

Motivações e experiências de turistas literários: Semana Roseana – Cordisburgo – MG

Motivations and experiences of **literary tourists**: Semana Roseana – Cordisburgo – MG

DIOMIRA FARIA * [diomira@uol.com.br]

SERGIO FARIA ** [fariamaracai@yahoo.com.br]

MARIA ARAÚJO *** [mlgrossiaraujo@gmail.com]

BRUNA FLECHA **** [brunaflecha@gmail.com]

THAMARA SILVA ***** [thamaraflix@gmail.com]

Resumo | A presente investigação visa identificar o perfil do turista literário e refletir sobre os fatores que motivam as pessoas a visitarem lugares que tem como atração a literatura. Para isso, foi desenvolvida uma revisão teórica sobre os conceitos relacionados ao turismo literário, realizada uma pesquisa com uma amostra representativa dos visitantes de um evento literário – Semana Roseana, que acontece na cidade de Cordisburgo, estado de Minas Gerais, Brasil – e busca de dados secundários sobre outros eventos relacionados à literatura para efeito comparativo. Os resultados revelam uma diferenciação de perfil e motivação entre turistas que visitam locais onde viveu determinado escritor em comparação com festivais literários que a cada ano celebram diferentes autores.

Palavras-chave | Turismo literário, Turista literário, Semana Roseana, Cordisburgo

Abstract | The present research aims to identify the profile of the literary tourist and to reflect on the factors that motivate people to visit places where attraction is literature. For this, a theoretical review was developed on the concepts related to literary tourism; a survey was conducted with a representative sample of the visitors of a literary event – Semana Roseana, held in the city of Cordisburgo, state of Minas Gerais, Brazil - and searching for secondary data on other literature-related events for comparative purposes. The results show a differentiation of profile and motivation between tourists visiting places where a particular writer lived in comparison to literary festivals that celebrate different authors every

* **Doutora** em Economia pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG e pela Universidade de Alicante, **Professora** Adjunta do Curso de Turismo da UFMG.

** **Doutor** em Computação Aplicada pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais – INPE, **Professor** Associado do Departamento de Cartografia da UFMG.

*** **Doutora** em Geografia pela Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, **Professora** Adjunta do Curso de Geografia da UFMG

**** **Estudante** do Curso de Turismo da UFMG.

***** **Estudante** do Curso de Turismo da UFMG.

year.

Keywords | Literary tourism, Literary tourist, Semana Roseana, Cordisburgo

1. Introdução

Turismo patrimonial e turismo literário são ambos classificados como turismo cultural e é possível comparar as características das pessoas que praticam estas modalidades de turismo com aquelas encontradas no turista cultural, cujo aspecto primordial refere-se à elevada participação de pessoas com nível universitário e renda alta (Diniz, 2009; Rausell, 2006; Instituto de Estudos Turísticos da Espanha, 2012; Faria & Machado, 2015). Focando mais em visitantes de museus de arte e centros culturais, estudo realizado no Brasil para visitante do museu Inhotim de arte contemporânea revelou que a maioria refere-se a trabalhadores independentes ou profissionais liberais (27%), professores e estudantes (22%) e trabalhadores das áreas administrativa e operacional (17%) (Faria, 2015). Por sua vez, Laporte (2006) investigou as características sociodemográficas dos visitantes do Centro Cultural da Fundação “La Caixa”, em Barcelona, sendo que, neste caso, a ocupação principal desses visitantes estava concentrada em estudantes e professores, desse grupo, aproximadamente 40% estava envolvido com arte.

A teoria econômica considera o consumo de bens e serviços culturais como um “vício positivo” (Stigler & Becker, 1977) e analisa a importância do desenvolvimento de hábitos de acesso à cultura. Neste sentido, verifica-se que pessoas que visitam museus (Faria & Machado, 2015) ou consumidores de atividades culturais (Paglioto & Machado, 2012) são consumidores ávidos de diversos tipos de cultura, ou seja, frequentam mais cinema, livraria, teatro, festival, entre outros, ou seja, possuem um “hábito cultural”.

A presente investigação visa identificar o perfil

do turista literário e refletir sobre os fatores que motivam as pessoas a visitarem lugares que tem como atração a literatura. Para isso, foi desenvolvida uma revisão teórica sobre os conceitos relacionados ao turismo literário, realizada uma pesquisa com uma amostra representativa dos visitantes de um evento literário – que acontece na cidade de Cordisburgo, estado de Minas Gerais, Brasil – e busca de dados secundários sobre outros eventos relacionados à literatura para efeito comparativo. Justifica-se a seleção dessa cidade por ser a terra natal de um dos principais escritores brasileiros de língua portuguesa, João Guimarães Rosa, e por sediar um evento anual em memória desse escritor, denominada Semana Roseana, que está em sua 28ª edição.

A análise comparativa foi realizada com visitantes de localidades que referenciam determinados escritores, como também com lugares que realizam festivais literários que não tem vínculo com nenhum autor, isto porque lugares de turismo literário não se resumem mais a povoados e cidades onde escritores nasceram, viveram ou morreram. Na contemporaneidade, muitos locais são socialmente construídos, criados e promovidos para atração de visitantes, turistas entre eles (Herbert, 2001). De acordo com esse autor, esses locais têm características comuns com outros locais cujo patrimônio é o atrativo e se inserem na pós-modernidade, ao tornarem-se centros de espetáculo, espaços de festivais, celebrando o efêmero, o transitório, o entretenimento (Faria & Monte-Mór, 2016).

2. O turismo e o turista literário

Romances e literatura de viagens podem ser considerados como uma forma de fazer turismo, pois se ler é viajar com a imaginação, ela pode incentivar os leitores a visitar lugares relatados nos contos de ficção, transformando o livro e seus escritores em promotores de destinos turísticos (Pillet, 2014). O turismo literário surge como uma modalidade do turismo cultural, que se desenvolve em lugares relacionados com a vida do autor e que permite que o leitor vivencie o ambiente no qual se desenvolve a obra (Magadán & Rivas, 2011, citado por Pillet, 2014, p. 33). Mendes (2007) complementa considerando que o turismo literário privilegia os lugares e os eventos dos textos de ficção, assim como a vida dos escritores. Rebouças (2010, citado por Salvador & Baptista, 2011, p. 6) aponta que “[...] esse estilo de turismo possibilita a oportunidade de o leitor refazer a rota de determinado personagem e de estar presente perante uma atmosfera de lendas pertencentes à relação existente entre ambiente e obra”.

Por sua vez, Butler (2000, citado por Quinteiro & Baleiro, 2014, pp. 12-13) define o turismo literário como:

Uma forma de turismo, cuja principal motivação para visitar determinados locais se relaciona com o interesse pela literatura, e que pode incluir visita a casas antigas ou atuais de autores (vivos e mortos), a locais reais e/ou míticos descritos em textos literários associados a personagem e eventos literários.

O turista literário é um indivíduo aguçado pela sua curiosidade em conhecer um universo desconhecido, antes palpável somente nas páginas ficcionais de um livro e no seu imaginário, ele quer ler e ver, ao vivo e a cores, os lugares descritos nas páginas dos livros, então assim nasce um leitor-turista, que viaja para “[...] reconhecer e observar

as ressignificações daquelas cidades, antes visitadas através da leitura [...]”, que se desloca de seu local de moradia “[...] movido pela vontade de ver a paisagem que inspirou o texto literário, passeia pela cidade que a ficção oferece” (Simões, 2008, p. 9).

O leitor-turista visita lugares literários por várias razões. Herbert (2001) apresenta quatro motivações desse tipo de turista, sendo a primeira motivação, os lugares que possuem conexões com a vida dos autores, como casas antigas nas quais esses autores viveram e trabalharam, podendo criar um sentimento de nostalgia. A segunda motivação é a atração para lugares literários que serviram de cenário para os romances. Em terceiro lugar, os turistas literários podem ser atraídos aos locais literários devido a uma emoção mais profunda referente ao escritor ou a história. E a quarta motivação, também ligada à emoção, porém menos ligada à literatura, se relaciona com algum evento dramático ocorrido na vida do escritor.

Ao ler um livro o leitor entra em uma viagem através do seu imaginário, pois entra no universo proposto pelo autor como se fizesse parte do enredo e do cenário. Conforme Mendes (2007):

A realidade palpável do livro, a sua textura e o seu manuseamento abrem-nos a porta do limite corpóreo, do fim anunciado. Talvez o viajar permita multiplicar o mundo em várias leituras, de uma forma exponencial (Mendes, 2007, p. 91).

O leitor-turista é motivado a viajar para conhecer locais que antes estavam presentes apenas em sua imaginação, afinal uma viagem não começa quando estamos a caminho de um lugar, ela começa bem antes.

Qual o perfil deste turista literário? O que busca? O que o motiva? Existem diferenças entre as características dos visitantes de eventos literários que reverenciam um determinado autor, em lugares de seu nascimento, morte ou que foram

citados em sua obra, comparados com festivais literários criados para promover determinadas cidades? Por meio desses questionamentos são apresentados os resultados da pesquisa realizada com 63 visitantes da XXVIII Semana Roseana, em Cordisburgo, no estado de Minas Gerais, Brasil, vis a vis as características dos frequentadores da Festa Literária de Paraty, no estado do Rio de Janeiro, Brasil.

3. Cordisburgo e a Semana Roseana

Cordisburgo, município sede da Semana Roseana, localizado ao norte da capital do estado de Minas Gerais – Belo Horizonte e distante aproximadamente 86 Km, tem uma população estimada, em 2016, de 9.014 habitantes e área territorial de 823,654 Km² (IBGE, 2016). Com tradição cultural, o município conta com um patrimônio histórico, cultural e científico, visto através de seu folclore, artesanato, tradições, atrações literárias, bens imateriais, atratividades naturais e turísticas.

Cordisburgo é terra de muitos corações ali nascidos e chegados, em especial do contador de histórias João Guimarães Rosa, grande e renomado escritor brasileiro.

O Museu Casa Guimarães Rosa (MCGR) é o local onde o próprio escritor João Guimarães Rosa nasceu e passou sua infância. Tombado pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IEPHA-MG) em 2002, ali estão objetos pessoais tanto de uso da família quanto de vida e obra literária pertencente ao escritor (Prefeitura Municipal de Cordisburgo, 2014; Abdo, 2016).

O Museu integra o setor turístico, juntamente com o Grupo de Contadores de Histórias Miguilim, no atendimento aos visitantes e na divulgação de seu acervo museológico, literário, patrimonial, assim como as outras atratividades de Cordisburgo (Prefeitura Municipal de Cordisburgo, 2014; Abdo,

2016).

Devido ao intenso e crescente interesse pela obra de Rosa, o MCGR buscou estreitar as relações com a comunidade a fim de promover ao público experiências literárias. Assim, iniciou-se em julho de 1989, a Semana Roseana, que tem como objetivo divulgar através de estudos e atividades culturais a obra de João Guimarães Rosa (Prefeitura Municipal de Cordisburgo, 2014; Abdo, 2016).

O evento é organizado pela Associação dos Amigos do Museu Casa Guimarães Rosa (AAMCGR), Academia Cordisburguense de Letras Guimarães Rosa, com apoio da Prefeitura Municipal de Cordisburgo, Secretaria de Turismo, Ecologia e Meio Ambiente e Secretaria de Estado de Cultura, através da Superintendência de Museus do Estado de Minas Gerais.

Segundo a Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais:

[...] a Semana Roseana é um evento de repercussão nacional que favorece o estreitamento dos laços entre a comunidade e o Museu. Além de seu valor cultural, o evento projeta Cordisburgo como um atraente destino para turistas nacionais e internacionais, e reafirma a vocação da cidade como referência para intelectuais, artistas, estudantes e professores (SEC-MG, 2016).

Com edições anuais há mais de 20 anos, a Semana Roseana atrai um significativo público específico, entre pesquisadores, estudiosos, artistas, turistas e moradores de várias regiões do Estado, do país e até do exterior (Prefeitura Municipal de Cordisburgo, 2014). As atividades são diversas e acontecem em diferentes períodos do dia, sendo: oficinas literárias, apresentações teatrais, narrações de histórias, feira de artesanato, de gastronomia, divulgação de trabalhos científicos, palestras e shows musicais. Dentre os destaques dessas atividades estão as narrações de histórias (textos da obra de Guimarães Rosa), pelo Grupo de Contadores de

Histórias Miguilim, e a Caminhada Eco-Literária (Figura 1), organizada pelo grupo Caminhos do Sertão (ex-integrantes do grupo Miguilim) – ela encerra o evento com um percurso pelas matas e

estradas de terra da região, onde são narrados trechos da obra de Guimarães Rosa aos participantes, um momento de muita paixão, devoção e emoção (Prefeitura Municipal de Cordisburgo, 2014).



Figura 1 | Caminhada Eco-Literária 2016 – Cordisburgo – MG – Brasil.
Crédito: Ronaldo Alves

4. Caracterização do visitante

A pesquisa foi realizada durante a XXVIII Semana Roseana, no período de 13 a 16 de julho de 2016, utilizando um questionário semiestruturado (caracterização do visitante – procedência, idade, estado civil, escolaridade, ocupação profissional, renda mensal, meio de transporte utilizado, locais e frequência de viagens turísticas, leitor de Guimarães Rosa; a visita – organização da viagem, meio e tempo de hospedagem, acompanhante, gasto médio diário, meio de conhecimento do evento, frequência em edições do evento, identificação da literatura de Guimarães Rosa na paisagem, participação em outros festivais literários; expectativa – fator decisivo para vir ao evento, o que busca com a participação no evento, o que reflete melhor a experiência tida durante o evento, participação em edição futura do evento, recomendação

do evento a outra pessoa, participação em cursos e/ou oficinas, relato de experiência vivida durante uma edição do evento, lembrança do evento, adequação das atrações do evento a obra de Guimarães Rosa, contato/convivência com os moradores, a literatura imita a realidade na obra de Guimarães Rosa), com abordagem pessoal, nos locais de realização do evento. Foram entrevistados 63 indivíduos, amostrados de uma população aproximada de 250 visitantes e participantes do evento em 2016.

Com base nos dados dessas entrevistas, verificou-se que os visitantes são provenientes majoritariamente do estado de Minas Gerais, correspondendo a 51% (sendo Belo Horizonte o maior pólo emissor), seguido pelo estado de São Paulo, com 33% (sendo que a maioria é da cidade de São Paulo), e outros estados com 16%. Na figura 2 é apresentada essa distribuição graficamente.

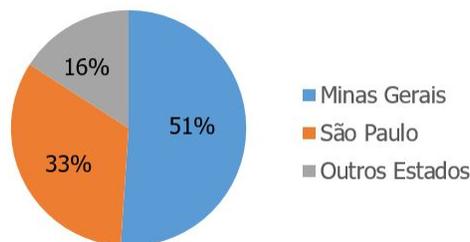


Figura 2 | Origem dos visitantes da XXVIII Semana Roseana.
 Fonte: Elaboração própria (Dados de pesquisa na XXVIII Semana Roseana).

Observou-se a predominância de mulheres, com 58,7%, em detrimento dos homens, com 41,3%. Quanto ao estado civil, 42,9% responderam ser solteiros e 41,3% casados ou vivem numa união estável.

Quanto ao faixa etária, a maior frequência corresponde aqueles da faixa 51 a 60 anos, seguidos daqueles da faixa 31 a 40 anos, conforme pode ser observado no quadro 1.

Quadro 1 | Visitantes da XXVIII Semana Roseana: Faixa etária.

Faixa Etária (anos)	Participação (%)
<20	1%
21 a 30	16%
31 a 40	24%
41 a 50	13%
51 a 60	25%
> 60	21%

Fonte: Elaboração Própria (Dados de pesquisa na XXVIII Semana Roseana).

Quanto à renda mensal dos visitantes, o valor médio encontrado foi de R\$ 5.345,52, o que confirma as expectativas de um visitante de renda alta. Esse resultado está em conformidade com Rivas (2015, p. 24), que afirma que “[...] em particular se consideram que os turistas literários são

pessoas com grande nível cultural e incluso com um alto poder aquisitivo [...]”, o que também é um aspecto verificado no perfil do turista cultural e patrimonial, conforme mencionado na introdução. Na figura 3 é mostrado um gráfico apresentando o percentual de visitantes por faixa de renda.

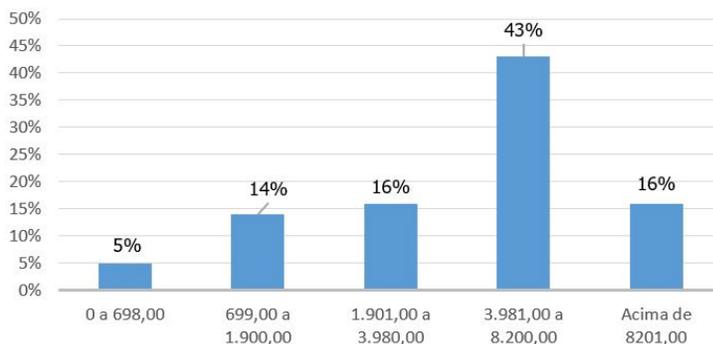


Figura 3 | Visitantes da XXVIII Semana Roseana: Renda. Roseana.

Fonte: Elaboração Própria (Dados de pesquisa na Semana Roseana XXVIII – dos entrevistados, 6% não responderam sobre a renda).

A ocupação dos visitantes mostra que as participações de aposentados e de professores são preponderantes, seguida por estudantes, funcionários públicos e administradores, como pode ser observado no quadro 2. Neste caso, os “serviceclass”

não são preponderantes, mas os professores e estudantes confirmam sua posição de destaque como encontrado em outros estudos (Herbert, 2001; Faria, 2015; Laporte, 2006).

Quadro 2 | Visitantes da XXVIII Semana Roseana: Ocupação dos visitantes.

Ocupação	Participação
Aposentado	20,6%
Professor	17,5%
Estudante	4,8%
Funcionário Público	3,2%
Administrador	3,2%
Outros	50,7%

Fonte: Elaboração Própria (Dados de pesquisa na XXVIII Semana Roseana).

Nota-se que os frequentadores da semana possuem elevado nível de escolaridade, uma vez que os leitores-turistas com ensino superior completo representam 53% da amostra, com algum nível de

especialização 15%, com mestrado 17%, com doutorado 8%, e com ensino médio 7%. Na figura 4 é apresentada essa distribuição graficamente.

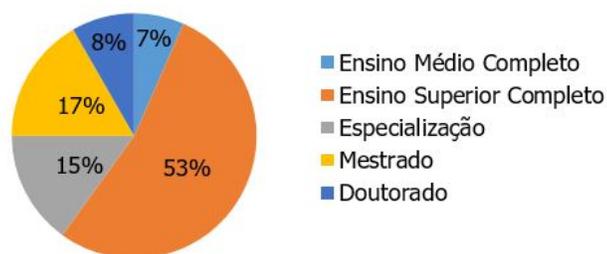


Figura 4 | Visitantes da XXVIII Semana Roseana: Nível de escolaridade.
Fonte: Elaboração própria (Dados de pesquisa na XXVIII Semana Roseana).

Os meios de transporte utilizados para a viagem foram: veículo próprio (35%), transporte público – ônibus (16%), avião (24%), outros meios como carona (11%), moto (3,1%), ônibus de turismo (3,1%), veículo alugado (1,6%) e outros meios – a pé e bicicleta (6,2%). A predominância do veículo, próprio como meio de transporte, deve-se ao fato da cidade de Cordisburgo estar localizada próxima à cidade de Belo Horizonte, capital do estado de Minas Gerais e principal pólo emissor de visitantes para o evento. Como em estudos anteriores, como Bote e Álvarez (2001) e

Faria (2015), os grandes centros urbanos são os principais emissores para o turismo cultural.

Em relação aos meios de hospedagem utilizados pelos participantes do evento, tem-se: pousada (39,7%), hotel (23,8%), casa de parente ou de amigo (7,9%), casa alugada (7,9%), quarto em casa de morador (7,9%), outros – incluindo quem não pernoita ou pernoita na fazenda (12,8%). Vale destacar as hospedagens em casa de parente ou amigo, casa alugada e quarto em casa de morador, pois se constituem em modalidades que permitem uma interação com o morador, um compromisso

e uma experiência mais autêntica, favorecendo a relação dos turistas com os residentes e cultura local, de acordo com Henriques e Henriques (2010). A média de pernoites na cidade foi de 3,64 dias, sendo que 76,2% dos visitantes estavam acompanhados e 23,8% sozinhos.

No tocante a exclusividade da visita, pode-se averiguar que 84,1% foram a Cordisburgo exclusivamente para a Semana Roseana, e 90,5% responderam que já leram algum conto ou romance de Guimarães Rosa, demonstrando conhecimento prévio da obra.

Como fator decisivo para estar na Semana Roseana, a resposta predominante foi “vivenciar o que

o escritor viu e sentiu, estar onde viveu e escreveu”, com 39,7% das respostas. Outras respostas dadas: “comparar a imagem construída lendo a obra com o local onde acontece o evento” (12,7%); “conhecer a história do escritor” (11,1%); “conhecer locais e cenários presentes na obra do escritor” (7,9%). No caso de “outros”, com 28,6% das respostas, apareceram menções a atrações específicas da programação geral da Semana Roseana, como uma “procissão de potes de cerâmica” e “ver os netos contarem estórias”, ambos com 3,2%. Na figura 5 é apresentado um gráfico da distribuição desses fatores.

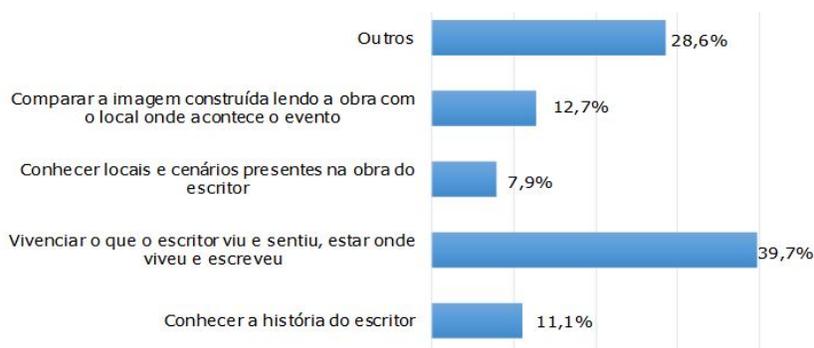


Figura 5 | Visitantes da XXVIII Semana Roseana: Fator decisivo da viagem.
Fonte: Elaboração própria (Dados de pesquisa na XXVIII Semana Roseana).

Quanto à frequência ao evento, 49,2% dos entrevistados estão na Semana Roseana pela primeira vez, pela segunda vez 12,7%, pela terceira vez 7,9%, pela quarta vez 9,5%, pela quinta vez 4,8%, entre seis e dez vezes 7,9% e 8% a mais de dez edições. Esse resultado revela um equilíbrio entre novos e antigos frequentadores, pendendo para o lado da fidelização. No tocante a participação em cursos e/ou oficinas oferecidos durante o evento, 54% não participaram. Quanto à participação em festivais literários em outras cidades, 58,7% responderam afirmativamente, o que denota “hábito cultural”.

Quanto perguntando sobre se a literatura imita a realidade na obra de Guimarães Rosa, 65% dos

entrevistados responderam que sim, 28,6% responderam que não e 6,4% não responderam essa pergunta. Quanto aos aspectos da literatura de Guimarães Rosa que reconhecem na paisagem de Cordisburgo e região, os mais citados foram: cerrado (11,1%), estação de trem (7,9%) e a vegetação (6,3%).

Com base nos dados apresentados, da pesquisa realizada em 2016, tem-se o seguinte resumo do perfil predominante dos visitantes da XVIII Semana Roseana de Cordisburgo: o visitante típico é mineiro (51%), com média de idade de 46 anos, com ensino superior completo e com uma renda alta. A maioria é constituída por mulheres (58,7%) e por aposentados (20,6%) e frequentam outros

festivais literários (58,7%).

5. Análise comparativa

Os dados obtidos foram comparados com estudos de perfil do turista literário apresentados por Herbert (2001) e pela Casa Azul e Instituto Datafolha (Casa Azul, 2011). Esse segundo é referente ao maior evento literário brasileiro, que acontece em Paraty – no estado do Rio de Janeiro, denominado Festa Literária Internacional de Paraty – FLIP.

A Casa Azul, em parceria com o Instituto Datafolha, no ano de 2011, realizou uma pesquisa que visava analisar o perfil do público e avaliar a FLIP, na qual foram aplicadas 672 entrevistas com abordagem pessoal, nos locais de realização do evento, e 406 entrevistas pelo telefone, realizadas posteriormente ao evento (Casa Azul, 2011).

Os resultados revelam que a maioria dos frequentadores tem como origem geográfica o estado de São Paulo (33%, sendo que 19% dessa amostra são da cidade de São Paulo) e também a maioria é do sexo feminino (63%). A faixa etária mais frequente situa-se entre 45 a 59 anos (25%), seguida pelas faixas de 14 a 24 anos (24%) e 25 a 34 anos (20%). Quanto ao nível de escolaridade os visitantes possuem em sua grande maioria o ensino superior (7%) e são pessoas que possuem alta renda, pois 81% são pertencentes às classes A/B¹. No tocante a profissão, 26% são profissionais liberais e 19% são professores e educadores.

Quanto à frequência de participação no festival, 38% do público estavam participando pela primeira vez; e 95% voltariam outras vezes. Quanto a motivação de ir ao evento, 32% dos visitantes citam o “interesse cultural” e o “conteúdo”, seguido pelo incentivo a literatura (15%).

O estudo elaborado por Herbert (2001) analisou dois locais literários no Reino Unido, especificamente, Chawton (local dos últimos oito anos de vida de Jane Austen) e Laugharne (local onde Dylan Thomas viveu seus quatro últimos anos). Os resultados revelam as características compartilhadas por essas duas amostras: o domínio de pessoas de classes sociais mais altas, na faixa etária de 35 a 54 anos. Em Chawton, 60% dos turistas podem ser classificados como executivos ou profissionais liberais ou da área administrativa e financeira, denominados “de colarinho branco”, e em Laugharne, 49% também estão nessa categoria. Observou-se que 30% dos frequentadores, em cada lugar, eram estudantes, donas de casa ou aposentados. Como se pode concluir, a “classe de serviços” dominou ambas as amostras em estudo.

6. Considerações finais

Alguns aspectos se destacam ao analisar o perfil do turista literário, identificado como um indivíduo de renda alta, dos extratos superiores da pirâmide da hierarquia social, com nível superior de escolaridade, assíduo frequentador de festivais literários.

A faixa etária é um pouco mais avançada no caso do turista literário que se dirige a um local que tem relação direta com um determinado escritor, como revela os resultados obtidos em Cordisburgo, na XXVIII Semana Roseana, em comparação com a FLIP, onde cada ano o festival privilegia um determinado escritor, e onde o local, Paraty, não tem vínculo com nenhum escritor e/ou obra específicos. Neste caso, Paraty transforma-se em um palco para um grande e efêmero festival literário, que poderia ocorrer em qualquer lugar. A maior participação dos jovens, comparados a Cor-

¹Classe A/B são categorias de classe social, ou seja, contém grupos de pessoas que tem status social similar segundo critérios diversos, sendo o econômico o mais utilizado. Na hierarquia social, a classe A está no topo da pirâmide e as categorias decrescem de acordo com as letras sucessivas. Para maiores informações visitar o endereço: <http://www.abep.org/>.

disburgo, revela um perfil de consumidor cultural, que está sempre presente em eventos culturais (Diniz, 2009).

Interessante notar que a renovação do turista literário em Cordisburgo (47,6%) é maior que em Paraty (38%), cuja fidelidade é maior, mas em ambos o retorno aos eventos é expressivo (mais de 50%). No caso do motivo da viagem, o interesse pelo escritor no caso da Semana Roseana é revelado pelas respostas dos turistas entrevistados, principalmente no tocante a “vivenciar o que o autor viveu e sentiu”, enquanto que na FLIP a cultura, de uma forma geral, e a literatura, em particular, aparecem como interesse da visita.

No caso da ocupação dos turistas literários, enquanto os trabalhadores de “colarinho branco” são a maioria no Reino Unido, no Brasil temos essa hegemonia no caso da FLIP, seguida por professores e estudantes. Por sua vez, em Cordisburgo, há uma predominância de aposentados, seguidos por professores e estudantes, se assemelhando mais a visitantes de museus de arte.

Finalmente, pelo tipo de distribuição de alojamento em Cordisburgo, pode-se inferir que o turista literário se encontra mais próximo do morador, da cultura local descrita nos contos e romances de Guimarães Rosa, o que pode contribuir para que esse turista tenha uma experiência mais genuína, maior proximidade com as pessoas que compartilham com os personagens construídos na obra Roseana, o mesmo estilo de vida.

Agradecimentos

Os autores agradecem à Pró-Reitoria de Extensão da UFMG, pelo apoio financeiro e institucional ao Projeto SIEX-402431; à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG) pelo apoio financeiro; à Prefeitura Municipal de Cordisburgo e ao Museu Casa Guimarães Rosa, pelo apoio institucional.

Referências

- Abdo, M. P. (2016). *A atividade turística em Cordisburgo: uma abordagem geográfica*. 2016. 251 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) H Programa de Pós-Graduação em Geografia H Tratamento da Informação Espacial, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- Bote, V. G., & Álvarez, R. C. (2001). *Promoción y comercialización del turismo cultural de la ciudad de Sevilla: Diagnóstico y orientaciones estratégicas*. Alcalá de Henares (Madrid): Escuela Universitaria de Turismo – Universidad de Alcalá, 2001. Documento de trabajo, Serie A, no 20018.
- Casa Azul. (2011). *Relatório pós-evento Festa Literária Internacional de Paraty 2011*. Acessado em 19 de novembro de 2016, em https://issuu.com/flip.paraty/docs/relatorio_posevento_flip2011.
- Diniz, S. C. (2009). *Análise de consumo de bens e serviços artístico-culturais no Brasil Metropolitano*. Dissertação (Mestrado em Economia). Centro de Desenvolvimento Regional da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, Belo Horizonte, 2009.
- Faria, D. M. C. P. (2015). Investigação sobre o visitante de museus de arte: uma comparação Brasil e Espanha. *Via@*, 1(7). Acessado em 23 de novembro de 2016, em <http://viatourismreview.com/pt/2015/07/art5/>.
- Faria, D. M. C. P., & Machado, A. F. (2015). Factors associated to art museum visitation: The Inhotim case. *Business and Management Review – Special Issue*, 4(5), 196-207.
- Faria, D. M. C. P., & Monte-Mór, R. L. M. (2016). El cambio cultural y los museos: reflexiones a partir del Instituto Inhotim de Arte Contemporáneo. *Investigaciones Turísticas*, 11, 143-164. DOI:10.14198/INTURI2016.11.07.
- Henriques, C., & Henriques, L. (2010). Turismo literário em cidades de periferia europeia: O caso de Lisboa e Dublin. *VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul (SEMINTUR) Saberes e fazeres no Turismo: Interfaces*, Livro Actas, Universidade de Caxias do Sul, Brasil.
- Herbert, D. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of Tourism Research*, 28 (2), 312-333.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). (2016). *Cidades: Minas Gerais – Cordisburgo*. Rio de Janeiro: IBGE. Acessado em 23 de novembro de 2016, em <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=311890>.

- Instituto de Estudios Turísticos. (2012). Caracterización de los visitantes del Museo del Prado en el año 2011. *Revista Estudios Turísticos*, 192, 147-151.
- Laporte, A. (2006). El análisis de los públicos como instrumento de gestión: El centro cultural de la Fundación La Caixa. In: L. Bonet, X. Castañer, & J. Font (Eds). *Gestión de proyectos culturales: Análisis de casos* (1st ed., pp. 226-252). Barcelona: Editorial Ariel S.A.
- Mendes, M. C. G. (2007). *Na senda estética e poética dos itinerários turísticos e literários: o Vale do Lima*. 2007. 176 f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento do Turismo) – Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Aveiro, 2007. Acessado em 24 de novembro de 2016, em <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/4793/1/2007001414.pdf>.
- Paglioto, B., & Machado, A. F. (2012). Perfil dos frequentadores de atividades culturais: o caso nas metrópoles brasileiras. *Estudos Econômicos*, 42, p. 701-730.
- Pillet, F. C. (2014). El paisaje literario y su relación con el turismo cultural. *Cuadernos de turismo*, 33, 297-309. Acessado em 24 de novembro de 2016, em <http://revistas.um.es/turismo/article/view/195751/0>.
- Prefeitura Municipal de Cordisburgo. (2014). *Dados municipais: 2014*. Cordisburgo: Prefeitura Municipal de Cordisburgo. Acessado em 15 de novembro de 2016, em <http://www.cordisburgo.mg.gov.br/143/DadosMunicipais/>.
- Quinteiro, S., & Baleiro, R. (2014). Uma personagem à procura da literatura: a ficção literária e a prática turística. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 24.
- Rausell, P. (2006). Un análisis de la gestión del Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM). In: L. Bonet, X. Castañer, & J. Font (Eds). *Gestión de proyectos culturales: Análisis de casos* (1st ed., pp. 41-64). Barcelona: Editorial Ariel S.A.
- Rivas, B. M. (2015) *Turismo cultural en Bahía Blanca: la literatura como recurso turístico*. Tesina de licenciatura en turismo. Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo. Acessado em 19 de novembro de 2016, em http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/2500/1/Rivas_Belen.pdf.
- Salvador, D., & Baptista, M. M. (2011). *Turismo cultural e origens de um povo: Uma rota turístico-literária para a cidade de Fortaleza, baseada na obra "Iracema", de José de Alencar*. (Atas do Congresso A Europa das Nacionalidades: Mitos de Origem: Discursos Modernos e Pós-Modernos, maio de 2011). Aveiro. Acessado em 27 de novembro de 2016, em <http://estudosculturais.com/congressos/europe-nations/pdf/0167.pdf>.
- Secretaria de Estado da Cultura de Minas Gerais (SEC-MG). (2016). *28ª Edição da Semana Roseana movimentada a cidade de Cordisburgo*. Belo Horizonte: SEC-MG. Acessado em 15 de novembro de 2016, em <http://www.cultura.mg.gov.br/transparencia/story/3359-28-edicao-da-semana-roseana-movimentada-a-cidade-de-cordisburgo>.
- Simões, M. L. N. (2008). Identidade cultural e turismo: a literatura como agenciadora de trânsitos e possíveis elementos de sustentabilidade. *Revista de Cultura e Turismo – CULTUR*, 1-16. Acessado em 15 de novembro de 2016, em <http://www.uesc.br/icer/artigos/aidentidadecultural.pdf>.
- Stigler, G. J., & Becker, G. S. (1977). De gustibus non est disputandum. *American Economic Review*, 67(2), 76-90.