

Distrito Criativo de Grão Mogol/Minas Gerais: Possibilidades para Existência, Limites para Sobrevivência

Cledinaldo Aparecido Dias
Lorena Freitas Oliveira
Carolina Fagundes Barbosa
Pablo Peron de Paula
Kever Bruno Paradelo Gomes

RESUMO ESTRUTURADO

Introdução/Problematização: O potencial da economia criativa como impulsionador de desenvolvimento é amplo. Entende-se que o desenvolvimento completo desse potencial envolve a promoção da criatividade geral, de modo a ir além de uma abordagem focada apenas nos benefícios econômicos, promovendo uma afirmação de identidade nos ambientes em que a economia criativa é implementada. Atento às perspectivas que encerram o conceito de distrito criativo este artigo questiona: quais as atratividades existentes na cidade de Grão Mogol/MG podem contribuir para sua identificação como um distrito criativo?

Objetivo/proposta: Abrigado pela Serra do Espinhaço, uma reserva mundial da biosfera com rica diversidade biológica, o centenário município de Grão Mogol esbanja belezas históricas e naturais. Considerando pouco reconhecimento do município nos roteiros brasileiros o presente trabalho objetiva identificar o potencial criativo de Grão Mogol de forma a fornecer insights para líderes locais, empreendedores, artistas e demais *stakeholders* interessados em promover o desenvolvimento criativo do município.

Procedimentos Metodológicos (caso aplicável): Para o alcance do objetivo proposto, foi realizada uma netnografia, que consiste em uma adaptação da pesquisa etnográfica tradicional visando aplicá-la no espaço virtual da internet (KOZINETS, 2002). As informações sobre o potencial criativo de Grão Mogol, partiu de uma busca ampla com o termo “atratividade em Grão Mogol” como mecanismo de busca. Foram encontrados 2300 resultados, porém a redundância e superficialidade das informações levou à seleção de quatro websites de turismo para análise.

Principais Resultados: Entre as atratividades potenciais do município ganham destaque as paisagens arquitetônicas em pedra e suas riquezas naturais. Os aspectos naturais incluem a Cordilheira do Espinhaço, o Parque Estadual de Grão Mogol; a Cachoeira Véu das Noivas e do Mirante e o Rio Itacambiraçu. As atrações culturais englobam a Casa da Cultura; o Presépio Mão de Deus; o Centro Histórico, a Igrejinha do Rosário e Igreja Matriz de Santo Antônio, componentes do capital cultural e natural do município. Há pouco investimento público em ações que possam alavancar as atividades criativas no município.

Considerações Finais/Conclusão: Com base nos dados observados foi possível identificar bases sólidas relativas ao capital cultural e natural da cidade, ao passo que o capital estrutural e institucional se mostrou deficiente. Grão Mogol apresenta potencial para investir em dois grupos de economia criativa sejam o consumo (influenciado pela arquitetura e patrimônio

paisagístico dos muros coloridos, ruas de pedra, trilhas ecológicas e cachoeiras) e cultural, reconhecendo o patrimônio histórico existente e o valor cultural que a cidade representa na história de Minas Gerais no tocante ao ciclo do ouro e do diamante.

Contribuições do Trabalho: Atento ao potencial turístico cultural e natural do município de Grão Mogol é possível vislumbrar que ao superar as condições infra estruturais de receptividade e acolhimento ao turista, acompanhado da sensibilização da população quanto o patrimônio criativo existente, o município poderá criar bases para se tornar um Distrito Criativo próspero, onde a criatividade e a cultura tendem a florescer, impulsionando o desenvolvimento econômico e a qualidade de vida de seus residentes. A colaboração entre os setores público e privado desempenha um papel essencial na promoção desse potencial.

Palavras-Chave: Criatividade, Economia; Potencial Criativo; Grão Mogol/MG.

1. Introdução

A criatividade tem se tornado um elemento cada vez mais essencial no desenvolvimento das cidades contemporâneas. Ao longo dos séculos, verifica-se uma profunda relação entre economia e urbanismo, o que se percebe em classificações como cidade industrial, cidade de serviços, cidade digital, cidade turística, entre outras, características que confirmam essa estreita relação (RODRIGUES, 2016). Com a crescente busca por inovação, soluções sustentáveis e ambientes propícios ao empreendedorismo, as comunidades urbanas estão reconhecendo a importância de estimular a criatividade como um recurso valioso. Nesse contexto, a criação de distritos criativos tem se mostrado uma proposta promissora para fomentar o potencial de uma região, promovendo o desenvolvimento econômico, social e cultural (POURZAKARYA; BAHRAMJERDI, 2019; RICHARDS, 2020; DOS SANTOS; ROCHA, 2020; SUGIONO; NUGERAHA, 2022).

O conceito de distritos criativos é inaugurado com o crescimento da valorização da criatividade como impulsionador de desenvolvimento e tem como premissa o entendimento que convivem, em um mesmo território, locais de trabalho, moradia, patrimônio histórico, educação, espaços verdes e de lazer, além de um espaço multiuso (CORREA et. al, 2021). Richards (2020) apresenta que a criatividade tem se tornado uma estratégia na criação de lugares, levando as cidades e regiões a procurarem aumentar a sua atratividade por meio do desenvolvimento de espaços criativos que partem das suas próprias potencialidades. Para Sugiono e Nugeraha (2022) vários elementos podem ser usados como referências nos esforços para a criação de cidades criativas, de forma a reforçar a qualidade da identidade local através das especialidades regionais, bem como a partir da valorização de aspectos que possam promover seu posicionamento à escala nacional ou internacional.

Apesar da relevância das cidades criativas, nota-se que, em grande parte, estão localizadas na região metropolitana das capitais ou em cidades de porte médio. Neste sentido, torna-se relevante pesquisas que identifiquem o potencial criativo de pequenas cidades localizadas no interior. O reconhecimento do potencial criativo em pequenas cidades pode trazer diversos benefícios como a promoção do desenvolvimento sustentável, a valorização da identidade local, a diversificação da economia, a atração de talentos e do turismo, a contribuição para o desenvolvimento regional e o aprendizado para pequenas comunidades.

Atento a essas perspectivas e sob um novo modo de olhar para a região norte de Minas Gerais, economicamente conhecida pela pobreza e dependência política de investimentos para a seca (PEREIRA; SOUZA, 2018, FRANÇA; SOARES, 2006; FREITAS; CALHEIROS.; REIS, 2019), o presente trabalho questiona: quais as atratividades existentes na cidade de Grão Mogol/MG podem contribuir para sua identificação como um distrito criativo? O conhecimento regional permite vislumbrar aspectos que superam as debilidades edafoclimáticas regionais e valorizam os elementos culturais, arquitetônicos, gastronômicos e naturais que enriquecem e privilegiam o município e seu entorno. Como afirmam Montalto (2019) e Rizzo e Throsby (2006) prestigia-se aqui a cultura e a natureza como expressões autênticas de geração de capital. O presente artigo tem como objetivo identificar o potencial criativo de Grão Mogol de forma a fornecer insights para líderes locais, empreendedores, artistas e demais *stakeholders* interessados em promover o desenvolvimento criativo do município, contribuindo assim para a construção de um ambiente dinâmico e próspero para seus habitantes e visitantes.

A justificativa desta pesquisa está fundamentada na importância dos distritos criativos em pequenas cidades para o desenvolvimento sustentável, a diversificação econômica, a valorização cultural e a melhoria da qualidade de vida em comunidades que muitas vezes são

negligenciadas em estudos mais amplos sobre economia criativa. Neste sentido, além do fato de Grão Mogol ser um pequeno município, ele possui uma representação histórica em Minas Gerais e belezas naturais e arquitetônicas ainda pouco exploradas à luz dos preceitos de indicadores de potencial criativo.

Ao final deste artigo, espera-se que os leitores tenham uma melhor compreensão da importância da criatividade no contexto do desenvolvimento das cidades, bem como possam enxergar que oportunidades de negócios podem nascer dos potenciais criativos de uma dada região. Para além da industrialização, a capitalização das cidades pode partir da valorização das suas riquezas culturais, artísticas, ambientais, arquitetônicas, entre outras, reconhecendo o saber local e investindo na capacidade criativa da sua população. Como afirmam Sugiono e Nugeraha (2022, p. 2299) atento para os recursos e potencialidades existentes no território, “sem deixar de lado as dimensões de sustentabilidade e inclusão do desenvolvimento urbano/distritos criativos, que vão ao encontro da nova agenda urbana”. Ademais, este estudo pretende despertar o interesse em explorar o potencial criativo do município de Grão Mogol/Minas Gerais, apontando caminhos para transformá-la em um *hub* de criatividade, capaz de impulsionar o desenvolvimento local e atrair investimentos, talentos criativos e fomentar o turismo.

2. Fundamentação Teórica

O cenário econômico e industrial tem sofrido profundas mudanças nas últimas décadas. Fatores como a revolução industrial, globalização e avanços tecnológicos formam um cenário com um novo paradigma econômico. Uma característica marcante das atividades de foco desse novo paradigma tem em comum o fato de serem fruto do exercício imaginativo de indivíduos que exploram o seu valor econômico (HOWKINGS, 2013). É possível definir esse fator comum como “criatividade”, termo ao qual são atribuídas inúmeras definições, por diversos autores. Para Howkings (2013, p. 13) criatividade é definida como a “capacidade de gerar algo novo. Significa a produção por parte de uma ou mais pessoas, de ideias e invenções que são pessoais, originais e significativas”. Florida (2002) compreende que a criatividade é multidimensional e que se apresenta de diversas formas. Para o autor, deve-se entender que “a criatividade tecnológica e econômica é fomentada pela criatividade cultural e interage com ela” (FLORIDA, 2002, p. 5).

Para Furtado (1984, p. 24), criatividade “é a capacidade inventiva, o ‘gênio inventivo’, da sociedade para combinar e desenvolver forças produtivas, sob um contexto cultural”. Amabile (1997, p. 40) enfatiza a criatividade como a produção de ideias novas e apropriadas em qualquer domínio da atividade humana. Já Favaretto e Catela (2016, p. 2) a entende como “a habilidade de interpretar o mundo de uma forma nova, resolver problemas a partir de novos enfoques, inovar em produtos, processos e mercado, seja no campo artístico, científico ou econômico”.

A criatividade é objeto de profundo estudo de áreas como a psicologia e a sociologia e é perceptível um crescente interesse de estudiosos de áreas como a economia e a administração em pesquisar a criatividade devido ao seu potencial de inovação e fonte de empreendedorismo. Nota-se, assim, a cunhagem do termo “economia criativa”, como alternativa ao que convencionalmente era chamado de “indústria cultural” (MACHADO, 2009).

Influenciado pelos conflitos e dilemas econômicos, ambientais, sociais e estruturais que se instauram na vida cotidiana, o conceito de criatividade é apropriado aos aspectos que delineiam o desenvolvimento social, individual e local como alternativa para responder às demandas sociais a partir da própria iniciativa dos sujeitos.

A origem do termo é geralmente atribuída ao projeto *Creative Nation*, de 1994 da Austrália ou ao seu aparecimento na matéria da revista inglesa *The Economist* em 2000. No Brasil, as discussões ganham força com a XI Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) em junho de 2004 em São Paulo. Pode-se entender que a opção pelo uso do termo economia criativa ou da cultura em detrimento do termo “Indústria cultural” parece apontar para duas preocupações principais: “afastar a dimensão negativa e crítica encerrada no conceito analítico de indústria cultural [...]; e a necessidade de encontrar uma denominação que dê conta de uma série de atividades não contempladas pelo conceito de indústria cultural” (MACHADO, 2009).

O conceito de economia criativa ainda está em evolução e é apresentado e caracterizado de formas diferentes, porém não há grandes dúvidas quanto ao cerne da economia criativa (DE OLIVEIRA et al, 2013). Um dos primeiros e principais teóricos da economia criativa, John Howkins (2013), entende a economia criativa como a soma de todos os bens e serviços que são baseados em propriedade intelectual e conteúdo cultural, como publicidade, arquitetura, arte, artesanato, design, moda, cinema, música, artes cênicas, entre outros.

Os estudos de Machado (2009) descrevem que no contexto da economia da cultura, vista como economia criativa, para além de um valor cultural os bens e serviços culturais trazem em si um valor econômico. Assim, os termos que compõem a expressão (economia + criatividade) devem ser compreendidos “não como duas instâncias que se contradizem, mas como duas esferas que podem ser conciliáveis sem uma anular a outra.” (MACHADO, 2009, p. 92)

De Oliveira et al. (2013, p.12) diferenciam economia criativa e indústria cultural ao entender que a primeira promove diversificação econômica em relação a receitas, comércio e inovação, relacionando com nova tecnologia de informação e comunicação. Já, a segunda, surgiu no período pós-guerra como uma crítica radical do entretenimento de massa por membros da Escola de Frankfurt liderada por Theodor Adorno e Max Horkheimer. Favaretto e Catela (2016) reafirma o foco da economia criativa em desenvolver novas ideias de modo a gerar vantagem competitiva, que resulta em novos e melhores empregos e aumento na renda.

Mirshawka (2019) aponta a existência de diversas expressões que relacionam os temas cultura e economia. Termos como indústrias culturais, indústrias criativas, indústrias do entretenimento, economia cultural, economia criativa, entre outros, possuem diversas definições, que cada qual deve ajustar tais conceitos com seus propósitos de negócio ou políticos. O autor enfatiza a necessidade de perceber uma “zona comum” dos elementos centrais que orientam as discussões que perfazem a relação cultura-economia. Para explicar essa “zona comum” que enlaça os diferentes conceitos, Mirshawka (2019) apresenta o “Diagrama de Zona Comum das definições da Economia Criativa nos diversos órgãos mundiais”, como representado na figura 1.

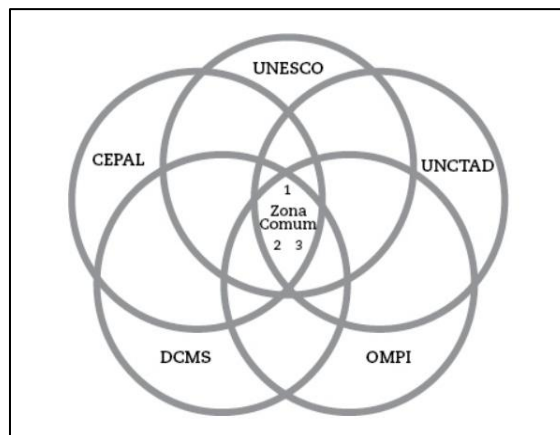


Figura 1: Diagrama de Zona Comum das definições da Economia Criativa
Fonte: Mirshawka, 2019.

O potencial da economia criativa como impulsionador de desenvolvimento é amplo. No entanto, entende-se que o desenvolvimento completo desse potencial envolve a promoção da criatividade geral de modo a ir além de uma abordagem focada apenas nos benefícios econômicos, de modo a promover a afirmação da identidade nos ambientes em que a economia criativa é implementada e melhorar a qualidade de vida, imagem e prestígio local. (UNCTAD, 2013).

2.1 Economia Criativa: do Brasil às Minas Gerais

No Brasil, a economia criativa ganhou força a partir do final dos anos 90, com a criação do Ministério da Cultura e a promulgação da lei de incentivo à cultura. A Lei nº 8.313 instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Essa Lei contribuiu para que projetos culturais aconteçam, todos os anos, em todas as regiões do país. Por meio dela, empresas e pessoas físicas podem patrocinar espetáculos – exposições, *shows*, livros, museus, galerias e várias outras formas de expressão cultural – e abater o valor total ou parcial do apoio no Imposto de Renda. Criado em 1991 pela Lei 8.313, o mecanismo do incentivo à cultura é um dos pilares do Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que também conta com o Fundo Nacional de Cultura (FNC) e os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICARTS). Desde então, o setor se desenvolveu e passou a abranger as mais diversas áreas.

De acordo com a Federação das Indústrias do Estado do Rio Janeiro (FIRJAN, 2022), no Brasil, as categorias ou áreas da economia criativa podem ser separadas em 4 grupos, sejam: a) consumo, que engloba os segmentos de design, arquitetura, moda e publicidade; b) mídias, envolvendo os mercados editoriais e audiovisuais; c) cultura, relacionando os segmentos patrimônio e artes, música, artes cênicas e expressões culturais); e, d) tecnologia, que considera os segmentos de pesquisa e desenvolvimento (P&D), biotecnologia e tecnologias da informação e comunicação.

Em seu último estudo, feito em 2022, a FIRJAN analisou detalhadamente a dinâmica, cenários e tendências do setor em cinco estados (Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Amazonas e Rio Grande do Sul), entre 2017 e 2020. Apesar da crise gerada pela pandemia da Covid-19, que afetou diretamente a área criativa em todo o Brasil, o estudo mostrou que a participação do PIB Criativo no total do PIB brasileiro aumentou ainda mais, passando de 2,61% em 2017 para 2,91% em 2020. Em 2017, a economia criativa teve um faturamento total de R\$ 171,5 bilhões. Já em 2020 movimentou cerca de R\$ 217 bilhões. Além disso, mais de 935 mil profissionais

criativos estão formalmente empregados, incluindo áreas como comunicação, cultura, arquitetura, moda, design, *softwares*, áudio visual, mídias interativas, vídeos games, entre outros. Áreas como tecnologia e consumo puxaram o avanço do chamado PIB Criativo, que foi comparável à produção total do setor de construção civil do ano e superior à produção anual total do setor extrativista mineral do Brasil.

Ainda segundo a FIRJAN (2022), estima-se que, em 2020, as maiores participações da Economia Criativa nos PIB estaduais ocorreram no Rio de Janeiro (4,62%), São Paulo (4,41%) e Distrito Federal (3,07%). Essas três Unidades da Federação, além de Santa Catarina (2,96%), são as únicas a apresentar uma taxa de participação da Economia Criativa, em seus respectivos PIB, acima da média nacional.

De acordo com Mankiw (2009) oferta e demanda são as forças que movem as economias de mercado, assim, a economia criativa tem sua oferta e demanda diferenciada dos serviços e produtos tradicionais, dessa maneira, a FIRJAN elencou os principais segmentos criativos do Brasil, sejam: a) publicidade (131,7 mil trabalhadores); b) arquitetura (113,5 mil trabalhadores); c) design (81,9 mil trabalhadores); e, d) moda (49,2 mil trabalhadores).

Em Minas Gerais, segundo a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS, 2016), a economia criativa é responsável pela geração de mais de 450 mil empregos formais, o que corresponde a 9,89% do total de empregos do estado. Os grupos mais representativos do estado em termos de geração de empregos criativos são “Cultura” (54%) e “Criações Funcionais” (30,3%). Em seguida, aparecem os grupos “Tecnologia e Inovação” (9,7%) e “Mídia” (6%).

A pesquisa revela que os maiores polos criativos de Minas Gerais estão situados em Belo Horizonte, Juiz de Fora, Uberlândia e Contagem, cidades onde se destacam as atividades ligadas à cultura, às criações funcionais, à tecnologia e à inovação (RAIS, 2016). A economia criativa mineira também é pulverizada, sendo composta por mais de 63 mil empresas, o equivalente a 12% das empresas criativas do Brasil, sendo a maioria de micro e pequeno porte. Segundo Carvalho (2011), a economia criativa tem o poder de transformar, de mudar, de dividir, de repartir e de incluir. Ou seja, o investimento no setor levaria ao alcance de uma maior homogeneização social, e transformação de realidades desiguais.

O ano de 2022 foi eleito o Ano da Mineiridade pela Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (CRUZ, 2023), a partir disso, buscou-se ampliar o acesso aos recursos e fomentar a economia criativa, por meio do estímulo à geração de mais emprego e renda, posicionando a cultura e o turismo como eixos fundamentais de desenvolvimento social e econômico.

Segundo a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, em 2023 o estado dará continuidade a esse processo e objetiva-se seguir posicionando Minas Gerais como o principal destino turístico do País. Para isso as ações deverão acompanhar o objetivo de atrair os públicos de três diferentes esferas: regional, nacional e internacional. Por meio da articulação com o Sebrae, a ideia é dar novos passos na estruturação do setor, concebendo projetos que valorizem aspectos específicos da cultura e da economia do estado, com roteiros específicos que abrangem a produção do café, da cachaça e do queijo, entre outros insumos locais.

Minas Gerais está no *ranking* dos três principais destinos turísticos do País, segundo pesquisa realizada pelo IBGE em parceria com o Ministério do Turismo (IBGE, 2022). A pesquisa mostrou que o Estado é o segundo mais procurado pelos brasileiros. Isso se reflete no aumento de 70% na receita nominal das atividades turísticas, sendo Minas Gerais o estado que mais cresceu no País no comparativo com 2021. O aumento de 38,7% no volume das atividades turísticas mineiras inclusive foi maior que a média nacional, situada em 25,9%. Ademais, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua) aponta que, em 2021, as viagens realizadas para Minas Gerais representaram 11,4% de todas as viagens nacionais

realizadas, perdendo apenas para o Estado de São Paulo, que registrou índice de 20,6%. Minas Gerais mantém sua posição e participação na distribuição desde 2020, onde ocupou também o segundo lugar (IBGE, 2022).

2.2 Indicadores de Potencial Criativo

Com estudos e avanços teóricos acerca da economia criativa, tem-se a inclusão de alguns termos como “cidades criativas” ou “distritos criativos” para definir certos espaços. Florida (2002) entende que, na sociedade moderna, o lugar tem um papel essencial na nova economia, e que profissionais criativos e inovadores tendem a se agrupar não necessariamente onde estão os empregos, mas se reúnem em “centros de criatividade”. Estes centros caracterizam-se por ser as regiões mais favorecidas economicamente, com elevada concentração de pessoas da classe criativa e que “mostram fortes sinais de vitalização regional generalizada, como crescimento populacional e elevação das taxas de emprego.” (FLORIDA, 2002, p. 218).

Dos Santos e Rocha (2020) definem esses espaços como distritos criativos, os quais possuem a capacidade de promover oportunidades e desenvolvimento econômico, de modo a possibilitar ganhos financeiros, econômicos e sociais advindos da capacidade inovativa e criativa da sua população.

Considerando a importância das cidades como impulsionadores da economia criativa, observa-se que há diversas dimensões definidas por diferentes autores para mensurar o potencial criativo de uma localidade. Essas dimensões estão relacionadas às pessoas e instituições, localização, presença de indústrias em setores criativos, desenvolvimento tecnológico, diversidade cultural e tolerância (FAVARETTO e CATELA, 2016). É possível sintetizar esses aspectos em quatro principais indicadores definidos pela UNCTAD (2010) no índice de criatividade: capital humano, capital cultural, capital social e capital estrutural ou institucional.

O capital humano é de extrema importância no contexto da economia criativa, abrangendo as competências e habilidades das pessoas e da comunidade em que estão inseridas. Nesse sentido, Florida (2002) define o conceito de “classes criativas” como um grupo de indivíduos cujo trabalho envolve a solução de problemas complexos, sendo necessário em certo nível de instrução e experiência. O autor enfatiza, ainda, que a teoria do capital humano entende os atributos dos indivíduos produtivos como principal fator resolutivo para o crescimento regional. As características da sociedade como um todo correspondem ao capital social. No contexto da economia criativa, fatores como a diversidade cultural e individual e o dinamismo populacional são fatores essenciais (STERN e SEIFERT, 2008).

O ambiente urbano trata-se dos aspectos geográficos da dinâmica de emergência de uma cidade criativa. Consideram-se variáveis como serviços urbanos, bens públicos, internacionalização, proximidade de grandes cidades ou importância global. Já o capital estrutural ou institucional está interligado às bases econômicas de uma cidade, isto envolve, entre outras variáveis, custos de moradia e de vida, diferenças salariais nas várias regiões, a maior presença de empregos na indústria, entre outros (FAVARETTO e CATELA, 2016).

Existem, no entanto, outras abordagens e metodologias elaboradas por outros autores para mensurar o potencial criativo de uma localidade. Florida (2002) propõe, em um estudo pioneiro, uma nova estrutura de avaliação de economia criativa por meio da metodologia “3Ts”: talento, tecnologia e tolerância. Pode-se entender o nível de “talento” como a porcentagem da população com, no mínimo, um título de bacharelado. O índice de “tecnologia” engloba, na verdade, dois índices, o índice de inovação – patentes geradas per capita –, e índice de alta

tecnologia – medidas do tamanho e concentração de um aglomerado de indústrias relacionadas a tecnologia em uma região. Por fim, o índice de tolerância mensura três aspectos essenciais: a representação de população homossexual em uma região, a quantidade de pessoas artisticamente criativas no local e a porcentagem de pessoas não nascidas em uma localidade, mas que ali vivem (HOME AFFAIRS BUREAU, 2005).

Com base na estrutura elaborada por Florida, foi conduzido, em 2004, um estudo acerca do índice de criatividade de Hong Kong. Esse estudo utiliza o modelo “3Ts” e amplia sua abordagem para além de resultados econômicos e tecnológicos da criatividade. Além disso, o estudo incorpora ideias do Índice Comunitário de Criatividade do *Silicon Valley*, como infraestrutura cultural e políticas sociais ligadas a cultura; bem como “outros elementos de criatividade e competitividade retirados do *World Values Survey* de Inglehart e do Relatório de Competitividade Global de Michael Porter. O escopo do estudo estava em demonstrar as diferentes manifestações de criatividade na sociedade, bem como ilustrar a interação dos fatores que favorecem o crescimento da criatividade, avaliar as condições socioeconômicas e culturais que interferem no crescimento da criatividade e medir a criatividade de uma economia da região da Ásia (JÄGER, 2014). Jäger (2014), elenca os elementos analisados no estudo, chamados pelos autores de “5C’s” como: capital social propício à criatividade; capital estrutural institucional; capital humano (qualificações educacionais); capital cultural como participação e oferta cultural; e resultados de criatividade (importância da indústria criativa).

Também influenciado pelo trabalho de Florida, o Índice Composto da Economia Criativa (CICE) busca justificar a importância da criatividade para a inovação. O índice possui três dimensões essenciais a serem analisadas: Inovação, Empreendedorismo e abertura. O indicador destaca-se por utilizar a metodologia dos pesos endógenos, que permite atribuir pesos favoráveis para cada região. Permite, assim, um tratamento pertinente a diferentes regiões considerando suas diversidades ao fazer com que diferentes regiões evidenciem suas melhores performances baseando-se em seus próprios conjuntos de pesos. O método promove, ainda, certa flexibilidade com a possibilidade de impor restrições aos pesos atribuídos (BOWEN et al., 2006; JÄGER; NAKANO, 2015).

Uma nova abordagem que objetiva a mensuração e ranqueamento das cidades criativas globais é o índice da cidade criativa (CCI-CCI). O índice propõe uma análise de oito categorias, formadas por diversos indicadores, sendo elas: indústrias criativas; micro produtividade; atrações e economia de atenção; participação e despesas; apoio público; capital humano e pesquisa; integração global; e abertura, tolerância e diversidade (HARTLEY et al., 2012).

No contexto brasileiro, o estudo do SEBRAE (2012) identifica quatro princípios norteadores da economia criativa nacional: a importância da diversidade cultural do país; a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional; a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda; e a inclusão produtiva com base em uma economia cooperativa e solidária, o que é representado na Figura 2.



Figura 2: Princípios Norteadores da Economia Criativa no Brasil
 Fonte: SEBRAE, 2012.

Para tanto, o SEBRAE (2012) pontua como características e potencialidades da economia criativa no Brasil a produção não poluente; a inovação tecnológica; o fortalecimento dos vínculos das características regionais e locais; a geração de emprego, renda e tributos; o estímulo a novas qualificações profissionais; a alimentação da economia associada a outros segmentos produtivos; a promoção da inclusão social e reforço da cidadania; e, a promoção da diversidade e do respeito.

Deve-se frisar que são relatadas algumas dificuldades na aplicação de alguns desses métodos no contexto da realidade brasileira (JÄGER, 2014). Desse modo, alguns estudos como os de Jäger (2014) e Favaretto e Catela (2016) vem sendo conduzidos com o intuito de elaborar indicadores nacionais específicos.

3. Percurso Metodológico

O presente trabalho objetiva identificar o potencial criativo do município de Grão Mogol de forma a fornecer insights para líderes locais, empreendedores, artistas e demais *stakeholders* interessados em promover o desenvolvimento criativo do município. Para isso, foi realizada uma pesquisa documental em meios digitais. A pesquisa documental em meios digitais é uma abordagem robusta para analisar o potencial criativo de um distrito, permitindo a coleta e análise de informações de forma eficiente e abrangente, desde que bem estruturada. O Quadro 1 apresenta a estrutura metodológica desta pesquisa.

Tabela 1. Estrutura Metodológica

Etapa	Descrição
Definição do Objeto da Pesquisa	Foi definido como objeto da pesquisa a cidade de Grão Mogol.
Coleta de Fontes de Dados Digitais	O <i>site</i> oficial da prefeitura e da Secretaria de Cultura e Turismo, perfil da cidade no Instagram e perfis de estabelecimentos locais nas redes sociais. Além disso, foi realizada uma busca ampla com o termo “atratividade em Grão Mogol” no mecanismo de busca Google.
Organização e estruturação dos dados	Os dados foram organizados de forma a destacar as atratividades que caracterizam o potencial criativo de Grão Mogol. Além disso, os dados referentes às contas públicas do município foram organizados de forma a revelar o potencial de investimento na economia criativa.

Análise de Conteúdo	A análise de conteúdo foi realizada de forma a identificar tendências, padrões, <i>insights</i> e desafios relacionados ao potencial criativo de Grão Mogol.
Interpretação dos resultados e discussões	Os resultados foram interpretados à luz dos objetivos da pesquisa e dos aspectos da criatividade o que possibilitou uma discussão crítica dos resultados, suas limitações e implicações.

Fonte: Elaborado pelos autores (2023)

Foram definidas como fontes de dados o *site* oficial da prefeitura e da Secretaria de Cultura e Turismo, perfil da cidade no Instagram e perfis de estabelecimentos locais nas redes sociais. As buscas nos sites ocorrem no mês de maio de 2023.

Para melhor acesso as informações sobre o potencial criativo de Grão Mogol, partiu-se de uma busca ampla com o termo “atratividade em Grão Mogol” no mecanismo de busca Google. O estudo, ainda, é caracterizado como descritivo por meio de análises, observações, registros e associações de aspectos que envolvem economia criativa e formas de empreendimentos na cidade.

4. Resultados e Discussões

Localizado na região Norte de Minas Gerais, a cerca de 550 km de Belo Horizonte, capital mineira, o antigo povoado de “Serra de Santo Antônio do Itacambiraçu”, teve sua origem relacionada à descoberta de diamantes no final do século XVIII. Em 1839 o lugarejo é nomeado Arraial da Serra de Grão Mogol, atraindo diversos estrangeiros, devido à grande quantidade de pedras preciosas encontradas, principalmente o diamante. (IBGE, 2023; FONSECA; LESSA, 2010).

A história da cidade é marcada por, no Século XVIII, movimentar o comércio de diamantes explorados inicialmente de forma clandestina, o que incomodou a Coroa Portuguesa e a incitou a enviar um representante para assumir o controle da exploração e comercialização dos diamantes. No ano de 1840, o arraial evolui para Vila Provincial e no mesmo ano foi transformado em Distrito. Só no ano de 1858, Grão Mogol recebeu a categoria de cidade. Durante décadas, o município se destacou como a mais importante cidade da região Norte Mineira (IBGE, 2023).

O histórico do município se assemelha aos demais município mineiros que, ricos em minério nobre sofreram um processo de exploração de suas riquezas, como Diamantina, Ouro Preto, São João Del-Rei, Mariana e outros da região central do estado de Minas Gerais. Contudo, verifica-se que Grão Mogol ficou à margem do desenvolvimento, perdendo sua identidade de riqueza e sendo esquecida da rota dos minérios nobres explorados no Brasil colonial. Tal fato pode ser atribuído à descentralização e ao afastamento do município da região exportadora, o que dificultava as transações comerciais do minério explorado (IBGE, 2023). Assim, suas características histórico-culturais acabaram sendo negligenciadas por roteiros turísticos nacionais importantes relacionados ao ciclo do ouro do Brasil, a exemplo da Estrada Real.

O processo de decadência da exploração das minas de diamantes, ocorrida especialmente após a década de 1960, coincidiu com a emancipação de parte do território de Grão Mogol e com a criação dos novos municípios como Itacambira, Cristália e Botumirim. Ainda nesse período, a falta de oportunidade de emprego fez com que os moradores locais iniciassem um processo de migração em direção às cidades próximas mais desenvolvidas e a

grandes centros urbanos, como São Paulo. Com isso a cidade estagnou no seu crescimento e a população residente decresceu (IBGE, 2023).

Também conhecida como a Cidade de Pedra, atualmente o município se destaca por sua arquitetura colonial com seus muros coloridos, arquitetura histórica, pavimentação em blocos de pedra e a vista bucólica da Cordilheira do Espinhaço, identificada pelo Ministério do Turismo (2022) como a maior cadeia de montanhas do Brasil, patrimônio reconhecido pela Unesco como Reserva Mundial da Biosfera. Há situações em que as pedras foram mantidas em estado natural e que são contornadas pelos muros ou estão presentes no interior das edificações, o que agrega à cidade uma conservação e preservação da história.

A arquitetura histórica, as manifestações socioculturais e as belezas paisagísticas naturais apresentam-se como heranças preservadas pelo tempo. Esse conjunto de fatores compõe atratividades potenciais para um novo desenvolvimento, agora baseado na riqueza sociocultural e histórica o que, segundo Martínez (2007), Montalto (2019), Rizzo e Throsby (2006) fomenta o desenvolvimento do capital cultural do município e colabora para a sua possível classificação como distrito criativo.

O primeiro *site* analisado foi o website TripAdvisor. O *website* mostra opções de atrações culturais como a Igreja Matriz De Santo Antônio, um importante patrimônio cultural da cidade, construída por escravos e preservada até hoje e o Presépio Natural Mãos De Deus, maior presépio a céu aberto do mundo. Além disso, exhibe atrações naturais como o Parque Estadual de Grão Mogol, que possui um perímetro de 143,421 km, e a Praia Do Vau, local de areia branca e relevo montanhoso; e ainda atrações gastronômicas como a Vinícola Vale do Gongo, empreendimento que atua da produção de uvas finas e, mais recentemente, de vinhos.

O segundo *website* analisado foi o Buser. Neste foi elencado os cinco melhores pontos turísticos de Grão Mogol segundo os usuários, são eles: o Presépio Natural Mão de Deus; o Balneário do Córrego; o Parque Estadual de Grão Mogol; a Praia do Vau; e a Cachoeira Veu das Noivas.

O terceiro *website* visitado foi o Minas. Este site dividiu as atrações em três sessões: hospedagem, atrações naturais e atrações culturais. Na sessão de hospedagem foram elencadas o Hotel Grão Tur, a Pousada Jequitibá e a Pousada do Eti. Entre as atrações naturais encontra-se o Parque Estadual de Grão Mogol; a Cachoeira Veu das Noivas; a Cachoeira do Mirante e o Rio Itacambiraçu. Já as atrações culturais englobam: a Casa da Cultura; Presépio Mão de Deus; o Centro Histórico e a Igrejinha do Rosário.

O quarto e último *website* visitado foi o Brasil Turismo, em que foram mostradas as atrações culturais e naturais da cidade, sendo essas as mesmas dos websites anteriores. Ao todo com o termo pesquisado foram encontrados 2300 resultados de pesquisa, porém nenhum, além dos apresentados, trouxeram informações relevantes ou divergentes.

Considerando a importância do poder estatal no incentivo ao potencial criativo e cultural de uma localidade, foi proposta uma busca online a fim de identificar o nível de investimento público em áreas como cultura e turismo na cidade. A seleção dos dados da pesquisa foi filtrada pelo período entre 2020 e 2022 a fim de obter os dados mais recentes das contas públicas. Em pesquisa realizada no *website* do índice mineiro de responsabilidade social, uma pesquisa direcionada especificamente ao município de Grão Mogol revelou dados pertinentes sobre características do local. Dados do índice revelaram que o município possuía, em 2021, quatro planos setoriais e três fundos setoriais. Dentre estes, o único que pode se relacionar ao desenvolvimento do potencial criativo da cidade é o fundo setorial do meio ambiente. Aponta-se, ainda, a existência do conselho setorial de patrimônio cultural no município.

Em visita ao portal de transparência do Tribunal de Contas do Estado – “Fiscalizando com o TCE” – foi possível visualizar um detalhamento de despesas por órgão do município. No ano de 2022, entre os departamentos considerados de interesse do presente artigo, destaca-se o Departamento de Cultura, que representa o 5º órgão com maior orçamento, mas que, ainda sim, representa uma baixa participação, correspondendo a cerca de 4,9% das despesas com órgãos públicos do município, totalizando um total de R\$3.555.495,21 em investimentos.

Identificada a relevância e constância de alguns dos patrimônios encontrados como atratividades do município, consideramos importante uma descrição do histórico e atributos que dão a estes espaços a natureza de atratividade, que pode contribuir para uma ressignificação do município, saindo da condição de estar no perímetro da seca e se colocar como potencial para um distrito criativo, a partir do seu potencial arquitetônico, histórico e cultural, valorizando o capital cultural e do capital natural do município. Amparados nas prerrogativas de Rizzo e Throsby (2006) entendo capital cultural como resultado das atividades criativas da humanidade e o capital natural como os recursos naturais advindos da beneficência da natureza, como as cachoeiras, as trilhas, os rios e a cordilheira.

Entre as atratividades do município ganham destaque suas paisagens arquitetônicas em pedra. O presépio natural Mãos de Deus recria a cena do nascimento de Jesus com personagens em tamanho natural. Inaugurado em 2011, o presépio vem atraindo milhares de pessoas para visitação. A Igreja Matriz de Santo Antônio é um importante patrimônio cultural de Grão Mogol. Representa o bem arquitetônico mais visitado e atraente de Grão Mogol. Constitui um grande atrativo turístico, não só por sua beleza em estilo colonial, mas também pelo significado de ter sido construída por escravos.

As riquezas naturais de Grão Mogol podem ser atribuídas ao fato de compor um dos 172 municípios brasileiros atravessados pela Cordilheira do Espinhaço, o segundo maior conjunto de montanhas da América Latina. Com uma vasta biodiversidade de fauna e flora com espécies endêmicas, a Cordilheira possui mil quilômetros de extensão sendo 90% do seu território localizado em Minas Gerais e os 10% restantes na Bahia, passando pela Chapada Diamantina e abrigando três biomas diferentes, no caso de Grão Mogol o cerrado (Ministério do Turismo, 2023). Essa diversidade natural apresenta uma riqueza de recursos como lagos, rios, cachoeiras e trilhas ecológicas de diferentes níveis, patrimônio naturais que potencializam as oportunidades de inclusão e caracterização do município como um distrito criativo.

De acordo com as dimensões de distrito criativo proposto por Favaretto e Catela (2016), os resultados da pesquisa apresentam que o município de Grão Mogol apresenta potencial para transformação em distrito criativo a partir da identificação dos seus aspectos naturais e culturais. Entre seus aspectos naturais encontra-se o Parque Estadual de Grão Mogol; a Cachoeira Vêu das Noivas; a Cachoeira do Mirante e o Rio Itacambiraçu. Já as atrações culturais englobam: a Casa da Cultura; Presépio Mão de Deus; o Centro Histórico, a Igrejinha do Rosário e a Igreja Matriz de Santo Antônio.

Os resultados obtidos evidenciam uma infraestrutura para recebimento de turistas ainda muito precária. Dos dados levantados nos sites verifica-se a ocorrência de três pousadas, três restaurantes e apenas uma opção de serviços em lazer, tornando o município limitado para ações mais amplas de turismo. É possível a existência de outras instalações e instituições que abrigam e acolhem os turistas da cidade, no entanto, considerando a natureza documental da pesquisa, verifica-se a carência de informações institucionais que favoreçam a divulgação do município como cidade turística.

Embora o potencial cultural e natural favoráveis, a cidade carece de melhor infraestrutura para acolhimento e receptividade do turista, o que pode ser otimizado a partir da

sensibilização dos munícipes sobre seu patrimônio cultural e natural. Faz-se necessário ampliar seu potencial de hospitalidade pois, a hospitalidade desempenha um papel fundamental na criação de um ambiente acolhedor e receptivo para artistas, designers, empreendedores e outros profissionais criativos. Isso implica em garantir e valorizar uma infraestrutura adequada, como espaços de trabalho compartilhados, estúdios de arte, galerias, centros culturais, arenas de teatro, oficinas e outros locais de encontro. Ademais, torna-se importante o desenvolvimento e divulgação de um calendário de eventos que valoriza a cultura e as paisagens locais. O conceito de distrito criativo não implica possuir um capital, seja cultural, natural, tecnológico, gastronômico, ou outro, mas associa-se à capacidade de um determinado espaço geográfico ser capaz de ampliar suas potencialidades e melhorar sua situação econômica, física e ambiental a partir do conhecimento e da criatividade (FLORIDA, 2002; POURZAKARYA; BAHRAMJERDI, 2019; RODRIGUES, 2016; DOS SANTOS; ROCHA, 2020)

Além disso, é importante promover uma atmosfera inclusiva e vibrante, estimulando a diversidade cultural e a troca de ideias entre os residentes e visitantes. Iniciativas como festivais de arte, exposições, feiras criativas e eventos culturais podem impulsionar a interação entre os participantes e contribuir para o desenvolvimento de uma identidade cultural exclusiva para o Distrito Criativo. A colaboração entre os setores público e privado também desempenha um papel essencial na promoção do potencial de hospitalidade. Investimentos em infraestrutura, políticas de apoio e incentivos fiscais podem atrair investidores e empreendedores, estimulando o crescimento econômico e a geração de empregos no setor criativo. Além disso, parcerias com instituições educacionais e organizações culturais podem fortalecer a base de talentos e fornecer recursos adicionais para impulsionar a inovação e a criatividade na cidade.

Ao superar as condições infra estruturais de receptividade e acolhimento ao turista, acompanhado da sensibilização da população quanto o patrimônio criativo existente, o município criará as bases para se tornar um Distrito Criativo próspero, onde a criatividade e a cultura tendem a florescer, impulsionando o desenvolvimento econômico e a qualidade de vida de seus residentes.

6. Considerações Finais

O presente trabalho buscou detectar aspectos que identifiquem um potencial criativo na cidade de Grão Mogol e sua probabilidade de transformar-se em um distrito criativo. O discurso histórico da região norte de Minas Geras como perímetro de seca e como região mais pobre do estado parece contribuir para um relativo esquecimento dos potenciais criativos e inovadores da região.

O estudo procurou estabelecer o potencial criativo de Grão Mogol e para isso foram levantados indicadores que mensuram a criatividade e integram diferentes variáveis em quatro indicadores de base: capital humano, capital cultural, capital social e capital estrutural.

Os resultados da análise permitiram identificar que ainda há pouco investimento público em ações que possam alavancar as atividades criativas no município. As atrações naturais, por exemplo, são pouco conhecidas, isso ocorre pelo fato de que não serem bem divulgadas.

Além disso, a infraestrutura dos hotéis, pousadas, restaurantes e bares apresenta limitações para instalações. Novamente nota-se a falta de apoio do setor público aos empreendimentos da cidade. Estes, em sua maioria, não têm capacidade para atender um público maior, pelo fato de serem estabelecimentos com poucos funcionários e sem assistência para suportar o mercado.

Nesse sentido, foi possível identificar alguns indicadores propostos pela UNCTAD (2010) no município. Com base nos dados observados foi possível identificar bases sólidas relativas ao capital cultural e natural da cidade, ao passo que o capital estrutural e institucional se mostrou deficiente. O caráter da pesquisa não permitiu dimensionar aspectos relativos ao capital humano e social do município.

Considerando as bases da economia criativa proposta por Howkins (2013) e a pesquisa documental realizada, verifica que o município de Grão Mogol apresenta potencial para investir inicialmente em dois grupos de economia criativa sejam o consumo – muito influenciado pela arquitetura e patrimônio paisagístico dos seus muros coloridos, suas ruas de pedra, suas trilhas e cachoeiras – e cultural, reconhecendo o patrimônio histórico existente e o valor cultural que a cidade representa na história de Minas Gerais no tocante ao ciclo do ouro e do diamante. Reconhecer essas riquezas e investir em projetos que garantam a sustentabilidade desses recursos apresenta-se como uma das primeiras iniciativas para inclusão do município de Grão Mogol no mapa dos famigerados distritos criativos.

O estudo de caso no município de Grão Mogol apresenta-se como precursor de novas investidas para identificar as riquezas do semiárido norte mineiro que podem contribuir para o desenvolvimento de um ambiente favorável à criatividade nos espaços até então reconhecidos apenas pelas suas carências.

À guisa de conclusão, no que tange à conceituação sobre economia criativa, de forma geral, é possível encontrar similaridade entre o município de Grão Mogol e as perspectivas teóricas que envolvem os chamados distritos criativos, especialmente no que tange os aspectos culturais e naturais. As edificações em pedra, como o Presépio Natural Mãos De Deus e a Matriz de Santo Antônio; as cachoeiras e trilhas ecológicas do Parque Estadual De Grão Mogol; as montanhas e serras que contornam a cidade por meio da Cordilheira do Espinhaço; bem como a Praia do Vau, contribuem para identificar o município com potencial para sua classificação como Distrito Criativo. No entanto, evidencia-se a necessidade de maiores esforços, tanto públicos como privados, para incentivo à preservação e impulsionamento do potencial criativo do município. Percebe-se que os investimentos em áreas como cultura e conservação histórica são pouco representativos nos investimentos gerais.

Ademais, espera-se que este trabalho sirva de estímulo a outros pesquisadores que tenham intenção de estudar algum dos temas abordados, e contribua para pesquisas futuras, seja para grupos com cidades de características semelhantes ou um aprofundamento específico para o município de Grão Mogol ou outras cidades regionais.

Por fim, deve-se enfatizar as limitações do presente estudo, que se concentram, essencialmente, na questão da natureza da pesquisa documental em meios digitais, que se fundamenta apenas nas informações disponíveis na rede mundial para fundamentar a ocorrência de um determinado fenômeno.

REFERÊNCIAS

AMABILE, T. M. **Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do.** California Management Review, v. 40, n. 1, p. 39–58, out. 1997.

BOWEN, H. P.; MOESEN, W.; SLEUWAEGEN, L. **A composite index of the creative economy.** Flanders District of Creativity/Vlerick Leuven Gent Management School. 2006.

BRASIL, B. **5 melhores pontos turísticos - Grão Mogol - MG**. Disponível em: <<https://www.buser.com.br/destinos/pontos-turisticos/mg/grao-mogol>>. Acesso em: 16 jul. 2023.

CARVALHO, C. L. de. Cidades criativas e a transformação. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (org.). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de soluções, p. 18-20, 2011.

CRUZ, V. **Secretaria de Estado de Cultura e Turismo lança o Ano da Mineiridade**. Disponível em: <<https://www.secult.mg.gov.br/noticias-artigos/7334-secretaria-de-estado-de-cultura-e-turismo-lanca-o-ano-da-mineiridade>>. Acesso em: 16 jul. 2023.

De 2020 para 2021, gastos com turismo caem de R\$ 11,0 bilhões para R\$ 9,8 bilhões. Agência de Notícias. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34228-de-2020-para-2021-gastos-com-turismo-caem-de-r-11-0-bilhoes-para-r-9-8-bilhoes>. Acesso em: 21 mai. 2023.

DE OLIVEIRA, J. M.; DE ARAUJO, B. C.; SILVA, L. V. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Brasília, DF: IPEA, 2013 (Texto para discussão, n. 1880).

DOS SANTOS, F. A.; ROCHA, J. C. Economia criativa: Salvador na rota dos distritos criativos. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 11, p. 84803–84814, 2020.

FAVARETTO, L. F.; CATELA, E. Y. S.; **Índice de Potencial Criativo dos Municípios Brasileiros e Desenvolvimento: Um Enfoque Multidimensional**, Santa Catarina ,2013.

FIRJAN, Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro Sistema. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro. 2019. Disponível em: <<https://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/downloads/MapeamentoIndustriaCriativa.pdf>>. Acesso em: 12 de jun 2019.

FLORIDA, R. **Rise of the creative class**. S.L.: Basic Books, 2002.

FONSECA, D.R.S.; LESSA, S.N. 2010. **Um breve diagnóstico ambiental do Parque Estadual de Grão Mogol (MG) e seu contexto espacial**. **Caminhos de Geografia**, 11(35):262-263. Disponível em: <http://www.ig.ufu.br/revista/caminhos.html>.

FRANÇA, I. S. de; SOARES, B. R. O sertão norte mineiro e suas transformações recentes. In: Encontro de Grupos de Pesquisa 2., 2006, Uberlândia. Anais...Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, 2006. p. 1-15.

FRANCISCO et al. Espaço territorial como ambiente de inovação: desenvolvimento de um distrito criativo no centro histórico de São José. **Brazilian Creative Industries Journal**, v. 2, n. 2, 2022

FREITAS, L. O.; CALHEIROS, T.; DOS REIS, R. J. Vulnerabilidade da mesorregião Norte de Minas Gerais face às mudanças climáticas. **Caderno de Geografia**, v. 29, n. 56, p. 134-134, 2019.

FURTADO, C. **Ensaio sobre cultura e o Ministério da Cultura**. São Paulo: Contraponto, 1984.

GONSALVES, E. P. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP: Alinea, 2001.

HARTLEY, J.; POTTS, J.; MACDONALD, T. Creative City Index. **Cultural Science Journal**, v. 5, n. 1, 2012.

HOME AFFAIRS BUREAU. **A Study on Hong Kong Creativity Index**. The Government of the Hong Kong Special Administrative Region, 2004

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin, 2013.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Turismo: 2020-2021. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística; 2022.

JÄGER, G. F. B. **Economia Criativa e seus indicadores: uma proposta de índice para as cidades brasileiras**. 2014. 150 p. Dissertação (Mestrado) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Departamento de Engenharia de Produção, São Paulo, 2014.

JÄGER, G. F. B.; NAKANO, D. N. Índice da economia criativa brasileiro: uma proposta. **Tecnologia & cultura**. Nº 25, Ano 17. Rio de Janeiro: Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, 2015.

MACHADO, R. M. Da indústria cultural à economia criativa. **Revista Alceu**, v. 9, n. 18, p. 83-95, 2009.

MANKIWI, N. Gregory. **Introdução à Economia**. São Paulo: Cengage Learning, 2009.

MARTINEZ, Javier Gimeno. Selling avant-garde: How Antwerp became a fashion capital (1990—2002). **Urban Studies**, v. 44, n. 12, p. 2449-2464, 2007.

MIRSHAWKA, V. **Economia Criativa: fonte de novos empregos**, volume 1. São Paulo: DVS editora, 2019.

MONTALTO, Valentina et al. Culture counts: An empirical approach to measure the cultural and creative vitality of European cities. **Cities**, v. 89, p. 167-185, 2019.

PEREIRA, N. J.; DE SOUZA, K. R. Pobreza no estado de Minas Gerais: uma análise da região norte. **Revista Iniciativa Econômica**, v. 4, n. 2, 2018.

POURZAKARYA, M.; BAHRAMJERDI, S. F. N. Towards developing a cultural and creative quarter: Culture-led regeneration of the historical district of Rasht Great Bazaar, Iran. **Land Use Policy**, v. 89, p. 104218, 2019.

RICHARDS, G. Designing creative places: The role of creative tourism. **Annals of tourism research**, v. 85, p. 102922, 2020.

RIZZO, I; THROSBY, D. Cultural heritage: economic analysis and public policy. **Handbook of the Economics of Art and Culture**, v. 1, p. 983-1016, 2006.

SUGIONO, A.; NUGERAHA, P. Designing Creative Cities/Districts Within The Framework Of New Urban Agenda. **Enrichment: Journal of Management**, v. 12, n. 3, p. 2299-2303, 2022.