



REVISTA TURISMO ESTUDOS & PRÁTICAS

ISSN: 2316-1493

Artigo/Article

PROTOCOLO PARA O MAPEAMENTO DE INICIATIVAS DE ECONOMIA CRIATIVA (MIEC) EM INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA REGIONAL (IGR) DE MINAS GERAIS (BRASIL)¹

A PROTOCOL FOR MAPPING CREATIVE ECONOMY INITIATIVES (MCEI) IN REGIONAL GOVERNANCE BODIES (RGB) OF MINAS GERAIS (BRAZIL)

Thiago Duarte Pimentel²

Marcela Costa Bifano de Oliveira³

Gabriel da Silva Oliveira⁴

RESUMO: Este artigo propõe um protocolo para o Mapeamento de Iniciativas de Economia Criativa (MIEC) em escala municipal, concebido como instrumento replicável de diagnóstico territorial aplicado a contextos turísticos. A partir de revisão da literatura e aplicação piloto em três Instâncias de Governança Regional (IGR) de Minas Gerais, o estudo estrutura uma matriz analítica composta por oito dimensões: 1) criatividade e capital intelectual, 2) potencial econômico, 3) inovação, 4) identidade cultural, 5) sustentabilidade, 6) empreendedorismo, 7) propriedade intelectual e 8) reputação territorial. A metodologia combina dados primários (*survey* e entrevistas) e secundários (dados e estatísticas municipais), trianguladas. Os resultados evidenciam lacunas institucionais e estratégicas no desenvolvimento das iniciativas criativas, especialmente em propriedade intelectual, inovação e

¹ Uma versão anterior deste artigo foi publicada em inglês como: Pimentel, T. D.; Oliveira, M. C. B.; Oliveira, G. S. (2025). Elaboration of a Protocol for Mapping Creative Economy Initiatives (MCEI) in Tourist Territories in Minas Gerais. *Creative Industries R&D*, 1(4), 38–48. Disponível em: https://creativejour.com/issue04_2025en. A presente versão em português corresponde a uma adaptação revista e modificada do texto original publicado em inglês, preservando seu núcleo analítico e incorporando ajustes de redação, refinamentos pontuais com aprofundamentos e/ou acréscimos teórico-analíticos e na discussão relevantes para o debate brasileiro.

² (Autor correspondente) Thiago Duarte Pimentel é professor associado da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), atuando na graduação em Turismo e nos programas de pós-graduação em Ciências Sociais, Administração e Administração Pública. Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. ORCID: 0000-0003-1889-069X. E-mail: thiago.pimentel@ufjf.br

³ Marcela Costa Bifano de Oliveira é analista de turismo da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais e pesquisadora vinculada à área de EC e turismo. Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais (SECULT-MG). Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. Lattes CV: <https://lattes.cnpq.br/7712105913348717>. E-mail: marbifano@gmail.com

⁴ Gabriel da Silva Oliveira é doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. CV Lattes: <https://lattes.cnpq.br/5810476778817043>. E-mail: gabrielsoliveira10@gmail.com





articulação institucional. O protocolo oferece um procedimento comparável e de baixo custo para diagnóstico territorial da economia criativa, com potencial utilidade para pesquisas e aplicação prática em políticas públicas e planejamento turístico. **Palavras-Chave:** Economia Criativa; Mapeamento de Iniciativas de EC (MIEC); Protocolo de Diagnóstico; Territórios Turísticos; Instâncias de Governança Regional (IGR).

ABSTRACT: This study proposes a protocol for Mapping Creative Economy Initiatives (MCEI) at the municipal scale, conceived as a replicable instrument for territorial diagnosis in tourism contexts. Based on a literature review and a pilot application in three Regional Governance Instances in Minas Gerais, Brazil, the study develops an analytical matrix composed of eight dimensions: 1) creativity and intellectual capital, 2) economic potential, 3) innovation, 4) cultural identity, 5) sustainability, 6) entrepreneurship, 7) intellectual property, and 8) territorial reputation. Methodologically, the research combines secondary data, survey evidence, and interviews through analytical triangulation. Findings reveal recurrent weaknesses, especially in intellectual property, institutional articulation, innovation, and territorial branding, suggesting an incipient level of formalization of the identified initiatives. The protocol offers a comparable and low-cost procedure for diagnosing the creative economy in tourist territories, with potential applications in research, planning, and public policy. **Keywords:** Creative Economy; Mapping of Creative Economy Initiatives (MCEI); Diagnostic Protocol; Tourist Territories; Regional Governance Instances (RGIs).

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a Economia Criativa (EC) consolidou-se como um campo social estratégico, aglutinador de diferentes agentes – governos, organismos multilaterais, pesquisadores e formuladores de políticas públicas – e interesses, fornecendo um dos principais enquadramentos interpretativos para compreender transformações contemporâneas mais amplas nas bases da produção econômica e simbólica, mais especificamente focalizando como o conhecimento, a criatividade e o capital simbólico passam a desempenhar, na dimensão produtiva, um papel central na geração de valor e, na escala espacial, na diferenciação territorial. Atividades baseadas em cultura, inovação e propriedade intelectual passaram a integrar agendas de desenvolvimento urbano e regional, sendo frequentemente associadas à dinamização econômica, à valorização cultural e à construção de identidades territoriais (Howkins, 2001; Florida, 2002; UNCTAD, 2018; UNESCO & UNDP, 2013). Nesse contexto, a criatividade é interpretada não apenas como expressão cultural, mas também como recurso produtivo capaz de articular as dimensões econômicas, sociais e simbólicas do desenvolvimento contemporâneo.

Apesar da crescente centralidade da economia criativa no debate acadêmico e nas agendas de desenvolvimento, persistem desafios significativos quanto à sua operacionalização empírica. A literatura sobre EC apresenta grande *diversidade conceitual e metodológica*, refletindo a heterogeneidade das atividades incluídas sob essa denominação⁵. Diferentes tradições analíticas enfatizam aspectos distintos desse fenômeno: enquanto algumas abordagens privilegiam a dimensão econômica da criatividade e sua capacidade de geração de valor, outras enfatizam as bases socioculturais da produção simbólica ou os efeitos territoriais das atividades culturais⁶.

⁵ Garnham (2005) observa que a expansão do conceito frequentemente ocorreu de forma mais normativa do que analítica, incorporando sob uma mesma rubrica setores produtivos bastante distintos. Hesmondhalgh (2013), ao analisar criticamente as chamadas indústrias culturais e criativas, também destaca que as classificações adotadas por diferentes estudos variam consideravelmente, dificultando comparações empíricas entre países e regiões.

⁶ Parte dessa diversidade decorre da existência de tradições analíticas distintas no interior do campo. Em uma perspectiva econômica, Howkins (2001) interpreta a economia criativa como um sistema produtivo baseado na



Essa *pluralidade teórica* torna particularmente relevante e *necessária* a construção de instrumentos analíticos capazes de traduzir conceitos amplos em dimensões empiricamente observáveis.

Um dos principais obstáculos refere-se à dificuldade de delimitar, identificar e mensurar as iniciativas que compõem esse campo heterogêneo, cujas fronteiras conceituais permanecem relativamente fluidas e permeáveis (KEA European Affairs, 2006; Bakhshi, Freeman & Higgs, 2013). Em muitos contextos territoriais, iniciativas criativas emergem em escalas locais reduzidas, frequentemente associadas a práticas culturais, atividades informais ou empreendimentos de pequena escala, o que dificulta sua identificação sistemática e sua integração em bases estatísticas convencionais.

Essa dificuldade torna-se particularmente relevante quando o debate sobre economia criativa é deslocado para a *escala territorial*. Diferentemente de setores industriais tradicionais, cujas cadeias produtivas apresentam maior grau de formalização e visibilidade estatística, as atividades criativas tendem a estar fortemente enraizadas em repertórios culturais, redes sociais e recursos simbólicos específicos de cada território. Assim, compreender a economia criativa em contextos locais exige instrumentos analíticos capazes de captar essas dinâmicas territoriais e traduzir conceitos amplos em dimensões empiricamente observáveis.

Nesse contexto, a relação entre EC e turismo tem adquirido crescente relevância. Apesar dessas convergências entre EC, cultura e turismo, ainda são relativamente escassos os instrumentos metodológicos voltados ao diagnóstico territorial das iniciativas criativas em contextos turísticos.

A questão adquire especial importância em contextos turísticos. Nas últimas décadas, diversos estudos têm destacado que criatividade, cultura e turismo passaram a articular-se de forma estratégica em cidades e regiões que buscam diferenciação competitiva no mercado turístico global. A literatura sobre turismo criativo enfatiza que práticas culturais, manifestações artísticas, patrimônio imaterial e experiências participativas podem desempenhar um papel central na construção da atratividade turística contemporânea (Richards & Raymond, 2000; Richards, 2011; Smith, 2015).

O turismo contemporâneo tem se afastado progressivamente de modelos baseados exclusivamente na exploração de atrativos naturais ou patrimoniais isolados, passando a valorizar experiências culturais, interativas e criativas associadas aos territórios. Richards e Raymond (2000) introduziram a noção de turismo criativo justamente para descrever esse deslocamento em direção a experiências participativas e culturalmente imersivas. Em trabalhos posteriores, Richards (2011; 2018) demonstra que cidades e regiões passaram a mobilizar a criatividade como estratégia de diferenciação competitiva no mercado turístico global. Nesse sentido, iniciativas criativas frequentemente contribuem para a valorização simbólica dos territórios, para a construção de narrativas identitárias e para o fortalecimento da reputação de destinos turísticos.

exploração econômica de ideias e na geração de propriedade intelectual. Em outra direção, Florida (2002) desloca o foco para a estrutura ocupacional das economias contemporâneas, argumentando que a presença de profissionais envolvidos em atividades intensivas em conhecimento constitui fator central de dinamismo econômico urbano. Já abordagens sociológicas enfatizam a dimensão simbólica da economia contemporânea: Lash e Urry (1994) descrevem o avanço de uma economia baseada na produção de signos, enquanto Zukin (1995) destaca o papel da cultura na construção da identidade e da competitividade das cidades. No campo da geografia econômica, Scott (2006) propõe interpretar as indústrias culturais como aglomerações produtivas territorialmente enraizadas, nas quais redes sociais, instituições locais e mercados culturais interagem na produção de bens simbólicos. Essas diferentes interpretações evidenciam que a economia criativa pode ser analisada a partir de múltiplos ângulos – econômico, sociocultural e territorial –, cada um enfatizando dimensões específicas do fenômeno.



É nesse contexto que se insere o presente estudo, cujo objetivo é propor um protocolo metodológico para o mapeamento de iniciativas de EC em escala municipal, concebido como um instrumento replicável de diagnóstico territorial aplicável a contextos turísticos. O protocolo foi desenvolvido no âmbito da pesquisa intitulada “Institucionalização dos Circuitos Turísticos em Minas Gerais: diagnóstico, análise e propostas de ação para economias de aglomeração e sua governança em serviços turísticos”, e aplicado empiricamente em três Instâncias de Governança Regional (IGR) do estado de Minas Gerais, Brasil. A partir de uma revisão da literatura sobre EC e desenvolvimento territorial, o estudo estrutura uma matriz analítica capaz de traduzir, em dimensões observáveis, atributos recorrentemente mobilizados na literatura – como criatividade, capital intelectual, inovação, identidade cultural, sustentabilidade, empreendedorismo, propriedade intelectual e reputação territorial – com vistas à identificar, sistematizar e avaliar diferentes dimensões associadas à presença e ao desenvolvimento de iniciativas criativas em territórios turísticos.

A contribuição do artigo situa-se em dois níveis complementares. Em primeiro lugar, propõe um *instrumento metodológico* destinado a operacionalizar o diagnóstico territorial da EC, oferecendo um protocolo analítico capaz de sistematizar indicadores e dimensões relevantes para o mapeamento de iniciativas criativas em escala local. Em segundo lugar, ao realizar uma aplicação situada desse protocolo em regiões turísticas de Minas Gerais, oferece um diagnóstico que observar como potenciais criativos territorialmente presentes nem sempre se convertem em iniciativas estruturadas, institucionalizadas ou economicamente dinamizadas. Apresenta evidências empíricas derivadas da aplicação desse protocolo em regiões turísticas de Minas Gerais, contribuindo para o debate sobre e baseadas na EC.

Após esta introdução, o artigo apresenta o *framework* analítico que fundamenta o protocolo proposto, descreve o procedimento metodológico adotado e discute os resultados da aplicação-piloto do instrumento em três regiões turísticas de Minas Gerais. Por fim, são apresentadas as conclusões do estudo, bem como suas limitações e possibilidades de desdobramentos futuros para pesquisas e políticas públicas voltadas à EC em contextos territoriais.

DIMENSÕES ANALÍTICAS DA ECONOMIA CRIATIVA E SUA OPERACIONALIZAÇÃO TERRITORIAL: PROPOSIÇÃO DE UM FRAMEWORK⁷

A literatura sobre EC converge ao afirmar que as iniciativas do setor se ancoram, antes de tudo, *em processos inventivos e no capital intelectual dos agentes*. Howkins (2001) enfatiza que a criatividade – que, segundo o autor, pode ser entendida como combinação de imaginação, conhecimento e capacidade de resolver problemas – constitui a fonte do valor econômico nos setores criativos. Essa centralidade do talento e das habilidades individuais encontra eco na noção de “classe criativa” proposta por Florida (2002), segundo a qual indivíduos intensivos em conhecimento impulsionam a inovação e a competitividade. Em paralelo, o entendimento de que os ativos intangíveis são o alicerce desse ecossistema está consolidado desde o mapeamento do DCMS (2001), que posiciona a propriedade intelectual como base materializável da criatividade em produtos, serviços e marcas.

⁷ Dadas a extensão e objetivos deste texto, nos concentraremos na exposição sumária do referido protocolo e utilizaremos alguns dados da referida pesquisa, de forma ad hoc, apenas como forma de ilustração da aplicação do instrumento gerado. Contribuímos com um protocolo-matriz de diagnóstico rápido e comparável da EC local, supostamente capaz de auxiliar na orientação de decisões de fomento, *branding* e desenvolvimento territorial.



Do ponto de vista *econômico*, iniciativas criativas tendem a contribuir para o desenvolvimento local ao gerar renda, emprego (ocupação) e encadeamentos setoriais (UNESCO & UNDP, 2013). Sua lógica de crescimento difere da de setores intensivos em capital físico: ideias, quando protegidas e geridas, podem ser escaladas por meio de licenciamento, marcas e patentes, ampliando o alcance territorial e de mercado (Howkins, 2001). Essa escalabilidade convive com a diversidade de modelos de negócio observada no campo – da prestação de serviços e de consultoria à captura de royalties –, como argumenta Fonseca Reis (2008), reforçando a plasticidade econômica das atividades criativas.

No processo de criação, a *interdisciplinariedade* é um fator crítico, pois a *criatividade* floresce em ambientes que combinam áreas e saberes, promovendo o deslocamento dos sentidos de um contexto para outro e fornecendo novos usos (ou perspectivas) para “antigos” objetos. Florida (2002) destaca a fertilidade das interações entre setores tradicionais, tecnologia, arte e design, enquanto Bakhshi, Freeman e Higgs (2013) mostram como a digitalização reconfigura processos de produção e trabalho, abrindo novos canais de distribuição e formas de monetização. A cocriação e a colaboração intersetorial – envolvendo poder público, organizações da sociedade civil, empresas e instituições de ensino – aparecem, assim, como mecanismos-chave para potencializar valor cultural, social e econômico (UNESCO & UNDP, 2013).

Outro elemento importante, complementar e umbilicalmente ligado à criatividade, é a *identidade cultural* – e, como extensão e decorrência desta, a valorização da diversidade – que constitui não apenas pano de fundo, mas também motor de inovação. O patrimônio, as tradições e as expressões locais alimentam a diferenciação e a originalidade (KEA, 2006), enquanto o papel do estado, por meio de políticas inclusivas, deve ser ressaltado como fio condutor para fortalecer a coesão social e ampliar a base de talentos (Fonseca Reis & Nascimento, 2008). Nessa lógica, as indústrias criativas contribuem para promover o território, projetando identidades, narrativas e símbolos que reforçam o capital reputacional dos lugares (UNESCO & UNDP, 2013).

A *sustentabilidade* e a *responsabilidade social* atravessam o debate contemporâneo, ampliando o papel da criatividade, como vetor de desenvolvimento sustentável, que pode operar sobretudo em contextos emergentes, ao articular saberes locais, geração de renda e uso responsável de recursos (Fonseca Reis, 2008). Agências de desenvolvimento e organismos internacionais reforçam essa direção ao associar práticas criativas a modos de produção mais circulares e à participação comunitária nos processos de criação, gestão e usufruto de benefícios (UNESCO & UNDP, 2013).

No entanto, há gargalos operacionais na transformação e tradução do potencial em elementos reais, por meio de produtos e serviços, para os quais concorrem, de forma necessária e estratégica, *habilidades e competências* específicas – e.g., do tipo de setor em tela –, mas também transversais em *empreendedorismo e gestão*. Howkins (2001), por exemplo, é categórico ao afirmar que a criatividade, desacompanhada de gestão eficaz, tende a não se traduzir em resultados econômicos. Florida (2002) vincula o dinamismo criativo a atitudes de experimentação e de assunção de risco, e Fonseca Reis (2008) enfatiza a importância da formação contínua para desenvolver capacidades de planejamento, comercialização e governança em projetos criativos.

Em função do seu grau de desenvolvimento, pode-se dizer que alguns processos, produtos e serviços criativos poderão ser convertidos em *patentes e propriedade intelectual*, o que representaria um estágio avançado de maturidade na engrenagem que converte ativos simbólicos em fluxos de receita. Howkins (2001) trata direitos autorais,



patentes e licenças como modelos centrais de remuneração. O DCMS (2001) acrescenta que os marcos regulatórios e a observância legal são condições estruturais do setor, e Bakhshi et al. (2013) relacionam a sustentação da inovação criativa a investimentos em P&D e em aprendizado organizacional contínuo.

Por fim, esses elementos, quando articulados, revertem-se em *reputação territorial* das cidades e regiões (Lash & Urry, 1994; Scott, 2006) que cultivam criatividade tornam-se polos de atração turística e de talentos (KEA, 2006), posicionando-se competitivamente em redes globais de investimento e de talentos qualificados (Florida, 2002), irradiando efeitos por meio de cadeias adjacentes – entretenimento, gastronomia, eventos e outras economias de experiência (Fonseca Reis & Nascimento, 2016) – e fortalecendo a imagem e a atratividade de destinos turísticos (Richards, 2011).

A partir dessa leitura da literatura, é possível identificar um conjunto relativamente consistente de dimensões analíticas mobilizadas por diferentes autores ao discutir EC, cultura e território. O protocolo de mapeamento proposto neste estudo organiza essas contribuições em oito dimensões operacionais – criatividade e capital intelectual, potencial econômico, inovação, identidade cultural, sustentabilidade, empreendedorismo, propriedade intelectual e reputação territorial –, buscando traduzir conceitos amplos em indicadores empiricamente observáveis, capazes de orientar o diagnóstico de iniciativas de EC em territórios turísticos.

Assim, com base na revisão da literatura, de forma indutiva, não exaustiva e heurística, elaboramos mapeamentos dos principais atributos, formas e sentidos em que o tema é mobilizado na literatura, por diferentes autores, com vistas, subsequentemente, a elaborar um *framework* organizado em dimensões analíticas, critérios e indicadores, e operacionalmente serve como um protocolo que possibilita mapear as iniciativas de economia e orientar o diagnóstico territorial de iniciativas criativas. O *framework* em tela é composto por 8 dimensões (ou eixos analíticos):

- 1) *Criatividade, Talento e Capital Intelectual* – visando verificar se as atividades econômicas possuem base em habilidades criativas e ativos intangíveis associados à produção cultural e simbólica;
- 2) *Potencial Econômico e Geração de Renda* – visando identificar se as iniciativas de EC se vinculam (ou têm potencial para) geração de renda, emprego e encadeamentos produtivos em economias locais;
- 3) *Inovação e Interdisciplinaridade* – com o intuito de identificar a presença de processos de experimentação, interdisciplinaridade e recombinação de conhecimentos em atividades criativas;
- 4) *Identidade Cultural e Valorização da Diversidade* – referindo-se à mobilização articulada de repertórios culturais locais, tradições e expressões simbólicas como base para iniciativas criativas;
- 5) *Sustentabilidade e Responsabilidade Social* – visando identificar práticas sociais e ambientais associadas ao desenvolvimento de atividades culturais e criativas;
- 6) *Empreendedorismo e Gestão* – para mapear a capacidade de organização econômica, gestão e desenvolvimento de iniciativas criativas;
- 7) *Uso de Propriedade Intelectual e Proteção de Direitos* - referente à proteção e exploração econômica de ativos criativos por meio de direitos autorais, marcas ou patentes, sobretudo em contextos mais avançados e formalizados;
- 8) *Contribuição para a Reputação e Imagem do Território* - relacionada às iniciativas criativas para a construção da imagem e da atratividade simbólica de cidades e regiões.



Na seção seguinte descreve-se o procedimento metodológico adotado para a aplicação empírica desse protocolo em três regiões turísticas do estado de Minas Gerais.

METODOLOGIA

A pesquisa adotou um desenho metodológico de natureza mista, estruturado em duas etapas complementares. Na primeira etapa, realizou-se uma revisão da literatura sobre economia criativa, indústrias culturais e desenvolvimento territorial, com o objetivo de identificar atributos recorrentes associados às atividades criativas. A partir dessa revisão foi elaborado um protocolo de “Mapeamento de Iniciativas de Economia Criativa (MIEC)”, destinado ao mapeamento territorial da economia criativa em escala municipal, organizado em dimensões, critérios e indicadores (cf. Quadro 1) para orientar a identificação e avaliação de iniciativas de economia criativa em territórios turísticos.

Quadro 1- Síntese com as dimensões-chave para o diagnóstico das experiências de EC.

Variável	Definição (Autores)	Forma de Operacionalização Empírica
1) <i>Base na Criatividade, Talento e Capital Intelectual</i>	Howkins (2001), Florida (2002), DCMS (2001)	- Portfólio de projetos inovadores - Nível de qualificação de equipes - Número de ativos de propriedade intelectual
2) <i>Potencial Econômico e Geração de Renda</i>	UNESCO & UNDP (2013), Howkins (2001), Fonseca Reis (2008)	- Indicadores de geração de emprego - Faturamento total / PIB local - Mapeamento de fontes de receita (licenças, royalties, etc.)
3) <i>Inovação e Interdisciplinaridade</i>	Florida (2002), Bakhshi et al. (2013), UNESCO & UNDP (2013)	- Equipes multidisciplinares - Investimento em P&D tecnológico - Participação em projetos de cocriação
4) <i>Identidade Cultural e Valorização da Diversidade</i>	KEA (2006), Fonseca Reis & Nascimento (2016), UNESCO & UNDP (2013)	- Inventário de referências culturais - Políticas internas de diversidade - Uso de insumos e parcerias locais
5) <i>Sustentabilidade e Responsabilidade Social</i>	Fonseca Reis (2008), UNESCO & UNDP (2013), Fonseca Reis & Nascimento (2016)	- Indicadores de impacto social - Práticas de redução de resíduos - Engajamento comunitário (oficinas, fóruns)
6) <i>Empreendedorismo e Gestão</i>	Howkins (2001), Florida (2002), Fonseca Reis (2008)	- Presença de plano de negócios - Número de novas iniciativas lançadas - Horas de capacitação e parcerias com universidades
7) <i>Uso de Propriedade Intelectual e Proteção de Direitos</i>	Howkins (2001), DCMS (2001), Bakhshi et al. (2013)	- Receitas de licenciamento e royalties - Registro de marcas e patentes - Existência de departamento/estrutura de P&D
8) <i>Contribuição para a Reputação e Imagem do Território</i>	KEA (2006), Florida (2002), Fonseca Reis & Nascimento (2016)	- Fluxo de turismo cultural - Ranking de competitividade - Mapeamento do valor gerado em outros setores (gastronomia, hotelaria)

Fonte: elaboração própria.



Para fins analíticos, o protocolo adota uma escala de classificação composta por quatro níveis de desenvolvimento (0 = inexistente; 1 = incipiente; 2 = operacional; 3 = estruturado), permitindo avaliar o grau de consolidação das iniciativas em cada dimensão analisada, com base em indicadores observáveis e evidências documentais (p.ex., número de processo no INPI, participação em conselhos, links de e-commerce). E ao aplicá-lo usando indicadores objetivos, em particular, quando possível, quantitativos, pode-se gerar uma Matriz a partir do modelo proposto em tela.

Na 2ª etapa, aplicamos o MIEC, em nível local, a partir da coleta de dados e análise em nível municipal, em três Instâncias de Governança Regional (IGR) de Minas Gerais (Brasil), a saber: a) Circuito Caminho Novo, b) Malhas do Sul de Minas e c) Serras do Ibitipoca. Dada a extensão da área de estudo, em que as 3 IGR abrangem 22 municípios, todos os dados foram coletados a partir de fontes secundárias (*e.g.*, sites das prefeituras municipais, agências governamentais, entidades setoriais, etc.).

A coleta de dados do estudo integral⁸ reuniu diferentes tipos de dados e informação, sempre orientada por atividades socioeconômicas relacionadas, direta ou indiretamente, com a EC, em geral, e com o turismo, em particular, a partir de: (i) consolidação de dados secundários (de documentos institucionais, relatórios públicos, sites de prefeituras e registros administrativos relacionados às políticas culturais e turísticas, e especialmente cadastros públicos, atas de conselhos, informações de relatórios setoriais, etc.); (ii) *survey* com 36 IGR, compreendendo as 3 selecionadas para o estudo em profundidade, e (iii) 16 entrevistas com gestores das IGRs. Estas informações passaram por um processo de triangulação entre autorrelatos e evidências, a fim de reduzir o viés de subjetividade.

Adicionalmente, dada ausência e dispersão de informação, aliadas ao objetivo inicial que era a elaboração do protocolo, aplicamos um teste-piloto, de forma qualitativa, apenas identificando a existência ou inexistência dos critérios e como eles se manifestavam na realidade empírica, para a sua validação. Os dados aqui apresentados neste documento, no entanto, referem-se aos dados secundários da etapa de teste e validação deste protocolo. Portanto, a análise ocorreu com base na análise de conteúdo dos elementos textuais e elaboração de indicadores quali-quantitativos de verificação das dimensões analisadas.

Como qualquer estudo, esta pesquisa apresenta algumas limitações. Entre elas, destacam-se a cobertura desigual das evidências documentais disponíveis⁹ a dependência parcial das informações fornecidas por atores institucionais e a heterogeneidade socioeconômica entre os municípios analisados, o que sugere a necessidade de aperfeiçoamento progressivo da base empírica. Dessa forma, os resultados devem ser interpretados como diagnóstico exploratório das dinâmicas territoriais da economia criativa nas regiões estudadas¹⁰. Ainda assim, o instrumento se mostra promissor e potencialmente útil, diante da escassez de metodologias operacionais voltadas ao mapeamento, ao diagnóstico e à estruturação da EC em contextos locais. Estudos futuros devem: (i) validar externamente o escore (painel de especialistas); (ii) estimar a sensibilidade a pesos alternativos; (iii) revisar e ampliar

⁸ Pesquisa "Institucionalização dos Circuitos Turísticos em Minas Gerais: diagnóstico, análise e propostas de ação para economias de aglomeração e sua governança em serviços turísticos" (APQ-03073-21), com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), realizado entre 2022-2024.

⁹ Por exemplo, além da ausência de informações em vários casos, os indicadores socioeconômicos quando existentes e disponíveis, foram coletados em faixas, o que pode gerar variações).

¹⁰ Para mitigar, aplicamos triangulação e regras de codificação explícitas.



dimensões, critérios e indicadores, (iv) avaliar os efeitos de políticas (p. ex., oficinas para criação de marca) por meio de delineamentos quase experimentais.

RESULTADOS

O estudo realiza uma análise abrangente da situação da EC nas três IGRs, abordando diversos aspectos cruciais para o seu desenvolvimento. A seguir, apresentam-se os principais temas e resultados identificados:

Iniciativas Baseadas em Criatividade, Talento e Capital Intelectual:

- **Baixa Sistematização e Registro:** Observa-se uma tendência geral de falta de dados sistematizados sobre projetos inovadores e qualificação de equipes. A ausência de registros de patentes ou marcas é comum em praticamente todos os municípios. *“Existe uma tendência geral a baixa sistematização de dados sobre projetos inovadores e sobre a qualificação de equipes. Em praticamente todos os municípios das três IGRs, faltam registros de patentes ou marcas...”*
- **Falta de Estruturas Dedicadas:** Mesmo em municípios maiores com maior potencial (Juiz de Fora, Jacutinga, Monte Sião, Lima Duarte), há carência de políticas ou centros de inovação dedicados à EC (EC).
- **Ausência de Políticas Públicas:** constata-se que a ausência de políticas públicas e mecanismos de fomento à propriedade intelectual e projetos criativos é um fator crítico, aliado à falta de mão de obra especializada. *“Em qualquer situação, nota-se de forma sobressaliente, a ausência de políticas públicas ou mecanismos de fomento à propriedade intelectual e projetos criativos, aliada à carência de mão de obra especializada, faz com que mesmo cidades com vocações artesanais ou culturais... não desenvolvam uma “indústria criativa”.”* Isso impede que vocações locais (artesanato, festas) se transformem em “indústria criativa”.

A primeira dimensão analisada refere-se à presença de criatividade, talento e capital intelectual nas iniciativas territoriais. Os dados indicam que os municípios analisados possuem expressivo patrimônio cultural e criativo, manifestado em práticas artesanais, festividades religiosas, produção cultural local e tradições históricas. Entretanto, observou-se baixa sistematização dessas iniciativas em termos institucionais, com escassez de registros formais de projetos inovadores, inexistência de bancos de dados estruturados e ausência de políticas públicas específicas voltadas ao fortalecimento da economia criativa. Mesmo em municípios com maior dinamismo econômico ou potencial turístico – como Juiz de Fora, Jacutinga, Monte Sião e Lima Duarte – as iniciativas criativas permanecem, em grande medida, fragmentadas e pouco articuladas (quando existentes). Logo, o potencial do “capital criativo” existente (artesanato, moda, patrimônio) existente não se concretiza em ações estruturadas, com apenas algumas iniciativas pontuais.

Potencial Econômico e Geração de Renda:

- **Baixa Participação no PIB:** A participação da EC na composição do PIB local ainda é, em geral, baixa. O turismo e a produção artística são



complementares, mas não os principais motores econômicos. “Em geral, há uma situação recorrente de baixa participação da EC na composição do PIB local.” Assim, apesar do potencial turístico-cultural, a relevância econômica global das atividades criativas permanece pequena, com baixa capacidade de gerar renda e empregos.

- **Disparidades Municipais:** Alguns municípios se destacam em termos de PIB ou de vocação econômica (Juiz de Fora, Jacutinga, Monte Sião, Lima Duarte), mas, sem necessariamente gerir essas atividades como EC. Além disso, a escala populacional reduzida, a baixa promoção de atrações e as distâncias geográficas limitam a capacidade de aumentar as receitas em municípios menores.
- **Oportunidade de Diversificação:** Nos municípios maiores e/ou industrializados, a EC poderia ser uma estratégia de diversificação econômica, mas ainda não é priorizada.

No que se refere ao potencial econômico, os resultados sugerem que as atividades criativas ainda possuem participação limitada na estrutura produtiva local. Em geral, turismo, comércio e serviços tradicionais constituem os principais motores econômicos dos municípios analisados, enquanto as atividades criativas aparecem mais frequentemente como componentes complementares dessas dinâmicas econômicas. Em alguns casos, iniciativas artesanais ou culturais possuem relevância simbólica para a identidade local, mas ainda não se traduzem em cadeias produtivas estruturadas capazes de gerar impactos significativos em termos de geração de renda e emprego.

Inovação e Interdisciplinaridade:

- **Raros Investimentos em P&D:** “São raros os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, parcerias com universidades ou iniciativas de cocriação no setor de turismo.”
- **Conselhos de Turismo Pouco Inovadores:** Os conselhos de turismo existentes geralmente não promovem ações inovadoras que integrem outros setores (tecnologia, design, artes).
- **Baixo Nível de Interdisciplinaridade:** A maioria dos municípios não apresenta projetos de inovação ou parcerias com universidades, resultando em um baixo nível de interdisciplinaridade efetiva.

A dimensão da inovação e interdisciplinaridade revelou um dos principais gargalos identificados no diagnóstico territorial. Em praticamente todos os municípios analisados foram observados níveis reduzidos (em vários casos inexistentes) de cultura de inovação, de articulação entre iniciativas criativas e instituições de ensino ou pesquisa. Investimentos em pesquisa e desenvolvimento são raros, e parcerias entre universidades, setor público e agentes culturais permanecem pouco desenvolvidas. Da mesma forma, iniciativas de cocriação ou de integração entre setores criativos, tecnologia e turismo aparecem de forma pontual e descontinuada. Assim, a EC é raramente vista como um campo fértil para a colaboração intersetorial, limitando seu potencial de desenvolvimento.



Identidade Cultural e Valorização da Diversidade:

- **Riqueza Cultural Potencial:** *“As três IGRs, e seus municípios constituintes, são potencialmente ricas em tradições artesanais, festas religiosas, roteiros históricos e manifestações populares...”*
- **Falta de Políticas de Diversidade e Sistematização:** Há uma ausência de políticas de diversidade e de sistematização do patrimônio cultural para fins de desenvolvimento criativo. Há um “elo perdido”, isto é, uma desconexão entre patrimônio, inovação e geração de valor econômico e simbólico. *“Existe um evidente “elo perdido” entre patrimônio, inovação e a geração de valor econômico e simbólico...”*
- **Cultura como Fator Identitário, Não Estratégico:** Embora a cultura seja importante para a identidade, não é utilizada estrategicamente para impulsionar o desenvolvimento econômico e social.

Por outro lado, a dimensão relacionada à identidade cultural evidencia que os territórios analisados possuem amplo repertório de recursos culturais potencialmente mobilizáveis para o desenvolvimento de iniciativas criativas. Festividades religiosas, manifestações culturais tradicionais, produção artesanal e patrimônios históricos constituem elementos centrais da identidade cultural das regiões estudadas. No entanto, observa-se frequentemente um descompasso entre a riqueza cultural existente e sua conversão em iniciativas estruturadas de economia criativa, indicando a presença de um “elo perdido” entre patrimônio cultural, inovação e geração de valor econômico.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social:

- **Escassez de Iniciativas Sustentáveis e Desconexão com a EC:** Iniciativas de coleta seletiva e redução de resíduos são raras ou pontuais. Onde a coleta seletiva existe, geralmente não está integrada a um plano de EC. A sustentabilidade praticamente não integra o planejamento turístico e cultural, e a questão ambiental é tratada de forma incipiente. *“As iniciativas voltadas para sustentabilidade, como coleta seletiva e redução de resíduos, são escassas ou pontuais na maioria dos municípios analisados.”*
- **Engajamento Comunitário Limitado:** O engajamento comunitário se concentra em eventos tradicionais, raramente em discussões sobre EC e sustentabilidade.
- **Orçamentos Limitados e Falta de Assistência Técnica:** A dificuldade na implementação de ações sustentáveis pode estar ligada a recursos limitados e falta de apoio técnico.

Semelhante à dimensão anterior, na dimensão da sustentabilidade e responsabilidade social verifica-se que, embora alguns municípios apresentem iniciativas pontuais relacionadas à preservação ambiental ou à valorização de práticas culturais locais, tais ações raramente estão integradas a estratégias mais amplas de economia criativa. Em muitos casos, práticas associadas à sustentabilidade – como coleta seletiva, valorização de saberes tradicionais ou inclusão social por meio de atividades culturais – permanecem desconectadas de políticas de desenvolvimento territorial ou de planejamento turístico.



Empreendedorismo e Gestão:

- **Gestão e Empreendedorismo Incipientes:** O componente de gestão e empreendedorismo permanece pouco desenvolvido, com falta de estruturas de suporte (planos, editais, incubadoras), por exemplo, não há planos de negócio voltados para a EC, e os planos de turismo são geralmente genéricos. *“Nas três IGRs analisadas, não há planos de negócio específicos voltados para a EC...”*
- **Dependência de Setores Tradicionais e Pouca Criação de Novas Iniciativas:** A forte dependência de setores tradicionais e a ausência de incentivos externos (financiamento, leis de fomento) dificultam a estruturação do setor. A criação de cooperativas de artesãos e startups culturais é pouco expressiva, e parcerias com universidades são raras.
- **Falta de Cultura Empreendedora e de Incentivos:** A ausência de uma cultura empreendedora e de políticas públicas que incentivem a conversão do patrimônio em negócios criativos constitui um obstáculo.

No que diz respeito ao empreendedorismo e à gestão das iniciativas criativas, os resultados indicam que esse constitui outro ponto de fragilidade relevante. Nas regiões analisadas, são raros os casos de empreendimentos criativos estruturados, cooperativas culturais ou startups culturais capazes de articular produção simbólica, inovação e estratégias de mercado. Planos de negócios voltados especificamente para atividades criativas são praticamente inexistentes, e as iniciativas identificadas tendem a depender de ações isoladas de produtores culturais ou de eventos tradicionais.

Uso de Propriedade Intelectual e Proteção de Direitos:

- **Proteção Virtualmente Inexistente:** A proteção da propriedade intelectual é praticamente inexistente nas três IGRs. *“A proteção da propriedade intelectual é virtualmente inexistente nas três IGRs analisadas.”*
- **Desconhecimento Generalizado e Reconhecimentos Isolados:** O desconhecimento sobre propriedade intelectual limita o licenciamento e a monetização de produtos e tradições locais. Além disso, tombamentos culturais existentes (tricô, porcelana, bens patrimoniais) não se transformam em registros de marca coletiva, indicação geográfica ou patentes.
- **Impacto na Diferenciação e Competitividade:** Essa lacuna compromete a diferenciação de produtos locais, a geração de renda e a competitividade turística.

A dimensão referente à propriedade intelectual revelou uma das lacunas mais significativas observadas na pesquisa. Em praticamente todos os municípios analisados foi constatada a ausência de registros formais de marcas, patentes ou indicações geográficas associadas a produtos culturais locais. Mesmo em casos nos quais existem tradições artesanais consolidadas ou produtos culturalmente distintivos, esses ativos raramente são protegidos ou explorados economicamente por meio de instrumentos formais de propriedade intelectual.



Contribuição para a Reputação e Imagem do Território:

- **Fluxo Turístico Regional e Pontual:** O turismo existente é predominantemente regional e ligado a festas religiosas ou parques naturais.
- **Estratégias de Marketing e Branding Territorial:** *“Não há rankings de competitividade nem estratégias de marketing territorial que associem a EC à identidade local ou regional”.* A ausência de um *branding* territorial que promova as ofertas gastronômicas, artesanais e festivas limita a imagem dos territórios ao turismo religioso ou ecológico.
- **Oportunidade de Ampliar a Visibilidade:** Há um grande potencial para construir reputações turísticas mais sólidas e atrair públicos interessados em experiências diferenciadas.

Por fim, a dimensão relacionada à reputação territorial indica que os territórios analisados possuem potencial para fortalecer sua imagem simbólica por meio da economia criativa, mas esse potencial permanece subexplorado. O fluxo turístico nas regiões analisadas frequentemente está associado a eventos religiosos, atrativos naturais ou patrimônios históricos, enquanto iniciativas criativas ainda desempenham papel limitado na construção da identidade turística dos destinos. A ausência de estratégias consistentes de marketing territorial e de *branding* criativo contribui para que muitos territórios permaneçam identificados apenas com formas tradicionais de turismo.

Em síntese, a aplicação do protocolo MIEC permitiu identificar não apenas a presença, ainda limitada, de iniciativas criativas, mas também os principais gargalos persistentes que limitam seu desenvolvimento: em propriedade intelectual (E3), interdisciplinaridade/P&D (E5) e maturidade digital/marketing (E9). Mesmo em municípios com vocações artesanais e patrimoniais, a conversão em marcas coletivas, projetos de cocriação com universidades e presença digital transacional permanece limitada. Em contraste, governança (E4) e ativo criativo (E1) apresentam pontuações medianas, impulsionadas por conselhos e calendários de eventos. O impacto simbólico (E8) é elevado onde há mídia e prêmios, embora pouco convertido em impacto econômico (E7) – que se mantém modesto e concentrado.

CONCLUSÃO

O estudo elaborou e aplicou um protocolo para identificar padrões e lacunas no desenvolvimento das iniciativas de economia criativa nos territórios analisados. O protocolo de Mapeamento de Iniciativas de Economia Criativa (MIEC) constitui um instrumento metodológico voltado à sistematização do diagnóstico territorial da economia criativa. Seu objetivo não é oferecer uma classificação definitiva da economia criativa – o que já existe (cf.) –, mas fornecer um instrumento analítico capaz de orientar o mapeamento e o diagnóstico de iniciativas criativas em escala territorial. Ao organizar dimensões derivadas da literatura em um protocolo operacional, buscou-se traduzir conceitos amplos em critérios empiricamente observáveis, permitindo identificar padrões, lacunas e potenciais de desenvolvimento da economia criativa em territórios turísticos.

Apesar da existência de manifestações culturais relevantes, rica diversidade cultural e potencial criativo e turístico nos territórios estudados, potencialmente



promissor, o estudo aponta para uma baixa sistematização de dados, falta de mão de obra especializada, ausência de políticas públicas específicas, de investimentos, de um planejamento estruturado, de apoio técnico, de proteção à propriedade intelectual, de estratégias de gestão, fragilidade das estruturas institucionais, a baixa articulação entre atores territoriais, a limitada articulação entre agentes culturais e instituições de ensino, de estratégias territoriais e *branding* voltadas ao fortalecimento da economia criativa, entre outros, o que se traduz em barreiras que dificultam conversão desse recursos culturais capital cultural em negócios criativos.

Alguns municípios apresentam características mais favoráveis (Juiz de Fora, Santos Dumont, Jacutinga, Monte Sião, Lima Duarte, Bias Fortes), mas a situação, em geral, e, sobretudo nos municípios menores, é preocupante, com baixa qualificação, pouco investimento e ausência de iniciativas estruturadas. A heterogeneidade intra-regional é alta: IGRs com centros urbanos maiores exibem alguma vantagem relativa, mas isso não se traduz automaticamente em maturidade em EC. O que nos leva a considerar que a fragilidade da EC é multicausal, i.e. resultado de diversos fatores, incluindo a limitação de recursos, a baixa prioridade dada ao setor, o desconhecimento sobre seu potencial e a falta de articulação regional. Logo, a EC ainda não é uma prioridade de desenvolvimento local nas três IGRs analisadas. Esses resultados reforçam a utilidade do protocolo proposto como instrumento de diagnóstico territorial, capaz de identificar padrões, lacunas e potenciais de desenvolvimento da economia criativa em contextos turísticos regionais.

O estudo aponta algumas medidas cruciais para impulsionar a EC nas regiões:

- Políticas Públicas e Governança: Criação de planos, leis de incentivo, programas de capacitação e registro de ativos culturais, por exemplo, via marketplace regional integrado a rotas temáticas.
- Capacitação e Inovação: Parcerias com instituições de ensino para pesquisa, incubadoras e projetos interdisciplinares, com ações como clínicas de marca, editais temáticos conjuntos (IGR ou prefeituras locais –Universidade–SEBRAE) focados em design de produtos, prototipagem e sua operacionalização;
- Gestão e Branding: Implementação de rotas temáticas e estratégias de marketing territorial e marketing digital como ponte para captura de valor;
- Propriedade Intelectual: Formalização de marcas, indicações geográficas e outras formas de proteção, priorizar PI e P&D como “gargalos-âncora” (quando resolvidos, destravam outros eixos),
- Sustentabilidade e Responsabilidade Social: Integração de práticas ambientais e de inclusão social, que pode se valer de *competição* e acoplamento com outros setores sinérgicos (como o turismo), tendencialmente com baixo impacto em geração de valor agregado.

Como implicações e possibilidades de desdobramentos, teóricos e práticos, vislumbra-se ações que, por exemplo, no âmbito das políticas públicas contribuam para institucionalizar processos de cooperação (e.g. “oficinas de PI & P&D”), por meio de parcerias INPI–SEBRAE–Universidades, eventualmente se valendo de editais de cocriação com metas de P&D aplicado e exigir evidência de mercado (protótipo, piloto). Já no âmbito, da *gestão territorial*, de forma mais ampla, uma proposta seria montar narrativas e marcas territoriais que conectem EC e turismo (rotas artesanais/autorais), apoiar cooperativas e curadorias, e criar monitoramento periódico dos eixos acima elaborados, a fim de incorporar processos de melhoria contínua.



Finalmente, do ponto de vista teórico – i.e. de pesquisa e geração de conhecimento - uma rota promissora seria testar, ampliar e /ou reformular o modelo aqui proposto, a fim de se gerar versões mais completas e aperfeiçoadas, o que pode ser feito por meio de replicações do estudo em outros *loci* como também pela própria retroalimentação e expansão de um banco de dados, ao longo do tempo, via séries temporais. Para além de temas-chave como a progressiva formalização e profissionalização de processos, produtos e empreendimentos criativos (eventualmente chegando a patentes e inovações formais), a exploração de condições de escopo (e.g. densidade urbana, acesso a IES, capital social), que atuam sobre a conversão de capital cultural em valor econômico/simbólico parece ser outro fator crítico a ser mais bem documentado.

REFERÊNCIAS

Bakhshi, H., Freeman, A., & Higgs, P. (2013). *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*. London: Nesta.

DCMS – Department for Culture, Media & Sport (2001). *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.

Fonseca Reis, A. C. (Org.) (2008). *Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.

KEA European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe*. Brussels: European Commission.

Lash, S., & Urry, J. (1993). *Economies of signs and space*. London: Sage.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), p. 1225-1253.

Scott, A. J. (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), 1-17.

Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.

UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook 2018*. Geneva: United Nations.

UNESCO & UNDP (2013). *Creative Economy Report 2013*. Paris: UNESCO.



AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais/FAPEMIG, pelo apoio ao projeto “Institucionalização dos Circuitos Turísticos em Minas Gerais: diagnóstico, análise e propostas de ação para economias de aglomeração e sua governança em serviços turísticos” (APQ-03073-21).

CONTRIBUIÇÃO DOS AUTORES

Contribuição dos autores: Thiago Duarte Pimentel concebeu o estudo, coordenou a pesquisa e participou de todas as etapas, além de atuar na redação e na revisão crítica do manuscrito. Marcela Costa Bifano de Oliveira participou da análise dos dados, da discussão dos resultados e da revisão do texto. Gabriel da Silva Oliveira colaborou na sistematização empírica, na organização do material e na redação preliminar do manuscrito.

Cronologia do Processo Editorial

Editorial Process Chronology

Recebido em: 21/12/2025

Aprovado em: 12/03/2026

Received in: December 21, 2025

Approved in: March 12, 2026