunda	Utilização do <i>software</i> QGIS 3.8 Zanzibar	Coleta e Organização de dados secundários para análise de espacialização	Figuras 1 e 2 (seção 4)

Fonte: Elaboração própria.

Com base nas etapas descritas no Quadro 4, a pesquisa foi realizada a partir de levantamento bibliográfico para a composição de um referencial teórico conceitual sobre turismo, criatividade e desenvolvimento, atravessando especificidades que incluem o turismo criativo, a economia criativa e cidades criativas. No que tange o desenvolvimento e a gestão pública, objetivou-se tanto os contextos local, quanto regional, incluindo a espinha dorsal para o planejamento do turismo, que são as políticas públicas (Beni, 2001), e a organização do planejamento brasileiro em esfera federal, com as noções de categorização dos municípios turísticos e das regiões turísticas conforme o mapa do turismo brasileiro de 2024 (BRASIL, 2024).

A segunda etapa (vide Quadro 4) traz a discussão dos resultados sobre a relação entre patrimônio cultural e turismo criativo em Varginha, assim como as perspectivas do desenvolvimento local e regional do turismo foi utilizado o suporte do software QGIS 3.8 Zanzibar. Cumpre esclarecer que esse *software* é entendido como um Sistema de Informação Geográfica (SIG), de Código Aberto licenciado pela Licença Pública Geral (GNU), que funciona em Windows, Linux e outros sistemas operacionais. Dentre as suas diversas funcionalidades, as principais são criar mapas a partir da edição e análise de dados (QGIS, 2024). Ainda, a escolha desse software se relaciona com o fato de estudos recentes enfatizarem a importância da utilização do mesmo em pesquisas de turismo, conforme afirma Vieira *et al* (2021). Portanto, há de se considerar a utilidade desse *software* para



planejamento e gestão do turismo. O Quadro 4 descreve o passo a passo metodológico adotado.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Essa seção se subdivide em duas partes, a primeira caracteriza o objeto de estudo (4.1) e a segunda apresenta e discute os resultados (4.2).

4.1. Objeto de estudo

Antes de focar em Varginha (MG) é mister destacar que atualmente no Brasil as cidades que fazem parte da Rede Mundial de Cidades Criativas da Unesco são: Belém (PA), Florianópolis (SC), Paraty (RJ) e Belo Horizonte (MG), na área de gastronomia; Brasília (DF), Curitiba (PR) e Fortaleza (CE), na área de design; Recife (PE) e Salvador (BA), na área da música; João Pessoa (PB) na área do artesanato e artes populares; Santos (SP) na área de cinema; Campina Grande (PB), na área de artes midiáticas (BRASIL, 2022a).

Ainda, vale ressaltar que todas as cidades criativas do país são destinos turísticos. No Brasil os destinos e regiões turísticas estão descritos no Mapa do Turismo Brasileiro (BRASIL, 2024). Por isso, o turismo pode ser considerado uma das atividades que se favorece tanto pela indústria criativa, quanto pela economia criativa em cidades. Os municípios do mapa do turismo brasileiro são categorizados de A até E, conforme instrumento criado pelo Ministério do Turismo, que tem como objetivo avaliar a economia do turismo nos municípios mapeados (BRASIL, 2022b). Nesse sentido, é mister recuperar os critérios para a categorização (vide Quadro 5):

Quadro 5 - Critérios de categorização dos municípios turísticos

Critérios	Descrição (fonte)
I	"Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS)".
II	"Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem (fonte: Relatório Anual de Informações Sociais - RAIS)".
III	"Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos (fonte: Estudo de Demanda Doméstica - MTur/FIPE)"
IV	"Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais (fonte: Estudo de Demanda



	Internacional - MTur/FIPE)"
V	"Arrecadação de Impostos Federais a partir dos Meios de Hospedagem (fonte: Secretaria de Receita Federal/ME"

Fonte: Elaboração própria a partir do Art. 12 da Portaria MTUR N° 41, de 24 de Novembro de 2021 (BRASIL, 2021, p.130).

Ainda, o Quadro 6 determina as médias para cada categoria:

Quadro 6 - Categorias por médias

Categorias	Média de empregos	Média de estabelecimentos	Média de visitas de turistas internacionais	Média de turistas domésticos	Média de arrecadação federal
A	2.267	123	133,6 mil	1,5 milhão	R\$ 40,3 milhões
B	270	25	5.500	167 mil	R\$ 2,9 milhões
C	56	8	670	41,7 mil	R\$488,6 mil
D	6	1	105	6.600	R\$49,7 mil
E	-	-	-	-	-

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2022c).

Com base nesta noção de desenvolvimento local e regional proposto pelo Ministério do Turismo no âmbito da gestão pública, a seguir são apresentados os resultados e discussões.

4.2. Resultados e Discussões

Com o suporte do QGIS 3.8 Zanzibar, na Figura 1, nota-se que Varginha apresenta o maior desenvolvimento regional do que os outros municípios da Região Turística Encantos de Minas. Para além do turismo de negócios³, o principal segmento local, ampliar o potencial

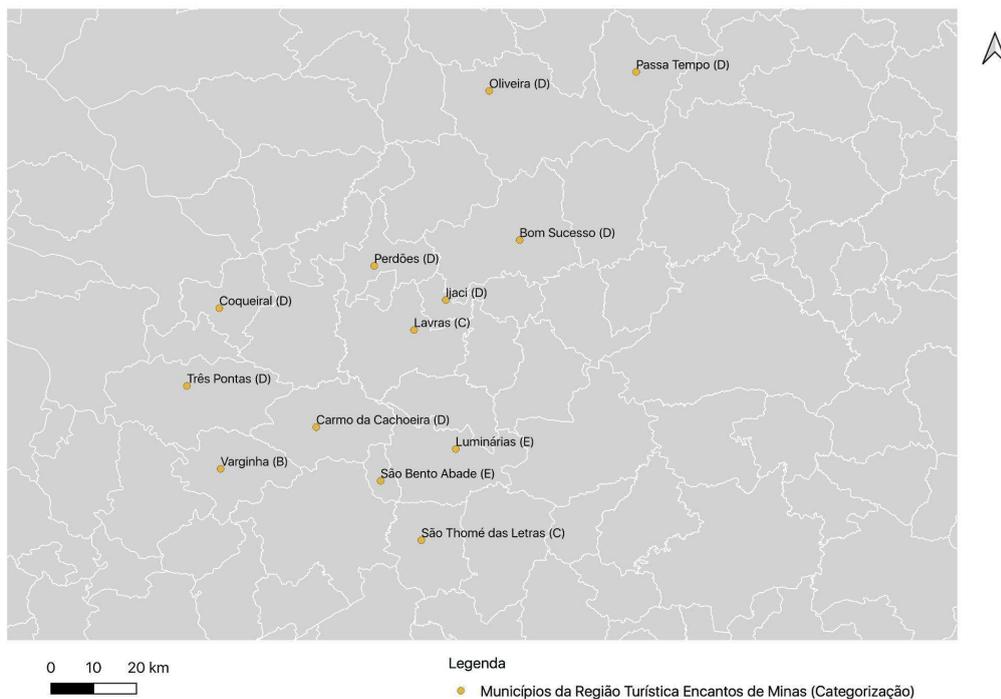
³ Turismo de negócios: o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social (SEBRAE, 2015).



cultural da cidade, poderá influenciar não só a cidade, mas os demais municípios da região em que Varginha está inserida.

No caso de Varginha em especial, para além do patrimônio material existente, há de se considerar a importância da história local e da construção do patrimônio imaterial, que está em andamento e tem relação direta com a suposta aparição de extraterrestre no ano de 1996 (ESTADO DE MINAS, 2023), que tornou a cidade conhecida internacionalmente pelo caso do “ET de Varginha”, atraindo um fluxo de turistas em busca de questões relacionadas à ufologia, o que favorece o turismo ufológico⁴. A Figura 1 apresenta Varginha frente ao desenvolvimento da Região Encantos de Minas:

Figura 1. Varginha no contexto da Região Encantos de Minas



Fonte: Elaboração própria utilizando QGIS 3.8 Zanzibar e os dados do IBGE (2022) e BRASIL (2024).

⁴ Turismo ufológico: consiste em conhecer destinos com expressivos registros de avistamento de óvnis (SEBRAE, 2023).



Para além desses segmentos é considerável destacar o potencial local para turismo rural⁵ e para o turismo técnico-científico⁶. Sendo este último, para além das universidades existentes na cidade, abrangendo as fundações, em especial a Fundação Procafé, que desde 2001 avança em questões de tecnologia cafeeira (FUNDAÇÃO PROCAFÉ, 2020). Tal qual o recém Centro de Excelência em Cafeicultura, inaugurado em 2023 pela Confederação de Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) em parceria com o Sistema da Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Minas Gerais (FAEMG) e Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), que prevê além de cursos para qualificar e especializar todo o mercado cafeeiro, a realização de eventos (REVISTA CAFEICULTURA, 2023).

Conforme o Mapa do Turismo Brasileiro (Brasil, 2024) observa-se que as dinâmicas locais de cada município também têm uma influência nos demais, por exemplo nessa Região Turística - Encanto de Minas, observa-se maior concentração de municípios categoria “D”. Como Varginha é “B”, ela apresenta mais fluxo turístico, meios de hospedagem, emprego e arrecadação nesse setor, sendo expressiva seu papel para o desenvolvimento dos vários segmentos do turismo, incluindo possibilidades do turismo cultural, e portanto para o turismo criativo uma vez que os territórios (e cidades) criativos dependem das áreas criativas destacadas pela RCCU.

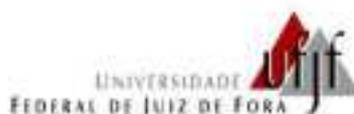
Em seguida São Thomé das Letras, na categoria C, apresenta o segundo maior fluxo turístico da região, conhecida como a cidade Mística, para além das lendas e aparições de OVNIs (objetos voadores não identificados), há de se considerar o seu potencial natural, com belas paisagens, que inclui dunas, cachoeiras, e grutas, parte destes atrativos são concebidos devido a formação rochosa lhe conferindo um ambiente singular com ruas, construções e picos de pedras (POUSADA SÃO THOMÉ DAS LETRAS, 2024).

Essa cidade também é sede de um dos festivais musicais mais famosos do Brasil, o STL Valley (MAPA DOS FESTIVAIS, 2024). É evidente que Varginha e São Thomé das Letras possuem similaridades relacionada às questões ufológicas, que tornam a Região Encantos de Minas um importante destino para os turistas que buscam experiências de “outros mundos”, o que favorece toda uma cadeia produtiva de artesãos, que através da arte representam a cultura e crenças locais, marcada pela produção de *souvenirs* e das representações de extraterrestre.

No caso de Varginha em especial, parte do ambiente urbano é caracterizado, pois se têm uma nave espacial (na caixa d’ água central e pontos de ônibus), bem como esculturas de ET em praças e murais representativos/arte urbana com temáticas que envolvem a ufologia,

⁵ Turismo rural: todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consiste de atividades de lazer no meio rural em várias modalidades definidas com base na oferta: turismo rural, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios e eventos, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não (SILVA, 1998 *apud* BRASIL, 2010b).

⁶ Turismo técnico científico: a viagem científica visa a busca de conhecimento (TURISMO E INOVAÇÃO, 2021).



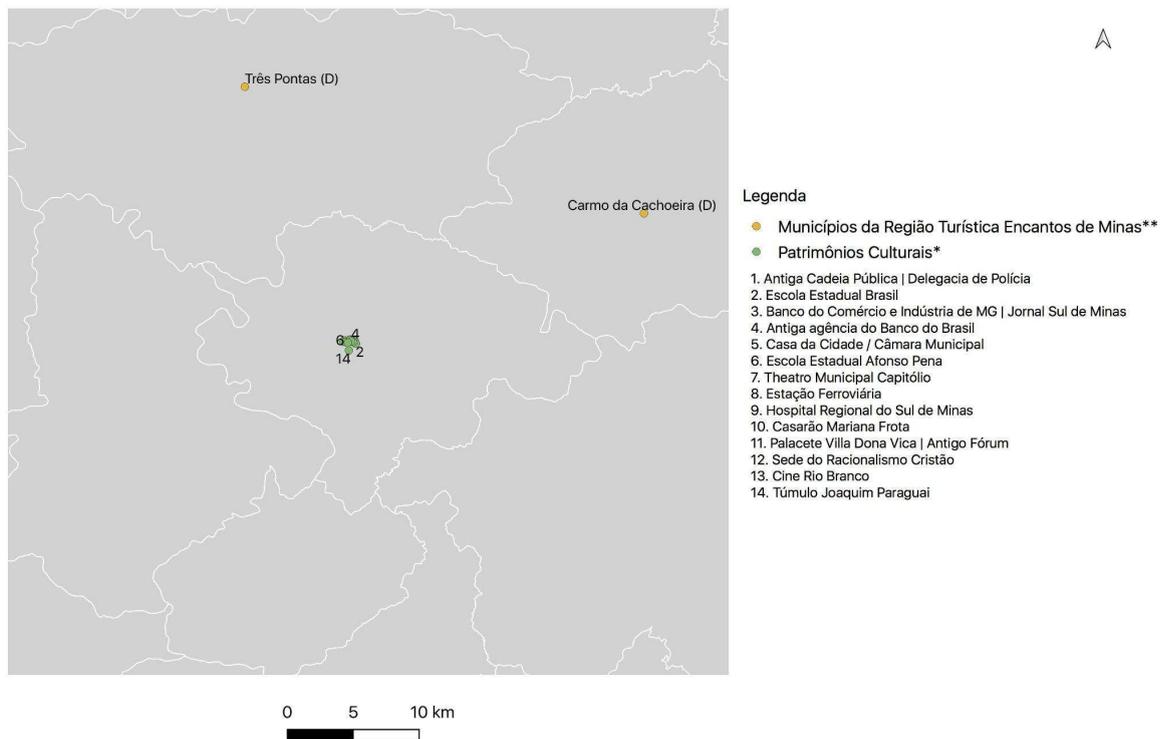
que se tornaram icônicas e postais para a cidade. Sendo notório o importante atrativo turístico inaugurado em 2022, o Memorial do ET, um tem como objetivo principal manter viva a memória relacionada à aparição da criatura e possui um planetário, um atrativo excepcional (G1, 2023). Já a cidade de Lavras que está na categoria “C”, além de possuir uma gama de atrativos, que inclui principalmente atividades turísticas ligada às águas e aos edifícios históricos, a cidade recebe um alto fluxo de estudantes, por ser a sede da Universidade Federal de Lavras (UFLA), fundada em 1908 e federalizada em 1963, que conta com cursos de diversas áreas de conhecimento (UFLA, 2024). Salienta-se que Lavras apresenta um potencial técnico-científico, que pode vir a favorecer a atividade turística, em caráter regional, que juntamente com Varginha, tem potencial para desenvolver o setor criativo de livros e periódicos, vindo a atrair fluxos de turistas com a finalidade de pesquisas.

Em síntese, os dois municípios melhor categorizados, juntamente com Varginha, apresentam similaridades que podem vir a se tornar relevantes para o desenvolvimento do turismo regional, vindo a potencializar o turismo criativo, em especial ao Turismo Criativo 1.0 e ao Turismo Criativo 3.0 (vide Quadro 3). Uma das consequências pode ser o aumento do tempo de permanência do turista na Região Encantos de Minas, mas para isso é essencial a elaboração de estratégias de gestão pública.

Conforme a Figura 2, para compreender o patrimônio cultural local é necessário se fazer um relato da história da cidade. Varginha foi fundada em 7 de outubro de 1882, antes desta data a cidade pertencia ao território de Três Pontas e após seu desmembramento incorporou o município de Carmo da Cachoeira como distrito (FUNDAÇÃO CULTURAL DE VARGINHA, 2024a). Devido a agricultura ser um emissor de imigrantes, a produção de cana-de-açúcar, seguida do café, são importantes para a história da cidade e sua consolidação, que proporcionaram o desenvolvimento do comércio local e da infraestrutura urbana. Podemos citar como importantes marcos a inauguração da Estação Ferroviária em 1892 (atual Fundação Cultural de Varginha), importante equipamento que intensificou os transportes de mercadorias e propiciou nos seus arredores uma concentração de equipamentos de comércio, lazer e serviços. Cronologicamente em 1904 foi inaugurado o Theatro Municipal e em 1920 a Antiga Agência do Banco do Brasil. No século XIX também podemos destacar a Casa da Cidade/ Câmara Municipal, a Escola Estadual Afonso Pena de 1924, o Casarão Mariana Frota atual Museu e Biblioteca Municipais de Varginha, o Palacete Villa Dona Rica de 1913, que já funcionou como Prefeitura Municipal em 1937 e hoje abriga o Juizado Especial Cível e Criminal, além da 41ª Superintendência de Ensino, a Sede do Racionalismo Cristão fundada em 1920 (FUNDAÇÃO CULTURAL DE VARGINHA, 2024b). A partir de 1925 as instituições, como o Hospital Regional do Sul de Minas e o Banco do Brasil (PREFEITURA DE VARGINHA, 2024b). Portanto, a Figura 2 apresenta o patrimônio cultural de Varginha para subsidiar essas estratégias de gestão pública:



Figura 2. Patrimônio cultural de Varginha e o potencial para o Turismo Criativo



Fonte: Elaboração própria utilizando QGIS 3.8 Zanzibar utilizando dados do IBGE (2022), *Prefeitura de Varginha (2024b) e **Brasil (2024)

Em 1926 foi inaugurada a Cadeia Pública, na década de 30 o Banco do Comércio e Indústria de Minas Gerais/Jornal Sul de Minas e Escola Estadual Brasil em 1933. E o Cine Rio Branco de 1956, que está sendo revitalizado. O túmulo é um reconhecimento do valor histórico que teve Joaquim Francisco Pereira, ao lutar na Guerra do Paraguai e na Batalha de Itororó, vindo a falecer em Varginha em 1932 (FUNDAÇÃO CULTURAL DE VARGINHA, 2024b).

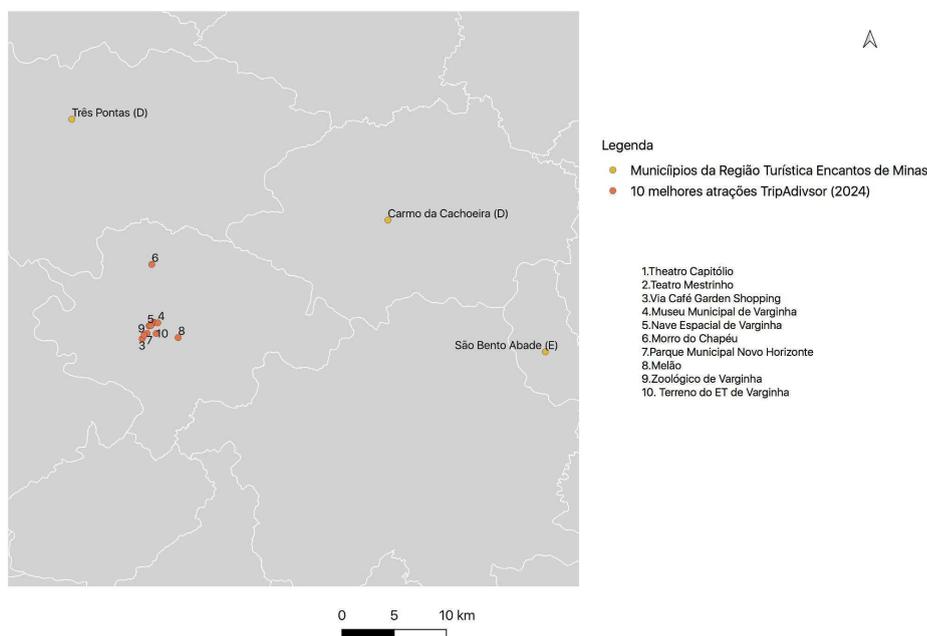
Todo o patrimônio cultural de Varginha, considerando os bens imóveis tem um valor histórico, pois evidenciam a formação e consolidação do município em termos de desenvolvimento socioeconômico. Portanto, em relação aos Setores Criativos da Unesco (vide Quadro 2, se pode enquadrar estes como parte dos objetos alvos, por exemplo o Museu e Biblioteca Municipais de Varginha se relaciona com o setor criativo: Literatura.



Observa que tanto os patrimônios culturais (Figura 2), quanto as atrações turísticas (Figura 3) localizados majoritariamente no Centro da cidade, local em que foram instalados os principais edifícios de grande importância para a história do município e próximo à Estação Ferroviária.

Conforme destacado na Figura 3, as melhores atrações de Varginha são espaços públicos locais de maior visitação turística, apenas o Teatro Mestrinho e o Via Café Garden Shopping são locais privados, evidenciando a importância da gestão pública na promoção do turismo em nível local. Além dos patrimônios culturais como o Teatro Capitólio e o Museu Municipal de Varginha, é importante enfatizar a relevância da Nave Espacial de Varginha e do Terreno do ET de Varginha, recém adquirido pela Prefeitura municipal, localizado na Rua Benevenuto Braz Vieira, no Jardim Andere (VARGINHA ONLINE, 2023) - que são importantes locais, que contribuem para a preservação da memória e história da cidade de Varginha, visto que, está em processo de construção o dossiê para tornar o caso do ET, patrimônio cultural imaterial, ligado ao avistamento da criatura (ESTADO DE MINAS, 2023).

Figura 3. Dez melhores atrações segundo TripAdvisor (2024)



Fonte: Elaboração própria utilizando QGIS 3.8 Zanzibar utilizando dados do IBGE (2024) e da Prefeitura Municipal de Varginha (2024b); TripAdvisor (2024).



O Parque Municipal Novo Horizonte, o Zoológico de Varginha e o Melão (Estádio Municipal Prefeito Dilzon Luiz de Melo) são importantes locais de lazer para os varginhenses, o que confere um caráter comunitário e social. O morro do chapéu é o único atrativo rural, o mirante possui uma bela vista das montanhas de Minas Gerais, além de trilhas que percorrem os caminhos cafeeiros. Por fim, o Quadro 7 sintetiza as possibilidades para o turismo criativo em Varginha (MG) na perspectiva do desenvolvimento regional do turismo:

Quadro 7. Possibilidades para o Turismo Criativo em Varginha (MG)

n	Categorias de análise	Desenvolvimento do Turismo Criativo em Varginha com influência para a Região Turística Encantos de Minas (RTEM)
1	História	A produção do café é um elemento histórico para o desenvolvimento da cidade, bem como as etapas inerentes a seu processamento, por isso incentivar o seu consumo e o ato de “provar” é inerente ao turismo criativo, a ser pensado para Varginha e a RTEM (f).
2	Patrimônios Culturais (b) e atrações turísticas consolidadas	Os bens imóveis são patrimônios culturais tombados (f), que permitem uma imersão na história que pode se relacionar com as atrações turísticas já consolidadas em Varginha, influenciando o desenvolvimento local e da RTEM.
3	Setores criativos (b) e atrações turísticas consolidadas (c)	Ampliar os espetáculos e celebrações, bem como publicações de livros e periódicos, possibilita a ampliação dos setores criativos na RTEM e Varginha pode ter espaços diferenciais tais como museus e bibliotecas.
4	Áreas criativas da RCCU(d) e atrações turísticas consolidadas (c)	As áreas criativas, tais como música (Teatro) e literatura (Biblioteca) podem ser um diferencial de Varginha, enquanto município da RTEM (a). Buscar conectar as cidades turísticas da região através dessas áreas pode vir a favorecer a criação dos territórios criativos.
5	Fases do Turismo Criativo (e): Dos patrimônios (a) às atrações turísticas consolidadas (c)	Ao abordar o Turismo Criativo 1.0, Varginha já oferece uma gama de cursos voltados para a cafeicultura (g) e uma economia criativa em torno do Turismo 3.0 ligado ao turismo ufológico (h). O Turismo 4.0 mencionado (i), enfoca a importância do marketing para a promoção dos destinos. A consolidação RTEM



		como destino criativo, poderá promover a integração dos 13 municípios da região e vir a favorecer o Turismo Criativo 2.0. Isto, através da formação de rede de turismo criativo no contexto da RTEM.
--	--	--

Fonte: Elaboração própria a partir de (a) Prefeitura Municipal de Varginha (2024b); (b) Unesco (2009) *apud* Brasil (2011, p.28); (c) TripAdvisor (2024); (d) UNESCO (2024) (e) Richards (2021 p.2); (f) FUNDAÇÃO CULTURAL DE VARGINHA, (2024b); (g) REVISTA CAFEICULTURA, 2023; (h) G1, 2023; (i) TripAdvisor (2024).

Em síntese, a Figura 1 em conformidade com o Mapa do Turismo Brasileiro (Brasil, 2024), a Região Turística Encantos de Minas, apresenta importantes posicionamentos quanto a economia local e regional ao se considerar a categorização dos municípios - que variam de “B” a “D”. Este cenário enfatiza a importância de ações e estratégias de gestão pública voltadas para o desenvolvimento local e regional, com o intuito da própria consolidação da própria RTEM. Concomitantemente, os dados para análise de espacialização permitem a compreensão dessa região, para além da categorização, com um panorama amplo da extensão territorial e seus limites, vindo a ser um instrumento de leitura para gestores públicos e agentes do setor de turismo manejarem a relação entre turismo e criatividade.

O turismo criativo - ou seja aquele que engloba setores ligados à criatividade, bem como as áreas criativas - têm um papel relevante para a integração da Região Turística Encantos de Minas. Pois, a segmentação turística desta região pode ser diversificada em função do que o turismo criativo pode potencializar rompendo diversas barreiras que impedem que o desenvolvimento da atividade turística ocorra de maneira mais equilibrada entre os municípios desta região (Figura 1).

Em diálogo com a literatura científica, notadamente Richards (2021) vide Quadro 4, observa-se que nas fases do Turismo Criativo de 1.0 a 4.0, fica evidente que há um processo a se percorrer tanto por Varginha, quanto pela RTEM para que a criatividade se torne protagonista nesse caso específico. Especialmente, é relevante para a gestão pública e o desenvolvimento local e regional consumir com as ações de marketing na RTEM, corroborando para o aumento da oferta e satisfação da demanda turística real e potencial que almeja a criatividade como um fator diferencial da experiência turística.

Neste sentido, salienta-se que no Brasil, as políticas públicas de regionalização é um fator chave para a compreensão dos fenômenos turísticos que lhe são inerentes, destacando o papel das políticas diante das esferas nacionais, estaduais e municipais de turismo, traduzidas através do Mapa do Turismo Brasileiro (Brasil, 2024), parte essencial da espinha dorsal que une os avanços epistemológicos identificados no presente trabalho.

5. CONCLUSÃO



Os apontamentos direcionados para as possibilidades de desenvolvimento do turismo criativo em âmbito local e regional, teve como lócus de pesquisa a cidade de Varginha e a Região Turística Encantos de Minas, da qual o município faz parte em Minas Gerais (MG). Os resultados encontrados trouxeram à tona a importância de valorização dos patrimônios culturais e históricos, visto que grande parte dos patrimônios - bens imóveis (n=14) têm relação com os setores e áreas criativas identificadas em nível local. Em termos de gestão pública observou-se que a Fundação Cultural de Varginha desempenha um papel fundamental para a preservação dos patrimônios históricos e culturais, bem como em publicações inerentes aos mesmos. Por isso a Secretaria de Turismo e Comércio (SETEC) de Varginha, tem um papel essencial para que parcerias sejam elaboradas em prol da atividade turística e da valorização dos patrimônios tombados, enquanto responsável pela gestão pública de turismo na cidade. Ainda, estendendo para o âmbito regional, diversos setores criativos mencionados fundamentam a viabilidade do turismo criativo, com vistas à promoção e expansão da atividade turística de maneira integrada na Região Turística Encantos de Minas em que Varginha é o município melhor categorizado (categoria B).

Em termos epistemológicos, a partir da revisão bibliográfica, notou-se que as referências que foram utilizadas sinalizam que a definição do turismo criativo, bem como setores e áreas criativas se originam de organizações internacionais tal como a Rede de Cidades Criativas da Unesco, do mesmo modo que os autores localizados (ex: Richards, 2010; 2021; Flórida, 2011) sobre a temática são de origem internacional. Logo, o presente trabalho contribui decisivamente para o avanço da literatura sobre casos brasileiros.

Por outro lado, o das políticas públicas, compreender o turismo criativo para além de uma segmentação de mercado, mas como uma possibilidade de indução ao desenvolvimento local e regional, foi o cerne do debate que instigou o presente estudo. Daí, pesquisas futuras sobre outras regiões turísticas no Estado de Minas Gerais e restante do Brasil, poderão abordar de forma mais integral as possibilidades do turismo criativo e sua relação inerente com a cultura e o patrimônio. Há de se considerar que futuros estudos poderão se utilizar de dados primários, como uma alternativa para uma abordagem metodológica que vai além dos dados secundários utilizados nesta pesquisa.

Por fim, pesquisas que tenham uma relação direta com turismo, criatividade e cidades, é uma oportunidade de tornar cada vez mais evidente a multidisciplinaridade que é demandada para a atuação profissional no setor. Esta visão holística e amplificada da atividade turística e seu caráter desenvolvidor para os territórios é de suma importância para o gestor público que atua com os desafios locais e regionais do turismo.

REFERÊNCIAS



ALMEIDA, Larissa. **Turismo criativo: teoria e prática**. São Paulo: Senac, 2023.

AMATO, Leonardo (org.). **Territórios criativos: cidades, criatividade & cultura**. Rio de Janeiro: Universidade Veiga de Almeida, 2022. 68 p. Disponível em: <https://ojs.uva.br/index.php/revista-registro/catalog/category/ebook_cria_2022>. Acesso em: 20 dez. 2023.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 4. ed. rev. São Paulo: SENAC, 2001.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Turismo cultural: orientações básicas** / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006. 44 p. : il. ; 30. Disponível em <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/tu000019.pdf>> Acesso em: 22 mar. 2023.

BRASIL. Ministério do turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. 3. ed. Brasília, 2010a. Disponível em: <https://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2023.

BRASIL. Ministério do turismo. **Turismo rural: orientações básicas**. 2. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010b. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacao-do-turismo/turismo-rural-orientacoes-basicas.pdf>>. Acesso em: 06 fev. 2024.

BRASIL. Ministério da cultura. **Plano da Secretaria de Economia Criativa**. políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. 2. ed. Brasília, 2011. Disponível em: <<https://docente.ifrn.edu.br/narapessoa/disciplinas/configuracoes-culturais/plano-da-secretaria-da-economia-criativa-politicas-diretrizes-e-acoes-2011-a-2014/view>>. Acesso em: 28 nov. 2023.

BRASIL. Ministério da cultura. **As metas do Plano Nacional de Cultura**. Brasília, 2013. 167 p. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Metas_do_Plano_Nacional_de_Cultura_%203%c2%aa_Edicao.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2023.



BRASIL. Ministério do turismo. **Portaria MTUR N° 41, de 24 de Novembro de 2021.** Disponível em <http://regionalizacao.turismo.gov.br/images/Consolidada%20-%20Portaria%20Mapa%2026-11-21.pdf> Acesso em: 02 fev. 2024.

BRASIL. Ministério do turismo. Oliveira, N. **Série “Cidades Criativas do Brasil” do MTur é apresentada na TV Brasil.** Produção audiovisual desenvolvida pelo MTur vai ao ar todos os sábados, às 13h45, durante o período eleitoral, e às 12h15 após o período eleitoral. 2022a. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/serie-201ccidades-criativas-do-brasil201d-do-mtur-e-apresentada-na-tv-brasil>. Acesso em: 01 dez. 2023.

BRASIL. Ministério do turismo. **O que é a Categorização?** 2022b. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=82&Itemid=262. Acesso em: 20 jan. 2024.

BRASIL. **Mapa do Turismo.** 2022c. Ministério do Turismo. Brasília, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lkk0IHUbkus>. Acesso em: 16 mar. 2024.

BRASIL. Ministério do turismo. **Mapa do Turismo 2024.** 2024. Disponível em: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 24 jan. 2024.

COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo.** 2. ed. São Paulo: Cobra, 2001.

CORIOLOANO, Luzia Neide. A contribuição do turismo ao desenvolvimento local. In: Portuguez, Anderson Pereira; Seabra, Giovanni; Queiroz, Odaléia Telles M. (org.). **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local.** João Pessoa: Editora Universitária da Ufpb, 2012. p. 61-70. Disponível em: https://www.academia.edu/1930571/TURISMO_ESPA%C3%87O_E_ESTRAT%C3%89GIAS_DE_DESENVOLVIMENTO_LOCAL. Acesso em: 12 dez. 2023.

ESTADO DE MINAS. **'ET de Varginha' pode virar patrimônio cultural imaterial da região.** 2023. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2023/04/01/interna_gerais,1476309/et-de-varginha-a-pode- virar-patrimonio-cultural-imaterial-da-regiao.shtml. Acesso em: 06 fev. 2024.

FLORIDA, Richard. A transformação do cotidiano. In: FLORIDA, Richard. **A ascensão da classe criativa:** e seu papel na transformação do trabalho, do lazer, da comunidade e do



cotidiano. Porto Alegre: L&Pm Editores, 2011. p. 1-10. Disponível em: <https://www.lpm.com.br/livros/Imagens/a%20ascens%C3%A3o%20da%20classe%20criativa_12.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2023.

FRAGA, Brendow de Oliveira; LAZARONI, Alice Rodrigues Borges; EMMENDOERFER, Magnus Luiz; MATA, Gilberto Maurício Frade da. Aprendizagem na gestão pública municipal para o desenvolvimento turístico. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**, Juiz de Fora, v. 6, n. 3, p. 44-56, 10 fev. 2017. Quadrimestral. Disponível em: <<https://www.each.usp.br/turismo/publicacoesdeturismo/ref.php?id=114>>. Acesso em: 29 jan. 2024.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE VARGINHA. **História de Varginha**. Sales, J.R. 2024a. Disponível em: <<https://fundacaoculturaldevarginha.com.br/historia-de-varginha-por-jose-roberto-sales/#:~:text=A%20hist%C3%B3ria%20de%20Varginha%20tem,vai%20de%201831%20a%201889>>. Acesso em: 30 jan. 2024.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE VARGINHA. **Bens imóveis**. 2024b. Disponível em: <<https://fundacaoculturaldevarginha.com.br/patrimoniocultural/bens-protegidos/bens-imoveis>>. Acesso em: 07 fev. 2024.

FUNDAÇÃO PROCAFÉ. **História**: conheça a história da fundação procafé, desde antes, evoluindo os cafés do Brasil.. Conheça a história da Fundação Procafé, desde antes, evoluindo os cafés do Brasil.. 2020. Disponível em: <https://www.fundacaoprocafe.com.br/historia>. Acesso em: 06 fev. 2024.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2002. 176 p. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2024.

G1. **ET de Varginha: 12 mil pessoas já visitaram Memorial desde a inauguração há sete meses**. 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2023/06/20/et-de-varginha-12-mil-pessoas-ja-visitaram-memorial-desde-a-inauguracao-ha-sete-meses.ghtml>>. Acesso em: 30 jan. 2023.



IBGE (2022). **Malha Municipal**. Minas Gerais. Disponível em <<https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/malhas-territoriais/15774-malhas.html>> Acesso em 30.01.2024.

MAPA DOS FESTIVAIS. **Stl festival 2024**. 2024. Disponível em: <<https://mapadosfestivals.com.br/eventos/stl-festival-2024/791>>. Acesso em: 06 fev. 2024.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. A pesquisa qualitativa. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001. p. 21-24. Disponível em: <https://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/1428/minayo__2001.pdf>. Acesso em: 29 jan. 2024.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Panorama da economia criativo no Brasil**. 1880. ed. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2026/1/TD_1880.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2023.

POUSADA SÃO THOMÉ DAS LETRAS. **Desvendando os Mistérios de São Thomé das Letras: O Destino Místico das Montanhas**. 2024. Disponível em: <<https://pousadasaothomedasletras.com/desvendando-os-misterios-de-sao-thome-das-letras-o-destino-mistico-das-montanhas/>>. Acesso em: 06 fev. 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VARGINHA. **A cidade: história. História**. 2024a. Disponível em: <<https://ti.varginha.mg.gov.br/index.php/a-cidade/historia>>. Acesso em: 24 jan. 2024.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VARGINHA. **A cidade: patrimônio cultural**. Patrimônio cultural. 2024b. Disponível em: <<https://ti.varginha.mg.gov.br/index.php/a-cidade/patrimonio-cultural>>. Acesso em: 24 jan. 2024.

QGIS (2024). **Sistema de Informação Geográfica livre e aberto**. Disponível em <https://qgis.org/pt_BR/site/> Acesso em: 24 jan. 2024.



REVISTA CAFEICULTURA. **Centro de Excelência em Cafeicultura é inaugurado em Varginha:** centro oferecerá cursos técnicos e de graduação, formando profissionais especializados para o mercado de café e contribuindo para o desenvolvimento da cafeicultura no país. Centro oferecerá cursos técnicos e de graduação, formando profissionais especializados para o mercado de café e contribuindo para o desenvolvimento da cafeicultura no país. 2023. Disponível em: <<https://revistacafeicultura.com.br/centro-de-excelencia-em-cafeicultura-em-varginha-e-mais-um-marco-para-a-cafeicultura-nacional/>>. Acesso em: 06 fev. 2024.

RICHARDS, Greg. Tourism Development Trajectories - From Culture to creativity? **Encontros Científicos - Tourism & Management Studies Nr. 6**, Espanha, p. 9-15, 15 out. 2010. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3887804>>. Acesso em: 16 dez. 2023.

RICHARDS, Greg. Business Models for Creative Tourism. **Journaul of H&T**. 2021. Disponível em: <<https://johat.org/wp-content/uploads/2021/09/1-Greg-180721.pdf>>. Acesso em: 02 jan. 2024.

RODRIGUES, Maria Lucilene Moura. **Gestão pública: uma análise das políticas públicas no turismo**. 2019. 26 f. TCC (Graduação) - Curso de Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo, Universidade Federal do Tocantins, Araguaína, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/4848/1/MARIA%20LUCILENE%20MOURA%20RODRIGUES%20-%20TCC%20-%20TURISMO.pdf>>. Acesso em: 30 jan. 2024.

ROLNIK, Raquel. **O que é cidade**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

SEBRAE. **Turismo de negócios e eventos:** oportunidades para os pequenos empresários. 2015. Disponível em: <[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/\\$File/5848.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/fc664c6f5670e0c36bd14c8831dc659a/$File/5848.pdf)>. Acesso em: 06 fev. 2024.

SEBRAE. **Turismo ufológico abre oportunidade de negócios por todo o Brasil**. 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/turismo-ufologico-abre-oportunidade-de-negocios-por-todo-o-brasil,9f8e45f18efb5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 06 fev. 2024.



SILVA, Luana Alexandre; PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes de; SANTANA, Rebeka Cristiny Barbosa de. O Turismo Criativo na Agenda Política: possibilidades de contribuição para os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 32, n. 2, p. 323-343, 2021. Quadrimestral. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/184798/180061>>. Acesso em: 01 dez. 2023.

THEIS, I. et al. **Globalização e Planejamento do Desenvolvimento Regional: o caso do Vale do Itajaí**. In: SIEBERT, C. (org.). Desenvolvimento Regional em Santa Catarina: reflexões, tendências e perspectivas. Blumenau: EDIFURB, 2001.

THE STATE OF THE ART IN CREATIVE TOURISM. **The State of the Art in Creative Tourism**: leading research | advanced practices | future trajectories. Leading Research | Advanced Practices | Future Trajectories. Coimbra, 2017. Disponível em: <https://www.ces.uc.pt/ficheiros2/files/CFP_The_State_of_the_Art_in_Creative_Tourism--Coimbra_1-2_June_2017.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2023.

TRENDS. **Economia criativa: SESI e MinC vão promover a capacitação para agentes culturais**. 2023. Disponível em: <https://www.trendsce.com.br/2023/10/17/economia-criativa-sesi-e-minc-vaio-promover-a-capacitacao-para-agentes-culturais/>. Acesso em: 17 fev. 2024.

TRIPADVISOR. **2024: O que fazer em Varginha**. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303401-Activities-Varginha_State_of_Minas_Gerais.html. Acesso em: 24 jan. 2024.

TURISMO E INOVAÇÃO. **Turismo científico: a modalidade que une pesquisa e viagem**. 2021. Disponível em: <<http://turismoeinovacao.com/conceito/turismo-cientifico-a-modalidade-que-une-pesquisa-e-viagem/>>. Acesso em: 06 fev. 2024.

UFLA. **Sobre a UFLA**. 2024. Disponível em: <<https://ufla.br/sobre>>. Acesso em: 06 fev. 2024.

UNESCO. **55 novas cidades passam a fazer parte da Rede de Cidades Criativas da UNESCO no Dia Mundial das Cidades**. 2023. Disponível em: https://www.unesco.org/pt/articles/55-novas-cidades-passam-fazer-parte-da-rede-de-cidades-criativas-da-unesco-no-dia-mundial-das?fbclid=IwAR0zIi_lqilU7288hqyc7J7WfykdUho2jEd0_mAMJG6IRT-LmbHrQNROZHE. Acesso em: 01 dez. 2023.



UNESCO (2024). **Creative Cities**. Disponível em
<<https://en.unesco.org/creative-cities/home>> Acessado em: 23 jan. 2024.

VARGINHA ONLINE. **Terreno da suposta aparição do ET de Varginha deve virar ponto turístico**. 2023. Disponível em:
<<https://www.varginhaonline.com.br/204254/terreno-da-suposta-aparicao-do-et-de-varginha-d-ve-virar-ponto-turistico-na-cidade.html>>. Acesso em: 02 fev. 2024.

VIEIRA, Jaqueline Alves *et al.* POTENCIAIS USOS DO QGIS EM PRÁTICAS DE CONSERVAÇÃO, ENSINO E TURISMO. In: WENCESLAU, Eliza Carminatti; PONTE, Maxwell Luiz da (org.). **Práticas em Ensino, Conservação e Turismo no Brasil**. São José do Rio Preto: Reconecta Soluções Educacionais, 2021. Cap. 23. p. 290-305. Disponível em:
<https://www.reconectasolucoes.com.br/_files/ugd/db03c2_ad5dc1d9240d4a94b3d03f1f243e977a.pdf> Acesso em: 24 jan. 2024.

VIVANT, Elsa. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo: Senac, 2012.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a Deus, pela força nos momentos mais difíceis.

À minha família por se orgulhar dos meus passos.

Aos docentes e discentes com quem tive contato, profissionais que são apaixonados pelo turismo.

À minha orientadora Prof^ª. Dr^ª. Carla Fraga, por acreditar no meu potencial, por me ajudar a romper com as dificuldades, por toda a evolução durante esta etapa.

Um agradecimento especial a Universidade Federal de Juiz de Fora, por todo programa de curso, gestão e suporte nesta viagem de imersão turística.