



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**

**INGRID DE AQUINO GODINHO**

**DEMARCAÇÕES ESPACIAIS E IDENTITÁRIAS NO  
PROCESSO DE MERCANTILIZAÇÃO DAS CIDADES:  
UM ESTUDO DE CASO EM DIAMANTINA – MG**

**VIÇOSA - MINAS GERAIS**

**2022**

**INGRID DE AQUINO GODINHO**

**DETERMINAÇÕES ESPACIAIS E IDENTITÁRIAS NO PROCESSO DE  
MERCANTILIZAÇÃO DAS CIDADES: UM ESTUDO DE CASO EM DIAMANTINA-  
MG**

Monografia, apresentada ao Curso de Ciências Sociais da Universidade Federal de Viçosa como requisito para obtenção do título de bacharel.

Orientador: Wesley Silva Xavier

**VIÇOSA - MINAS GERAIS**

**2022**

## RESUMO

### DEMARCAÇÕES ESPACIAIS E IDENTITÁRIAS NO PROCESSO DE MERCANTILIZAÇÃO DAS CIDADES: UM ESTUDO DE CASO EM DIAMANTINA-MG

Dada a intensificação de estudos das cidades e seu espaço territorial e simbólico nas últimas décadas, o processo de formação das cidades passou a ser analisado por novas óticas, que abrangem a cidade como um espaço dialético, com disputas políticas, econômicas, simbólicas e identitárias. Essa pesquisa busca compreender os desdobramentos espaciais e identitários de Diamantina decorridos do desenvolvimento do turismo a partir de um nexo global-local. Para a pesquisa foi utilizada uma abordagem qualitativa, que compreendeu a realização de 35 entrevistas com cidadãos, turistas e membros do poder público e privado da cidade. Ademais, a coleta de dados contou com conteúdo documental e imagético. A região do Vale do Jequitinhonha, com Diamantina como principal centro, apresenta uma grande variedade de atrações turísticas, com o turismo cultural sendo o maior destaque. A historicidade e tradição do turismo em Diamantina remonta o garimpo, que ainda exerce influência no funcionamento e nas atrações que Diamantina oferece. No entanto, é evidenciado que hoje em dia o turismo substitui o garimpo como a principal base econômica na cidade. Quanto à atuação da gestão pública, é revelado falhas e desorganização do poder público e a dificuldade de comunicação com a comunidade, além de apresentar um sistema de governança desigual diante aos outros setores organizacionais (iniciativa privada e população geral). Outra consequência do processo de mercantilização da cidade é expressa pelo processo de gentrificação. Com a centralização das atividades turísticas no centro histórico, a região sofre com a valorização imobiliária, comercialização e reformulação, influenciando no deslocamento da população de baixa renda para regiões periféricas. Dessa forma, entende-se que Diamantina busca se adequar ao modelo global de turismo. Para isso, negligencia a própria população, levando a um apagamento identitário e a construção de uma cultura artificial e excludente.

**Palavras-chave:** Turismo; Cultura; Gentrificação; Governança

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

ICOSMOS	International Council on Monuments and Sites
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Comtur	Conselho Municipal de Turismo
ACID/CEMPRETUR	Associação Comercial e Industrial de Diamantina
SID	Associação de Dirigentes Logísticos
CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas

## Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1 Turismo Cultural e Patrimonial.....	7
2.2 Identidade e Turismo.....	8
2.3 Planejamento e Governança.....	9
2.4 Países em Desenvolvimento e Gentrificação.....	11
3. METODOLOGIA.....	13
4. RESULTADOS.....	14
4.1 A Oferta de Diamantina.....	15
4.2 Geração de Renda: Do Garimpo ao Turismo.....	18
4.3 Localização e a Necessidade de Interpretação do Patrimônio.....	21
4.4 Iniciativas do Poder Público e a Participação Popular.....	24
4.5 Gentrificação e cultura popular.....	32
5. CONCLUSÃO.....	40
6. REFERÊNCIAS.....	41
ANEXOS.....	43

## 1. INTRODUÇÃO

O estudo das cidades, em sua dimensão territorial e simbólica tem sido intensificado nas últimas décadas, e perpassa por diferentes ópticas na área das ciências humanas. O processo de formação das cidades abrange os diferentes desdobramentos simbólicos, sociais, econômicos, políticos e identitários, levando em consideração os movimentos dialéticos originados. Concomitantemente, o desenvolvimento e crescimento do turismo cultural aparecem interligados aos desdobramentos estudados.

A relação do turismo cultural e os estudos das cidades remonta os anos 70, em que ocorreu um crescimento significativo no setor de serviços diante de um processo de industrialização. Nesse contexto, o turismo surge como um dos serviços mais promissores, e passa a influenciar diretamente a organização socioeconômica e territorial das cidades. Como tendência mundial, o turismo cultural incorpora forças exógenas do mercado internacional e de grandes corporações (OAKES, 1993). Esses novos procedimentos de gestão se destacam nas cidades que têm o turismo como base econômica, e são identificadas na busca pela homogeneização e universalização a fim de desenvolver uma marca e se destacar no mercado internacional (MORDUE, 2007). As estratégias de branding e marketing evidenciam um novo cenário de governança guiado por uma perspectiva mercadológica que orienta as ações da administração pública e privada das cidades. Esses métodos são “resultados de negociações complexas entre o global e o local que envolvem 'elementos institucionais tanto quanto a micropolítica das experiências cotidianas ’” (MEETHAN, 1997, p. 334 apud MORDUE, 2007, p.3).

Acompanhando esse processo, surge um novo perfil de turistas, que representa um público mais escolarizado, com maior potencial de gastos, e se originam de regiões mais elitizadas e urbanizadas. (Csapó, 2012). Os viajantes buscam por uma forma de lazer que os questionem e os desafiem em relação a seus valores e crenças, que fuja de seu cotidiano e das localidades que estão inseridos. Para uma completa imersão, a relação com o espaço e com seus habitantes deve ultrapassar a ideia de contemplação e a interação com a cultura material e imaterial deve proporcionar um novo conhecimento. Nesse sentido, o turismo cultural aparece como uma das formas mais buscadas por essa nova classe.

Existem três esferas de organização que abrangem as estratégias de planejamento do turismo cultural: o setor público, o setor privado e as agências comunitárias (NURYANTI,

1996). No entanto, a ausência de apoio governamental resulta na marginalização das agências do terceiro setor no processo de construção do espaço e no desenvolvimento de estratégias públicas. A hierarquia estabelecida entre o setor público e o setor privado, influenciada por políticas neoliberais, contribui para o fenômeno da gentrificação, que se inicia com a transformação dos centros urbanos e o aumento do valor imobiliário. Esse processo de gentrificação leva ao afastamento dos moradores originais dos centros urbanos, ao mesmo tempo em que atrai um novo público para essas áreas (NOBRE, 2021).

A diáspora forçada da população resulta em dialéticas relacionadas a demarcação de espaços, gerando um complexo de identidade e o sentimento de não pertencimento. Essas dinâmicas discutem questões relacionadas à dualidade de cultura periférica e cultura mainstream, e as tensões decorrentes da coexistência de diferentes grupos no mesmo território. A lógica de valorização do espaço prioriza o investimento em classes altas e revela o descaso com as classes populares, evidenciando a segregação espacial e social. Logo, a análise da atividade turística não pode ocorrer isolada das demarcações espaciais e identitárias oriundas do processo de mercantilização das cidades.

Diante dessa problemática, essa pesquisa pretende discutir como a construção dos espaços e a formação de identidades são afetadas em cidades históricas que estão inseridas numa organização que se desenvolve a partir de um nexos global-local do mercado turístico. A escolha de Diamantina como locus de estudo se justifica devido às potencialidades de estudo que a cidade apresenta por estar inserida numa das regiões brasileiras mais visitadas e procuradas no mercado de turismo patrimonial no Brasil. Tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em 1938, Diamantina é hoje uma das cinco cidades mais visitadas do estado de Minas Gerais. Esse trabalho busca mapear estratégias e planejamentos das iniciativas públicas e privadas na gestão da cidade e analisar os movimentos de recepção e ressignificação dos sentidos da cidade tanto por seus residentes quanto por parte dos visitantes.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Turismo Cultural e Patrimonial**

O turismo cultural é definido pelo ICOSMOS (1990) como:

(...) atividade que permite às pessoas experimentar os diferentes modos de vida de outras pessoas, obtendo assim, em primeira mão, uma compreensão de seus costumes, tradições, o ambiente físico, as ideias intelectuais e os lugares de importância arquitetônica, histórica, arqueológica ou cultural que permanecem de épocas anteriores. (tradução livre em apudi CSAPO, 2012, p.204)

Essa forma de turismo protagoniza o turismo patrimonial, que é apontado como uma das indústrias que mais cresce nas últimas décadas, se tornando um dos mercados mais competitivos do mundo. O turismo de patrimônio oferece experiências que perpassam pela visita e o envolvimento com lugares e atividades que remetem a história da cidade e da população.

A busca pela adequação e atualização das atrações a partir dos interesses dos turistas, indica o surgimento de um “novo turismo” que se orienta pela necessidade de suprir as expectativas dos consumidores, tendo em vista que a demanda pelo patrimônio não é homogênea e pode variar de acordo com cada localidade e grupos visitantes (Rasoolimanesh, 2021).

A partir da concepção do patrimônio como parte da tradição cultural de uma sociedade, Nuryanti (1996) entende que essa forma de turismo marca uma busca de comunicação com o passado, que caracteriza uma tendência oriunda do século XX. A procura pelo retorno aos valores tradicionais para dar significado às experiências modernas indicam a transição de um turismo de massa para uma forma de encontrar autenticidade e identidade (NURYANTI, 1996).

Com base nessa tendência, os países em desenvolvimento, que historicamente contavam apenas com formas de turismo relacionadas a sol e praia, encontram no turismo patrimonial uma forma de diversificar a oferta. O crescimento do turismo patrimonial, de acordo com Rasoolimanesh (2021) surge então como uma ferramenta para o alívio da pobreza e para o desenvolvimento econômico dessas comunidades.

## **2. 2 Identidade e Turismo**



A definição de uma identidade coletiva se faz indispensável para que os indivíduos se definam e se localizem no mundo, além de permitir que os cidadãos definam o significado e a natureza de onde são e os objetivos a traçar. (Rasoolimanesh, 2021). A construção de uma identidade é uma experiência pessoal que não pode ser imposta sem ser aceita ou negociada de baixo para cima. Ou seja, é necessário o envolvimento do povo e a incorporação da cultura nas vidas materiais da comunidade.

“ No mundo moderno, onde as culturas estão mais interconectadas do que nunca, a necessidade de uma forte identidade nacional é ainda mais pronunciada (Hall, 1992), pois integra as pessoas em uma comunidade, permitindo-lhes entender quem são, onde estão e confere um sentido de propósito de vida. Há uma notável falta de compreensão de como a identidade nacional pode ser construída em um contexto globalizado e complexo.” ( tradução livre; RASOOLIMANESH, 2021, p, 2)

O turismo, junto a definição de identidade, exerce um papel de extrema importância para construção e projeção da identidade nacional, pois demonstra o passado e o presente de um território. O turismo, como uma das atividades definidoras do mundo moderno, contribui para moldar as relações sociais e as formas de compreensão do próprio indivíduo e dos outros. (Rasoolimanesh, 2021). As interações entre a população local com os turistas também proporciona novas interações que geram símbolos e significados que alteram as percepções anteriores de identidade e espaço.

### **2.3 Planejamento e Governança**

O conceito de governança é atribuído a todo o planejamento e debate político que percorre as agendas da comunidade, os problemas apontados, os atores envolvidos e os cursos de ação disponíveis (BRAMWELL, LANE, 2011). Essa concepção se difere do conceito de governo ao reconhecer as agências e atores presentes nos setores empresariais e comunitários, enfatizando que a governança não pode ser desassociada a grupos sociais que fazem parte do processo.

Os três setores de organização (público, privado e da sociedade civil) devem funcionar de forma colaborativa para o planejamento turístico, incluindo a integração do planejamento econômico e social. (GUNN, 1988). Jamal e Getz (1995) argumentam que a colaboração no planejamento, em que as tomadas de decisão são realizadas a partir da contribuição dos diferentes setores, se dá devido a interdependência das organizações. Nesse sentido, entende-se que as ações realizadas em cada setor vai afetar os demais atores da sociedade.

No contexto dessa nova governança, Tom Mordue (2007) discute discursos e práticas de uma “nova gestão pública” em que a governança das cidades desenvolve estratégias de modernização das instituições.

“Assim, a nova governança urbana não representa apenas mudanças estruturais na forma como as cidades são administradas em nome de um público anteriormente ‘fracassado’, mas tratam de novas formas de abordar, pensar, conhecer, interpretar e divulgar o que é ‘o público’, o que é do seu interesse e como deve ser ‘servido’” ( tradução livre, MORDUE, 2007, p.4)

Os novos processos de governança envolvem diferentes mecanismos para regular e mobilizar as ações, e evidenciam diferentes níveis hierárquicos de poder, em que alguns grupos sociais terão mais influência do que outros no planejamento do turismo. A partir da teoria dos negócios, Bramwell e Lane (2021) interpretam que essas hierarquias partem de um pressuposto que os principais atores do processo de desenvolvimento turístico se inicia pelos turistas, seguidos por empresas de turismo e atores governamentais. A falta de interdisciplinaridade entre os diferentes setores apontam para um estado desigual que prejudica também a ida de turistas e a disputa comercial, em que a economia da cidade entra em uma baixa. (BRAMWELL, LANE, 2011). Desse modo, falta o reconhecimento da crescente interconexão dos ambientes organizacionais e a necessidade de cooperação para a resolução desses problemas (JAMAL, GETZ 1994). Nessa perspectiva, os representantes da sociedade civil são designados a papéis limitados nas discussões das políticas de planejamento. Essa dominação do primeiro e segundo setor deve ser criticada, visto o perigo que esse movimento pode representar ao papel do público, que será interpretado como apenas consumidores de um mercado. (HUGHES, 1999).

“O problema é que, em vez de transcender as desigualdades na sociedade, parcerias de turismo poderiam reforçá-los, representando os interesses dos mais parceiros poderosos de forma mais eficaz. O retorno para os interesses privados, então, seria um maior acesso às interações no nível da rua e a legitimação de suas próprias prioridades como sendo sinônimo de "o bem público" ou os interesses maiores da cidade em que a parceria está localizada.” (tradução livre, MORDUE, 2007, p.4)

Jamal e Getz (1996) remontam estudos que sinalizam a necessidade do envolvimento da comunidade para garantir a sustentabilidade geral do turismo em determinado destino. As opiniões e percepções dos residentes se tornam fundamentais para a construção de uma participação dinâmica e ativa que acompanha as mudanças espaciais e sociais acometidas a comunidade.

As diferenças hierárquicas de governança são ainda mais evidenciadas ao analisar os países em desenvolvimento. Compreendendo que a maioria das estruturas patrimoniais se encontram no interior das comunidades, Nuryanti (1995) destaca que não é possível separar o turismo patrimonial das populações locais. Os residentes das cidades estão em constante interação com o patrimônio, e a vida cotidiana é influenciada diretamente pela área patrimonial, e as intervenções e visitas nessas localidades. Sendo assim, “é necessário reconhecer as interdependências existentes entre a comunidade e a estrutura ou área patrimonial.” (NURYANTI, 1995, p.256).

“Os países em desenvolvimento sempre enfrentam o desafio de recursos financeiros limitados e capacidades institucionais inadequadas. Portanto, para esses países, o turismo patrimonial coloca mais do que problemas de planejamento e gestão: são fundamentalmente problemas de desenvolvimento.” (tradução livre; NURYANTI, 1995, p.257).

## **2.4 Países em Desenvolvimento e Gentrificação**

O poder desigual em relação aos diferentes setores sociais contribui para a manutenção de problemas relacionados à ocupação do espaço pelos cidadãos. Os processos de gentrificação são acentuados nos planejamentos das cidades turísticas, que tem como foco

a realocação da comunidade e políticas de compensação (NURYANTI, 1995). Concomitante a realocação, inicia um processo de homogeneização das localidades turísticas, que são sujeitas a purificação estética, em busca de construir um ambiente que se separa da vida cotidiana e práticas sociais consideradas indesejáveis. (MORDUE, 2007). Com essa estratégia, o contato social espontâneo será evitado e será desenvolvido interações artificiais e planejadas previamente.

Apesar de proporcionar o distanciamento da população local com os visitantes, as autoridades tendem a negar a ideia de um binarismo entre espaço público e espaço turístico. Mordue (2007) aponta que para justificar essas mudanças, são utilizados os argumentos de que o turismo urbano possibilita o crescimento da economia local e esses lugares transformados se apresentam como novos locais para o lazer da comunidade.

No entanto, Degen (2003) compreende que na cidade contemporânea, onde novos espaços públicos estão emergindo e promovendo formas de vida pública distintas, a ênfase na organização do espaço resulta em uma priorização dos objetivos estéticos em detrimento das questões éticas e sociais. A inclusão ou exclusão nesses espaços é influenciada pelos elementos sensoriais do local, e a imposição e controle de novas práticas frequentemente se disfarçam como atividades de lazer ou cultura. Essa dinâmica sugere uma relação complexa entre o espaço urbano, sua estética e as implicações sociais e éticas que dela decorrem. (MORDUE, 2007).

Mordue (2007) sustenta a ideia de que, em uma busca por estimular o consumo privado, o desenvolvimento urbano moderno e a gestão do espaço estão minando a natureza participativa dos espaços públicos nas cidades, ao priorizar o individualismo econômico em detrimento da interação social e do contato espontâneo entre desconhecidos. Consequentemente, tanto os turistas quanto os residentes locais se sentem alienados uns dos outros, uma vez que o encontro verdadeiro é impedido, levando os moradores locais a se retirarem para os aspectos mais privados da vida cotidiana, que não estão acessíveis aos turistas. Essa separação cria uma barreira que dificulta a interação e a compreensão mútua entre as duas partes, resultando em uma falta de conexão autêntica entre turistas e comunidades locais. Essa alienação espacial e social pode atrapalhar a experiência enriquecedora tanto para os visitantes quanto para os moradores, privando-os da oportunidade

de se engajar verdadeiramente e compartilhar a vida urbana completamente (MORDUE, 2007).

O espaço urbano modificado, e direcionado a apenas uma parcela da população discute os direitos sobre a própria vida urbana (LEFEBVRE, 1996). A ideia de imputar uma ordem espacial e social se choca com as manifestações orgânicas que trazem vitalidade e significado para essas cidades (MORDUE, 2007).

Os espaços públicos se transformaram em espaços híbridos, combinando características tanto de espaços públicos quanto privados, onde determinados atores têm o poder de ditar os termos culturais e econômicos e grupos sociais menos privilegiados frequentemente assumem papéis públicos mais passivos. Essa dinâmica cria uma divisão entre aqueles que têm o poder de ocupar ativamente esses espaços e aqueles que são relegados a uma posição de observadores, com acesso limitado à participação plena na vida pública.

A demonstração de domínio e poder das autoridades é evidenciado por meio de práticas socioespaciais, que excluem ou incluem determinados grupos nesses ambientes. Todavia, a sociedade civil não se encontra totalmente passiva e vive em constante dialética com as grandes autoridades.

“No entanto, esta não é uma via de mão única: os indivíduos oferecem vários pontos de resistência e estratégias de nível micro para combater tal onipotência, porque a mente está menos disponível para a normalização do que o corpo, e de qualquer maneira os capilares do social são muitos e complexos (Thrift, 2004)”. ( tradução livre; MORDUE, 2007, p.5)

### **3. METODOLOGIA**

Esse estudo pretende compreender as dinâmicas espaciais e sociais oriundas da atividade turística em Diamantina. A escolha por um estudo de caso se justifica pela possibilidade de construir um panorama detalhado dos desdobramentos ocorridos na região e identificar as aproximações e os diferenciais dos processos desenvolvidos na cidade em comparação com outras regiões históricas inseridas numa lógica de mercantilização das cidades. Para o desenvolvimento, foi utilizado a metodologia qualitativa, devido ao caráter

intersubjetivo da pesquisa, que viabiliza uma análise interpretativa a partir de interações sociais prescindindo análises estatísticas. (CHIZZOTTI, 2006).

A partir dos objetivos traçados, as entrevistas semi-estruturadas foram escolhidas como base para a obtenção de dados a serem analisados. Esse método contribui para que os entrevistados obtivessem maior liberdade de expor seus pontos de vista dentro da temática, com suposições explícitas e imediatas que são permitidas pela técnica de pergunta aberta. (FLICK, 2007). Foram escolhidos três diferentes públicos relacionados à cidade, divididos em servidores públicos (3 entrevistas), cidadãos (24 entrevistas) e turistas (8 entrevistas). A partir de três roteiros diferentes, as entrevistas com o setor público se voltaram aos temas de governança, gestão pública e participação popular. As entrevistas realizadas com a população local tiveram como temática questões em relação a identidade, ocupação do espaço, pertencimento e a relação com a atividade turística. Por fim, as entrevistas com turistas tiveram como foco a recepção da cidade, atrações turísticas, impressões positivas e negativas da cidade e a possibilidade de retorno.

A escolha dos entrevistados foi realizada a partir de uma amostragem pelo método bola de neve, que é caracterizada por ser “uma forma de amostra não probabilística, que utiliza cadeias de referência” (VINUTO, 2014). A busca por entrevistados foi iniciada a partir da internet no período da pandemia, tendo os primeiros contatos através de grupos formados em redes sociais (Facebook e Instagram). Após os primeiros contatos, novas pessoas foram convidadas a participar, devido a indicação dos primeiros entrevistados. As quinze primeiras entrevistas se deram a partir de videochamada e gravação da conversa para posterior transcrição. As outras 20 entrevistas foram realizadas presencialmente em Diamantina sendo também gravadas para transcrição posterior. A busca por entrevistados se iniciou por um contato direto com moradores que posteriormente indicaram outras pessoas disponíveis na cidade para mais coletas de dados. O encerramento das entrevistas foi determinado pela saturação, quando se eximiu o surgimento de novas respostas (THIRY-CHERQUES, 2009). Além das entrevistas, ocorreu a coleta de documentos oficiais e não oficiais, como decretos, planilhas, materiais publicitários, livros, revistas e conteúdos de redes sociais relacionadas à cidade e ao turismo patrimonial.

## 4. RESULTADOS

### 4.1 A Oferta de Diamantina

Conhecida em todo o Brasil, Diamantina oferece um dos mais diversos destinos turísticos do país. Localizada no Vale do Jequitinhonha, a cidade é considerada um polo regional, seja pela busca de serviços essenciais da população de cidades próximas ou pela busca de lazer e conhecimento. Devido a sua arquitetura histórica, o passado marcado pelo garimpo, os eventos e as diversas paisagens naturais encontradas na região, a cidade figura como um dos principais destinos turísticos no Brasil. A variedade de atividades que podem ser encontradas na cidade possibilita visitantes com diferentes perfis:

“Diamantina era uma cidade que tinha um público majoritariamente idoso. E hoje a gente vê muitas pessoas de idade entre 18 e 25. Vamos colocar 18 a 35, porque antes o público era 35 mais. O carnaval por exemplo antes vinha-se um público mais jovem. E hoje teve uma mudança significativa no carnaval e aí vem um público de diversas idades. E no decorrer dos anos também, como por exemplo a vesperata, que era um evento que vinha mais idoso. Mas hoje vem essas pessoas mais jovens também.” (Entrevista 35; Turismóloga)

O primeiro atrativo a ser divulgado e incentivado na cidade é o de conhecer a arquitetura histórica, que demarca o período colonial brasileiro e explora o desenvolvimento do país e a vida de personagens marcantes da história brasileira. Uma funcionária do museu Chica da Silva sintetiza essa relação:

“Diamantina é uma cidade turística, ela tem papel relevante na história do nosso país, por onde passou o contexto da mineração. Isso começou por volta de 1713, com a descoberta de pequenas quantidades de ouro na região. Em 1720 o povoamento de Diamantina foi acentuado com a descoberta dos diamantes e com toda essa questão da mineração nós tivemos a edificação de vários monumentos históricos, igrejas, casarões datados do século 18, a maioria de estilo rococó. O museu do Diamante

tem um acervo riquíssimo, que remete a esse passado.” (Entrevista 20, funcionária do museu Chica da Silva)

Em conjunto a estrutura física da cidade, destaca-se a relação com a cultura local. Atraindo público para diversos eventos culturais, Diamantina se tornou um marco de musicalidade, com diversas possibilidades de lazer:

“ Diamantina é uma cidade muito cultural, então principalmente pra gente que é da área de turismo isso é muito interessante porque a gente tem essas múltiplas possibilidades de vivência durante todo o ano. Diamantina é uma cidade que procura abraçar muito isso. Então a gente tem vários eventos musicais, teatro. Música principalmente, acho que é o principal aqui da cidade e a parte de natureza é uma parte linda incrível, e a parte museológica também. Eu acho que esse lado de Diamantina é muito interessante, e explorar isso.” (Entrevista 35, turismóloga)

O principal evento musical encontrado na cidade é conhecido como Vesperata. Caracterizado por sua realização no centro histórico da cidade de 15 em 15 dias, centenas de mesas são colocadas nas ruas e os principais músicos da cidade se apresentam nas sacadas dos grandes casarões para um grande público. Esse tradicional evento atrai para a cidade mais de mil pessoas por fim de semana em que ocorre. Entrevistado, um turista aponta a Vesperata como um dos principais motivos para estar na cidade:

“Tem muitas coisas. Tem a vesperata, que é um evento muito bom, muito grandioso, muito comentado, famoso. Tem muitas atrações na cidade, muita coisa boa. (Entrevista 33; turista)”

Eventos como a Vesperata expõem a relação cultural da cidade com a gastronomia. Os diversos restaurantes da cidade oferecem alimentação dentro de um contexto ambientado e conectado com a construção histórica presente. Uma guia turística exemplifica um dos tipos de gastronomia que ocupa espaço devido ao seu diferencial:

“Por exemplo, os melhores restaurantes que a gente tem, era basicamente de gente de fora, hoje já tem várias pessoas daqui, então hoje a gente tem



restaurantes bacanas. Temos, por exemplo, uma das melhores comidas, cozinheiro, como um chefe lá da pousada. Ele era um cara que a comida é super famosa, já participou de competições, várias coisas. É uma comida de garimpo e ele era um cozinheiro de garimpo, hoje ele já participou de “trem afora”, no Rio e tudo quanto é lugar esse cara já foi pra fazer os banquetes, e as comidas principais que eles têm lá é a comida típica do garimpo. Então é bem bacana, e antes era uma comida que comia de qualquer jeito e hoje é uma comida muito sofisticada.” (Entrevista 5; guia de turismo)

A variedade de atrativos perpassa também pela temática da religião, que além de atrair turistas para a visitação de diferentes igrejas com arquitetura colonial, oferece festivais religiosos tradicionais que reúnem turistas e moradores. Com mais de 95% de popula o católica, esses eventos engajam grande parte dos cidadinos, e marca um dos principais momentos de união e troca cultural entre locais e estrangeiros:

“Na Semana Santa, por exemplo, a gente v  muitos turistas e v  muita popula o de Diamantina, todos juntos, todos assim com o mesmo objetivo, sabe? Pela f , n ? Por rezar, por conhecer a história de Cristo, n ? E através da Semana Santa que   muito bacana, tem umas guardas romanas. Então assim, nesse contexto religioso, eu consigo ver isso aí. Popula o turista, que tem recurso para investir, junto com popula o da cidade. E assim, todos rezando juntos,   bem interessante.”  
(Entrevista 10; professor).

Nós temos além desse patrimônio material, temos também o patrimônio imaterial, que são as festas religiosas, que são a festa do rosário, a do divino espírito santo, a vesperata, que   o evento que mais atrai turistas para diamantina. (Entrevista 20; funcionária do museu Chica da Silva)

Como turismo alternativo, cresce na cidade o ecoturismo e o turismo de aventura. Com atrativos naturais com grandes planaltos e quedas d’água, além de grutas e vilarejos, os visitantes podem variar suas atividades ao se direcionarem para regiões mais afastadas do centro.

“Aqui tem muita gente que vem de bicicleta, por causa das trilhas, então tem muito tipo de turismo aqui na cidade, tem o pessoal das cachoeiras, pessoal do rapel, que aqui tem muita serra de pedra, então a variedade é grande.” (Entrevista 8; produtor rural).

As opções ligadas a natureza também aproximam os moradores de diferentes possibilidades de lazer. Atraídos pela beleza natural da cidade, a viabilidade de se divertir e praticar esportes sem requerer grandes investimentos financeiros, cidadãos são constantemente encontrados realizando atividades de aventura. Cantor conhecido na cidade demonstra aproveitar essas regiões:

“Eu pratico muito o ecoturismo de Diamantina, aqui tem um ecoturismo muito forte em diamantina, cachoeiras, bike, tracking, então eu frequento muito isso nos meus tempos de lazer e descanso aqui.” (Entrevista 14, cantor e produtor)

Diamantina se organiza a partir de rotas turísticas, que objetivam a interação dos visitantes com as atrações da cidade. Devido a diversidade, as rotas podem variar seu foco, podendo destacar o cotidiano, as instalações, os grandes monumentos, a gastronomia, os diferentes povos locais e a natureza. Com essa estratégia, tradições e conhecimentos da região são festejados e transmitidos valorizando a cultura que provém dos antigos e atuais moradores. (CSÁPO, 2012).

## **4.2 Geração de renda: Do Garimpo ao Turismo**

Iniciado no século XVIII, o garimpo em Diamantina permaneceu por quase dois séculos como a principal fonte de renda na cidade e serviu de base para os desdobramentos sociais, econômicos e espaciais em todo o Vale do Jequitinhonha. Datadas ainda no século XVI, explorações na região, coordenadas por interdentos do ouro, tinham como foco a extração e a comercialização do ouro e diamante. A partir dessa atividade, o primeiro povoado da região se estabeleceu em localidades que seguiam as margens dos rios garimpados, onde se formou a maior lavra de diamantes no Brasil Colônia. Essa atividade serviu como base para o

desenvolvimento de normas, regras, costumes e crenças, que figuraram como uma “prática cultural e elemento simbólico” (OLIVEIRA, VIEIRA, 2012, p.5) e agora na sociedade contemporânea são vistas como a cultura tradicional da cidade, com grande parte da população resguardando um sentimento saudosista (OLIVEIRA, VIEIRA, 2012).

A dominância do garimpo na cidade, que vinha em decadência desde o século XX, teve seu estopim em 1989, quando as atividades foram interrompidas por órgãos de fiscalização e proteção do meio ambiente (OLIVEIRA, VIEIRA, 2012). Sem alternativas e planejamento, ainda que alguns trabalhadores continuassem a trabalhar ilegalmente, a maior parte buscou por novas formas de sustento, e concomitante ao crescimento do turismo patrimonial, se dirigiram para novas áreas de prestação de serviço. Famílias enriquecidas pelo garimpo enxergaram no turismo uma nova forma de aumentar sua renda ao transformarem os grandes casarões em pousadas, museus e restaurantes:

Os nossos hotéis e pousadas até um tempo atrás eram basicamente os garimpeiros que começaram a ganhar muito dinheiro, compravam os hotéis. Mas eles não se envolviam assim com o turismo, porque pra eles aquela era a terceira atividade.” (Entrevista 5, guia de turismo)

Diante desse contexto, a administração pública, em conjunto com a população que já se movimentava, se ajustou para construir uma infraestrutura que proporcionasse o desenvolvimento do mercado turístico na cidade, sendo hoje o maior núcleo urbano da região do Vale do Jequitinhonha e principal fonte de renda da cidade. Alguns dos entrevistados explicitam a relevância do turismo nessa transição:

“Tudo é turismo, porque aqui antes tinha o garimpo, aqui a gente chama de diamantina por conta do diamante né. Mas o diamante que movimentava a cidade, 80% era diamante. Depois passou a ser só o turismo, já que não tem mais diamante. Além de movimentar, ele aquece a cidade.” (Entrevista 17, comerciante)

“(…) o recurso do turismo é fundamental para diamantina, porque foi durante muito tempo o garimpo, mas têm alguns anos que acabou o garimpo, então a cidade teve um baque muito grande financeiro. Então o

turismo, apesar de ter começado bem antes do garimpo acabar totalmente, foi uma alternativa de renda da cidade.” (Entrevista 5; guia de turismo)

A tradição de garimpo naturalizada e internalizada na população ainda hoje influencia na relação da população com o turismo, que ainda encontra dificuldades de trabalhar no coletivo, devido a individualidade que caracteriza o garimpo (ALVES, 2011):

“ O pessoal ainda é ligado à história do garimpo, e vou te falar, tirar essa história das pessoas não é fácil, aqui é muito tradicional.” (Entrevista 5, guia de turismo)

Essa cultura arraigada na comunidade também é notada na relação dos turistas e cidadãos, e até mesmo nos passeios turísticos, que remontam a atividade garimpeira através de edificações, paisagens naturais e museus.

A transição do garimpo para o turismo como base de renda na cidade é evidenciada pelo crescimento do turismo na cidade. A atividade turística impacta a vida de toda a população, envolvida ou não com a atividade. A interdependência entre renda e turismo pode ser observada nos diferentes setores empregatícios da cidade, que perpassam por diversas prestações de serviços, como hospedagem, comércio, artesanato e gastronomia:

“Primeiro tem aquela relação que é econômica e profissional. Então, de acordo com o IBGE, dado de 2010, quase 10% da população trabalha diretamente com o turismo aqui. Entao serviços de restaurantes, transportes, com os guias, e outras profissões ligadas diretamente ao turismo. Mas indiretamente acaba que quase toda a população é impactada.” (Entrevista 34; turismólogo)

A interdependência entre o turismo e a geração de empregos pode gerar uma instabilidade para a população da cidade, visto que a oferta de emprego ainda é um assunto discutido e reivindicado pelos moradores:

“Agora não dá pra ter emprego pra todo mundo, então acho eu a gente tem que ter mais produtos consolidados. E para isso precisa de capacitação e adequar essa infraestrutura” (entrevista 5, guia de turismo)

A tradição do garimpo na atividade turística, ainda que se apareça como produto para conhecimento e visitação, contribui para que parte da população veja o turismo como uma opção apenas pela falta de alternativas. Essa relação evidencia uma conjuntura em que muitos profissionais não se capacitam para transformar o mercado turístico na cidade, e gera uma estagnação que prejudica a qualidade de vida dos moradores.

A inconstância do ganho financeiro, devido a diminuição ou aumento do público na cidade de acordo com as temporadas de alta ou baixa também sustenta a insatisfação e a falta de crescimento do turismo. Característica presente desde a época do garimpo, a população ainda não consegue se organizar financeiramente e administrar os estabelecimentos nos períodos de baixa, que por muitas vezes acabam por falir (ALVES, 2011).

#### **4.3 Localização e a Necessidade de Interpretação do Patrimônio**

Tendo seu centro histórico reconhecido pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) como patrimônio histórico, Diamantina se estabelece como um dos principais destinos turísticos de Minas Gerais. No entanto, a distância que ultrapassa os 300 km da capital do estado dificulta o acesso à cidade e afasta possíveis visitantes. Novos moradores da cidade, que antes moravam na capital comparam a cidade com Ouro Preto.

“E eu acho que o movimento aqui de turista é bem restrito né. Aqui tá bem afastado de Belo Horizonte, e comparando com Ouro Preto o movimento é muito pequeno né. As pessoas estão mais perto de ouro preto né, vocês sabem que lá é muito movimentado.” (Entrevista 19, professora)

A distância da cidade, comparada às distâncias de outras cidades históricas do estado, em conjunto a malha aérea deficiente contribuem para que Diamantina tenha a menor taxa de ocupação mensal de estabelecimentos hoteleiros (ALVES, 2011).

“A verdade é que, se você for parar pra pensar no público da região metropolitana de Belo Horizonte, mais de 4 milhões de pessoas, que é um público grande, se for fazer um passeio em cidade histórica às vezes aqui

fica meio longe. Pegar 4 horas de carro, se com uma hora você tá em ouro preto, se você vai pra tiradentes com 2 horas e pouco.” (Entrevista 19, recém moradores)

Soma-se a distância a falta de planejamento e organização que ainda são identificados na administração pública da cidade. A má divulgação explicita as falhas de estratégia de marketing que levam a redução do público. As dificuldades de estruturar a oferta também perpassam pela ausência de colaboração entre os serviços, que provocam uma lacuna no desenvolvimento de projetos mais unificados. Como resultado da ausência de estruturação, a estadia de turistas é prejudicada pela falta de informações, que os leva a não visitações de diversas localidades que demonstram a diversidade de opções encontradas além do centro da cidade:

“Casa da cultura, prefeitura, tinha que ter funcionários, para receber o pessoal, orientar, dar informações, nós temos cachoeiras, nós temos a casa dos inconfidentes, o museu, então o pessoal chega aqui e fica perdido se não vir no gps. Então devia ter pessoas para orientar o turista quando chegar falar o que tem. Então tem várias coisas aqui em Diamantina que são atrativos ótimos, mas às vezes o pessoal chega aqui em Diamantina e vai embora sem saber. Tem aquela igreja do Rosário, essa igreja tinha uma cruz e na cruz nasceu uma árvore, e tem o pedaço da cruz até hoje, e muita gente não sabe disso. Aqui na casa dos inconfidentes mesmo, lá dentro era onde João Fernandes ficava, que era casado com Chica da Silva. Lá tem uma galeria, e essa galeria passa por baixo, ela é subterrânea, de quase 1 quilômetro, então ele ia comprar o diamante, e falava “eu só vendo pra você por um milhão, você fala setecentos, aí se você não vendia. Abriam e jogavam você lá dentro, aí você vendia pelo preço que você não queria.” (Entrevista 17, comerciante)

A falta de informações também afeta a visitação dos atrativos naturais da cidade. Composta por uma larga natureza, não se encontra na cidade qualquer divulgação ou referências às cachoeiras, regiões marcadas pelo garimpo, grutas, vilas e comunidades mais afastadas do centro. Com isso, possíveis atrações turísticas, que poderiam trazer singularidade e originalidade a cidade se perde junto a diversos visitantes que não puderam conhecer essas

alternativas. Consequentemente, Diamantina perde possíveis retornos de turistas, por encontrar destinos parecidos que tem como foco o patrimônio material histórico.

Essa desorganização contribui para a indefinição de uma identidade, que com poucas estratégias de interpretação do patrimônio, impossibilita que Diamantina se destaque como um diferencial no mercado turístico (ALVES, 2011). Com as novas tendências turísticas, a demanda dos consumidores exige criatividade e dinamismo para transformar a experiência significativa para cada visitante. Albano e Lima (2002) compreendem que a interpretação no contexto turístico envolve o visitante numa dimensão que remonta a história do local e atribui significado ao patrimônio material e imaterial. A falta de interpretação se destaca em Diamantina quando turistas buscam mais envolvimento com a cultura local além da contemplação arquitetônica:

“Assim, o projeto arquitetônico vale muito a pena vir ver. Mas eu por exemplo sou uma pessoa que gosta de museu. Eu sinto falta. Igual tem muitos quilombolas aqui próximo, então alguma coisa nesse sentido.”  
(Entrevista 19, recém moradores)

Ainda que marcada por seus prédios históricos e alguns museus, existe uma dificuldade de relacionar o patrimônio com a singularidade cultural que remonta a história da cidade, característica que é valorizada no mercado turístico. Nesse sentido, a interpretação ocupa um lugar de extrema importância por dar dimensão aos atrativos e as celebrações na cidade. A desorganização do turismo aponta uma necessidade de transformação do espaço em conjunto ao investimento em divulgação e marketing. O investimento em interpretação não só contribui para o retorno e o maior interesse no público na cidade, como recobra o sentimento de pertencimento da população. (ALVES, 2011)

Além disso, o desenvolvimento de infraestrutura e recursos humanos levam ao lucro dos empreendedores e gera mais empregos para a população. As mudanças no espaço contribuem para a circulação de capital na cidade, em que 15% dos gastos dos turistas se direcionam aos diversos serviços ligados à estadia e bem estar dos visitantes. O investimento no turismo tende a contribuir também para a conservação de habitats naturais e de monumentos históricos. (NURYANTI, 1996).

#### 4.4 Iniciativas do Poder Público e a Participação Popular

Bramwell e Lane (2011) destacam que para um bom funcionamento das cidades turísticas, a organização e o planejamento do turismo cultural e patrimonial devem somar-se às ações do setor privado, setor público e das organizações da comunidade. Para acompanhar as mudanças e competir no mercado nacional e internacional, junto às reformas neoliberais no setor público, ocorridas nos anos 80 e 90, as cidades precisam estruturar uma estratégia para adaptar os espaços e a população ao mercado (BRAMWELL, LANE 2011).

Diamantina, como patrimônio cultural da humanidade e como parte das Cidades Indutoras do Turismo Nacional e Internacional, compreende em seu poder público uma Secretaria de Cultura, Turismo e Patrimônio, uma Diretoria de Turismo e do Conselho Municipal de Turismo (Comtur) e a Agência de Desenvolvimento Circuito Turístico dos Diamantes. Além disso, foram apontados pelos membros da secretaria, organizações que se relacionam com os setores privados e com a comunidade:

“A primeira ação que tivemos foi a criação da Cempretur, Câmara Empresarial de Turismo, dentro da ACID, Associação Comercial e Industrial de Diamantina que tem 87 anos de existência. A CEMPRETUR tem por objetivo incentivar o turismo no município através do diálogo, construção de ideias e projetos com parcerias pública e privada. A CEMPRETUR tem também a missão de organizar as atividades econômicas por setor dentro da ACID, visando o fortalecimento do associativismo no nosso município e região.” (Entrevista 15; secretária de turismo e cultura)

A atual gestão da cidade aponta eficácia de políticas públicas ao longo dos últimos anos:

“Nos últimos 24 anos a política pública transformou a cidade de Diamantina com o processo de constituir uma política turística que culminou com o título de Patrimônio Cultural da Humanidade. Em 2015, Diamantina foi premiada pela evolução de suas políticas públicas relacionadas ao turismo.” (Entrevista 15; secretaria de turismo e cultura)



Conhecida pelo turismo colonial e histórico, em Diamantina as políticas públicas buscam atuar na transformação da cidade para equilibrar inovação, conforto e ao mesmo tempo, valorizar a tradição. Nesse sentido, as áreas urbanas se transformam e se adaptam para transformar o espaço e o patrimônio em um ambiente sofisticado, proporcionando interações com o passado e a modernidade na mesma experiência (CHANG ET AL; 1995). O turismo, em contradição com a tradição, aparece como um processo de mudança e reinterpretação da cultura, uma atualização do passado a partir de um processo de autodescoberta em que a interpretação deve ser provocativa e adaptada ao presente, sendo utilizada como estratégia de marketing.

No entanto, os cidadãos entrevistados apontam uma insatisfação com o poder público, citando a falta de protagonismo do turismo nas ações da prefeitura, a falta de investimento e o pouco profissionalismo, fatores que podem influenciar em falhas na gestão da cidade. A infraestrutura, por exemplo, ainda que possua meios para receber os visitantes, não consegue suprir os problemas encontrados e não consegue aproveitar todo o potencial que a cidade apresenta para receber os turistas da melhor maneira. Problemas relacionados à falta de estrutura, acessibilidade, e suporte ao visitante são os principais pontos evidenciados. A entrevistada 5 percebe que:

“(...) o que a prefeitura mais peca, nos temos centro de atendimento, tentou colocar na entrada e não deu certo, mas o centro de atendimento não funciona no sábado e domingo, funciona sábado quando tem a feira, mas no domingo geralmente fica fechado, a gente teve problema por exemplo de turista sair domingo e não ter um restaurante pra ir, hoje não, a gente mudou muito, então tem os restaurantes que funcionam no domingo, mas às vezes o turista fica perdido no centro.” (Entrevista 5; guia de turismo)

A atuação do poder público também é questionada devido a contradições em suas ações.

“As vezes eu sinto que ao mesmo tempo que a prefeitura quer trazer turista, ela tá afastando o turista. Por exemplo, às vezes em determinados eventos a taxa de impostos para empreendimentos é muito grande, o que faz com que o empreendimento aumente seu valor, em decorrência desses impostos, e diamantina fica com uma fama de cidade cara. Aí é aquele

contraponto se realmente vale a pena vir pra Diamantina porque com esse valor X, eu vou gastar X em outra cidade turística por exemplo. Então nesse sentido as vezes na taxaço do município de algumas coisas, eu acho que faz com que afaste esse turista em alguns aspectos. Então é muito uma questão meio a meio, ao mesmo tempo que parece que ta fazendo muita coisa pra atrair esse público, também tá fazendo outra que possa afastar esse público, ou não beneficiar tanto esse público, e as pessoas que trabalham com turismo e questão de impostos mesmo que às vezes dificulta as pessoas a continuarem, terem motivação para trabalhar mesmo na área.” (Entrevista 35, turismóloga)

A deficiência do poder público fica evidenciada no planejamento e divulgação de decisões e eventos. Os entrevistados apontam a constante falta de organização dos responsáveis, além das reclamações de que as informações não chegam a toda a população. O entrevistado 7 afirma que:

“Às vezes falta mais divulgação, Diamantina peca demais na divulgação. E outra coisa, os eventos às vezes são montados de maneira corrida, e aí quando vai fazer a divulgação vão falar assim “O evento é sábado”, começou a divulgar hoje, então falta planejamento para divulgar com antecedência, pras pessoas se prepararem para poder visitar e participar dos festivais.” (Entrevista 7, produtor rural)

A falta de participação da comunidade não é evidenciada apenas na participação dos eventos, mas também aparece na ausência de participação na organização e na falta de capacitação oferecida ao povo. O ministério do turismo implantou um programa de Regionalização do Turismo, que escolheu 65 destinos para focar o desenvolvimento do turismo, tendo Diamantina como parte das cidades escolhidas. Esse programa visava um maior investimento na estruturação das cidades através de oficinas, treinamentos e cursos de capacitação e canalização de recursos (ALVES, 2011). No entanto, ao analisar a região do Vale do Jequitinhonha, fica evidente a escassez dessas ações:

“Assim, eu acho que ainda falta um trabalho de base ainda maior pra mostrar pra população que ela precisa ser quase um guia para o turista, que

ela pode ganhar com isso, e uma capacitação maior. Um programa de capacitação maior. A gente já fez muitos através tanto do circuito quanto da secretaria de estado, mas era muito difícil da população se envolver. A gente conseguiu apenas dois taxistas novos, e a gente precisava de 20 pra fazer um curso de inglês básico para taxista. E essa coisa acho que começou a mudar um pouco com esse trabalho de educação patrimonial nas escolas públicas.” (Entrevista 5; guia de turismo)

Ainda que se adote uma política de gestão compartilhada, em que a sociedade civil e as iniciativas privadas tenham participação ativa nas decisões relacionadas ao turismo, o diálogo com a população é deficiente. Nota-se que as decisões do poder público em relação ao turismo poucas vezes consideram as associações e as potencialidades da comunidade. A ausência de ações de inclusão e abertura para a população local participar ativamente leva à falta de investimento para o incentivo da participação popular. Paralelo a isso, ocorre um sobrecarregamento em representantes do poder público, que com uma equipe pequena, não consegue acompanhar e incentivar a manutenção dessas ações.

“(…) cabe ao poder público preencher esse espaço quando eu não tenho tempo de pensar e falar assim “oh gente tem um evento”, vamos fazer parceria com as escolas, criar às vezes alguns eventos, criar um roteiro turístico para os diamantinenses se sentirem pertencentes, mas igual eu te disse, eu acho q eles não pensam nisso e eu, igual eu te falei, e eu não vejo nas escolas isso aí. (...) Isso tem que partir de quem realmente ganha com isso, de quem trabalha e recebe pra isso. Que são contratadas para trabalhar na secretaria de cultura, turismo e patrimônio.” (Entrevista 10; professor)

“É impossível, humanamente impossível, uma secretária responder por três pastas em diamantina.” (Entrevista 10, professor).

É notado pela população a ausência de interesse pelas autoridades públicas, principalmente por aqueles que estão diretamente ligados à construção de uma relação mais direta entre a comunidade e as atividades culturais que a cidade oferece. Os representantes da secretaria de turismo da cidade têm conhecimento da insatisfação de uma parte da população quanto à atividade turística.

“(…) mas na questão dos moradores ainda temos críticas de pessoas que não se sentem incluídas nem beneficiadas pelo processo turístico. No relato dessas pessoas é uma ação excludente que favorece pouco a população. (…) Parte da população de Diamantina ainda não vê o turista como pessoa que traz renda e que fortalece a economia do município e região.” (Entrevista 15, secretaria de turismo e cultura)

Assim, ainda que seja alegada a busca de construção de uma governança conjunta com a população, essa insatisfação é amplificada pela ausência de representantes comunitários. O turismólogo da Secretaria de turismo de Diamantina comenta:

“O Conselho Municipal de Turismo, tem cadeiras destinadas também, aos empresários, né? A no caso, a SID né? Associação de Dirigentes Logísticos também, né, a CDL, tem também a cadeira pra universidade, só que aqui na nossa região a gente tem a Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, né? Tem uma cadeira também, tem cadeira da Emater, mais envolvida com as questões rurais, né? Que mais? Tem cadeira do SEBRAE, enfim, tem, são muitas as cadeiras, né, de representante da sociedade civil, que participam aí das decisões do turismo. Infelizmente eu acho que essa também é uma, é uma questão que praticamente todo município, a maioria dos municípios sofre, né? De, com relação à participação popular, é que a população de um modo geral, não participa dessas decisões. Ela elege ou não os seus representantes, né? Inclusive os representantes dessas entidades que compõem o COMTUR, né? Nem sempre eles têm, quase nunca a população tem poder de eleger, por exemplo, o responsável pela universidade ou pela câmara de comércio, né? Então, colocar assim, a participação popular é extremamente limitada, né?” (Entrevista 12; turismólogo)

Desse modo, a falta de representação comunitária perpassa não só pela falta de cadeiras no conselho, mas também pela falta de preparo e carência de participação popular na escolha de quem os irá representar nesse setor. Além da falta de representantes, a comunicação

entre o setor público com a população apresenta dificuldades, sem total clareza e concordância.

“(…) então eu acredito que precisa de pessoas que façam o diálogo, o intercâmbio entre o público-privado, que faça as pessoas acreditar no potencial do desenvolvimento do turismo, onde que possa se desenvolver mais atividades turísticas, e tem que ter um incentivo, um investimento do privado, juntamente com o público para poder dar esse apoio.” (Entrevista 7, produtor rural)

As decisões realizadas pelo poder público e por iniciativas privadas apresentam dificuldades de incluir e considerar a realidade e a população dos municípios. Muitas vezes os planejamentos e estratégias de ação são realizados sem consulta prévia e discussão com sociedade civil, causando insatisfação. Como efeitos das ações individuais, muitos atores se sentem desmotivados a participar das reuniões que no fim consideram apenas os interesses de um mercado competitivo (ALVES, 2011). Junto à falta de participação popular, o poder público da cidade ainda realiza ações sem embasamento e planejamento técnico. A carência de uma política municipal impede que diferentes entidades da comunidade possam se desenvolver devido a falta de apoio e organização.

A falta de intercâmbio entre setor público, privado e da população demonstra uma desigualdade de poder entre as governanças. A busca por um turismo moderno, que se encaixe nos padrões globais evidencia o distanciamento da população com as atividades turísticas. Os entrevistados também percebem que muitas decisões políticas levam a concentração de renda na mão de poucos:

“Eu sou a favor de um modelo de carnaval, e está se desenvolvendo outro tipo de carnaval aqui. É o seguinte, a política que eu estou vendo há mais anos é que venha uma quantidade menor de pessoas, mas que gastem mais. Tipo uma seleção de público, e eu não sou a favor disso. Eu prefiro que venha 50 mil pessoas durante 5 dias gastando 200 a 300 reais do que vir 10 mil gastando 1000 reais. Porque quando você vem com um volume maior de pessoas você varia o público e mais pessoas da cidade tem possibilidade de ganhar dinheiro. Agora se você seleciona muito o público, poucas

pessoas vão ganhar dinheiro. Antes toda casa, toda rua, tinha uma pessoa vendendo comida, uma cerveja, alugando casa, então pessoas da área da periferia elas trabalham e ganham dinheiro, hoje mudou, poucas pessoas ganham dinheiro. Então é isso.” (Entrevista 7, produtor rural)

Sendo assim, o crescimento turístico e a adequação a um padrão global, evidencia a diminuição de acesso da sociedade civil a formas de angariar renda e participar das atividades culturais da cidade. Esse processo normaliza uma divisão entre classes na cidade e valida um turismo elitista. Desse modo, a governança do turismo em Diamantina apresenta uma discrepância quando incentiva o acesso ao conhecimento do patrimônio e os potenciais que a cidade oferece ao mesmo tempo tem como principal atrativo um evento com seleção de público e pouca acessibilidade para classes populares. A elitização das atividades turísticas é então encontrada na organização e na oferta das atrações, ainda que se alegue a maior inclusão da sociedade civil no processo.

Mas ainda existem muitos desafios a serem cumpridos, né? Então, por exemplo, nosso evento, particularmente, o evento do Vesperata, só contextualizando vocês, né. Eu considero ele ainda um evento elitista, é um evento que tem pouca acessibilidade às populações periféricas, né, da própria cidade, então esse eu vejo um ponto negativo, eu acho que deve ser trabalhado ainda, né?” (Entrevista 12; turismólogo da Secretaria de turismo)

O afastamento progressivo da população da atividade turística se une a falta de recursos, apontada como um dos principais problemas enfrentados pela administração pública da cidade.

“É uma prioridade da atual gestão, da administração pública, mas ainda tem os mesmo desafios que outras áreas também vão encontrar. Principalmente por falta de recursos humanos, então a gente trabalha com uma equipe pequena, falta de recurso, e muitas vezes uma falta de capacitação em turismo dos gestores. “(Entrevista 34, turismólogo da secretaria de turismo)

“Fácil de responder essa, né? Não chega, né? E assim, esse na verdade é um gargalo da administração pública como um todo, não é só uma dificuldade do setor de turismo ou do setor de cultura, mas os recursos são poucos, né, que a gente trabalha, isso força a gente a tentar trabalhar de maneiras mais criativas, né, e forçando sempre parcerias para desenvolver a maioria dos projetos, ou pelo menos aqueles projetos que demandam mais, mais recursos. Mas enfim, de uma maneira geral, o orçamento, é, o orçamento para cultura e turismo é bastante minguado.” (Entrevista 12, turismólogo)

Contudo, diante a todos as problemáticas apresentadas, a evolução na administração do turismo é percebida não só pelos representantes das secretarias, mas também por representantes da população que atuam há anos no turismo.

“Em Diamantina especificamente eu vejo que a gente vem evoluindo, né? Vem à própria secretaria, né, e a administração pública vem se profissionalizando com o tempo, né? (Entrevista 12; turismólogo da Secretaria de turismo)

“Então hoje, com a educação patrimonial, trabalho de educação patrimonial, que a secretaria de cultura e turismo tem feito nas escolas, as pessoas estão percebendo mais isso, e estão conhecendo mais.” (Entrevista 5; guia de turismo)

Bramwell e Lane (2011) indicam que países em desenvolvimento apresentam grandes problemas de gestão que atravessam a falta de planejamento, e a desigualdade entre os diferentes setores da comunidade. Por muitas vezes o desenvolvimento é apenas orgânico, e a falta de planejamento acaba por ocasionar a falta de recursos para aplicar estratégias e atingir a parte mais frágil da sociedade, que pode sofrer com problemas de renda e propriedade (BRAMWELL, LANE 2011). Assim, Diamantina se encaixa dentro de um padrão mercadológico que apresenta falhas na gestão.

O desenvolvimento e crescimento através da ótica mercadológica leva a indagação se em algum momento as estratégias se voltariam para as preocupações da comunidade e não apenas ao foco economicista. A falta de organização e estruturação de um planejamento a longo prazo do turismo colabora para um cenário em que diferentes iniciativas e estratégias de

ação se percam. Os interesses de setores privados (que são essenciais para a obtenção de recursos) giram, na maioria das vezes, em torno do capital e o que seria vantajoso para o crescimento da empresa, e por isso, pautas relacionadas à preservação da natureza e bem estar da comunidade não são incluídos nos planos de ação (JAMAL, GETZ, 1994). Ainda que se promova a participação de indivíduos e organizações da sociedade, não há igualdade de poder entre os setores, fazendo com que setores públicos e privados exerçam poder sobre a comunidade, ainda que a considere nas decisões finais. Esse processo gera uma demarcação de espaço que fortalece o movimento de gentrificação, que além de afastar os cidadãos dos grandes centros, conseqüentemente determina uma separação do que é legitimado como cultura e o que não é.

#### **4.5 Gentrificação e cultura popular**

A busca por um turismo que atende um mercado que segue tendências globais leva a construção de um ambiente padronizado e homogêneo. Em contradição a isto, o turismo patrimonial é carregado de tradição, representando não só uma construção antiga, mas uma herança das gerações passadas que interferem na moral, nos valores e na estabilidade da população. E, devido à padronização, a autenticidade das regiões visitadas pode ser comprometida por uma generalização baseada em uma identidade internacional (NURYANTI, 1996). Além disso, a interferência e demarcação no espaço podem contribuir para o senso de pertencimento dentro de uma comunidade. Diamantina, representando uma das principais regiões de fluxo turístico no Brasil, apresenta características que demonstram as particularidades da região, como também reproduz padrões globais e problemáticas em torno da mercantilização das cidades.

O avanço para uma cidade turística com lógica comercial promove mudanças na população que vão além de empregos e renda, mas também no seu estilo de vida, propriedade, produção de cultura e interação com o espaço. O centro histórico de Diamantina, onde se concentram as atividades turísticas da cidade, sofreu conseqüências diretas do crescimento do turismo. Enquanto parte dos entrevistados entendem que a atividade turística contribuiu para a preservação e cuidados com o patrimônio, pode ser identificado um processo de gentrificação na cidade, ainda que lento. Entre os diferentes motivos identificados, o crescimento do comércio foi apontado.



“Há com certeza, isso aí aconteceu, com o crescimento de Diamantina, não só por causa do turismo, mas por causa de outras questões fez com que as pessoas migrassem mesmo para outros bairros, outros distritos, para chácaras. O centro histórico hoje existe casa residencial, isso é bastante, mas, tem muito comércio também, mais comércio.” (Entrevista 7, produtor rural)

Não apenas a migração de moradores, ambientes comerciais e de serviços público, que tem como principal público moradores da cidade, também entraram no processo de se distanciar dos centros para bairros mais residenciais:

“Sim, inclusive bancos, muita coisa já mudou lá do centro histórico, tão indo pros bairros mais afastados do centro histórico, tem muito restaurante lá, desde que vim pra cá, 12 anos atrás aumentou muito o número de restaurantes bares no centro, e essa parte banco, cartórios a tendência é sair tudo de lá.” (Entrevista 8; produtor rural)

O centro histórico de Diamantina passa por um processo em que a população se vê forçada a transferir sua residência para uma região em que o custo de vida seja equiparado a sua renda, e que esteja mais próximo aos serviços básicos necessários no dia a dia:

“E as pessoas frequentam restaurantes mais afastados na cidade, e as pessoas frequentam não é porque elas preferem, é porque é o que elas podem entender, então tem uma diferença. Aqui no centro não é pro morador, a cidade não serve o morador.” (Entrevista 19, professora)

Desse modo, o centro histórico se transforma em uma região comercial e é transformada e padronizada para atrair um perfil de turista que possui alto poder aquisitivo. Os entrevistados percebem que o processo diáspora é induzido pelas condições financeiras dos habitantes:

“Agora, a questão do aluguel é outro ponto negativo. O aluguel aqui, pra cidade, que é uma cidade pequena, é um aluguel muito alto, você não consegue achar casa de 500 reais pra baixo, é 500 reais pra cima. (Entrevista 18, estudante)

“Eles mudaram para outro bairro porque o centro geralmente é mais quem tem dinheiro, então ficou mais para comércio e para turismo.” (Entrevista 26, vendedora)

Assim, a gentrificação se dá a partir de um projeto de renovação urbana, em que a população de classes baixas realiza uma diáspora forçada ou induzida dos centros para bairros mais distantes, tendo por muitas vezes que se adaptar a localidade com condições de vida precárias. Esse processo, que se dá até os dias de hoje, ganhou força na década de 80 e tem por objetivo atrair mais capital para a região, seja pela especulação imobiliária, quanto pela vinda de turistas e o crescimento de centros comerciais e empresariais (NOBRE, 2021).

Em Diamantina, é percebido que com a demarcação do espaço e a especulação imobiliária, a população do centro é predominantemente uma classe alta emergente no processo de crescimento da atividade turística. Com o processo da gentrificação, esses centros passaram não só por uma mudança estrutural, mas também por uma mudança identitária, visto que o novo tipo de comércio, de regiões de lazer e atividade econômica atendem as necessidades e interesses de uma classe média ou alta, não suprimindo e não estando ao alcance de outras classes.

“A gente tem, como é comum em outras cidades turísticas também muitas vezes as populações que moram em regiões mais periféricas, mais distantes, a população um pouco mais humilde, ela sente uma dificuldade maior em consumir esses serviços que são feitos, e são trabalhados no primeiro momento para os turistas”

(..)

“Se for olhar a parte negativa pra mim que não nasceu em Diamantina acho que o custo de vida aqui é um pouco alto. A questão dos aluguéis e demais serviços é um pouco mais elevada comparado a outras cidades do interior.

Talvez comparado a uma capital ou a outra cidade maior não seja tanto, mas pra realidade de quem é mais do interior do que Diamantina, esse é um fator negativo.” (Entrevista 35, turismóloga)

A supervalorização dessas regiões modificadas demarca um movimento de investimento e desenvolvimento que beneficia um pequeno grupo em detrimento das classes mais populares.

Junto a migração forçada e o crescimento do comércio, o centro histórico de Diamantina passa a ser o ambiente cultural da cidade, abarcando eventos, festivais, gastronomia entre outras atividades. Desse modo, a cultura é transformada em um produto comercializado. O processo de competitividade e estratégia de mercado no turismo cultural em Diamantina resulta em grandes eventos e festivais que são planejados para abarcar uma quantidade reduzida de pessoas, com preços pouco acessíveis, diminuindo uma possível diversidade de público. Eventos como a Vesperata, principal festival musical da cidade, são tidos como um espaço exclusivo, sem acesso da população periférica:

“Com certeza tem elitização, agora aumentou, se eu não me engano a mesa pra sentar 4 pessoas, é 200 reais, 50 reais por pessoa, só pra sentar, fora o que você vai consumir. Então assim, e não tem nenhum desconto pra quem é de diamantina, não tem nenhum programa pra quem é de baixa renda. Então, só tem esses dez por cento que eles doam, né? Assim, como que eu, eu tô desempregado, vou pagar cinquenta reais? Resumindo assim no geral, é a elite de Diamantina que tá lá, elite turística de fora, perdão.” (Entrevista 10; professor)

“Aqui é uma cidade para turista, Vesperata, tudo que tem de show pra turista é só turista que vai, porque pra você entrar, a gente não pode entrar na rua, é 50 reais só pra frequentar, não pra sentar na mesa, só pra você passar na rua você tem que pagar. Então eu acho muito errado, porque a cidade tem que ser pra todos. Aqui alguns lugares são reservados para turistas, então a gente que é da cidade mesmo não frequenta esses lugares, é muito difícil.” (Entrevista 19, professora)

Com essa determinação nos preços, o ambiente do festival causa estranhamento aos próprios moradores da cidade, que não se sentem bem vindos. O constante apagamento cultural e identitário dessas regiões é percebido em eventos como a Vesperata, que além de limitar a interação dos residentes com a própria tradição da cidade, prioriza a participação dos visitantes.

“Existe uma crítica em torno da vesperata, que é o evento que mais atrai turistas. Por que? Porque esse evento ocorre na rua da quitanda, e vira e mexe eles fecham a rua e impede o acesso de baixa comunidade. Hoje a prefeitura oferece algumas cadeiras para os moradores de Diamantina participando desse evento. Mas eu sinto que muitos ainda não se sentem parte.” (Entrevista 20, funcionária do museu Chica da Silva)

“Acredito que os festivais não são feitos para os moradores da cidade, mas sim para os turistas, os valores são absurdos, e aqueles que vivem à margem da cidade de Diamantina, não se sentem confortáveis de participar, ou não tem condições financeiras para estar participando.” (Entrevista 11, professora)

A elitização do espaço aponta para desigualdades sociais que ultrapassam a questão econômica, e a marginalização das classes baixas é resultado da busca pela padronização das áreas, construindo artificialmente, uma nova identidade, padronizada e mercadológica, que contribui para a propaganda turística e econômica. (Paes, 2017). Nesse contexto, uma nova classe média emerge, que busca estar inserida ao mesmo tempo em um centro cultural e perto do trabalho, enquanto a classe popular perde senso de pertencimento (BATALLER, BOTELHO 2012). Esse modelo de urbanização, é marcado por um processo dialético que elucida a ascensão das políticas neoliberais (PAES, 2017) e as consequências diretas na dinâmica social. A falta de acessibilidade e suporte demonstra que não há uma busca por trazer a população dos outros bairros para o centro, e deixa claro uma diferenciação entre a população da cidade. Logo, a demarcação dos espaços gera uma divisão que não abrange os próprios cidadãos nos lugares que antes eram comuns a eles:

“Justamente, quem tá no centro fica no centro. Quem é do centro fica no centro, convive no centro, abrange no centro, cresce no centro. Talvez até por isso consigo responder aquela interrogativa que fiz lá atrás. Porque, será

se está na mão do poder público, porque é inexplorado, porque tem várias informações que não chegam num todo. Por conta disso. Diamantina é uma cidade muito tranquila, muito boa, todos os bairros são bons, tem suas deficiências sociais como qualquer outra cidade no país hoje, mas o que implica é isso aí, é uma coisa que às vezes eu não concordo é isso, e é plausível você não concordar. Então a partir do momento que a pessoa do lado de cá entende que um evento que acontece ali, especificamente no centro, em dias de acolhimento turístico, não é só pra turista não, eu não tenho que achar que eu tenho que passar fora do cordão de isolamento porque ali ta reservado pro gringo, porque é o gringo que vai pagar 300 conto numa mesa pra poder vê uma Vesperata, e eu não posso ter esses 300 reais pra poder pagar, ce ta entendendo? É bem mais amplo, então o centro fica no centro. É para descentralizar, são várias coisas na verdade, então é uma cidade elitizada, uma cidade de elite, muita gente ainda sofre por esse contexto e todo mundo sabe entendeu, todo mundo entende. Só que muitos assim como eu sabe ver, sabe controlar e quebrar algumas barreiras que existem com isso entendeu, eu acho que a situação do país hoje, do Brasil exemplifica isso, você consegue entender? Como se aqui fosse um resumo do Brasil.” ( Entrevista 13; professor e rapper)

A fragmentação de espaço e a fragmentação simbólica sinaliza a busca por uma estética superficial e padronizada para competição no mercado, desconsiderando a contribuição do processo para o distanciamento entre classes e a diferenciação de culturas. (PAES, 2017). A naturalização de políticas voltadas à mercantilização das cidades coopera para dualidades sociais, que diferenciam ricos e pobres, civilização e não civilização e cultura popular e cultura erudita. Sendo assim, a população periférica desenvolve uma cultura marginalizada, que dificilmente ultrapassa as demarcações espaciais e identitárias na cidade:

“A gente tem um artista, ele é muito, muito bom, ele é um rapper, ele chama Felipão, ele fez um show ano passado, nós sempre cobramos isso, sabe? É descentralizar cultura, porque eles sempre tiveram essa ideia, descentralizar a cultura, levar uma orquestra para os bairros, né? Uma orquestra é uma, é uma arte clássica, todo mundo sabe disso, vamos levar pros bairros, beleza. É um time de sinalização, mas também nós sempre

cobramos totalmente, do contrário, o vice e versa levar a arte periférica para o centro histórico. Então, esse Felipão tá tocando, ele tocou no centro. E assim, cheio de turistas. Eu não vi, se eu não me engano, eu acho que só a família dele que foi, eu não vi aquela, aquelas pessoas da periferia, indo lá no centro para assisti-lo, como ele já fez em outros bairros. Então, a pessoa, né? Mesmo descentralizado a pessoa não se sente pertencente. Tá indo pro centro pra acompanhar, mesmo que seja mesmo que seja, perdão, seu artista favorito. Então, isso é um trabalho a longo prazo, eu acho que eu sempre falo com meus colegas, sabe? Acho que é uma coisa de frutos minha mesmo, é fazer isso aí, porque a gente não se sente pertencente.” (Entrevista 10, professor)

Com pouco apoio e auxílio governamental, essa classe “rejeitada” tem dificuldade de se expressar e se compreender como parte da sociedade fora de seu meio social, enquanto as novas classes de regiões centralizadas não identificam outras formas de cultura e vivências que fogem de seu meio. As áreas centrais e históricas são supervalorizadas para vender a cidade para o público de outras cidades e movimentar o capital para classes altas e governanças municipais e estatais. Desse modo, a demarcação de espaço fica evidente quando a própria população não se sente confortável para estar nas regiões turísticas e não possuem condições financeiras para consumir os principais meios de entretenimento que a cidade oferece.

Nessa circunstância, as produções culturais periféricas seguem invisibilizadas nas regiões centrais da cidade:

“O que resulta bons frutos hoje é educação e cultura, arte, se isso tiver em deficiência, se isso tiver em falha, você pode esperar muita coisa ruim por vir. Mas aí olha que coisa interessante, mas não vai chegar na elite que tá lá no centro, não vai porque eles não dependem disso, eles não se preocupam com isso, mas e aqui, e o lado periférico, e o lado carente, a gente entra na deficiência social, onde que gera, se a gente for falar aqui, vai ficar 24hrs aqui e vai ter o que falar ainda. Então é uma questão de analogia crítica, deixa eu fazer uma analogia crítica aqui, entendeu. Acho que a gente tem que ser a parte boa no mundo que a gente quer, a parte boa do mundo que

você quer, você tem que ser ela. E já tá no momento, principalmente, do poder público agir e pensar assim.” (Entrevista 13, professor e rapper)

Os dualismos sociais e culturais presentes na cidade são percebidos por parte dos entrevistados, que apontam a necessidade de intervenção do setor público para ocasionar mudanças. Alguns percebem o potencial das áreas periféricas para atrair investimento e atenção, que acabam sendo negligenciados e pouco explorados:

“Mas a gente tem os distritos da cidade, onde o acolhimento turístico seria muito muito maior, creio eu, seria muito mais flexível, seria muito mais, porque tem os distritos aqui da gente, tem as sua riqueza turística, que muitas das vezes é inexplorada, o turista não chega lá, não tá ali no meio do pacote central da cidade, então o turismo só fica ali. Conhecer a casa da Chica da Silva, beleza, tem as igrejas, mas tem muito mais além disso, das barreiras, que é aonde que eu acho que o turismo deveria ser influente, temos uma comunidade quilombola, então tem, aonde tem, exerce muito uma arte, que é o ganha pão de muita gente, é colheita de sempre vivas, a questão culinária, e também tem uma história, é um contexto turístico lindo, só que muitas vezes inexplorado. Aí a gente deve pensar nisso aí, pô, beleza, vem um turista, ele deve ficar 7 dias na cidade, 4 dias, dá pra gente explorar muita coisa, dava pra conhecer muita coisa, até, do que ele já sabe, que é a história, tá nos livros, ele vem pra conhecer o que ele já sabe pessoalmente, peraí deixa eu levar ele ali, numa comunidade quilombola que tem uma história linda por trás, tem um pessoal que vive de arte, de colheita de sempre viva.” (Entrevista 13, professor e rapper)

Apesar das diferentes manifestações culturais em Diamantina e região, a constante busca por conexão e experiência verdadeira dos turistas pode transferir a cultura produzida no cotidiano da população como atração para visitantes, que se apropriam da identidade local. Com constantes interferências das agências, governo e turistas, os cidadãos se veem diante a transformação e deturpação do que lhe é comum e tradicional, visto que sua cultura é interpretada a partir de uma lógica mercadológica. Além disso, o crescimento do público consequentemente leva a comercialização de áreas periféricas, que só recebem atenção quando são tidas como produtos comerciais (CSAPÓ, 2012). Portanto, o turismo pode contribuir para

a valorização de áreas culturais antes não valorizadas, trazendo recursos e reformas, como pode também contribuir para uma dominação e instrumentalização dos cidadãos, descaracterizando a identidade regional com fim de obter lucros e competir no mercado (MAGALHÃES ET AL, 2005).

## **5. CONCLUSÃO**

Essa pesquisa compreendeu a cidade de Diamantina a partir de uma ótica mercadológica, em que turismo patrimonial se expande em uma dimensão global. A influência da globalização no turismo patrimonial pode ser observada na construção da atividade turística em Diamantina, que busca estratégias de city branding para se encaixar nas tendências mundiais. Foram realizadas 35 entrevistas, além de documentos oficiais e não oficiais e a visita presencial à Diamantina.

Para realizar um panorama completo da cidade, esse estudo perpassa pelos principais atrativos turísticos da região, pela transição do garimpo para o turismo como base econômica da cidade. Com diferentes atividades oferecidas aos turistas, o turismo patrimonial obtém uma posição de destaque entre os consumidores, ainda que a cidade não esteja totalmente preparada para desenvolver rotas e instruções que viabilizem a interpretação do patrimônio.

O setor público de Diamantina também foi analisado, e é identificada insatisfação dos cidadãos diante a governança da cidade, que encontra dificuldades de organização do espaço, valorização financeira e falta de recursos. Também fica evidenciado o desequilíbrio entre os poderes da cidade. A pouca participação popular causa indignação na comunidade pela falta de representantes e carência de informações. Com a falta de recursos e planejamento, encontram-se poucas formas de capacitação da população, e diminuí possíveis contribuições. Essa ausência inibe as potencialidades de obtenção de novos públicos e maior variedade de atrações são desperdiçadas. Em paralelo, a comunidade também é subaproveitada, devido à concentração da atividade turística em poucas regiões e com pequenas parcelas da população.

Neste sentido, na busca pela padronização e homogeneização da cidade, é produzida uma cultura artificial, resignificando tradições e espaços construídos organicamente ao longo da história. A migração forçada da população para bairros periféricos contribui para a perda de identidade dos espaços, que se transformam para atrair visitantes. O processo de gentrificação influencia no senso de pertencimento dos cidadãos, que por não se reconhecerem no centro histórico da cidade, e nos principais eventos realizados, desenvolvem



uma cultura marginalizada, que se limita a população de bairro. A experiência do turista também fica limitada a apenas aquilo que é incentivado pelo poder público, negligenciando as produções populares dos próprios moradores.

Os desdobramentos espaciais e identitários de Diamantina seguem uma lógica de construção e homogeneização voltada ao lucro e à competição de mercado. As falhas de gestão da atividade na cidade evidenciam uma construção de sentido diferente entre turistas e população local. Os turistas entram em contato com parte da cultura e história da cidade, mas não conseguem absorver completamente os sentidos da cidade e as dialéticas culturais. Em contrapartida, os cidadãos enfrentam tensões referentes à apropriação e dominação de sua cultura e patrimônio. Com isso, Diamantina fica inserida em um ambiente que incentiva as dualidades referentes ao território e a cultura. A mercantilização da cidade colabora para a construção de tensões, que transformam certos espaços estranhos ao indivíduo e gera conflitos identitários naquela população.

## **6. REFERÊNCIAS**

LIMA, S.M.B; ALBANO, A.G. **Um estudo sobre Clima e Cultura Organizacional na concepção de diferentes autores.** Rev. CCEI - URCAMP, v.6, n.10, p. 33-40 - ago., 2002

ALVES, E. DE P. **Por uma caracterização do turismo em Diamantina: estratégias possíveis de interpretação do patrimônio.** repositorio.ufmg.br, 1 set. 2011.

BATALLER, Maria Alba Sargatal; BOTELHO, Maurilio Lima. **O Estudo da Gentrificação.** , [S.l.], n. 1, p. 9-37, jul. 2012. ISSN 2317-8825.

BRAMWELL, B; LANE, B. (2011) **Critical research on the governance of tourism and sustainability**, Journal of Sustainable Tourism, 19:4-5, 411-42

CHANG, T. C.; MILNE, S; FALLON, D; POHLMANN, C. **Urban heritage tourism: The global-local nexus**, Annals of Tourism Research, Volume 23, Issue 2, 1996, Pages 284-305, ISSN 0160-7383

CHIZZOTTI, ANTONIO. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

CORTE-REAL, Madalena e MONTE Marianna. **Gentrificação em Centros Históricos: Impactos do Turismo. Sociabilidades Urbanas** - Revista de Antropologia e Sociologia, v2, n6, p. 167-185, novembro de 2018. ISSN 2526-4702.

CSAPO, J. (2012). **The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry.** In *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*. InTech. Retrieve

DEGEN, M. (2003) **Fighting for the global catwalk: formalizing public life in Castlefield (Manchester) and diluting public life in al Raval (Barcelona)**, *International Journal of Urban and Regional Research* 27(4),pp. 867–880.

FLICK, UWE. **Uma introdução a pesquisa qualitativa.** Uwe Flick: trad. Sandra Netz. - 2.ed. - Porto Alegre : Bookman, 2004.

GUNN, C. A. 1988 **Tourism Planning (2nd ed.)**. New York: Taylor and Francis.

HUGHES, G. (1999) **Urban revitalization: the use of festive time strategies**, *Leisure Studies* 18, pp. 119–135

LIGHT, D.; PRENTICE, R. **Market-based product development in heritage tourism.** *Tourism Management*, v. 15, n. 1, p. 27–36, fev. 1994.

MAGALHÃES, Ósia A. V.; MILANI, C.; SIQUEIRA, T.; AGUIAR, V. M. de. **(Re)Definindo a sustentabilidade no complexo contexto da gestão social: reflexões a partir de duas práticas sociais.** *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, RJ, v. 4, n. 2, p. 1 a 17, 2006.

MILLAR, S. **Heritage management for heritage tourism.** *Tourism Management*, v. 10, n. 1, p. 9–14, mar. 1989.

MORDUE, Tom (2007) **Tourism, Urban Governance and Public Space**, *Leisure Studies*, 26:4, 447-462.

NOBRE, E. **Intervenções urbanas em Salvador: turismo e "gentrificação" no processo de renovação urbana do Pelourinho**, (2021).

OAKES, T. S. (1993). **The cultural space of modernity: ethnic tourism and place identity in China.** *Environment and Planning D: Society and Space*, 11(1), 47-66.

NURYANTI, W. **Heritage and postmodern tourism**, *Annals of Tourism Research*, Volume 23, Issue 2, 1996, Pages 249-260, ISSN 0160-7383.

PAES, M. T. D. **Gentrificação, preservação patrimonial e turismo: os novos sentidos da paisagem urbana na renovação das cidades.** Geousp Espaço e Tempo (Online), v. 21, n. 3, p. 667-684, dez. 2017. ISSN 2179-0892.

RASOOLIMANESH, S. M. et al. **Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists.** Journal of Destination Marketing & Management, v. 21, p. 100621, set. 2021.

**Revista Vozes dos Vales da UFVJM: Publicações Acadêmicas – MG – Brasil – Nº 02 – Ano I – 10/2012** Reg.: 120.2.095–2011 – PROEXC/UFVJM – ISSN: 2238-6424

SMITH, N. **GENTRIFICAÇÃO, A FRONTEIRA E A REESTRUTURAÇÃO DO ESPAÇO URBANO.** GEOUSP Espaço e Tempo (Online), [S. l.], v. 11, n. 1, p. 15-31, 2007.

TAZIM, B. J.; GETZ, D. **Collaboration theory and community tourism planning,** *Annals of Tourism Research*, Volume 22, Issue 1, 1995, Pages 186-204, ISSN 0160-7383.

VALADÃO JÚNIOR, VALDIR MACHADO. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** Rev. adm. contemp., Curitiba , v. 8, n. 2, p. 243, June 2004 .

VINUTO, J. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto.** Temáticas, Campinas, SP, v. 22, n. 44, p. 203–220, 2014.

YANG, I-CHIEH. M. et al. **The symbolism of international tourism in national identity.** *Annals of Tourism Research*, v. 83, p. 102966, jul. 2020.

## ANEXOS

### **Anexo 1 - Roteiro de entrevistas:**

#### **Modelo 1: POPULAÇÃO LOCAL**

1 - Nome:

2 – Idade:

3 – Cidade onde nasceu:

4 – Região da cidade em que mora:

5 - A quanto tempo você mora em Diamantina? Você gosta da cidade? O que te faz gostar da cidade ou não gostar da cidade?

- 6 - Quando vem alguém na cidade, você leva a pessoa para conhecer que pontos turísticos?
- 7 – Você conseguiu observar se ocorreram muitas mudanças no centro histórico depois que o turismo cresceu na cidade? Mudou para melhor ou para pior?
- 8 – Com essas mudanças, muita gente teve que se mudar para outros bairros? Se sim, por quê você acha que esse deslocamento aconteceu?
- 9 – Você pode notar que a população local passou a visitar esses espaços mais antes ou depois do crescimento do turismo? Ou manteve o mesmo?
- 10 - Como você vê a questão do turismo em Diamantina? O que ele trás de positivo ou negativo pra cidade?
- 11 - Com o que você trabalha? A atividade dos turistas interfere no seu emprego?
- 12 – Qual sua visão sobre a prefeitura da cidade no tratamento do turismo?
- 13 – O que você acha dos festivais que ocorrem periodicamente na cidade? Você frequenta?
- 14 – Você acha que os festivais são focados nos turistas ao na população? Grande parte da população participa dos eventos?
- 15 – Você se sente bem participando desses eventos? Você é ligado a eventos de cinema e teatro? Que atividades você pratica no seu tempo de lazer?
- 16 – Você segue alguma religião e participa de festas religiosas? Essas festas foram prejudicadas por conta do turismo?

## **Modelo 2: TURISTAS**

- 1 - Nome:
- 2 – Idade:
- 3 – Cidade onde mora:
- 4 – Quantas vezes já visitou Diamantina?
- 5 – Quantos dias ficou na cidade?
- 6 – Onde ficou hospedado(a)?
- 7 – Que localidades e que atividades buscou em Diamantina? Quais foram os lugares que frequentou?
- 8 – Enquanto você realizava seu turismo, você interagiu com a população da cidade?

9 – Quais as principais regiões da cidade que você visitou?

10 – O que te levou a visitar diamantina (Por onde a pessoa conheceu e se interessou pela cidade)? (ex: Natureza, cultura, arquitetura, etc)

11 – Você ficou satisfeito com o que encontrou na cidade?

12 – Como funcionava a Locomoção na cidade? Os pontos turísticos eram de fácil acesso?

### **Modelo 3: ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS E PRIVADAS**

1: Como vocês buscam fomentar e incentivar a atividade turística da cidade?

2: O governo local realiza políticas públicas de incentivo ao turismo?

3: Ocorre na cidade um planejamento para o desenvolvimento de centros turísticos? Se sim, como é realizado o processo e como isso pode afetar a população local?

4: Você vê algum impacto negativo do turismo na cidade?

5: Qual o perfil de turistas que você busca atender?

6: Como vocês veem a relação dos turistas com os moradores da cidade?

7: Como a população pode se beneficiar com a atividade turística?

8: Quais ações vocês fazem para incluir a população nas atividades promovidas?

9: Você consegue notar um processo de gentrificação na cidade de Diamantina?

10: Existem parcerias entre os setores público-privado referentes ao turismo?