

## Patrimônio Cultural, Gestão e Turismo em Fortificações: O Palácio dos Governadores de Ouro Preto (MG) em Evidência

Alexandre Sette Abrantes Fioravante<sup>1</sup>

Magnus Luiz Emmendoerfer<sup>2</sup>

Lydson Henrique San Miguel Garcia<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo foi direcionado para o estudo do uso público de um espaço fortificado: o antigo Palácio dos Governadores situado em Ouro Preto, Minas Gerais - Brasil, que atualmente é utilizado por diversos grupos. Visando a inter-relação do turismo, patrimônio e economia criativa dentro desse espaço fortificado, buscou-se estudar a gestão do Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas. Este ocupa 40% do espaço da fortificação e é responsável por um número aproximado de 50.000 visitantes por ano, além de apresentar um caráter criativo e inovador em sua gestão. Foram aplicadas entrevistas estruturadas com os gestores, cujos dados propiciaram a compreensão dos processos, dos relacionamentos e dos fatores que envolvem o funcionamento desse museu, bem como suas implicações para o turismo no contexto das fortificações, sinalizando possibilidades de seu desenvolvimento no contexto da economia criativa.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Turístico. Turismo Cultural. Turismo Criativo. Fortificação.

### Introdução

O segmento de turismo cultural vem crescendo e ganhando destaque considerável nos últimos anos, o que se deve principalmente às escolhas dos turistas, que tem estado cada vez mais atraído pelos aspectos que se relacionam à cultura, às artes, costumes e tradições que envolvem a história e o passado de lugares e pessoas. Para Barretto (2002), o turismo cultural é caracterizado pelo principal motivo de o atrativo ser de algum aspecto da cultura humana, seja ele, história, artesanato, costume ou arquitetura.

No cenário brasileiro o turismo cultural encontra potencial considerável para crescimento, principalmente em virtude da sua vasta diversidade cultural-histórica, que pode ser ilustrada

---

<sup>1</sup> Graduação em Economia. Mestrando em Administração Pública pela Universidade Federal de Viçosa (UFV) – MG. alexandresettefioravante@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutor em Ciências Humanas. Professor e Líder do Grupo de Pesquisa/CNPq sobre Gestão e Desenvolvimento de Territórios Criativos no Departamento de Administração da Universidade Federal de Viçosa (UFV). magnus@ufv.br

<sup>3</sup> Graduando em Administração pela Universidade Federal de Viçosa (UFV) – MG. lydsonhenrique@ufv.br

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

segundo Morales (2004), através de manifestações, tradições, arquitetura, monumentos e tantos outros atrativos histórico-culturais. Para referida autora, por mais que o homem procure diferentes razões para realizar suas viagens, sejam com o objetivo de descanso, diversão, aprendizado, todos esses motivos encadeiam-se em contato cultural, intercâmbio de experiências e outras realidades.

Corroborando estas ideias, os autores Lage e Milone (2000), argumentam que o turismo cultural tem ganhado destaque devido ao crescente interesse dos turistas em conhecer culturas diferentes, com seus costumes, hábitos e atrativos. Neste processo, o interesse turístico tem feito com que muitos locais, monumentos, casarões, enfim acervos histórico-patrimoniais inteiros sejam revitalizados, restaurados e preservados, o que colabora para manter “viva” a história destes lugares.

O crescente interesse pelos atrativos culturais além de contribuir para o desenvolvimento da atividade turística em si, é importante para a valorização da cultura local, uma vez que, por meio das viagens, o turista doméstico tem a oportunidade de conhecer e aprender mais sobre a dimensão do patrimônio existente em seu país. No Brasil, o estado de Minas Gerais se destaca com forte tendência para o turismo cultural, Minas Gerais tem como maior atrativo turístico a região das cidades históricas mineiras. Foi na primeira metade do século XX, através do movimento modernista que as cidades históricas passaram a chamar a atenção pela atratividade cultural no país.

O turismo cultural em Minas Gerais passa a ser incrementado em contraponto com a já conhecida vocação turística do país para o turismo litorâneo; o turismo de cidades históricas tem recebido cada vez mais turistas nacionais e estrangeiros. Nas décadas de 90 a tendência brasileira é a de valorização da vida no interior despertando para uma melhor qualidade de vida, com a valorização do patrimônio humano e sua diversidade cultural. Isto coloca o patrimônio cultural das diversas cidades mineiras, preservadas em parte pela própria decadência econômica, como matéria prima privilegiada para a estruturação do turismo.

Neste contexto do turismo cultural pode-se destacar o turismo de fortificações. A recorrência de fortificações numa localidade ou região constitui a comprovação de que aquela área, no momento histórico em que tais edificações foram construídas, possuía importância e componentes que atraíam a atenção de outros povos. No caso do Brasil, os produtos mais cobiçados pelos invasores eram o pau-brasil e a cana-de-açúcar, além é claro do ouro. O Brasil possui uma grande quantidade de fortificações “... alevantadas desde o século XVI ao século XVIII, primeiro de madeira e terra socada, depois de alvenaria e tijolo de pedra, cada uma com sua história, seu papel e seu destino no passado” (Barretto, 1956, p.14).

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

O estado de Minas Gerais possui três registros de construções nos moldes de fortificações que tem funcionado como atrativos turísticos, sendo elas o Fortim dos Bandeirantes, na atual cidade de Entre Rios de Minas, o Entrechiramento de Santa Luzia, na região de Santa Luzia e o Palácio dos Governadores na cidade de Ouro Preto. Destas, a fortificação que abrigou o antigo Palácio dos Governadores é a que se encontra em melhor estado de conservação no estado, mostrando-se potencialmente contributiva para o turismo cultural da cidade a que pertence.

A cidade de Ouro Preto recebeu o título de patrimônio cultural da humanidade em 1980 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) em virtude de ser um ponto central na busca pelo ouro no século XVIII. A cidade que também recebeu a classificação de destino indutor nacional do turismo pelo Ministério do Turismo (Mtur) abriga o antigo Palácio dos Governadores de Minas Gerais.

Nesta cidade, em seu centro histórico em frente à Praça Tiradentes, se encontra uma fortificação, onde foi o antigo Palácio dos Governadores. A estrutura fortificada foi construída com esse formato porque lá costumava ser a residência e o espaço laboral para atividades de administração pública, principalmente anteriores à proclamação da República no Brasil. Viveram nesta fortificação, governadores da Capitania de Minas Gerais no período do Brasil Colonial no século XVIII, presidentes da Província no período do Império no século XIX e governadores do Estado no início do Brasil República até o início do século XX.

Desde 1950, a edificação se tornou sede do Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas da Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP, sendo um ponto marcante na cidade, a fortificação contribui para promover o turismo cultural na cidade.

Fundado por Claude Henri Gorceix, o museu sediado no antigo forte, reúne atualmente mais de 30 mil peças de várias áreas do conhecimento científico e tecnológico, sendo hoje o museu mais antigo do estado de Minas Gerais. A edificação construída para ser um forte possui arquitetura singular que acompanha os moldes dos modelos de construção dos portugueses, erguido entre 1741 e 1748 e desenhado pelo engenheiro José Fernandes Pinto Alpoim, quando ainda a cidade de Ouro Preto era chamada de Vila Rica, cujo nome perdurou até 1823.

Nesse contexto surgem alguns questionamentos: O antigo palácio dos governadores, espaço fortificado na cidade de Ouro Preto, é um atrativo turístico? As pessoas que vivem e visitam esta cidade sabem da existência e da história desse espaço fortificado? De que forma é gerenciado esse espaço fortificado? Como a coordenação do Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas organiza e articula o turismo neste espaço fortificado? Quem é o turista que frequenta este espaço fortificado? Enfim, há um turismo de fortificações ou em fortificações em Ouro Preto?

Diante dessas provocações, o objetivo norteador deste trabalho analisar o processo de gestão em espaços fortificado usados com fins públicos e inseridos no contexto do turismo

# X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

cultural na cidade de Ouro Preto, Minas Gerais, Brasil. Para esta análise o local de estudo foi o Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas, organização situada antiga fortificação que abrigava a sede do Governo de Minas Gerais.

Assim, estudar o Turismo em Fortificações como o caso do Palácio dos Governadores em Ouro Preto, permite reconhecer esses espaços como não só documentos históricos, mas também como obras de arte, devido à fortificação pertencer a uma família arquitetônica extinta, datando em 1914 a última construção do gênero no Brasil (Almeida, 2006).

Para tanto, o trabalho foi organizado da seguinte forma para alcançar o seu objetivo geral. Primeiramente, foi abordada a teorização sobre Patrimônio Cultural, Fortificação, Gestão e Turismo. Em seguida, foram apresentados os procedimentos metodológicos empregados no processo desta pesquisa. Na seção de apresentação e discussão dos dados, o palácio dos governadores foi tratado como um espaço de turismo no contexto das fortificações, apresentando as potencialidades e os fatores críticos para sua gestão enquanto atrativo turístico.

## **Turismo, Patrimônio Cultural e Fortificações**

O turismo é um fenômeno econômico e sociocultural reconhecido como atividade geradora de renda, mas também como de interação entre comunidades. É uma atividade que tem nos atrativos turísticos os principais fatores de motivação de demanda para uma localidade (Costa, Soares e Emmendoerfer, 2011). Tais atrativos podem ter caráter natural, cultural, de negócios, entre outros. Moesch (2002) aborda o turismo como sendo uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, onde integram-se práticas de cunho social com base cultural e histórica, a um ambiente simultaneamente natural, social e cultural.

O patrimônio histórico-cultural é um termo genérico, que abrange todos os atrativos de uma comunidade, estando eles sobre aproveitamento turístico ou não. Os limites desse termo são variáveis e podem abranger tanto bens materiais quanto imateriais. O Patrimônio Cultural Brasileiro engloba, conforme o Art. 26 da Constituição Federal de 1988: “os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”. Beni (2001) aborda esta questão histórico-cultural sobre o lado material e imaterial, apontando que os atrativos de cunho histórico-cultural podem ser classificados como “[...] as manifestações sustentadas por elementos materiais que se apresentam sob a forma de bens imóveis ou móveis [...]”.

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Dentro desse conceito são incluídos vários tópicos, a ressaltar: “as formas de expressão”; “os modos de criar, fazer e viver”, “as criações científicas, artísticas e tecnológicas”; “as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais”; “os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico”.

A padronização de produtos e serviços, que tem tornado cada vez mais difícil a atribuição de originalidade de um local ou indivíduo afeta também o setor do turismo e neste sentido é essencial inovar para ser atrativo, competitivo e sustentável. Diante disto a exploração do turismo baseado no patrimônio cultural pode representar um diferencial para localidades. Os atrativos culturais também são passíveis de inovação e criatividade.

As atrações culturais de um país devem ser apresentadas de forma inteligente e criativa[...]. Há uma grande necessidade de estímulo à diversidade cultural. Estilos arquitetônicos e técnicas de construção características e as manifestações artísticas podem ser usadas para criar uma expressão de originalidade em todas as partes do mundo (Goldner, Ritchie e McIntosh, 2003, p.192).

A ligação entre o turismo e a economia criativa se faz na necessidade de estímulo à diversidade cultural. Exortar a criatividade, cultura e o patrimônio para promover o diferencial de cidades, estados e regiões inteiras são esforços destes dois campos que passam nos tempos atuais a caminhar juntos (Marques da Cruz, 2010). A UNCTAD (2010) divide a Economia Criativa em quatro categorias amplas: artes, mídia, criações funcionais e o patrimônio cultural. Sendo este último dividido em: Expressões Culturais Tradicionais (artesanato, festivais e comemorações) e Locais Culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições etc.).

Nesse contexto, o “Patrimônio Cultural é identificado como a origem de todas as formas de arte e é a alma das indústrias criativas e culturais” (UNCTAD, 2010, p.8, tradução nossa). A economia criativa fornece uma visão diferenciada do patrimônio, realçando suas características criativas e dos envolvidos com ela, de maneira que traz a tona o valor intangível e cultural que o patrimônio representa em um contexto econômico (Reis, 2008).

Por outro lado há, não somente uma valorização dos hábitos, tradições e costumes locais pelos turistas como também uma manutenção destes pelos residentes.

O Patrimônio Cultural Brasileiro engloba, conforme a Constituição Federal de 1988, “os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira”. Dentro desse conceito são incluídos vários tópicos, a ressaltar: “as formas de expressão”; “os modos de criar, fazer e viver”, “as criações científicas, artísticas e tecnológicas”; “as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações

# X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

artístico-culturais”; “os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico” (Art. 216).

A UNCTAD (2010) divide a Economia Criativa em quatro categorias amplas: artes, mídia, criações funcionais e o patrimônio cultural. Sendo este último dividido em: Expressões Culturais Tradicionais (artesanato, festivais e comemorações) e Locais Culturais (sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições etc.).

A importância deste tema é tamanha, que o Ministério da Cultura do Brasil (MinC), com base nesta proposta da UNCTAD, publicou em 2011 o Plano da Secretaria da Economia Criativa, onde são estabelecidas as diretrizes políticas e ações a serem seguidas entre 2011 e 2014 no setor da Economia Criativa, por meio de negócios culturais nos seguintes campos, apresentados na Figura 1:



**Figura 1 – Campos e segmentos de negócios da economia criativa**

Fonte: Brasil (2011, p.30).

# X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

A Figura 1 demonstra os campos e os segmentos ou ramos de negócios do setor chamado economia criativa, no Brasil. Observa-se que esses campos são mais congregam mais atividades do que aquelas inicialmente idealizadas pela UNCTAD em 2010. Esses negócios estão inseridos neste setor porque em suas práticas, os indivíduos em suas ocupações possuem a criatividade como base do processo produtivo de seus serviços que são imbricados de dimensão simbólica, cujo valor é agregado pelos consumidores, ao contrário de outras formas de negócios no mercado que embutem em seus produtos, elementos chave como preferências, estilos de vida, status, padrões de consumo, e outras (Martins e Emmendoerfer, 2012).

Desta forma, os negócios da economia criativa não são valorizados pela sua utilidade prática, por sua materialidade, como os bens produzidos pelas indústrias e organizações tradicionais, mas sim pela interpretação subjetiva de um significado por parte do consumidor (Lawrence & Phillips, 2009). Diante disso, parte-se da premissa neste trabalho de que as fortificações, enquanto patrimônios culturais, articulados com museus, podem ser espaços alinhados a economia criativa, onde o turismo pode ser um atividade integradora e potencializadora desta nova perspectiva pautada na cultura e na criatividade.

## Fortificações como espaço para o turismo e a gestão de museus

Há centenas de anos, as fortificações tem sido um tipo de construção robusta, de arquitetura predominantemente militar, que tem sido erguida com a finalidade de defesa e de proteção de territórios. As fortificações podem ser consideradas evoluções arquitetônicas dos antigos castelos medievais.

Segundo Nunes (2005), dependendo da função e das estruturas de engenharia, equipamentos, tropas e armamentos que disponha na fortificação, esta poderia ser classificada de modo decrescente como: fortaleza, fortes, fortins, redutos, redentes, presídios, trincheiras, portões, feitorias, baterias, estacada, entrincheiramento, vigias ou hornaveques. Neste sentido, a fortificação pode ser tratada como um termo genérico para indicar uma obra de interesse militar.

As estruturas de fortificação, conforme Nunes (2005) podem ser divididas em duas categorias: a) **De campo** - normalmente de rápida construção, são erguidas no contexto de um combate ou de uma guerra, por tropas no campo, com o emprego de materiais locais, que não exigem muita preparação, com o trabalho de civis. Este tipo de estrutura era frequente em períodos de guerras civis no Brasil nos séculos XVIII a XX; b) **Permanentes** - erguidas com todos os recursos que o Estado pode prover em termos de habilidade construtiva e mecânica, empregando materiais duradouros. No Brasil, ergueram-se mais de 350 fortificações desta categoria estrutural (Fortaleza, 2012).

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Uma boa parte dessas construções transformou-se em monumentos históricos e a maioria está sob administração do Exército Brasileiro, servindo não mais como instrumentos de defesa militar, mas sim, como atrações turísticas para visitantes de diferentes localidades.

Atualmente os espaços fortificados ou fortificações são locais que abarcam em sua infraestrutura diferentes empreendimentos, dentre eles alguns relacionados a área do patrimônio cultural como os museus.

Segundo o Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), os museus representam um grande incentivador da cultura, pois trabalham permanentemente com o patrimônio cultural no seu estudo, conservação e valorização e abrem possibilidades de expressão de identidade, percepção crítica da realidade, oportunidades de lazer e produção de conhecimentos. O IBRAM define que:

Os museus são casas que guardam e apresentam sonhos, sentimentos, pensamentos e intuições que ganham corpo através de imagens, cores, sons e formas. Os museus são pontes, portas e janelas que ligam e desligam mundos, tempos, culturas e pessoas diferentes (Brasil, 2011).

É nesse contexto que a importância dos museus se faz na preservação e continuação da cultura. De acordo com o IBRAM há 3025 museus registrados no Brasil e, no terceiro lugar como o Estado com maior número de museus, está Minas Gerais com 319 museus registrados (Brasil, 2011). No município de Ouro Preto situa-se o primeiro museu do Brasil, que segundo o Brasil (2011) foi “criado no final do século XIX, o Museu de Mineralogia, hoje chamado de Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas/Universidade Federal de Ouro Preto teve sua origem com a fundação da própria Escola de Minas, em 1876”.

## **O turismo histórico-cultural e de museus**

Cada vez mais os turistas estão sendo seletivos em suas viagens e direcionando os seus planejamentos para tipo específico de turismo (Brasil, 2010). O Brasil vem se destacando ao longo do tempo no turismo cultural, graças a variedade que possui nessa área.

De acordo com Mathieson e Wall apud Marquez da Cruz (2010, p.22) o turismo é definido como "o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, assim como as atividades desenvolvidas durante essa permanência e as facilidades criadas para satisfazer as necessidades dos turistas".

Segundo o Ministério do Turismo (Brasil, 2010), a cultura engloba “todas as formas de expressão do homem: o sentir, o agir, o pensar, o fazer, bem como as relações entre os seres

# X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

humanos e destes com o meio ambiente”. Isso nos leva ao conceito de turismo cultural, que engloba as atividades turísticas relacionadas ao patrimônio histórico e cultural. Dentro desse contexto, o patrimônio cultural brasileiro é valorizado, tanto do lado material como imaterial, e ganha cada vez mais espaço no mercado.

Segundo a pesquisa do Ministério do Turismo sobre “Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil – 2007” (Brasil, 2007): a) Quando se houve falar em turismo, a cultura fica em terceiro lugar como associação a palavra; b) 6,7% das pessoas entrevistadas realizam atividades culturais enquanto fazem turismo; c) As cidades históricas representam 12% dos roteiros preferidos pelos clientes.

Sendo Ouro Preto uma cidade histórica, desenvolve negócios que poderiam não existir se não fosse pelo número de visitantes contínuo que o turismo trás para o município, como: os museus, o artesanato, design de jóias, as artes cênicas.

Por meio das cidades históricas, com o seu conjunto arquitetônico e urbanístico inestimável, pode-se fomentar práticas que promovam o crescimento da economia, como o incentivo ao artesanato local, a gastronomia tradicional e as manifestações culturais autênticas de maneira que esses itens juntos forneçam uma experiência completa e transmitam a sensação de “volta ao passado” para os turistas que visitam as cidades históricas.

## **Procedimentos metodológicos**

Realizou-se uma pesquisa exploratória-descritiva de caráter qualitativo, cujo objeto de estudo compreendeu o Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas da cidade de Ouro Preto - MG, uma vez que representava a parte mais significativa do do espaço fortificado Palácio dos Governadores, que foi construído seguindo uma estrutura de casa-forte. As demais partes do palácio eram responsabilidade de diversas organizações e não representava um poder de decisão suficiente para interferir na gestão desse espaço.

A amostra foi não probabilística por não se basear em procedimentos estatísticos e por tipicidade, já que é constituída pela seleção de elementos representativos da população-alvo. Para o estudo, foram coletados dados primários e secundários. Os dados primários foram coletados por meio de observações e entrevistas registradas em áudio, que seguiram um roteiro semiestruturado, com os gestores e coordenadores do Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas, em setembro de 2012. Os dados secundários foram obtidos por meio de pesquisa documental, através do acesso a leis e documentos sobre o museu e a fortificação em estudo, e de

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

pesquisa bibliográfica em publicações periódicas, teses e dissertações relacionadas ao tema da pesquisa.

Para os fins desta pesquisa, utilizou-se o método de Análise de Conteúdo que, é uma técnica com procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens (Bardin, 2011). Isso permite a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das categorias em análise, presentes ou ausentes nas mensagens dos participantes da pesquisa. Assim, utilizou-se uma grade de análise mista na qual se seguiram as categorias: turismo, economia criativa, patrimônio cultural, gestão, museu e fortificação. Por outro lado, admitiu-se a inclusão de categorias surgidas durante o processo de análise. Isso porque a pesquisa apresenta características exploratórias e descritivas, mas não foram adicionados novos itens.

## **O Palácio dos Governadores como um espaço de turismo no contexto das fortificações**

Como planta do engenheiro José Fernandes Pinto Alpoim e obras de Manoel Francisco Lisboa, pai do Mestre Antônio Francisco Lisboa, “O Aleijadinho”, o antigo Palácio dos Governadores, hoje prédio da Escola de Minas, foi construído entre 1741 e 1748, nos moldes arquitetônicos dos fortins do Alentejo, Portugal. As paredes foram erguidas com pedra e argamassa de cal. Nas escadarias, peitoris das janelas, ombreiras e cunhas foi utilizado o quartzito róseo da região. O pórtico de entrada foi arrematado pelo “mestre – canteiro”, Caetano da Silva Ruivo, que o construiu em mármore, estilo toscano.



**Figura 2– Vista lateral do Palácio dos Governadores**

Fonte: Arquivos da pesquisa (2011).

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul



**Figura 3 – Vista de uma guarita do Palácio dos Governadores**

Fonte: Soriano (2011).

É possível observar nas Figuras 2 e 3, que a estrutura fortificada Palácio dos Governadores apresenta elementos e função de fortificação (Casa-forte), conforme as notas orientadoras ao arrematante da obra, preparadas por Alpoim. Os traços de fortificação são marcantes, as paredes são grossas, com pé direito alto, a presença de balaústres e guaritas que cercavam a edificação.

O imperador Dom Pedro II, preocupado com o desenvolvimento do país, criou em Ouro Preto a Escola de Minas. Fundada em 12 de Outubro de 1876, pelo professor francês Claude Henri Gorceix, ela foi à pioneira nas áreas de Geologia, Mineração e Metalurgia no Brasil. Seus primeiros alunos formados foram os precursores na implantação do parque minero-metalúrgico brasileiro. A Escola de Minas da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) funciona no prédio do antigo Palácio dos Governadores, sede do Museu de Ciência e Técnica, e em outros prédios localizados no Campus Morro do Cruzeiro.

O museu que hoje funciona em um espaço fortificado, no caso, o antigo Palácio dos Governadores possui acervo de mais de 30 mil peças, expostas em setores temáticos, que abrangem várias áreas do conhecimento científico e tecnológico. Além disso, é utilizado nas aulas práticas dos cursos de Engenharia, Ciências Biológicas e Museologia. Ainda, contribui decisivamente em ações educativas direcionadas para a formação de milhares de turistas, estudantes e pesquisadores.

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

## **Gestão e Organização do Palácio dos Governadores**

Segundo os gestores entrevistados, o museu ocupa em torno de 40% do antigo Palácio dos Governadores, os outros 60% são ocupados por cursos de pós-graduação Rede Smart, a revista e algumas aulas da Escola de Minas, aulas práticas de artes cênicas, rádio educativa de UFOP e Sociedade de Espeleologia.

O prédio como um todo é administrado pelo diretor da Escola de Minas (responsável por distribuir os espaços, não só para o museu, como para os outros grupos). Abaixo dele, o gerenciamento do Museu especificamente é realizado por um corpo de doutores, professores da UFOP. Existe também na hierarquia um conselho administrativo-acadêmico formado por nove pessoas que representam os interesses dos diferentes grupos do museu (funcionários, alunos e professores). Por outra perspectiva, a UFOP contrata funcionários terceirizados para realizar as atividades operacionais (abrir as salas, limpeza etc.) além de conceder bolsas para que os alunos realizem pesquisas e serviços (ex: visita guiada).

A manutenção do museu de forma geral é feita pela Escola de Minas, porém das salas (rede elétrica, pintura etc.) é responsabilidade da gerência do museu e para levantar fundos recorrem à elaboração de projetos, que são financiados por entidades de fomento. Por outro lado, quando se tratam de reformas e restauração, as empresas de mineração são os principais incentivadores. Na manutenção básica (material de limpeza, lâmpadas) a Universidade é responsável.

A média de visitas é de 50.000 por ano. O curso de Museologia oferecido pela UFOP faz com que parte dos frequentadores do museu seja composta por estudantes que participam de pesquisa, ensino e extensão no estabelecimento. A grande maioria das visitas é de escolas, compondo assim o público do museu como uma quantia considerável de menores de 18 anos.

No nível da Economia Criativa, é possível encontrar oficinas lúdicas e educativas direcionadas para as escolas públicas de Ouro Preto, que são convidadas pelo museu e em seguida elas se inscrevem e participam de atividades como: oficinas de pigmentos com minerais, malacologia, paleontologia, crescimento de cristais e astronomia. Desse modo, a instituição atrai as pessoas de maneira ativa e transmite o conhecimento gerado dentro do museu.

Essas atividades ocorrem na Semana de Museus (maio), Primavera de Museus (setembro), na Semana de Tecnologia (outubro) e em julho, no Festival de Inverno, na Semana do Jovem Cientista. Este último é aberto ao público e possui como alvo um segmento mais heterogêneo de pessoas no sentido de participação de pais, jovens e crianças. A arrecadação das oficinas e minicursos oferecidos nesses eventos vão para os monitores e não para o museu. Salas de exposições temporárias são disponibilizadas inclusive para instituições fora de Ouro Preto, como o



X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Museu de Astronomia do Rio de Janeiro. Também há apresentações de bandas e corais e recentemente o museu abriu um espaço para que uma aluna das artes cênicas que atua como contadora de histórias e vem caracterizada como um dos personagens se apresente as crianças.

### **Fatores críticos na gestão e na organização do Palácio dos Governadores**

Alguns anos atrás, o museu controlava a arrecadação da loja e da bilheteria. Nessa época, na concepção dos gestores do museu entrevistados, os funcionários eram mais motivados e participativos, pois se faziam ações em prol do bem estar dos colaboradores. A gerência do museu está a seis meses procurando cursos de espanhol pela Universidade e pela Fundação Gorceix para fornecer aos seus colaboradores e acredita que se tivessem recursos, poderia obter esses benefícios para eles de maneira mais rápida e eficiente.

Quando são feitos pedidos as empresas, são elas que adquirem os produtos e o dinheiro não passa realmente pelo museu. O museu possui uma loja e uma bilheteria, porém os recursos arrecadados por estas são depositados em uma conta única da Universidade. O único modo que o museu possui de recorrer a isso é por meio de pedidos de materiais de consumo (papel, lâmpada, cera, mobiliário etc.). Sendo assim, não possui acesso direto a esses recursos.

O poder público criou em 2004 o Sistema de Museus de Ouro Preto, que em 2006 foi institucionalizado e é responsável por representar os museus da cidade e melhorar o relacionamento entre eles para que possam ter ações unificadas e com maior impacto. Este sistema recebe recursos públicos, porém o Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas não os recebe. O apoio público é somente para algumas coisas, como poucas impressões de *folders* e pedidos de *coffee break*, se forem solicitados.

### **Discussão e Resultados**

Identificamos que o Palácio dos Governadores não recebe visitantes por ser uma fortificação, pois é um fato pouco conhecido pelos visitantes e pelos próprios colaboradores do museu. Por outro lado, os gestores disseram ter interesses futuros em utilizar essa informação para atrair novos clientes.

Pela história e pelos personagens importantes que eram próximos ao forte, foi possível ter uma obra arquitetônica tão incomum em Minas Gerais. Este contraste, fez com que o turismo do

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

palácio fosse realizado por outros motivos que não o fato de ser uma fortificação ou associado a sua história, que é mais comum no litoral brasileiro e é direcionado a um público muito específico.

Graças às atividades lúdicas e educativas oferecidas mantêm-se um fluxo contínuo de visitante no Museu instaladas nesse espaço fortificado. Neste ponto encontrou-se o maior vestígio de economia criativa, pois o visitante, seja ele turista ou não, recebe a informação de uma forma muito criativa e diferenciada, por estar cercado por um ambiente que fez parte da história e receber informações sobre temas correlatos ao local, valorizando e reforçando a identidade do município e perpetuando o conhecimento. Essas atividades fornecem, principalmente ao turista, uma experiência magnífica, pois ele tem a oportunidade de, não apenas conhecer, como também de interagir na prática com o seu objeto de visitação.

A maior parte dos visitantes provém de escolas da região que são convidadas ao museu, assim o turista que mais frequenta este espaço fortificado são os habitantes da cidade de Ouro Preto. Esse fato foi revelador, pois se pensava que a maioria dos visites seria composta por turistas de fora d cidade, já que o município é patrimônio cultural da humanidade e recebe milhares deles ao ano. O museu também está na Praça Tiradentes, que é um ponto comum de parada e um dos mais frequentados por este público. Os gestores argumentaram que o nome “Ciência” fazia com que as pessoas se desinteressassem em conhecer o museu.

Além disso, eles possuem outro concorrente direto em frente: o Museu da Inconfidência (MI), onde se situava a antiga cadeia. O Palácio dos Governadores tem uma estrutura menos receptiva e atraente do que o MI, conforme Figuras 4 e 5.



**Figura 4– Vista frontal do Palácio dos Governadores**  
Fonte: Arquivos da pesquisa (2012).

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul



**Figura 5 – Vista frontal do Museu da Inconfidência**

Fonte: Arquivos da pesquisa (2012).

Por outro lado, os gestores ressaltaram que os visitantes turistas têm um nível cultural mais alto, principalmente pela escolaridade superior. Além disso, não se deve desconsiderar os visitantes das escolas. Eles são menores de 18 anos e são atraídos ao museu pelas estratégias que este segue com a realização de visitas organizadas junto com suas escolas e no fornecimento de atividades de lazer e aprendizado.

Um dos fatores críticos encontrados na gestão do museu foi o desejo dos dirigentes de gerenciar recursos financeiros, pois isso abriria a possibilidade de fazer confraternizações com os funcionários, passeios em grupo e treinamentos de forma que o convívio e relacionamento com eles fosse mais interativo e motivador, além de agregar valor a própria instituição com a capacitação de seus profissionais no atendimento. Esta é uma ação que repercutiria positivamente em melhorias no relacionamento com os clientes, pois o público do museu é muito diversificado e os colaboradores devem estar preparados para lidar com várias culturas e idiomas.

Isso não acontece porque as instituições que prestam suporte financeiro ao museu absorvem e centralizam uma parte substancial do poder de decisão que deveria encontrar-se nas mãos dos gestores, acarretando em uma rigidez operacional muito alta. Adjunto a isso está o art. 216 da Constituição Federal que valoriza o patrimônio cultural de tal forma que se propõe a defendê-lo e protegê-lo de danos e ameaças, mas por causa disso o poder dos gestores responsáveis pelo patrimônio, não somente do Museu de Ciência e Técnica, se vê limitado pela lei.

# X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Observou-se que este excesso de burocratização do processo aparenta ser um mal necessário para manter a integridade da estrutura, pois se o gestor tomasse as decisões sozinho poderia causar danos irreparáveis nesse legado histórico-cultural.

## Considerações finais

Este trabalho contribui com a análise de um espaço público fortificado chamado antigo Palácio dos Governadores em Ouro Preto como potencial lócus para o desenvolvimento do turismo cultural desta cidade. Todavia, mesmo que este espaço tenha sido pensado para ser uma fortificação, na época não foi utilizado com tal fim, pois a Escola de Minas, em um tempo muito recente, se inseriu dentro de sua realidade e passou a promover o conhecimento e desenvolver atividades criativas capazes de mobilizar a população local a interagir com maior frequência na realidade do museu.

A gestão tem se mostrado criativa ao lidar com as limitações que convive e em articular uma boa relação com as diferentes organizações que investem em seu funcionamento. Além disso, consegue se posicionar com maior firmeza no relacionamento com a população do que com os turistas que visitam Ouro Preto e tem reforçado essa imagem com atividades recreativas e lúdicas para os estudantes.

É possível estender os assuntos desta pesquisa no que diz respeito a sua relação com as políticas públicas do município, do patrimônio cultural e os incentivos que as empresas recebem para se associar a um museu. A constituição limita o poder dos dirigentes e podem ser encontradas alternativas menos burocráticas.

Não se deve desconsiderar a porcentagem de turistas que visitam o forte. Não são a maioria, mas eles podem representar um grupo significativo no seu segmento. Também, pode ser feita uma extensão do funcionamento da fortificação conhecendo melhor os outros 60% do espaço que é ocupado por outras instituições e grupos.

Assim, observou-se no caso de Ouro Preto que há um espaço fortificado desconhecido pela maioria dos interessados com a atividade turística nesta cidade. Neste espaço fortificado, apesar do Museu contemplar relíquias e objetos históricos, não há manifestações ou evidências de preservação e difusão da memória histórica deste espaço enquanto fortificação para o desenvolvimento do território chamado de Ouro Preto. Além disso, o turismo nesta fortificação é motivada principalmente pelo Museu que ali se encontra sob atual coordenação da UFOP.

Apesar disso, somado a limitada produção acadêmica sobre turismo em fortificações, bem como a ausência de experiências exemplares de adaptação de fortificações no Brasil ao uso

# X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

cultural e turístico, concordamos com Almeida (2006) que é possível planejar ações e buscar recursos junto a órgãos públicos e privados para adaptar a fortificação Palácio dos Governadores a usos de interesse turístico, levantando aspectos como: motivos históricos que determinaram sua existência, as dificuldades enfrentadas para sua construção, a convivência de seus primeiros moradores com a população local ou nativa, o cotidiano dos militares que ali viviam, a relação dos habitantes das fortificações e os habitantes das comunidades do entorno. Esses seriam alguns aspectos para iniciar um plano de ação para o desenvolvimento de turismo no contexto das fortificações em cidades não litorâneas como Ouro Preto, onde a criatividade e o resgate dos aspectos culturais e patrimoniais seriam o ponto de partida no contexto da economia criativa.

## Referências bibliográficas

- Almeida, L. F. (2012). O valor cultural da arquitetura militar e sua preservação. *Revista Da CULTURA*, ano VI, 11, 20-23. Disponível em <[http://www.funceb.org.br/images/revista/8\\_3r1u.pdf](http://www.funceb.org.br/images/revista/8_3r1u.pdf)>. Acesso em: 12 de Março de 2013.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. (5.ed). São Paulo: Edições 70.
- Barretto, M. (2002). *Turismo e legado cultural: as possibilidades do planejamento*. (3°ed). Campinas: Papirus.
- Barretto, A. (1958). *Fortificações do Brasil: resumo histórico*. Rio de Janeiro: Editora Biblioteca do Exército.
- Beni, M.C. (2001). *Análise Estrutural do Turismo*. (5°ed). São Paulo: Editora SENAC.
- Brasil. (1998). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)>. Acesso em: 12 de Abril de 2013.
- Brasil, Instituto Brasileiro de Museus. (2011). *Museus em Números*. Brasília: IBRAM. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/>>. Acesso em: 7 de outubro, 2012.
- Brasil, Ministério do Turismo. (2007) Caracterização e Dimensionamento do Turismo Doméstico no Brasil. Relatório Final. Brasília: Ministério do Turismo. Disponível em <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 7 de Março, 2013.
- BRASIL (2011a). *Plano da secretaria da economia criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014*. Ministério da Cultura. Brasília, Online. Disponível em <<http://www.cultura.gov.br>>. Acesso em fevereiro de 2012.
- Brasil, Ministério do Turismo (2011b). *Turismo Cultural: Orientações Básicas*. 3.ed. Brasília: Ministério do Turism. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 6 de Janeiro, 2013.
- Costa, C. C. de M., Soares, É. B. S. & Emmendoerfer, M. L. (2011). Análise da relação entre desejos turísticos e condições socioeconômicas de destinos no Brasil. *Administração Pública e Gestão Social*, 3 (3), 344-185.

# X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
15 a 18 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Disponível em: <<http://www.apgs.ufv.br/index.php/apgs/article/view/67>>. Acesso em: 12 de novembro, 2012.

Fortaleza (2012). Palácio dos Governadores. Disponível em: <[http://fortalezas.org/index.php?ct=fortaleza&id\\_fortaleza=155](http://fortalezas.org/index.php?ct=fortaleza&id_fortaleza=155)>. Acesso em: 7 de Abril, 2013.

Goldner, C.R., Ritchie, J.R. & McIntosh, R. (2003). *Turismo: princípios, práticas e filosofias*. 8.ed. Porto Alegre: Bookman.

Lage, B.H.G. e Milone ,P.C. (coord.) (2000). *Fundamentos econômicos do turismo*. In Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas.

Lawrence, T. B. & Phillips, N. (2009). Compreendendo as indústrias culturais. In: Wood Jr., T., Bendassolli, P. F., Kirschbaum, C. e Cunha, M. P. (orgs.). *Indústrias criativas no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2009.

Martins, B. C. L.; Emmendoerfer, M. L. (2012) Tecnologia Social para Compreensão da Realidade de Organizações Circenses: Aspectos de Estruturação e de Formação de Competências em Evidência. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Gestão Social, 6, São Paulo: PUCSP/FEI São Paulo, *Anais... ENAPEGS*, Disponível em <<http://www.rgs.wiki.br>>. Acesso em: 28 de agosto de 2012.

Moesch, M. (2002). *A produção do saber turístico*. São Paulo, SP: Contexto.

Morales, A. G. *Atrativos histórico-culturais e demanda por turismo doméstico no Brasil*. (2004). Dissertação de Mestrado - Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilheus, Bahia.

IPHAN. (2008). (n.d). *Salvaguarda do patrimônio* - Ouro Preto-MG. Brasília, DF: IPHAN.

Nunes, A. L. P. (2005). *Dicionário de arquitetura militar*. Casal de Cambra: Caleidoscópio.

Nunes, G. A. et al. (2010). As coleções do Museu de Ciência e Técnica da Escola de Minas/UFOP. In: Granato, M. & Lourenço, M. C. (Orgs.). *Coleções científicas luso-brasileiras: patrimônio a ser descoberto*. (69-80). Rio de Janeiro: MAST.

Marques da Cruz, A. R. P. (2010). *Turismo e criatividade no Algarve: uma análise da oferta turística regional como elemento de atração da classe criativa*. Faro, Universidade do Algarve: Economia.

Reis, A. C. (Org.) (2008). *Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo: Itaú Cultural.

Soriano, R. (2012). *OURO PRETO - Vista da Escola de Minas - Praça Tiradentes*. Disponível em: <<https://ssl.panoramio.com/photo/45803208>>. Acesso em: 6 de novembro de 2012.

UNCTAD. United Nations Conference on Trade and Commerce. *The Creative Economy Report 2010*. Genebra, 2010. Disponível em: <<http://www.unctad.org/creative-economy>>. Acesso em: 16 de abril de 2013.

UNESCO. United Nations Educations, Scientific and Cultural Organizations. *Historic Town of Ouro Preto*. Disponível em: <<http://whc.unesco.org/en/list/124>>. Acesso em: 10 de Março, 2013.