

A INSERÇÃO DO SEGMENTO DE TURISMO CRIATIVO A PARTIR DO PLACEMAKING: ANÁLISE DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM LAVRAS

NOVAS - MG

Ingrid Chaves Lima Ferreira Guimarães
Universidade Federal de Ouro Preto
ingrid.guimaraes@aluno.ufop.edu.br

Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp
Universidade Federal de Ouro Preto
marcosknupp@ufop.edu.br

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

Alissandra Nazareth de Carvalho
Universidade Federal de Ouro Preto
alissandra@ufop.edu.br

Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta
Universidade Federal de Ouro Preto.
carolina.volta@ufop.edu.br

RESUMO

Lavras Novas é um distrito turístico admirado devido à sua arquitetura, paisagens e atmosfera tranquila. O turismo criativo, marcado pela inovação, surge como uma ferramenta para renovar a atividade turística, promovendo a participação dos turistas no dia a dia da comunidade. Esta pesquisa visa compreender como o turismo criativo, através do *placemaking*, pode intensificar e diversificar o turismo em Lavras Novas. A motivação para o estudo surge da curiosidade dos autores sobre a dinâmica e sustentabilidade do turismo local, buscando contribuir para o entendimento do turismo criativo. A metodologia empregada é quali-quantitativa, incluindo entrevista semi-estruturada com ator estratégico da região e aplicação de questionários para coleta de dados. Desafios identificados ressaltam a necessidade de planejamento e diversificação do turismo para preservar a identidade local e transformar espaços públicos. O estudo almeja oferecer novas perspectivas para o turismo em Lavras Novas, promovendo o desenvolvimento sustentável e a participação comunitária.

Palavras-chave: Turismo Criativo; *Placemaking*; Lavras Novas; Desenvolvimento Sustentável; Políticas Públicas.

Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS): ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis

1 INTRODUÇÃO

O turismo criativo é visto como um segmento inovador que visa oferecer experiências turísticas autênticas, centradas na cultura, nas artes e na criatividade. Ao contrário do turismo convencional e de massa¹, que muitas vezes se concentra apenas em destinos turísticos tradicionais.

A convergência do turismo criativo com as práticas de *placemaking* potencializa o aproveitamento econômico e cultural da cidade, de forma participativa (Duxbury & Richards, 2019) e marca uma mudança em relação às experiências turísticas, transformando os destinos a partir da participação das comunidades locais. Essa combinação pode fomentar a cultura local, inspirar a revitalização dos espaços e buscar conexões mais profundas entre os turistas e a população local.

O objeto de estudo deste trabalho é o distrito de Ouro Preto - MG, Lavras Novas, que se desenvolveu devido ao descobrimento do local por turistas na década de 1980 e o começo da atividade turística que alavancou o destino como um dos distritos mais receptores de Ouro Preto. Hoje, o turismo é o que move o vilarejo que é conhecido por suas belezas naturais, arquitetura preservada e ambiente tranquilo.

O turismo em Lavras Novas é considerado desordenado pois, o mesmo cresceu de forma exponencial e não planejada trazendo problemas como a descaracterização do ambiente, gentrificação, poluição, aumento de empresários do ramo hoteleiro, problemas em relação à infraestrutura e especulação imobiliária.

A partir disso, foram levantadas algumas indagações como: Como o aumento do turismo atinge a infraestrutura e a gestão em Lavras Novas? Como o crescimento do turismo afeta a cultura e a identidade local em Lavras Novas? Quais estratégias podem ser implementadas para promover uma distribuição justa dos benefícios do turismo e garantir a inclusão dos moradores no desenvolvimento turístico?.

Deste modo, o objetivo geral deste trabalho é compreender a inserção do turismo criativo a partir do *placemaking* no distrito de Lavras Novas para viabilizar a

¹ Forma de turismo que envolve uma visitação de grande número de pessoas em um mesmo local. Geralmente isso ocorre em destinos popularmente conhecidos.

diversificação da atividade turística, a fim de promover experiências mais humanas entre turista e comunidade. Visando alcançar o objetivo geral proposto, foram traçados alguns objetivos específicos: 1) Analisar o papel do trade turístico na concepção e execução de experiências turísticas criativas em Lavras Novas; 2) Promover um diagnóstico básico de *Placemaking* em Lavras Novas para a inserção do Turismo Criativo; 3) Verificar a contribuição do Turismo Criativo para fomentar políticas públicas de desenvolvimento local.

O estudo examina temas como territórios criativos e *placemaking*. Explora-se o conceito e funcionamento do turismo criativo, além do desenvolvimento local sustentável. O estudo busca enfim compreender os desafios, oportunidades e impactos dessa abordagem na região, contribuindo para a discussão sobre o papel do turismo criativo na preservação do patrimônio cultural, desenvolvimento local e uso dos espaços públicos pela comunidade.

2 REDEFININDO ESPAÇOS: CRIATIVIDADE COMO VETOR DE TRANSFORMAÇÃO

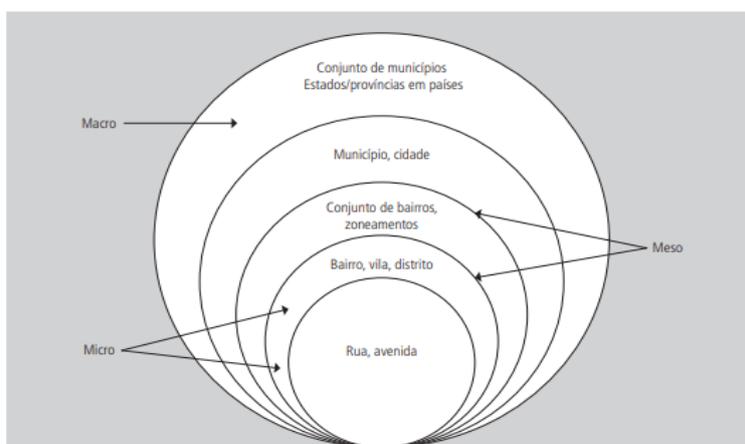
O paradigma do turismo está em constante evolução, e um aspecto central dessa transformação reside na redefinição dos espaços urbanos e rurais através da criatividade. Neste contexto, os conceitos de Territórios Criativos e *Placemaking* emergem como possibilidades de vetores de mudança, promovendo a revitalização e reinvenção de destinos turísticos tradicionais. Ao explorar a evolução histórica dos conceitos de turismo criativo e o perfil do novo turista, torna-se evidente a crescente demanda por experiências autênticas e imersivas, que vão além do simples consumo de atrativos turísticos. A interação com a cultura local, o envolvimento em atividades participativas e a valorização dos aspectos criativos de um destino tornam-se elementos-chave na construção de uma experiência turística enriquecedora e sustentável. Assim, esta seção busca contextualizar a importância da criatividade como catalisadora de mudanças nos espaços turísticos, ao mesmo tempo em que destaca a necessidade de compreender e atender às demandas de um público cada vez mais sofisticado e exigente.

2.1 Territórios Criativos

Territórios criativos podem ser compreendidos como aqueles que se planejam buscando a transformação de suas áreas usando a criatividade.

Assim, concebe-se território criativo como o espaço ocupado por manifestações criativas materiais e simbólicas, que integra pessoas: residentes, comerciantes, produtores, consumidores ou frequentadores que se ligam ao lugar pelas relações sociais e afetivas estabelecidas no decorrer de suas trajetórias de vida. Nesse caso, considera-se para a compreensão desse território: a história das manifestações criativas, como surgem e se alteram ao longo do tempo; a relação estabelecida entre aspectos sociais, culturais, políticos e econômicos no direcionamento das manifestações criativas daquele espaço; a diversidade de bens e serviços criativos apresentadas pelos integrantes do lugar; a relação de continuidades e discontinuidades entre estas formas criativas e os seus contextos nacional e internacional. (Closs; Oliveira, 2017 ,p.360)

Figura 1: Níveis de territórios criativos



Fonte: Emmendoerfer e Ashton, 2014, p.464.

Essa relação mais sinérgica produz talentos, aumenta a oferta de empregos, gera conhecimento entre a comunidade e trabalhadores dos setores criativos, aumenta o potencial criativo de empresas, atrai turistas, promove diversidade social e cultural, contribui para a economia da cidade e para a qualidade de vida de seus cidadãos, tudo isso à medida em que mantém um constante diálogo com a comunidade local e com os poderes público e privado.

Alguns espaços podem estar presentes em cidades criativas ou não, como por exemplo os distritos criativos que são vistos como estruturas para a promoção da

economia criativa sendo intermediada por empreendedores dos setores criativos das localidades. O distrito criativo também

(...) “permite a valorização da cultura local e potencializa vocações, bem como revitaliza áreas desvalorizadas e abandonadas, induzindo novas alternativas de desenvolvimento em determinados territórios, de maneira articulada com o turismo.” (MASTERPLAN, 2022, p.4).

Para que essas transformações ocorram é necessário planejamento buscando transformar a realidade de muitas pessoas que trabalham direta ou indiretamente com os setores criativos, abrangendo uma infinidade de afazeres que diversificam a economia de uma dada localidade. Isso só pode ser de fato eficiente com o investimento, o planejamento e o trabalho das instituições públicas e privadas, bem como da sociedade civil organizada feito em uma ação conjunta buscando a formalização, legalização e fomentação das atividades a serem desenvolvidas.

Em conclusão, os territórios criativos emergem como colaboradores do desenvolvimento sustentável, da inovação e têm grande participação em questões relacionadas ao bem-estar social. Ao cultivar um ambiente propício à expressão cultural, colaboração e diversidade, os espaços não apenas prosperam economicamente, mas também promovem a qualidade de vida de seus habitantes.

2.2 Placemaking

Em uma tradução literal, *placemaking* é conceituado como a produção de espaços com o objetivo de transformar lugares públicos buscando criar oportunidades para estreitar as conexões existentes entre as pessoas e os lugares.

A origem do *placemaking* é pautada na participação comunitária em que os cidadãos se unem para buscar melhorias de uma determinada região. Essa união inspira as pessoas a usarem a criatividade para reinventar os espaços públicos, criando entre elas um sentimento de pertencimento. Nesse sentido, o *placemaking* é concebido como uma forma de reativar, cocriar e coproduzir espaços e lugares, promovendo o resgate das tradições culturais, por meio de ações criativas (Richards; Duif, 2018, p.139).

Seguindo o diagrama, pode-se entender o acesso e conexões como a facilidade de chegar e ir embora do local, se é visível, se as ruas do entorno são importantes e facilitam o acesso ao local e para além disso, os espaços acessíveis contam com uma alta rotatividade. Para o conforto e imagem, a análise é feita a partir do visual que inclui percepções sobre limpeza, segurança, confortabilidade, etc. Na categoria de usos e atividades é analisado se no espaço há algo para se fazer. Por fim, a sociabilidade entra como uma categoria mais complicada para análise porque somente quando as pessoas se sentem confortáveis e tem um forte senso de pertencimento com o espaço que ela se reconhece e o usa.

Em resumo, o *placemaking* oferece uma abordagem tendo em vista o desenvolvimento urbano, colocando as pessoas no centro do processo de mudança/revitalização e buscando criar espaços que atendam às necessidades da comunidade.

2.3 Evolução histórica acerca dos conceitos de turismo criativo e o perfil do novo turista

Segundo Sotratti (2014), o turismo é uma prática socioespacial capaz de deixar intensamente suas marcas no território urbano. Por volta dos anos 2000 surge o conceito de turismo criativo como um segmento do turismo cultural, em que a oferta turística se destaca pela mudança do perfil do turista que deseja vivenciar as experiências (Richards; Raymond, 2000).

Esse segmento de turismo é visto como se fosse um momento de imersão, algo que:

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

O autor Greg Richards corrobora com a construção desse conceito a partir do trecho a seguir:

O turismo criativo incorpora elementos de outros segmentos de turismo como: a ênfase do cotidiano, o intangível, a espontaneidade da experiência criativa e o mundano em oposição ao turismo especializado nesses espaços. Isto

anunciou um importante reposicionamento do “local” em relação ao turismo – e o local se torna um novo árbitro de autenticidade (Richards, 2021, p.8. **tradução nossa**).

As atividades oferecidas pelo turismo criativo podem variar bastante, desde oficinas de artesanato, visitas a fazendas, casas de moradores e cooperativas locais. Como já citado, o objetivo é que o turista possa interagir com a comunidade local aprendendo novas habilidades, ao mesmo tempo que contribui para a economia local. Ressalta-se aqui que essa modalidade de turismo também contribui para a preservação das tradições culturais, dos costumes e do patrimônio local, incentivando o desenvolvimento sustentável das comunidades e a valorização de suas identidades.

Por essas experiências que são mais diversas, os turistas pagariam para ter mais acesso a possíveis sensações como aprendizados e aproveitamento da cultura dos locais visitados. Tem-se com isto, um novo perfil de turismo e de turista. Pereira (2005) identificou algumas características desse novo turista como: acesso livre à cultura, maior curiosidade em viajar e conhecer outras culturas. É um perfil de turista mais exigente, que possui um capital cultural mais elevado e procura produtos que mostrem a cultura do lugar visitado, bem como lhe proporcionem uma continuação dos hábitos culturais.

Como síntese, o turismo criativo é uma tipologia que define as estratégias para consolidar as atividades turísticas associando a elas a criatividade e a valorização cultural das pessoas e dos lugares; é flexível, exigindo menor capital financeiro se comparada a outras modalidades e segmentos do turismo; é um segmento que aproxima os turistas e moradores pautando essa interação no respeito aos locais visitados e a comunidade; a interação do turista com o local e sua cultura incentiva o retorno do turista ao local; e por fim, esse segmento de turismo coloca o turismo de massa na contramão no momento em que, propõe relações com a cultura local, trazendo outros cenários na oferta do turismo que por vezes satura os atrativos culturais.

3 SUSTENTABILIDADE EM FOCO

No contexto contemporâneo, a busca por práticas e modelos de desenvolvimento local sustentável emerge como um imperativo para garantir a preservação ambiental, o bem-estar das comunidades e a viabilidade econômica a longo prazo. Lavras Novas - MG

é uma região rica em patrimônio natural e cultural, assim, torna-se evidente a importância de adotar uma abordagem holística e integrada que promova a sustentabilidade em todas as dimensões do desenvolvimento. Neste contexto, o turismo desempenha um papel fundamental como motor econômico, porém, para maximizar os benefícios socioeconômicos e minimizar os impactos negativos, é crucial adotar práticas sustentáveis que respeitem os recursos naturais, valorizem a cultura local e promovam a participação e inclusão das comunidades residentes. Esta seção busca destacar a necessidade premente de colocar a sustentabilidade em foco ao explorar e promover o potencial turístico de Lavras Novas, visando garantir um desenvolvimento local que seja verdadeiramente sustentável e inclusivo.

3.1 Desenvolvimento Local Sustentável

Quando as pessoas começaram a se preocupar mais com o meio ambiente, os fatores climáticos e o desequilíbrio do planeta, surgiu o conceito de desenvolvimento sustentável. O conceito mais aceito traz o desenvolvimento como aquele capaz de suprir as necessidades da sociedade atual, sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações (Brundtland, 1991), esse tipo de desenvolvimento trabalha para não esgotar os recursos para o futuro. Essa definição foi criada a partir do Relatório *Brundtland* pela ONU durante a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento com o grande objetivo de discutir meios para equilibrar o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental.

Entendendo isso, o autor Figueiredo aborda um conceito de desenvolvimento sustentável:

Desenvolvimento sustentável seria então o desenvolvimento que, ao contrário das concepções tradicionais, pressupõe uma forma de viver e de agir, em que a finalidade da produção e do consumo é proporcionar o bem-estar da maioria da população, provocar um impacto menor no meio ambiente, através de novas formas de conhecimento sobre a relação homem/natureza. (Figueiredo, 1999, p. 39)

Para além disso, esse modelo de desenvolvimento deve ser estratégico e não pode ser imposto num modelo vertical, de cima para baixo. As ideias devem ser concebidas e aplicadas em conjunto com a comunidade e amparadas por políticas responsáveis. Para

isso acontecer deve haver uma parceria entre todos os atores participantes como uma nova redistribuição do poder entre Estado, entes privados, a sociedade civil e o terceiro setor.

A ideia deste tipo de desenvolvimento está na necessidade do surgimento e fortalecimento de atores inscritos em seus territórios e com capacidade de iniciativa e proposta sócio-econômica para tirar proveito das potencialidades locais, apostando em uma melhora integral da qualidade de vida da população. (Tabosa et al, 2004, p.3)

Avaliando o cenário mundial, no ano de 2015, a ONU criou um plano de ação para todas as partes interessadas em atuar de forma coletiva a fim de direcionar o mundo para um caminho mais sustentável.

A Agenda 2030, composta por 17 ODS, foi introduzida em 2015 para fornecer uma estrutura global que equilibre a sustentabilidade social, econômica e ambiental por meio de metas mensuráveis projetadas para enfrentar os desafios inter-relacionados e alcançar o DS (Mio *et al.*, 2020).

Figura 3: Objetivos de desenvolvimento sustentável - ODS.



Fonte: FIOCRUZ, 2023, p.1.

No Brasil, práticas de desenvolvimento sustentável visam equilibrar crescimento econômico e preservação ambiental. Investimentos em energia limpa, economia circular, inclusão social, turismo responsável, educação ambiental e planejamento urbano sustentável são essenciais. Todas essas medidas promovem conscientização, diversidade

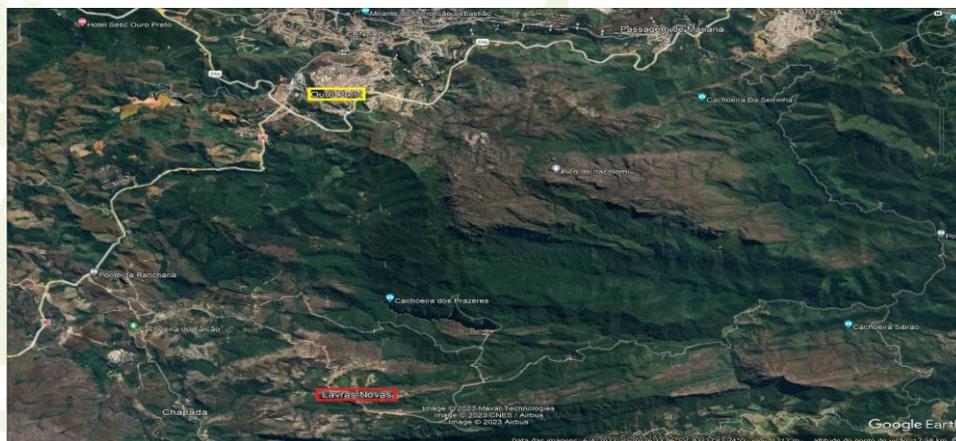
cultural e eficiência, contribuindo para um futuro mais sustentável.

Embora essas práticas representem avanços significativos, os desafios continuam e exigem esforços contínuos e colaborativos para alcançar um desenvolvimento sustentável mais amplo no Brasil. “Nesse sentido, o paradigma do desenvolvimento sustentável procura estabelecer padrões de produção e consumo atrelados aos processos de recuperação ambiental (MOTA, 2000). Esse tipo de desenvolvimento enfrenta uma série de desafios complexos e interconectados como os já citados acima, os mesmos exigem abordagens inovadoras e uma cooperação global porque atualmente temos visto uma crescente demanda por recursos naturais e, a degradação ambiental e mudanças climáticas representam ameaças significativas.

3.2 Explorando o tesouro escondido de Lavras Novas - MG

Lavras Novas é um dos doze distritos do município de Ouro Preto – Minas Gerais, sendo o último a ser elevado a esta categoria no ano de 2005 pela Lei nº 121/05 (Rosvadoski; Gava; Deboca, 2013). O distrito situa-se a 13 km da cidade e a 120 km de Belo Horizonte. Está localizada no alto da Serra do Espinhaço, ao sul da cidade de Ouro Preto, e possui cerca de 50 km² de extensão, essa região se encontra em uma área de transição entre a Floresta Atlântica e o Cerrado. Possui população de aproximadamente 1500 habitantes, de maioria negra (Chaves, 2015).

Figura 4: Localização de Lavras Novas em relação à sede do município de Ouro Preto.



Fonte: Google Earth, 2023.

O lugarejo é um dos distritos mais antigos da região, teve suas origens no apogeu da extração de ouro, embora tenha sido o último a ser anexado a Ouro Preto em 2005. Documentos sobre sua formação são escassos devido ao isolamento e à falta de uma arquidiocese local para armazená-los (Chaves, 2015). No século XIX, o isolamento era evidente, mas a chegada da eletricidade por volta de 1970 e o aumento do contato com a sede municipal impulsionaram mudanças. A partir dos anos 1990, o turismo cresceu rapidamente, atraindo visitantes em busca da beleza natural, tranquilidade e tradições preservadas (Dutra; Laschefski, 2013). Atualmente, Lavras Novas faz parte da rota turística da Estrada Real e do Circuito do Ouro, destacando-se como um destino histórico e cênico em Minas Gerais.

O povoado rural de Lavras Novas desponta como a maior atração na atualidade para a prática do ecoturismo, fator demonstrado pelo crescimento exagerado de estabelecimentos de hospedagem naquela localidade, nos últimos anos. Distritos e povoados passam a ver no turismo uma alternativa para a comunidade local, muitas vezes obrigada a abandonar o seu local de residência em busca de trabalho. Mas a atividade, por ocorrer de forma espontânea, muitas vezes cria vários impactos negativos para as comunidades locais. (Cruz, 2003, p. 159)

São imensuráveis os pontos positivos trazidos pelo turismo, porém alguns pontos negativos são encontrados ao longo da trajetória do setor turístico do distrito de Lavras Novas, como o impacto ambiental e social que pode ser notado através do trecho abaixo.

Segundo Rodrigues:

Os principais problemas ambientais identificados no setor urbanizado foram: descaracterização do conjunto edificado; poluição sonora; contaminação dos recursos hídricos, pelo esgotamento sanitário; elevado consumo de entorpecentes; e choques entre os hábitos da população local e dos visitantes. (Rodrigues et al., 2003, p. 246)

Muitas dessas novas construções não seguiram o estilo arquitetônico local, descaracterizando o patrimônio edificado do lugarejo. Ressaltando que os próprios moradores de Lavras Novas, modificaram suas casas com a intenção de alugá-las para, chamar a atenção dos turistas e dessa forma, obter ganhos econômicos com os visitantes.

Figura 5: Arquitetura tradicional de Lavras Novas

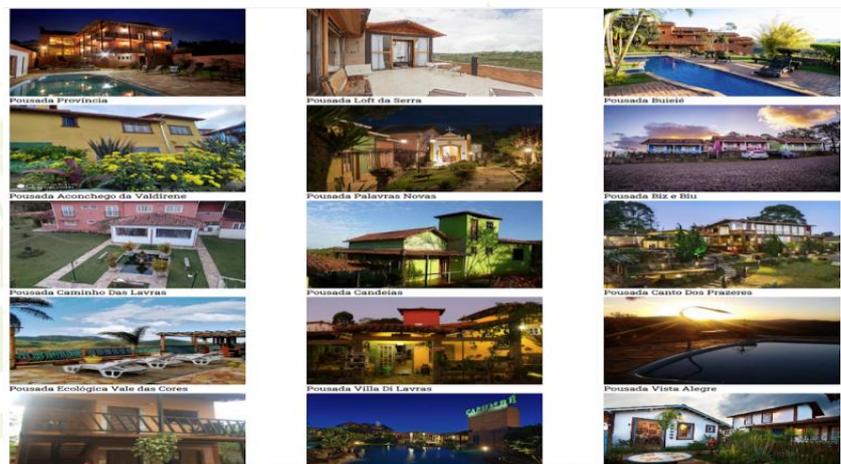


Fonte: Instagram “@lavrasnovasmg”, 2023.

A seguir, a figura 11 exemplifica como houve uma descaracterização na arquitetura de Lavras Novas devido ao crescimento da atividade turística e o surgimento de novos empreendimentos para atender ao número e ao gosto dos turistas que visitam o distrito todos os anos. A partir disso, pode-se pensar na perda de outros bens materiais e imateriais devido à expansão que o distrito teve desde a década de 1980.

Algumas dessas novas construções não seguiram o estilo arquitetônico local, trazendo descaracterizações ao patrimônio edificado do distrito. Vale ressaltar que os próprios moradores do vilarejo, com a intenção de obter ganhos econômicos com os visitantes, modificavam suas casas, alterando as fachadas, construindo varandas e quartos com a finalidade de serem alugados. (Cordeiro, 2008, p.13).

Figura 6: Descaracterização da arquitetura de Lavras Novas pelos hotéis e pousadas.



Fonte: <https://ouopreto.mg.gov.br/turismo/distrito/32>

Contudo, está ocorrendo uma inversão no que diz respeito às etapas do planejamento turístico, pois ao invés de se iniciar pela preparação do local visando atender à demanda turística, percebe-se que o poder público tem se mostrado mais interessado em difundir e ampliar a imagem de Lavras Novas como produto turístico (Cordeiro, 2008, p.6).

A falta de planejamento da atividade turística que ocorreu em Lavras Novas causou no distrito uma divisão espacial muito perceptível. Um mundo voltado para os turistas e outro voltado para os moradores, gerando consequências para os habitantes que tem a todo momento o seu espaço invadido por pessoas que estão à procura de lazer. Além do mais, vários desses visitantes não têm interesse em conhecer uma cultura diferente e adquirir novos aprendizados (Cordeiro, 2015) .

Ao mesmo tempo em que os turistas trazem divisas para o local, modificam suas características e os costumes de seu povo, antes habituados a uma agricultura de subsistência e a uma vida sem excessos das grandes cidades. Lavras Novas não se preparou para receber turistas. Não houve qualquer tipo de planejamento, seja por parte de órgãos públicos, seja por parte dos moradores locais, o que resulta numa série de problemas para os moradores desta localidade. (Castro et al, 2003, p.2)

O crescimento do turismo gerou divergentes opiniões. Enquanto visto como oportunidade econômica e de geração de empregos, também trouxe preocupações como insegurança, degradação ambiental e mudanças na identidade local. O distrito adaptou-se para atrair turistas com maior poder aquisitivo, excluindo diversidade e favorecendo uma imagem negativa para alguns.

Teixeira (2004) coloca que o aumento de visitantes em Lavras Novas despertou o interesse de alguns empresários e outras pessoas em investir no turismo local. Entendendo isso, a comunidade começou a compreender que o turismo estava afetando a vida deles e, por isso, eles iniciaram conversas com o poder público como:

“Nós estamos fazendo uma parceria com a Secretaria de Turismo para controlar a quantidade de pessoas que entram em épocas de feriado. Os carros também, só podem parar no local próprio, não podem ficar circulando por aí. Não pode som alto. Se a pessoa não obedece a gente se junta e tem que mandar embora. Qualquer morador tem o direito e o dever de ajudar, de falar, explicar, ou até de mandar pra fora, mas é raro precisar disso.(...) Outra coisa importante é que a gente não muda mais data de festa por conta de feriado, de atrair mais gente. Isso não pode, isso nós já mudamos desde 2010, e vamos manter”.

(Chaves, 2013, p.6)

No entanto, é importante destacar que o turismo em Lavras Novas acarretou

grandes mudanças territoriais, tendo em vista a demanda por infraestrutura para atender as necessidades dos turistas. Tal demanda se deu principalmente devido ao poder aquisitivo dos investidores, que faziam construções diferenciadas, devido ao maior poder aquisitivo, isto é, maiores e mais modernas que as existentes no distrito (Dutra, 2013).

Embora a atividade venha crescendo nos últimos anos, como apontou a Secretaria de Turismo e Cultura de Ouro Preto, esse crescimento não veio acompanhado da infraestrutura necessária para receber os turistas, como, por exemplo, um sistema viário bem construído, saneamento básico eficiente, coleta e tratamento de lixo, entre outros itens. Em outra entrevista, uma turista que se mudou para Lavras Novas chegou a falar sobre a falta de “carinho” da prefeitura, que, do seu ponto de vista, não remete o cuidado necessário ao Distrito. (Dutra; Laschefski, 2013, p. 66)

Lavras Novas, em crescimento turístico, atrai visitantes em busca de autenticidade e experiências mineiras. O distrito é famoso por sua comunidade artesanal e gastronomia local. Contudo, o aumento do turismo demanda equilíbrio entre desenvolvimento e preservação ambiental e cultural. Uma gestão sustentável é essencial para manter a autenticidade. Desta maneira, destaca-se a importância de promover experiências autênticas e implementar estratégias sustentáveis para proteger o patrimônio diante da urbanização, mantendo o vilarejo como um destino único, onde natureza e charme rural se entrelaçam em uma narrativa complexa.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

De maneira a alcançar todos os objetivos, foram utilizadas as ferramentas de levantamento bibliográfico e para a coleta de dados de abordagem qualitativa e quantitativa foram utilizadas de instrumentos como, entrevistas semiestruturadas e aplicação de questionários estruturados.

Segundo Minayo e Sanches (1993) a investigação quantitativa atua em níveis de realidade e tem como objetivo trazer à luz dados, indicadores e tendências observáveis. Em relação a análise qualitativa segundo Gibbs (2009,p.17), ela compreende duas atividades: primeiro desenvolve a consciência dos dados que podem ser examinados e como eles podem ser explicados e em segundo, desenvolve uma série de atividades práticas adequadas para os tipos de dados.

A seleção do entrevistado foi baseada nos objetivos da pesquisa, escolhendo alguém nascido e criado em Lavras Novas, ativo na comunidade e no setor turístico, além de ser turismólogo formado pela Universidade Federal de Ouro Preto. A entrevista foi realizada presencialmente em 10 de janeiro de 2024 e o sujeito entrevistado será representado por meia da sigla “E1” quando suas falas foram reproduzidas na análise e discussão dos resultados.

O questionário foi elaborado no Google Forms e enviado para o trade turístico de Lavras Novas, recebendo 14 respostas. As temáticas dos instrumentos de coleta incluíram percepção do turismo, turismo criativo, políticas públicas municipais de turismo e desenvolvimento sustentável. Lavras Novas foi percorrida a fim de identificar transformações espaciais devido ao turismo, observando casas, estabelecimentos e espaços públicos. Utilizou uma tabela adaptada para analisar esses espaços, divididos em bares e restaurantes, eventos e áreas naturais, preenchida com suas percepções e conhecimento do local.

O trabalho de campo envolveu observação sistemática durante um sábado, 13 de janeiro de 2024, permitindo interações com a comunidade e observação do funcionamento do distrito durante o final de semana. Essa metodologia foi essencial para compreender a realidade social do distrito e tirar conclusões objetivas a partir da experiência direta com as pessoas e o lugar.

5 ANÁLISE DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM LAVRAS NOVAS - MG E POTENCIAL INSERÇÃO DO SEGMENTO DE TURISMO CRIATIVO A PARTIR DO PLACEMAKING

Em Lavras Novas existe um mecanismo que funciona para colaborar com a população no sentido de, controlar certas ações e dar direcionamentos para outras. Esse instrumento é chamado de “Mesa Administrativa” ou “Irmandade de Nossa Senhora dos Prazeres” e por isso, a entrevista começou com uma pergunta para entender seu funcionamento e como eles colaboram para as atividades turísticas. A pergunta inicial foi: Como vocês da Mesa Administrativa participam das atividades turísticas de Lavras Novas?

A Irmandade de Nossa Senhora dos Prazeres, padroeira de Lavras Novas, detém parte do território do distrito, seguindo tradições antigas em que a coroa portuguesa e, posteriormente, a igreja detinha terras. Essas práticas persistem, semelhantes às questões de sesmarias. Mesmo com o município de Ouro Preto responsável por questões burocráticas, a Irmandade, juntamente com a associação de moradores, influencia territorialmente e em demandas religiosas e festivas. (E1)

O relato nos diz também que:

A mesa administrativa, junto à associação, detém considerável influência em eventos e decisões locais. Muitas questões são decididas por ela, determinando benefícios ou desafios para empreendedores, com base em discussões sobre impactos e melhorias. Suas decisões têm grande peso e impacto, evidenciando sua importância no processo decisório e na gestão comunitária. (E1)

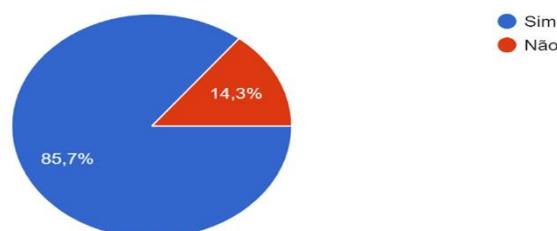
Pode-se perceber com as falas do entrevistado, que a Mesa Administrativa é bem atuante e por consequência colabora com as questões do turismo. No momento que ela é detentora das terras, pode ajudar a frear o aumento do distrito e por vezes, os processos de descaracterização do lugar, que é consequência da grande expansão que Lavras Novas teve devido ao aumento da atividade turística.

A descaracterização surge quando indivíduos com maior poder aquisitivo buscam replicar padrões externos, como vistos em novelas, sem considerar a identidade local. Isso pode afetar a harmonia estética e arquitetônica da região. Investimentos desprovidos de sensibilidade podem deteriorar a essência da comunidade. A falta de controle pode resultar em impactos negativos na imagem e no ambiente local. (E1)

O desenvolvimento turístico em Lavras Novas levou a comunidade a reconhecer a importância dessa atividade devido ao crescimento econômico gerado pelo aumento do turismo. Uma pesquisa incluiu uma pergunta sobre o envolvimento da comunidade nesse desenvolvimento. O gráfico 01 revela que a maioria dos entrevistados demonstrou estar de fato envolvida com a atividade turística e seu progresso.

Gráfico 1: Envolvimento da comunidade no desenvolvimento do turismo.

Você acha que a comunidade é envolvida no desenvolvimento do turismo em Lavras Novas?
14 respostas



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados coletados para a pesquisa no dia 13 de janeiro de 2024.

Isso também foi dito na entrevista e está demonstrado no trecho a seguir:

A comunidade integrou-se ao setor turístico ao se envolver com os turistas que já estavam presentes na região. Essa atitude reflete a visão empreendedora tanto dos turistas quanto da própria comunidade. (E1)

Os respondentes do questionário reconhecem a importância do turismo em Lavras Novas para a comunidade, mas observam que sua execução é desorganizada. Há preocupações com a má conduta de alguns turistas, o impacto negativo de grandes eventos e a falta de uma associação comercial dedicada ao distrito. A falta de coesão entre os diferentes setores também é destacada como uma questão a ser abordada.

Durante a entrevista, para entender de maneira indireta como é o perfil do turista que vai a Lavras Novas e como ele se relaciona com as pessoas e o ambiente, foi feita a seguinte pergunta: Você está vendo esse turista ter contato com a comunidade, ou é um turista que só vai ali no restaurante, come vai embora, volta pro hotel, ou ele tem um contato, quer conversar com a comunidade, entender o dia a dia? Como é que funciona?

Atualmente, a comunidade local de Lavras Novas demonstra não apenas compreensão, mas também empreendedorismo em relação ao turismo. A união entre turistas e moradores é evidente, pois estes últimos são responsáveis pelo atendimento nos estabelecimentos locais. Mesmo sob uma perspectiva capitalista, essa interação é valorizada, pois os moradores compartilham sua história e visão sobre Lavras Novas. Essa autenticidade enriquece a experiência turística e demonstra a evolução da comunidade ao longo do tempo. (E1)

Compreende-se que os turistas que visitam Lavras Novas buscam entender a dinâmica da vida local e desejam vivenciar experiências autênticas com a comunidade, considerando que esta está diretamente envolvida na atividade turística.

A partir do crescimento de Lavras Novas, o medo de perder culturas locais cresceu, mas o distrito ainda é muito preservado nesse sentido.

A principal diferença de Lavras Novas reside no forte senso de pertencimento da comunidade local. Esse sentimento é amplamente valorizado e é o que muitas vezes destaca Lavras Novas como um destino único. (E1)

Durante as entrevistas e questionários, foram incluídas questões específicas para avaliar o impacto das políticas públicas municipais de turismo sobre Lavras Novas. Na entrevista, a seguinte resposta foi obtida:

O poder público subestima Lavras Novas, mas mais intervenção melhoraria a qualidade de vida dos moradores e a experiência dos turistas. Lavras Novas

precisa do apoio governamental para prosperar economicamente e resolver a escassez de mão de obra. (E1)

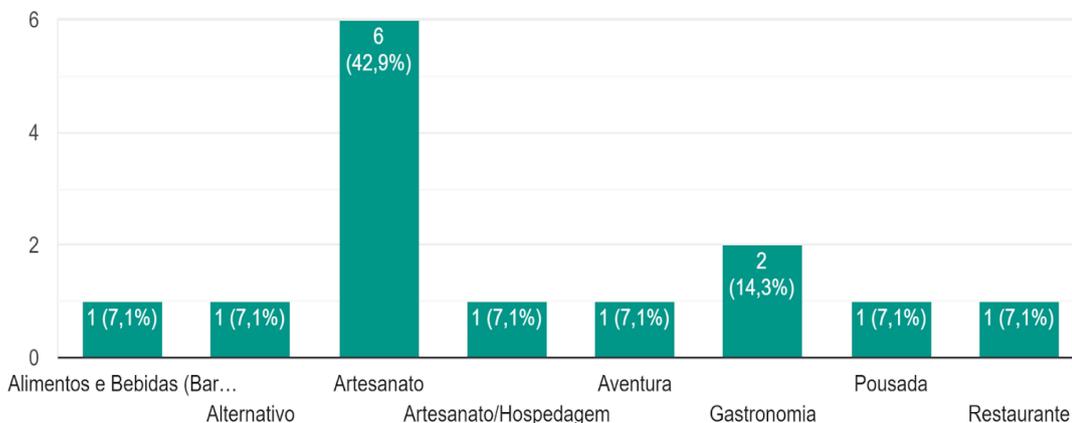
Durante a aplicação dos questionários, muitos participantes expressaram a opinião de que a comunidade se une para realizar tarefas que geralmente são de responsabilidade do poder público.

Para alcançar os objetivos da pesquisa, é fundamental investigar os potenciais do turismo criativo. O questionário aborda os segmentos nos quais o trade turístico atua. Os resultados revelam que a maioria está envolvida em atividades relacionadas ao artesanato, conforme mostrado no gráfico 03.

Gráfico 2: Em qual segmento de turismo você está envolvido?

Em qual segmento de turismo você está envolvido?

14 respostas



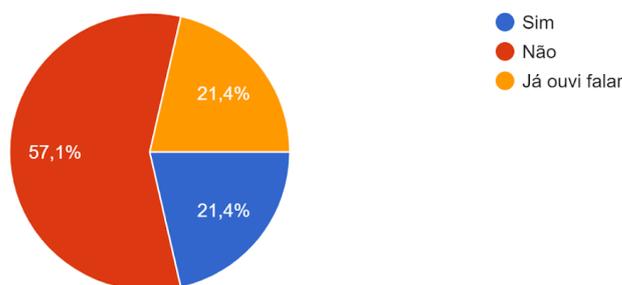
Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados coletados para a pesquisa no dia 13 de janeiro de 2024.

Quando perguntados sobre o segmento de turismo criativo, a maioria dos respondentes disseram que não conhecem esse segmento. Isso é demonstrado no resultado gerado no gráfico a seguir:

Gráfico 3: Você conhece o segmento de turismo criativo?

Você conhece o segmento de turismo criativo?

14 respostas



Fonte: Elaboração própria, a partir dos dados coletados para a pesquisa no dia 13 de janeiro de 2024.

Como já referenciado, o turismo criativo é visto como uma abordagem inovadora que se baseia nos recursos criativos e no capital intelectual para atrair turistas e criar experiências turísticas únicas. Essa abordagem é importante para o cenário de Lavras Novas pensando em desafogar os segmentos que já existem, sendo também integrada às estratégias de desenvolvimento turístico.

A partir de uma breve explicação sobre o segmento de turismo criativo, foi perguntado sobre qual experiência criativa os respondentes poderiam oferecer ao turista. A seguir estão as respostas coletadas: Oferecer experiências gastronômicas para atrair turistas, como convidá-los a conhecer os processos da cozinha. No entanto, atualmente, falta essa experiência, pois os produtos são comprados externamente. Indicação de passeios é comum devido à ausência de atrações locais. Sugestões incluem aproveitar a paisagem, ver o artesanato em crochê sendo feito e oferecer música ao vivo com figuras locais. Oficinas sazonais também são consideradas.

As respostas destacam o potencial do turismo criativo, mencionando experiências únicas e produtores criativos. Esse segmento valoriza produções culturais como artesanato, música, gastronomia e artes, oferecendo vivências autênticas e alinhadas com a economia criativa e expressões culturais.

Nas respostas obtidas por meio do questionário sobre Lavras Novas, a maioria expressou a necessidade de um novo planejamento turístico. Isso envolve melhorias no

marketing local, políticas públicas para acesso a eventos, e serviços básicos como farmácias, postos de gasolina e banheiros públicos. A criação de uma associação comercial é vista como essencial para orientar os comerciantes e viabilizar o turismo de forma sustentável, em colaboração com a administração local e a associação de moradores.

Na entrevista isso é corroborado a partir do trecho a seguir:

Atualmente, percebo uma lacuna na atuação do poder público em Lavras Novas, especialmente no que diz respeito à necessidade de uma presença efetiva das autoridades provenientes de Ouro Preto para garantir o bom funcionamento da localidade. Isso é fundamental para lidar não apenas com questões de trânsito, como recentemente observado com a demanda por melhorias na circulação e estacionamento, mas também para regulamentar o uso público dos espaços disponíveis na área. (E1)

O turismo criativo, envolvendo a comunidade, pode preservar patrimônios e identidade local diante do turismo de massa. Ao promover interações dinâmicas entre residentes e visitantes, fortalece o sentimento de pertencimento e contribui para a preservação cultural e do local.

Para entender a utilização dos espaços públicos em Lavras Novas, adaptou-se uma tabela baseada nos estudos de Mediotte, Emmendoerfer e Pimentel (2024), sendo este instrumento aplicado por uma das autoras desta investigação, por meio da observação *in loco*. Esta análise considerou acessibilidade, atividades, conforto, imagem e sociabilidade dos espaços como principais eixos de avaliação.

Para a análise dos espaços públicos, o distrito de Lavras Novas foi dividido em três complexos: área central que compreende os bares e comércios em geral (Complexo 01), área de eventos (Complexo 02) e as áreas naturais (Complexo 03).

Tabela 1: Acessibilidade

QUESTÕES	COMPLEXO 01		COMPLEXO 02		COMPLEXO 03	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
1- Existe uma boa conexão entre o espaço e os edifícios adjacentes?	x		x			x
2- Os ocupantes ou moradores de edifícios adjacentes usam o espaço?	x		x		x	



QUESTÕES	COMPLEXO 01		COMPLEXO 02		COMPLEXO 03	
3- Há edifícios sem janelas ou qualquer outro elemento que desencoraje as pessoas de circular no espaço?		X		X		X
4- As pessoas podem caminhar facilmente até o espaço?	X		X			X
5- É possível ver o espaço à distância?	X		X			X
6- O espaço funciona para pessoas com necessidades especiais / deficiências?		X		X		X
7- Existem lojas e outros tipos de serviço comerciais a uma curta distância do espaço?	X		X			X
8- Existe sinalização para locais adjacentes?	X		X		X	
9- Caso afirmativo, a sinalização da orientações ou mais informações sobre o espaço e os locais adjacentes?		X		X		X

Fonte: Adaptado de Mediotte, Emmendoerfer e Pimentel (2024, p. 7)

Tabela 2: Atividades e Usos dos Espaços.

QUESTÕES	COMPLEXO 01		COMPLEXO 02		COMPLEXO 03	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
1- As pessoas estão usando o espaço?	X		X		X	
2- É usado por pessoas de diferentes idades?	X		X		X	
3- As pessoas estão em grupo?	X		X		X	
4- As pessoas estão sozinhas?		X	X		X	
5- As pessoas estão socializando umas com as outras?	X		X		X	
6- Existem diferentes atividades ocorrendo no espaço, como pessoas andando, comendo, praticando algum esporte, relaxando ou lendo?	X			X	X	

QUESTÕES	COMPLEXO 01		COMPLEXO 02		COMPLEXO 03	
7- Existem mais homens do que mulheres usando o espaço?		X		X		X
8- Existem mais mulheres do que homens usando o espaço?		X		X		X
9- Existe a presença de gestão pública no espaço?		X		X		X
10- A atividade comercial ocasional seria adequada ao local (por exemplo, artesanato, produto local, mercado de alimentos)?	X		X			X

Fonte: Adaptado de Mediotte, Emmendoerfer e Pimentel (2024, p. 10)

Tabela 3: Confortabilidade e Imagem dos Espaços.

QUESTÕES	COMPLEXO 01		COMPLEXO 02		COMPLEXO 03	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
1- A primeira impressão do espaço é positiva?	X		X		X	
2- Existem lugares suficientes para sentar-se?	X			X		X
3- Os espaços estão limpos e sem lixos à vista?	X		X		X	
4- O espaço parece seguro?	X		X		X	
5- Existem seguranças ou policiais circulando pelo local?		X		X		X
6- Os veículos dominam o uso do espaço e impedem os pedestres de circular ou chegar facilmente ao local?		X		X		X
7- Os produtos em oferta apresentam uma imagem consistente e condizente com a identidade do espaço?	X			X		X
8- As lojas ou feiras ao ar livre estão	X		X			X

QUESTÕES	COMPLEXO 01		COMPLEXO 02		COMPLEXO 03	
adequadamente localizadas e possuem interação satisfatória com o espaço?						
9- O espaço está digitalizado (por exemplo, em mapas de ruas do Google) e conectado por Wi-Fi?	x		x		x	

Fonte: Adaptado de Mediotte, Emmendoerfer e Pimentel (2024, p. 12)

Tabela 4: Sociabilidade.

QUESTÕES	COMPLEXO 01		COMPLEXO 02		COMPLEXO 03	
	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
1- Este é um espaço que você escolheria para encontrar seus amigos?	x		x		x	
2- Existem outras pessoas no espaço encontrando amigos?	x		x		x	
3- As pessoas estão se comunicando umas com as outras?	x		x		x	
4- As pessoas estão se comunicando com pessoas de outros grupos?	x		x			x
5- As pessoas fazem contato visual umas com as outras neste espaço?	x		x		x	
6- As pessoas parecem se conhecer pelo rosto (de vista) ou pelo nome?	x		x		x	
7- As pessoas apontam as características do espaço com orgulho?	x		x		x	
8- As pessoas estão sorrindo?	x		x		x	
9- As pessoas usam o espaço regularmente e por escolha própria?	x		x		x	
10- Existe uma diversidade de idades e grupos étnicos que geralmente refletem a comunidade em geral?	x		x		x	

Fonte: Adaptado de Mediotte, Emmendoerfer e Pimentel (2024, p. 15)

A área central de Lavras Novas é dominada por estabelecimentos comerciais, resultando em uma descaracterização do vilarejo, embora alguns mantenham a arquitetura original. Apesar da vitalidade do local, a acessibilidade é limitada para pessoas com dificuldades motoras. Os altos preços dificultam o acesso dos moradores, e a falta de estacionamento adequado causa congestionamentos, prejudicando a circulação de pedestres. Apesar disso, a comunidade demonstra um forte sentimento de pertencimento, destacando-se pela hospitalidade e alegria no atendimento.

Na área de eventos de Lavras Novas, os shows são populares entre os moradores, mas a acessibilidade para pessoas com dificuldades motoras é limitada. A presença de acomodações luxuosas e alugueis como o Airbnb encarece a vida local. O acesso ao espaço em dias de show pode ser difícil devido aos preços dos ingressos e ao congestionamento causado pelo grande número de pessoas e veículos.

No complexo das áreas naturais, as cachoeiras estão afastadas da área central, mas têm acessos mantidos, mas dificultosos. O ecoturismo e turismo de aventura são populares, garantindo a preservação e sinalização adequada dessas áreas naturais frequentemente visitadas.

A análise revela que Lavras Novas possui paisagens bem cuidadas e transmite segurança, com um ambiente tranquilo e um forte sentimento de pertencimento entre os moradores. No entanto, a atividade turística carece de planejamento, levando a problemas como congestionamento de veículos, barulho excessivo e sobrecarga de infraestrutura, conforme apontado nos questionários e entrevistas.

6 CONCLUSÃO

O presente trabalho investigou a viabilidade da inserção do turismo criativo, com o *placemaking*, em Lavras Novas, visando intensificar e diversificar a atividade turística. Destacou-se a importância da inclusão dos moradores nos processos de decisão para preservar a cultura local.

Foi percebido que a propriedade das terras pela Irmandade Nossa Senhora dos Prazeres contribuiu para evitar um crescimento descontrolado de empreendimentos externos, preservando a identidade cultural da região.

Os resultados sugerem um potencial para o turismo criativo, mas revelam uma falta de compreensão sobre esse conceito entre os moradores e comerciantes locais. O artesanato é uma atividade rica na região, porém, muitos comerciantes não priorizam produtos locais. A infraestrutura turística em Lavras Novas carece de investimentos em acessibilidade, segurança e mobilidade, evidenciado pela falta de estacionamentos e dificuldades de acesso. A pesquisa enfrentou desafios de tempo para coleta de dados mais abrangente.

Conclui-se que uma melhor articulação entre o poder público, empresários e moradores, com a Associação de Moradores e Mesa Administrativa, é essencial para alcançar resultados mais efetivos para a comunidade.

Este estudo visa inspirar futuras pesquisas no campo do turismo criativo e na melhoria da estruturação dos espaços públicos através do *placemaking*, incentivando práticas e políticas mais sustentáveis para o desenvolvimento da região.



REFERÊNCIA

- Chaves, F. N. (2015). Lavras Novas – MG: Das Minas de ouro às Rotas de Turismo. *Revista Extraprensa, 8*(1), 74-81. DOI: 10.11606/extraprensa2014.85183. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx15-a9[https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx15-a9]
- Cordeiro, E. D. (2008). O Turismo como Fomentador da Configuração Espacial do Município de Ouro Preto: o novo distrito de Lavras Novas. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo.*
- Dutra, C. A., & Laschefski, K. A. (2013). Representações do turismo em Lavras Novas: potencial de geração de conflitos ambientais. *Revista Geografias*, 9(1), 55–69. <https://doi.org/10.35699/2237-549X.13353>
- Emmendoerfer, M. L., & Ashton, M. S. G. (2014). Territórios criativos e suas relações com o turismo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 4(21/22), 459-468. <https://doi.org/10.34624/rtd.v4i21/22.12433>
- Emmendoerfer, M. L., Mediotte, E. J., Vasconcelos, C. A. de S., Vitória, J. R., & Neto, A. de P. (2022). PLACEMAKING COMO VETOR DE DESENVOLVIMENTO EM UMA SOCIEDADE PÓS-PANDEMIA. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, 13(37). Retrieved from <https://ojs.revistadelos.com/ojs/index.php/delos/article/view/693>
- Mediotte, E. J., Emmendoerfer, M. L., Silva Junior, A. C. da, & Almeida, T. C. de. (2023). O PAPEL DA GOVERNANÇA E DO PLACEMAKING PARA O DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL: REFLEXÕES PARA AS CIDADES (QUE BUSCAM SER) CRIATIVAS. *Boletim De Conjuntura (BOCA)*, 13(37), 138–152. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7585188>
- Mediotte, E. J., Emmendoerfer, M. L., & Pimentel, T. D. (2024). Placemaking Perspective and Determinants of Sustainable Tourism: A case Study in a Creative Design City in Brazil. In T. Allis & S. Carnicelli (Eds.), *Tourism in Latin America: Current Practices and Future Developments* (pp. 1-14). CABI Tourism Cases, ed. – 1 (no prelo).
- Medium. (2017). O que faz um espaço público ser bem sucedido e outro não? Disponível em: https://medium.com/@placemakinglab/o-que-faz-um-espa%C3%A7o-p%C3%BAblico-ser-bem-sucedido-e-outro-n%C3%A3o-dfdc592e4276[https://medium.com/@placemakinglab/o-que-faz-um-espa%C3%A7o-p%C3%BAblico-ser-bem-sucedido-e-outro-n%C3%A3o-dfdc592e4276]
- Pettinati, L. M. R. dos R. (2016). Turismo Cultural e a preservação do Patrimônio de Lavras Novas, Ouro Preto, MG. (Dissertação de Mestrado Profissional, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro).

- Quirino, N. K. (2019). O turismo como setor estratégico nas relações econômicas e sociais do distrito de Lavras Novas em Ouro Preto. Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana.
- Richards, G. (2018). *Small Cities with Big Dreams: Creative Placemaking and Branding Strategies*.
- Silva, P. R. d. (2013). *A dinâmica local alterada pelo turismo no distrito de Lavras Novas, Ouro Preto MG*.
- Santos, J. F., Carvalho, R., & Figueira, L. M. (2012). A importância do turismo cultural e criativo na imagem de um destino turístico. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(17/18), 1559-1572.
<https://doi.org/10.34624/rtd.v3i17/18.13263>
- Silva, V. J. da. (2006). *Integrated marketing planning and the social-cultural impacts of tourism in small communities*. (Master's thesis). Universidade Federal de Viçosa, Viçosa.
- Soares, D. de S., & Vieira, E. T. (2019). CONEXÕES, CULTURA E INOVAÇÕES NAS CIDADES CRIATIVAS: DIFERENCIAIS PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL. *Revista Brasileira De Gestão E Desenvolvimento Regional*, 15(2). Recuperado de <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/4445>
- Transformando Nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <https://brasil.un.org/sites/default/files/2020-09/agenda2030-pt-br.pdf>
- Traverso, L. D., Patias, T. Z., Toselli, C., & Silva, L. D. (2023). Turismo e Objetivos do Desenvolvimento Sustentável: uma análise a partir da produção nacional e das políticas públicas brasileiras. *Caderno Virtual de Turismo*, 23 (1). <https://doi.org/10.184.72/cvt.23n1.2023.2073>