

ANÁLISE DA CANDIDATURA DE CIDADES CRIATIVAS SOB A PERSPECTIVA MILTONIANA

Anthony Alves da Rocha Thuner
Universidade Federal de Ouro Preto
anthony.thuner@aluno.ufop.edu.br

Elias José Mediotte
Universidade Federal de Viçosa
elias.mediotte@ufv.br

Magnus Luiz Emmendoerfer
Universidade Federal de Viçosa
magnus@ufv.br

RESUMO

O artigo analisa a documentação de Belo Horizonte para ingressar na Rede de Cidades Criativas da UNESCO, sob as lentes de Milton Santos. Questões como a comercialização da gastronomia e a salvaguarda da identidade cultural frente ao turismo são debatidos. Evidencia-se uma demanda por uma formação profissional na gastronomia para competir com as pressões globais. O estabelecimento do Comitê Gestor para orientar o desenvolvimento urbano é enfatizado, com questionamentos sobre sua eficácia e os projetos do Plano de Ação. O objetivo é contribuir com a governança da cidade na elaboração dos relatórios futuros à Rede, promovendo reflexões sobre os impactos de políticas urbanas centralizadoras e a uniformidade comportamental das instituições. O artigo visa estimular gestores, empreendedores e instituições a superarem obstáculos que são impostos pelo globalitarismo.

Palavras-chave: Belo Horizonte; Cidade Criativa; Gastronomia; Milton Santos.

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS): 11

1 INTRODUÇÃO

Criada em 2004, a Rede de Cidades Criativas (UCCN) tem a intenção de promover a cooperação entre cidades que identificam a criatividade como fator estratégico para o desenvolvimento sustentável nas dimensões sociais, ambientais, econômicas e culturais (UCCN Mission Statement). Para fazer parte, a cidade deve escolher uma área criativa que queira evidenciar sua especialidade, sendo elas: artes midiáticas, música, literatura, artesanato e artes populares, gastronomia, design e cinema. Além disso, devem se candidatar por meio de um processo seletivo promovido pela UCCN que ocorre anualmente.

Em se tratando do processo de candidatura para entrar na UCCN, o que se sabe a respeito? De que forma a cidade deve se preparar para ter uma chance de concorrer? Segundo site oficial da UCCN, alguns pontos-chave devem ser lidos, estudados e preenchidos para a aplicação. Em um primeiro momento, os gestores envolvidos devem se aprofundar inteirando-se de três documentos intitulados de ‘UCCN Mission Statement’, ‘Application Guidelines’ e ‘Applicant’s Handbook’, que são responsáveis por detalhar a missão, os objetivos e a justificativa da existência da rede, assim como também os elementos e as diretrizes que devem ser descritas no documento enviado e também informações sobre eventuais questionamentos e contatos para dúvidas que os candidatos possam ter durante o processo. Seguidamente, forma-se uma equipe que se responsabilizará por todo o processo de elaboração até o momento do envio. Durante esse período, a equipe se prontifica a algumas ações: reunir-se com diversos atores envolvidos na cadeia produtiva que querem submeter, coletar os dados necessários e elaborar os materiais nos formatos de textos, imagens e vídeos para que então possam ser devidamente organizados para a submissão. Uma vez produzido, o material deve ser enviado a delegação da UCCN, que analisará e dará o veredicto.

O objeto a ser estudado será especificamente a documentação enviada pela cidade de Belo Horizonte, agraciada com o título após recorrer em 2019 pela especialidade na gastronomia. O município encontra-se em um ambiente que vem potencializando o setor gastronômico de tal maneira que acaba sendo selecionada e passa a pertencer à Rede da UNESCO (BELOTUR, 2019). Diante de uma imensidão de produtos gastronômicos e de bares na cidade de Belo Horizonte (BH), o município foi apelidado de ‘Capital dos Bares’, segundo levantamento feito pela Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL, 2023). Devido a essa cultura gastronômica instalada e devidamente reconhecida a nível internacional, BH (mais conhecida como ‘Beagá’) vem se planejando para consolidar-se como um destino turístico gastronômico,

segundo o Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023-2027, elaborado pela Empresa Municipal de Turismo da cidade (BELOTUR, 2023). Diante desse cenário, o título da UCCN torna-se importante para respaldar a cidade e, principalmente, despertar o interesse e a curiosidade, atraindo turistas com a motivação de experimentar a culinária mineira.

Apesar de se terem muitos estudos com a temática sobre Cidades Criativas, não há estudos que discutam criticamente a candidatura de Belo Horizonte e suas propostas para desenvolver-se uma vez inserida na Rede. Dessa forma, nota-se uma oportunidade de contribuir nesse sentido evidenciando elementos chave que precisam ser melhorados para a alavancagem do município. Além disso, será possível colaborar com apontamentos que serão pertinentes no momento de elaboração do relatório que é cobrado pela UCCN aos gestores diretamente envolvidos. Tal relatório deve conter uma visão atualizada das mudanças por meio de um diagnóstico detalhado. Favorece também outras cidades que queiram se candidatar, uma vez que terão familiaridade com o processo de candidatura e com um dos tipos de documento que podem elaborar para enviar à UCCN para apreciação.

Este trabalho visa alcançar uma reavaliação por parte dos gestores das áreas do turismo e da gastronomia, conscientizando-os dos processos nos quais estão imersos e incentivando-os a revisitar as propostas elencadas no documento elaborado e enviado à UCCN. Como consequência do atingimento dessa meta, o artigo busca desencadear uma movimentação abrangente e sinérgica entre os dois setores econômicos para potencializar a oferta turística e as experiências vivenciadas (ARCOS-PUMAROLA, PAQUIN e SITGES, 2023, p.2).

Assim sendo, estabeleceu-se, em linhas gerais, o objetivo de dissecar o documento enviado aos avaliadores da UNESCO. De maneira específica, analisar a documentação de BH à UCCN.

2 SEÇÕES DE DESENVOLVIMENTO

2.1. Referencial Teórico

Segundo Reis e Urani (2011), a Cidade Criativa impulsiona a atração de indústrias e empreendedores criativos pela capacidade dos municípios de expressar criatividade, por haver uma efervescência cultural e um contexto econômico favorável. Três elementos são essenciais em uma cidade criativa: inovações (criatividade aplicada à solução de problemas), conexões (históricas, geográficas, de governança, de diversidades, locais e globais) e cultura (conteúdo cultural, indústrias criativas, valorização de setores tradicionais e formação de um ambiente criativo pela

convivência de diversas manifestações artísticas). Em resumo, uma cidade criativa estimula a inovação, promove conexões diversas e valoriza a cultura em várias formas.

Uma das primeiras menções ao termo ‘Cidade Criativa’ foi pelo urbanista Charles Landry, que publicou um livro chamado ‘The Creative City: A toolkit for urban innovators’ no ano de 2000. Na época, sua intenção era incentivar os gestores a pensarem ‘fora da caixa’ e propor soluções inovadoras e criativas aos problemas urbanos, que por sinal se acumulavam aos montes (LANDRY, 2008, p.16). A partir daí, diversas discussões foram levantadas a fim de que mudanças significativas fossem feitas. Diante desse cenário, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) resolveu tomar medidas nesse sentido para que essa movimentação se transformasse em uma pauta global, nutrindo a formação de uma rede de cidades que têm essa missão norteadora.

Neste contexto de cidades criativas, o fenômeno turístico é um aspecto bastante relevante, principalmente, por ser capaz de impactar no desenvolvimento local (BARBOSA, 2005, p.111). Os atributos criativos e culturais por ali cultivados nessas cidades acabam atraindo viajantes que desejam conhecer o destino turístico e seus atrativos. Tantas são as perspectivas que se desdobram em diferentes conceituações para se compreender o que é um destino turístico. Contribuições que advêm dos campos da geografia, da economia, da sociologia, da antropologia, da psicologia e da gestão somam-se e complementam-se para compreender os destinos ditos turísticos (FLORES e MENDES, 2014, p.223). Para o presente estudo, será interessante abordar mais profundamente a perspectiva da geografia do turismo, que por sua vez, não é entendida como um campo científico novo, somente um olhar que observa o turismo pelas lentes geográficas (ALMADA, 2019, p. 197). E porquê tal perspectiva? Pois, nele encontra-se o arcabouço teórico para discutir o espaço turístico, as relações entre turista, morador e o território e o fenômeno em si (FLORES e MENDES, 2014, p.223; ALMADA, 2019, p.198; ALBACH e GANDARA, 2011, p.6). Em vista disso, o conhecimento desenvolvido por Milton Santos (2004) ao pensar na Geografia Nova foi fundamental para a discussão sobre a produção e transformação do espaço e os significados e experiências humanas no lugar. Portanto, seus conceitos serão utilizados como base, além de outros autores que utilizaram-no no campo da geografia do turismo, para fundamentar a análise acerca do documento entregue à UCCN sobre BH.

Seus conceitos perpassam, principalmente, sobre o globalitarismo, conceito emprestado que faz uma alegoria aos regimes totalitários, dada as semelhanças que se notam diante da violência estrutural que se estabelece por meio do discurso que se é criado através da técnica da

informação e dos conhecimentos produzidos pelo cientificismo no qual cultiva-se um fetichismo demasiado: a matematização e quantificação de tudo, gerando uma perversidade sistêmica e visceral (SANTOS, 2000). Esse sistema, em seu âmago, é constituído de três fatores: a potência em estado puro, que é capaz de impor a força e subjugar a todos, que então passam a ser controlados por uma racionalidade mercadológica que os induz a um trabalho exaustivo em busca de uma parcela cada vez maior do mercado, a competição em estado puro, que é comportamental e psicologicamente oxigenada pelo dinheiro em estado puro, alimentando-se do envolvimento de todos que são movidos pela ideologia pregada que hasteia a bandeira da prosperidade, culminando em uma acumulação ou, na pior das hipóteses, um endividamento (SANTOS, 2000).

Há que se entender sobre o meio técnico-científico-informacional, pois este postula sobre a união entre a técnica e a ciência, juntas capazes de catapultar o mercado a uma dimensão global (SANTOS, 2006, p.160). Acinzentando-se a paisagem por meio do cientificismo e do tecnicismo para então dar espaço a novos objetos técnicos e informações. Esta se torna condutora essencial desse novo espaço no qual é formatado para circular com mais eficiência esses novos interesses gestados neste período de avanços tecnológicos (SANTOS, 2006, p.160). Isso é do interesse do mercado globalizado porque quanto mais tecnológico, mais interconectado, conseqüentemente, mais subordinado à lógica globalitária.

Vale ressaltar que o espaço, segundo Santos (2004, p.172-173), torna-se testemunho do momento em que ocorrem transformações nos meios de produção que tentam transpor-se no espaço que, naquele instante, é lugar do ontem, sendo este envolvido pelos processos tecnológicos do amanhã. Os modos de produção determinam-se nos espaços através de processos que os mantêm, que os modifica ou que se adapta a eles, sempre em um ciclo com o objetivo de inserir-se (SANTOS, 2004, p.174).

Essa tarefa se dá devido a memória edificada que se ergueu nos espaços por meio das formas espaciais fixas que antes davam lugar aos meios produtivos passados. Perspectiva bastante relevante de se compreender uma vez que se quer trazer à tona as possíveis transformações que advirão da visibilidade internacional que posiciona a cidade.

Por fim, em busca de entender o comportamento das organizações, a teoria institucional preenche tal compreensão. Se tem por premissas, que a teoria compreende três elementos basilares (regulação, normação e cognição) das instituições e, em decorrência das ações institucionais, investiga os impactos comportamentais que acometem às organizações (LAVANDOSKI et al., 2014, p.32,33). Existe, segundo Lavandoski et al. (2014, p.33), em ambas (instituição e

organização) uma relação de interdependência e uma diferenciação entre elas. Enquanto as instituições são estruturas mantenedoras e organizadoras da ordem social que governa atores econômicos fornecendo regras sociais e um contexto amplo de convivência, como leis, normas culturais e valores éticos, as organizações, por sua vez, são a materialização dessa estrutura de forma mais específica, criando laços interativos que são operados pelas regras e normas estabelecidas pelas instituições, sendo o caso de empresas, escolas e hospitais (NORTH, 1990, p.3; SCOTT e CHRISTENSEN, 1995 apud LAVANDOSKI et al., 2014, p.33).

Também faz menção ao isomorfismo, conceito este que trata sobre a homogeneidade que os profissionais, os processos e as organizações são acometidos ao longo dos anos na medida em que os campos organizacionais são explorados pelas empresas e pelos profissionais (DiMaggio e Powell, 2005, p.75-76). Isso decorre por conta da burocratização dentro das organizações e suas estratégias em prol de uma parcela maior de mercado e das legislações e regulações governamentais que incitam padrões normativos. Segundo os autores (DiMaggio e Powell, 2005, p.77), pode-se subdividir o isomorfismo em três subcategorias: coercitivo, mimético e normativo.

O primeiro diz respeito a organizações que são pressionadas a se comportar de uma certa forma devido a influências formais (regulatórias e legislativas) e informais (aspectos culturais e expectativas sociais) transparecendo pressões percebidas como imposição direta, persuasão ou cumplicidade. No segundo caso, ocorre quando se trata de cenários de incerteza e metas vagas dentro das organizações, o que produz instabilidade provocando comportamentos que copiam outras organizações que obtiveram sucesso em busca de um modelo vitorioso. Já o último caso, discute sobre a profissionalização dos membros das organizações, principalmente dos altos cargos, visto que acabam por ter trajetórias e currículos similares, uma vez que costumam estudar nas mesmas instituições de ensino e estagiar e trabalhar nas mesmas empresas.

2.2 Procedimentos Metodológicos

Os dados coletados foram extraídos através do Google. Os dados são de ordem primária e secundária, sendo eles, dados numéricos e descritivos. O Ebook, principal documento que será analisado, foi elaborado para o processo de candidatura e enviado para o comitê da UNESCO (2019). Ele apresenta as principais informações e projetos descritos no Dossiê de uma maneira menos técnica e mais desenvolvida, sendo também parte da materialidade enviada como argumentação e justificativa para a cidade (Prefeitura de Belo Horizonte, 2019).

O presente estudo configura-se como sendo uma pesquisa qualitativa, que utilizou a análise documental como técnica para esmiuçar os elementos fundamentais e as informações, sorvê-las para organizar as ideias, concatená-las para produzir reflexões que então foram aproveitadas para as análises sendo, posteriormente, oferecidas perspectivas à governança de BH. Também auxiliará outras cidades que têm o interesse de compreender mais a fundo a elaboração dessa documentação que fez parte dos materiais produzidos que garantiram o título. Para melhor aproveitamento do documento, foram criadas seções que se aprofundaram em diferentes dimensões. Tais dimensões, em sua totalidade, representam a análise documental. Segundo Poupart et al. (2008, p.299), essas dimensões são essenciais para que uma avaliação seja feita adequadamente:

Contexto: Nesta subseção, foi necessário contextualizar as circunstâncias em que o documento foi elaborado.

Os autores: Nesta subseção, o objetivo foi mapear os autores que elaboraram o Ebook.

Autenticidade e confiabilidade do texto: A seção explorou os instrumentos de coleta de dados utilizados pelos autores.

Natureza do texto: O Ebook apresenta uma formatação e uma intenção clara, que foi interpretada para melhor compreensão.

Conceitos-chave e a lógica interna do texto: Neste subseção, buscou-se clarear os jargões, gírias e regionalismos utilizados ao longo do documento para explicar os significados. Além disso, compreendeu-se lógica sequencial dos fatos e dos argumentos.

A análise em si: Esta subseção analisa e busca alcançar os objetivos propostos por este artigo.

2.3 Análise do Ebook

2.3.1 Contexto

É sabido que BH já concorreu ao título em 2017, porém não obteve êxito. As experiências colhidas foram relevantes para tentar novamente em 2019. O ano seguinte, 2018, serviu para uma preparação mais competitiva. O processo de candidatura da cidade envolveu algumas etapas que foram fundamentais para organização e coleta de dados, bem como também discussões acerca do propósito e dos projetos futuros a serem desempenhados para atingimento de novos patamares de desenvolvimento.

Durante as primeiras reuniões realizadas no início de 2018 com os órgãos públicos verificou-se a necessidade de criação da Comissão Intersetorial de Gastronomia. Além disso,

também foi discutido e elaborado o PANELA, programa municipal de turismo gastronômico. Após esse processo, BH buscou consultoria especializada através de um edital do Ministério da Cidadania, que tinha intenção de oferecer 15 consultorias às cidades que estavam interessadas em concorrer à titulação (PREFEITURA DE BH, 2019).

Após essa articulação política ter acontecido, o pronunciamento foi feito a todos durante o evento ‘Encontro das Cidades Criativas: Turismo e Gastronomia’ no fim de 2018, no qual foi anunciado a intenção de concorrência para o ano seguinte. O objetivo do evento foi aprender com as cidades que já tinham conquistado o título gastronômico: Florianópolis (SC), Belém (PA) e Paraty (RJ). Em seguida, outros dois encontros ocorreram em 2019 reunindo diversas lideranças da cidade para colaborarem com o dossiê juntamente com o consultor designado.

2.3.2. Os autores

Para se preparar adequadamente, a equipe de BH recebeu uma consultoria do Ewerthon Veloso Pires, consultor da UNESCO Brasil e credenciado pelo SEBRAE (GAUTHAMA DESENVOLVIMENTO). A fim de reunir com os atores da cidade para noticiar a investidura, a Belotur promoveu dois encontros em 2019 que juntou aproximadamente 240 lideranças. A partir disso, formou-se um grupo que foi subdividido em cinco oficinas de trabalho, cada qual construindo um aspecto do todo. No grupo, houve a participação de 90 membros, formados pelo setor público, entidades de representação (Abrasel, CDL, SEBRAE, FIEMG, sindicatos e associações), setor privado e instituições de ensino.

2.3.3. Autenticidade e confiabilidade do texto

O Ebook produzido para pleitear o título de Cidade Criativa pela Gastronomia por Belo Horizonte foi elaborado utilizando dados provenientes de fontes autênticas e de alta confiabilidade. Uma ampla gama de instituições foram consultadas para garantir a solidez e a abrangência das informações apresentadas. Entre as fontes consultadas estão órgãos governamentais, como a Administração Municipal da Prefeitura de BH, a Belotur e a Subsecretaria Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional. Além disso, foram utilizados dados de comissões e conselhos municipais, como a Comissão Intersetorial de Gastronomia, o Conselho Municipal de Cultura (COMUC) e o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR).

Instituições de renome internacional também contribuíram para embasar o Ebook, incluindo o IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), a UNESCO

(Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e a FAO (Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação). Dados estatísticos relevantes foram obtidos de fontes como o Instituto Datafolha e o Population Crisis Committee da ONU. Além disso, programas e planos governamentais, como o Programa Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional e o Plano Plurianual de Ação Governamental, foram consultados para fornecer uma visão abrangente das políticas e estratégias adotadas pela cidade. O Plano Diretor de BH também foi uma fonte essencial para entender as diretrizes de desenvolvimento urbano relacionadas à gastronomia.

Setores privados e acadêmicos também contribuíram significativamente para o embasamento do Ebook. Instituições como Fecomércio, SEBRAE, SENAC, Instituto SENAI, CDL, UFMG e CEFET-MG forneceram dados e análises que enriqueceram o conteúdo do documento, garantindo sua credibilidade e relevância.

2.3.4. Natureza do texto

O Ebook explora um pouco de quatro gêneros textuais: narrativo, descritivo, argumentativo e expositivo. Como já elucidado anteriormente, o propósito do documento é vender Belo Horizonte como uma cidade que detém criatividade na gastronomia para a delegação responsável pelo processo de seleção. Os quatro gêneros prestam uma serventia importante para cada momento do documento. Isso porque foi relevante situar a trajetória da cidade dentro da temática da gastronomia e sua relação, juntamente com a exposição e a descrição dos pratos culinários, das expressões criadas, dos lugares, dos festivais, das premiações, enfim, da cultura botequeira que circunscreve, de maneira poética, o pensar, o querer e o sentir do mineiro. Para arrematar e encadear tudo que foi escrito, utilizaram dados gráficos, políticas, programas e a existência de organismos sociais envolvidos na cadeia produtiva. Dessa forma, foi possível materializar uma documentação convincente para o merecimento belo-horizontino.

2.3.5. Conceitos-chave e a lógica interna do texto

A intencionalidade do Ebook era de descrever as informações e projetos que foram detalhados no Dossiê. A linguagem utilizada foi verbal e não-verbal. Na perspectiva verbal foram utilizados textos escritos com uma linguagem mais apelativa, informal e regionalizada trazendo gírias faladas em BH ao citar o nome dos pratos de identidade mineira, da cultura botequeira (ou 'buteço', como é foneticamente pronunciado em BH), do produto utilizado no processo de

prensagem do queijo, comumente conhecido como ‘pingo’, e do uso de americanismos (como a palavra ‘trade’ se referindo ao trade turístico gastronômico). Vale mencionar que, em alguns momentos, percebe-se o interesse de dar mais tom de seriedade para citar projetos e informações, sendo então escrito com a norma padrão do português. Quanto à linguagem não-verbal, recorreu-se ao acervo de fotos de empreendimentos participantes da cadeia em questão, da Belotur, da Prefeitura de BH, do Ministério do Turismo, da revista Prazeres da Mesa e de alguns fotógrafos, assim como também gráficos para representação dos dados trazidos.

A sequência dos fatos e argumentos se estrutura por uma ordem muito clara. Inicia-se narrando a trajetória de BH e sua relação com a gastronomia ao contar histórias sobre o surgimento de determinados pratos que são clássicos da cozinha mineira. Posteriormente, destaca-se a relevância da gastronomia local no contexto nacional, expondo dados sobre a pujança dos setores econômicos, a exuberância, o valor e a patrimonialidade dos atrativos turísticos e produtos gastronômicos, suas premiações, os instrumentos legais, a governança do setor público que reúne conselhos prevendo uma gestão participativa, os programas e ações municipais e, por fim, festividades e circuitos de cunho gastronômico. Em seguida, há um reforço no que tange às políticas públicas da cidade descrevendo-as e evidenciando o seu alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU (ODS); nesta mesma seção, se fazem listas e detalham-se as capacitações e cursos ofertados nas principais instituições de ensino, os espaços e centros dedicados às atividades gastronômicas, as outras áreas criativas e sua situação no contexto belo-horizontino segundo a classificação da UNESCO e uma adaptação da análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) da cidade. Na sequência, primeiro, é detalhado a trajetória do processo de elaboração e submissão da documentação, segundo, é feita uma enumeração do plano de ação, terceiro, é explicado a criação, viabilização e a operacionalização do comitê gestor e do conselho consultivo que se responsabiliza pela execução e implementação do prometido no plano de ação. Por último, é apresentado um glossário de siglas utilizadas ao longo do documento e as cartas de apoio a candidatura escritas pelas cidades criativas de Florianópolis e Paraty, governo de Minas, Câmara Municipal, CDL e entidades empresariais.

2.3.6 A análise em si

2.3.6.1 Apanhado Geral do Ebook

É vívido e incandescente a hereditariedade da tradição mineira nas receitas que se desdobram, com uma pitada de contemporaneidade e técnicas mais complexas, em pratos mais

sofisticados nos bares e nos restaurantes bem frequentados da cidade. O meio vem se transformando e, com isso, os objetos e as técnicas também vão tomando novas formas para se adequarem aos novos interesses que se querem alcançar, transformando a cidade, que antes era um produto cultural, em um produto técnico (GEORGE, 1974, p.82 apud SANTOS, 2006, p. 19). E, para que tal feito seja atingido, é necessário que os profissionais da área estejam mais bem qualificados para enfrentar essas novas demandas, tanto do mercado local, quanto do mercado internacional, que se abre diante da visibilidade que a culinária mineira passa a ter no cenário global, por conseguinte, mais competitivo. Trazer essa competitividade ao território e capacitá-lo a reduzir desigualdades têm fundamentalmente raízes em programas de formação e qualificação profissional devidamente orquestrados visando potencializar a criatividade através do acesso a tecnologias e a dados sólidos, que aliado a análise aperfeiçoada nas instituições de ensino, tem a capacidade de transformá-los em inventividade (REIS e KAGEYAMA, 2011, p.37).

É observado a partir da análise das matrizes curriculares dos cursos superiores de gastronomia das faculdades Promove, Centro Universitário Estácio de Sá, Centro Universitário UNA, Pitágoras e SENAC que os cursos pertencem a um tipo de ensino, o tecnólogo, titulação superior com uma ênfase na técnica (o técnico-científico cai no esquecimento) unicamente com o objetivo de atender o mercado de alimentação fora do lar. Isso demonstra a visão que existe sobre a área e a maturidade que o mercado atingiu até então no que diz respeito ao papel do gastrólogo (quem tem diploma superior na área) e a sua inserção na cadeia produtiva do sistema agroalimentar. Inclusive, há uma similaridade entre as matérias ofertadas, o que pode gerar uma padronização de profissionais. Isso produzirá uma categoria de profissionais quase idênticos, que são alimentados pelo isomorfismo normativo, que é promovido pelas instituições de ensino que desenvolvem normas, neste caso, currículos promovendo padrões de comportamentos, de competências e de expectativas, que acabam sendo reforçados pelo mercado por meio da seleção e contratação da equipe (DiMaggio e Powell, 2005, p.80). Há de se notar que existe um interesse das faculdades em atender a demanda formando profissionais para atuar no mercado de trabalho em um nível ‘reprodutivista’. Entretanto, visto que o cenário belo-horizontino encontra-se na atualidade em um patamar mais competitivo e global, surgem novas demandas e exigências a serem alcançadas. Se faz mandatório e urgente a proposição de novos cursos com matrizes curriculares que extrapolem a simplicidade e o ‘comumente ensinado’ por um nível mais ‘criativista’ e técnico-científico. Esse apelo se faz também pela necessidade do local, BH, ser capaz de manter-se fiel às suas tradições e às suas técnicas gastronômicas para garantir resultados

que o mantenham como um destino turístico gastronômico singular, ou seja, a marca mineira só poderá ser degustada em território mineiro pela fidelidade nos momentos de execução das técnicas gastronômicas mineiras entregando produtos culturais identitários. Cabe aqui talvez pensar em graduações com um grau de bacharelado e especializações que se aprofundem mais nos conceitos dessa marca mineira, da cozinha brasileira, dos papéis do gastrólogo e da sustentabilidade (em conformidade com os ODS para maior alinhamento com a UCCN).

Vale mencionar também outros espaços que são citados no Ebook (2019, p.56-57), como é o caso do Mercado Central (existe um espaço, Cozinha Escola, que oferece aulas gratuitas de culinária) e a Casa da Gastronomia (Mineiraria). Tais espaços também podem ser fundamentais para discussões sobre o aprofundamento das técnicas-científicas e da proposição e formulação da carreira do gastrólogo, do gastrônomo e do cozinheiro, uma vez que figuram como personagens centrais nas cozinhas; deve servir também para reunir atores envolvidos e compromissados com o desenvolvimento do sistema agroalimentar. Isso porque é o espaço “[...] que redefine os objetos técnicos, apesar de suas vocações originais, ao incluí-los num conjunto coerente onde a contiguidade obriga a agir em conjunto e solidariamente” (SANTOS, 2006, p.24). Já que os espaços têm esse papel aglutinador de técnicas, que seja também de ideias e de pessoas com a finalidade de definir, ordenar os objetos conforme uma lógica (no caso, uma lógica mineira) e utilizarem-se dela para produzir novas técnicas e, conseqüentemente, novos espaços.

Nesse sentido, o trabalho da FGM se alinha com esses objetivos e deve intensificar-se para influenciar e impactar ainda mais o campo político e econômico da cidade.

2.3.6.2. Discussões acerca do Plano de Ação

É mencionado no Plano de Ação (EBOOK, 2019, p.86) o objetivo de promover BH e torná-la um polo turístico gastronômico por meio do programa municipal que visa enaltecer a gastronomia local para o mundo. Há expectativas quanto a esse posicionamento: “qualificação da Gastronomia como produto turístico ‘âncora’; oferecimento de experiência completa ao munícipe e visitante; consolidação da oferta gastronômica; fortalecimento e integração dos setores da cadeia produtiva; geração de emprego e renda”. É importante entender a respeito desse projeto que existem riscos relacionados à promoção da gastronomia a nível internacional. Expor o mercado local a um ritmo mercadológico desenfreado, como é o caso de um contexto globalizado, pode provocar perda da diversidade e autenticidade da cultura alimentar e da gastronomia mineira. Isso ocorre porque os modos de produção no contexto do espaço belo-horizontino passarão por

transformações diante das novas normas que residem no que Santos (2000, p.28) entende como a ‘competitividade em estado puro’, que é governado sob um discurso neoliberal, que instrumentalizou o mercado globalitário a atuar por meio da ‘potência em estado puro’, que se pode descrever como poder bruto e opressivo, instaurando medo e governando a todos pelas características advindas da onipresença financeira, o ‘dinheiro em estado puro’. Frente às circunstâncias apresentadas, as cidades globalizadas se veem obrigadas a tomar medidas incisivas devido às mudanças de ética de conduta e os valores das empresas, que pautam-se por uma disputa acirrada por uma parcela cada vez maior do mercado consumidor de produtos turísticos gastronômicos.

O espaço belo-horizontino então é testemunho de uma etapa que se finda - mercado local concentrado unicamente no contexto regional - e de outra que se inicia ligada às mudanças significativas que ocorrem. Abre-se as portas para uma nova realidade de processos sociais, econômicos e políticos, que conseqüentemente, produzem uma nova práxis frente aos novos desafios que se apresentam (SANTOS, 2004, p.172-174). Desafios estes que são produzidos pelo discurso hegemônico disseminado pelas técnicas avançadas da informatização que operam a mando do mercado, ocasionando uma violência estrutural, capaz de impulsionar o medo a um fenômeno global que afeta o estado psicológico de todos (SANTOS, 2000, p. 27).

Como então resolver tal problema estrutural que parece insolúvel aos olhos de uma cidade, em se tratando do novo contexto atual, o globalitarismo. Santos (2000) propõe algumas soluções que resguardam as cidades da ferocidade de tal fenômeno. A governança da cidade deve examinar três aspectos que impactarão negativamente. O primeiro é a falta de consciência crítica e a apatia cidadã no envolvimento na vida política. O segundo se dá pela centralização e a gentrificação do território.

Consciência Crítica e Apatia Cidadã

No que tange a política, existe a necessidade de fortalecimento da participação dos cidadãos nos processos de tomada de decisão relacionados ao desenvolvimento urbano. Isso envolve garantir que as comunidades locais tenham voz ativa na definição de políticas e projetos que afetam suas vidas e seus espaços urbanos. Quanto a isso, não há qualquer menção nos projetos do Plano que considerasse essa participação popular.

Nesse sentido, foi encontrado, também no âmbito da educação pública, projetos educacionais que fomentam os educandos a desenvolver uma visão crítica e uma conduta ativa.

Tais projetos são: Câmara Mirim, Monitorando a Alimentação Escolar, Orçamento Participativo da Criança e do Adolescente, Ouvidor Jovem e Parlamento Jovem.

Percebe-se uma atenção da Secretaria da Educação quanto a cidadania da juventude belo-horizontina, entretanto, quando se observa o contexto da população adulta, há pouca preocupação em desenvolver aparatos e instrumentos participativos envolvendo a população. Na dimensão do turismo e da cultura, nota-se alguns instrumentos, como o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR-BH) e de Cultura (COMUC) e a Frente da Gastronomia Mineira (FGM). Entretanto, há pouca informação disponível no site da FGM. E não dispõe de discussões mais profundas sobre o que vem sendo tratado nas reuniões mensais, o que acaba por dificultar o acompanhamento dos processos e decisões do fórum participativo. Talvez seja o caso de serem feitas atas. Quanto aos conselhos, o COMTUR e o COMUC já têm mais disponibilidade de dados com relação aos representantes e as tratativas acordadas nas reuniões.

Ao acessar o site da Belotur, vê-se a seção a respeito da Carta Anual de Governança. Quando acessado a carta de 2023, lê-se na página 6: “Transversalizar a política de turismo no âmbito do desenvolvimento econômico, colaborando de forma estratégica com o fomento dos setores de lazer, cultura, entretenimento, eventos e negócios, em alinhamento com os interesses da população residente, turistas, visitantes e indústrias locais’. Quais interesses da população residente são esses? Como a Belotur está captando tais informações? Este questionamento é feito, pois não há no site qualquer menção sobre uma pesquisa ou estudo feito nesse sentido. Portanto, esperava-se que no Plano de Ação da cidade houvesse algum projeto com a intenção de criar instrumentos de coleta de informações sobre as expectativas e desejos dos moradores, possivelmente orquestrados pelo Observatório de Turismo. Há a necessidade de olhar com atenção para a população por parte do turismo também porque a viabilidade de territórios qualificados em bem estar é um desafio, necessitando que seja compreendido por todos uma nova forma de desenvolvimento que está ligado à produção de leis, programas e coleta de dados que incluam a dimensão social com uma capacidade de conectividade maior com o território (REIS e KAGEYAMA, 2011, p.88-89).

Desenvolvimento Territorial Belo-horizontino

O Plano apresenta pouca abordagem sobre a gentrificação, processo identificado pelo Comitê Gestor a ser superado na seção 'Desafios e Oportunidades' (EBOOK BH, 2019, p.72-75). Destaque para o desafio de combater a supervalorização e a "glamourização" das áreas

tradicionais da cidade. O projeto "Horizontes Criativos" focaliza na regional Centro-Sul, contradizendo a análise. Embora promova eventos para democratizar o acesso a gastronomia e a cultura alimentar, para um desenvolvimento territorial mais robusto são necessários projetos duradouros e descentralizados, logo, captar e ampliar investimentos para regiões com potencial de crescimento e similar capacidade gastronômica será mais frutífero no longo prazo.

Por quê então desenvolver um projeto que prioriza somente essa regional se existem outras áreas que podem ser exploradas conjuntamente, como é o caso das regionais oeste e noroeste da cidade? Ainda que Lagoinha tenha sido citada, que pertence à região norte (abrangendo a regional noroeste), foi somente esse bairro. Segundo dados coletados do Observatório do Turismo (Gastronomia em Belo Horizonte: Dados e Fatos, 2023), as regionais citadas acima apresentam uma concentração da atividade gastronômica: Centro-Sul (14,9%), Oeste (11,6%) e Noroeste (11,4%). Outra pesquisa realizada (Gastronomia em Belo Horizonte: Relatório da Pesquisa, 2018, p.46) pelo Observatório também sinaliza essa concentração. Na pesquisa direcionada aos moradores foi perguntado “O que você acha da distribuição dos bares e restaurantes na cidade?” e 65,2% concorda que existe uma centralização dos estabelecimentos.

Se não é o caso de reformular tal projeto, que fosse ao menos proposto outro projeto com a intenção de mitigar de maneira cirúrgica esse processo de concentração de empreendimentos gastronômicos em zonas seletivamente escolhidas por interesses desalinhados com a totalidade do território. Essa concentração se dá pelo fato de que determinadas áreas desfrutam de um embelezamento e uma preparação para uma recepção turística, enquanto outras regiões ficam à mercê de suas respectivas propagandas para promoverem o espaço que ali estão situados. Cria-se uma diferenciação dos espaços que resulta em uma centralização de recursos turísticos, desenvolvendo um zoneamento central, enquanto as outras regionais tornam-se periféricas, em suma, levando ao processo de gentrificação, questão esta que já foi levantada pelo Comitê com o objetivo de ser superada (SANTOS, 2000, p.19-20; SANTOS, 2004, p.102). Atentar-se para isso e elaborar projetos que atraiam e capturem recursos do setor privado através de processos de inclusão dessas outras áreas é fundamental. Nesse sentido, abrir diálogos com a ABRASEL, a CDL-BH e o SEBRAE-MG pode ser frutífero para o desenvolvimento dessas outras regionais.

2.3.6.3. Governança belo-horizontina e as implicações da chancela da UCCN

Segundo o Ebook (2019, p.91), serão de responsabilidade das Câmaras Temáticas da Gastronomia, que estão presentes nos Conselhos Municipais de Turismo (COMTUR), de Cultura (COMUC) e da Frente da Gastronomia Mineira (FGM), acompanhar a gestão e o monitoramento das ações propostas no Plano e das demais ações que dizem respeito ao título. O monitoramento dos dados será feito através de indicadores fornecidos pelos Observatórios do Turismo e do Milênio.

Indaga-se sobre a eficácia da governança pós-elaboração do dossiê. Ao investigar, percebeu-se a realização de reuniões periódicas das três instâncias, entretanto, não se observaram encontros conjuntos nos respectivos sites. Portanto, propõe-se a criação de uma plataforma dedicada à governança da UCCN para organizar discussões, esclarecer dúvidas e conectar informações dispersas, preenchendo essa lacuna e fornecendo um ambiente unificado para tais assuntos.

Além disso, outro ponto que chama a atenção é o COMTUR, quanto a sua representação do poder executivo. Notou-se que somente duas Coordenadorias de Atendimento Regional fazem parte do COMTUR: a do Centro-Sul e da Pampulha. Pensando no que foi apontado sobre gentrificação, será que essa é de fato uma boa estratégia para mitigar tais impactos? Será que a ausência de outras coordenadorias não acabará por impactar nos processos decisórios resultando em projetos e programas que estarão localizados somente nessas duas regionais enquanto as outras ficarão aquém?

Como visto anteriormente sobre o Plano de Ação e os levantamentos feitos sobre os programas educacionais propostos pela Secretaria de Educação, sugere-se para compor a governança da cidade no COMTUR ao menos dois membros (titular e suplente) que representem a educação da Secretaria de BH a fim de estar a par dessa construção conjunta da cidade uma vez que algumas secretarias já fazem parte, segundo ato administrativo publicado (mais recente) dia 24 de janeiro de 2024 em conformidade com os Decretos n°s 18.381/23 e 18.502/23. É interessante ressaltar que, ao visitar o regimento interno do COMUC, está presente como integrante do conselho a Secretaria de Educação. Isso demonstra que existe entendimento já sobre a importância que a educação dispõe quando instâncias de governança discutem cultura, que em ambos os casos é assunto primordial, diferenciando-se somente a perspectiva e a ênfase que cada um dos conselhos tratará a respeito.

É crucial incorporar a educação na edificação do território, especialmente porque a UNESCO promove uma comunidade global de escolas desde 1953, a Rede PEA, difundindo valores como direitos humanos, igualdade de gênero, paz, justiça, democracia e respeito à diversidade. Embora semelhante à UCCN, foca-se nas escolas. Segundo o 'Guia para Membros - Rede de Escolas Associadas da UNESCO', os benefícios incluem mais oportunidades de aprendizado prático, acesso a materiais online, conteúdos temáticos e colaborações globais. Sugere-se inclusive que a Secretaria de Educação organize-se para participar, o que possivelmente impulse a educação belo-horizontina.

Adiante, cabe aqui questionar alguns aspectos sobre as imposições da UCCN às cidades para adequação aos critérios de participação da Rede. O primeiro aspecto trata sobre tais exigências e como elas podem impactar um possível isomorfismo institucional para a realidade belo-horizontina. O segundo aspecto trata sobre a conformação passiva da governança local em seguir cegamente às expectativas estabelecidas pela UCCN.

Em se tratando do primeiro aspecto, segundo DiMaggio e Powell (2005), organizações através de seu poder e influência política podem coagir outras instituições e organizações a agirem em conformidade com suas exigências por meio do pretexto de unirem-se em prol de mudanças significativas sob alegações, neste contexto do artigo, do desenvolvimento urbano sustentável. Entretanto, cabe estender esse raciocínio reiterando sobre os impactos isomórficos coercitivos e miméticos provenientes dessas exigências ou mesmo do cenário de incertezas existente quando o assunto é a evolução das cidades. Por um lado, positivo pois, discute com seriedade, problematiza e tenta mitigar os transtornos urbanos através de uma rede de cidades cooperando entre si. Por outro lado, pode induzir as cidades a resolverem seus respectivos problemas por meio de soluções semelhantes, projetando futuros e experiências turísticas muito similares (DiMaggio e Powell, 2005, p.78). Isso, por infelicidade, pode produzir espaços idênticos, tais como se vê em redes de fast food, uma vez que se entende que a diferenciação é o que torna as cidades competitivas e autênticas. Já é perceptível que o Ebook de BH se assemelha com os produzidos por Florianópolis e Paraty. É compreensível que o uso de estratégias vencedores têm um peso grandioso nas decisões e, neste caso, não afetou negativamente, mas há que se atentar para isso, pois não se quer provocar resorts em forma de cidades. Nesse sentido, há que ser feito estudos mais aprofundados quanto aos reais efeitos desse processo nas cidades criativas a fim de que tais sombreamentos possam ser elucidados e, caso identificado alguns exemplos sob esses efeitos, que possam ser encontradas soluções eficientes.

O segundo aspecto considera se as cidades têm espaço para questionar a UCCN e propor mudanças. É essencial que as governanças das cidades criativas estejam conscientes dos impactos e deveres envolvidos no processo de manutenção do título. O diálogo aberto com a Rede é fundamental para garantir que o título seja próspero. Importante também para evitar retrocessos no desenvolvimento territorial frente a ferocidade do mercado global.

No fim, é papel das governanças lembrar que os objetivos e as demandas, em primeiro lugar, devem atender às necessidades da população local e, depois, atender às demandas turísticas regionais, nacionais e internacionais. Desenvolver uma cidade tem sempre que ser feito por meio do envolvimento de todos, pois, as relações de pertencimento e o engajamento são fatores primordiais neste processo.

3. CONCLUSÃO

A pretensão do artigo foi promover uma revisão crítica sobre o que foi abordado no Ebook a fim de produzir percepções para contribuir, principalmente, com os planos elaborados pela governança da cidade belo-horizontina. Espera-se que seja alcançado os destinatários desejados e todos que queiram se inteirar do assunto.

Em linhas gerais, foi discutido sobre o percurso político que BH se envolveu para culminar nos resultados obtidos na atualidade, não somente chamando a atenção para a conquista do título, mas também para o ecossistema agroalimentar instaurado. O detalhamento do Ebook abordou sobre a linguagem textual, seus usos linguísticos e a racionalidade construída em torno da narrativa criada para encantar os avaliadores.

Evidenciou a forma de organização do documento e, principalmente, da relação que foi possível estabelecer entre os conceitos miltonianos e as informações coletadas.

No decorrer da elaboração do artigo, foi possível notar algumas lacunas que surgiram e que podem ser preenchidas com outros estudos que se atentem para alguns possíveis ângulos, a priori, velados e nebulosos. Nesse sentido, investigar sobre a efetividade da titulação para as cidades já integrantes da Rede pode ser relevante para evidenciar as reais contribuições que são geradas nesta empreitada. Além disso, percebeu-se lacunas que podem ser preenchidas ao serem produzidos estudos comparativos de cidades pertencentes à Rede, que estejam a mais tempo, para analisá-las a fim de verificar as estratégias adotadas, suas similaridades e diferenças, uma vez que foi levantado um alerta quanto a produção em massa de destinos criativos idênticos. Ficou

evidente também a necessidade de estar mais bem detalhada a produção, a avaliação e o monitoramento de indicadores uma vez que a cidade entra na Rede.

AGRADECIMENTOS

Ao fomento à investigação pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Brasil (CNPq), à Fundação de Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG) e à Coordenação para o Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Ministério da Educação, Brasil, financiamento 001.

REFERÊNCIAS

- Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL). (2023, julho 19). É oficial: Belo Horizonte pode ser chamada de capital dos botecos. <https://abrase.com.br/noticias/noticias/e-oficial-belo-horizonte-pode-ser-chamada-de-capital-dos-botecos>
- Almada, J. A. B. de. (2019). Lugar turístico e território usado: contribuições teóricas ao estudo do Turismo a partir da Geografia de Milton Santos. *InterEspaço: Revista De Geografia E Interdisciplinaridade*, 4(15), 197–221. <https://doi.org/10.18764/2446-6549.v4n15p197-221>
- Arcos-Pumarola, J., Paquin, A. G., Sitges, M. H. (2023). The use of intangible heritage and creative industries as a tourism asset in the UNESCO creative cities network. *Heliyon*, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13106>
- Barbosa, F. F. (2005). O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ ou regional. *Caminhos De Geografia*, 6(14), 107–114. <https://doi.org/10.14393/RCG61415380>
- Câmara Municipal de Belo Horizonte. Formação para a Cidadania. <https://www.cmbh.mg.gov.br/Educa%C3%A7%C3%A3o-Cidad%C3%A3/escola-do-legislativo/formacao-para-cidadania>
- Centro Universitário UNA. Gastronomia - Graduação Tecnológica. <https://landing.una.br/curso/gastronomia-graduacao-tecnologica>
- De Oliveira, M. F. (2011). Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração. Biblioteca da Universidade Federal de Goiás. https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/567/o/Manual_de_metodologia_cientifica_-_Prof_Maxwell.pdf
- DiMaggio, P. J., Powell, W. W. (2005). A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. *RAE-Revista De Administração De Empresas*, 45(2), 74–89. Recuperado de <https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/37123>
- Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte. Apresentação Ebook - Cidade Criativa da Gastronomia. <http://portalbelohorizonte.com.br/ebook-pt>
- Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte. (2023). Carta Anual de Governança de 2023. <https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/lei%2013303/carta-anual-de-governanca-2023.pdf>
- Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte. (2023). Plano Estratégico de Turismo de Belo Horizonte 2023-2027. https://portalbelohorizonte.com.br/sites/default/files/arquivos/cmtbh/plano_estrategico_de_turismo_de_belo_horizonte.pdf
- Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte. (2024). Políticas de Turismo e Governança. <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/politicas-de-turismo-e-governanca>
- Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte. Processo de Candidatura. <http://portalbelohorizonte.com.br/creativecity/processo-de-candidatura>

Estácio de Sá. Graduação de Gastronomia. Faculdade Estácio de Sá.
<https://estacio.br/cursos/graduacao/gastronomia>

Flores, L. C. da S., & Mendes, J. da C. (2014). Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 8(2), 222–237.
<https://doi.org/10.7784/rbtur.v8i2.717>

Frente da Gastronomia Mineira. A FGM. <https://www.frentedagastronomiamineira.com.br/a-fgm>

Gauthama Desenvolvimento. Sobre nós. <https://www.gauthamadesenvolvimento.com.br/sobre>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Indicadores Brasileiros para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. <https://odsbrasil.gov.br/>

Landry, C. (2008). *Creative City: a toolkit to urban innovators* (1ª ed.). Editora da Universidade de São Paulo

Lavandoski, J. Silva, J. A. Sanchéz, A. V. (2014). *Institutional Theory In Tourism Studies: Evidence And Future Directions*. Spatial and Organizational Dynamics Discussion Papers, 2014(3). CIEO-Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics, University of Algarve. https://ideas.repec.org/p/ris/cieodp/2014_003.html

Marconi, M. A, Lakatos, E. V. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica* (5ª ed.). Editora Atlas Mercado Central de Belo Horizonte. Cozinha Escola.
<https://mercadocentral.com.br/cozinha-escola/>

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). (2023). Call for Applications. <https://en.unesco.org/creative-cities/content/2023-call-applications>

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). (2013). *Creative Cities Network Handbook*.
https://www.unesco.or.kr/upload/news_center/CreativeCitiesNetwork_Handbook.pdf

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). (2019). *Associated Schools Network: guide for members*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368992>

Pitágoras. Gastronomia - Tecnólogo. Faculdade Pitágoras.
<https://www.pitagoras.com.br/curso/gastronomia-tecnologo/ead/>

POUPART, J. (2012). A análise documental. Em POUPART, J. et al. (Eds), *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos* (3ª ed., pp. 295-316). Vozes.
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1932953/mod_resource/content/1/CELLARD%20Andr%C3%A9_An%C3%A1lise%20documental.pdf

Prefeitura de Belo Horizonte. (2019). Belo Horizonte recebe o título de Cidade Criativa da Unesco pela Gastronomia. <https://prefeitura.pbh.gov.br/noticias/belo-horizonte-recebe-titulo-de-cidade-criativa-da-unesco-pela-gastronomia>

Prefeitura de Belo Horizonte. (2024). Conselho Municipal de Política Cultural (COMUC). <https://prefeitura.pbh.gov.br/cultura/comuc>

Prefeitura de Belo Horizonte. (2019). Entenda como Belo Horizonte se tornou cidade criativa da gastronomia pela UNESCO. <https://prefeitura.pbh.gov.br/noticias/entenda-como-belo-horizonte-se-tornou-cidade-criativa-da-gastronomia-pela-unesco>

- Prefeitura de Belo Horizonte. (2024). Gastronomia e Economia Criativa. Observatório de Turismo de Belo Horizonte. <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/observatorio-do-turismo/gastronomia>
- Prefeitura de Belo Horizonte. (2023). Monitoramento da Gastronomia por OTBH: Outubro de 2023. Observatório de Turismo de Belo Horizonte. <https://prefeitura.pbh.gov.br/sites/default/files/estrutura-de-governo/belotur/observatorio/monitoramento-da-gastronomia-por-otbh-out2023.pdf>
- Prefeitura de Belo Horizonte. (2022). PBH realiza vistoria conjunta e notifica Copasa por mau cheiro na Pampulha. <https://prefeitura.pbh.gov.br/noticias/pbh-realiza-vistoria-conjunta-e-notifica-copasa-por-mau-cheiro-na-pampulha>
- Prefeitura de Belo Horizonte. (2022). Turismo Gastronômico. <https://prefeitura.pbh.gov.br/belotur/turismo-gastronomico>
- Promove. O curso de gastronomia. Faculdade Promove. <https://faculdadepromove.br/graduacao-presencial/gastronomia/>
- Reis, A. C. F. Kageyama, P. et al. (2011). Cidades Criativas – Perspectivas. Garimpo de Soluções e Creative Cities Production. https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf
- Santos, M. (2006). A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção (4ª ed.). Editora da Universidade de São Paulo
- Santos, M. (2004). Por uma Geografia Nova: Da Crítica da Geografia a uma Geografia Crítica (6ª ed.). Editora da Universidade de São Paulo
- Santos, M. (2000). Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal (15ª ed.). Editora Record
- Secretaria Municipal de Educação. Programas e Projetos: Educação. <https://prefeitura.pbh.gov.br/programas-e-projetos/educacao>
- Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC). Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia. https://www.mg.senac.br/Paginas/CursoDetalhe.aspx?tp=5&cd=7&cc=4176&cs=33#nome_curso
- Unesco Creative Cities Network (UCCN). (2023). Mission Statement. https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/03/UCCN%20Mission%20Statement_rev2023.pdf