



SOBRE O CAIS DAS ARTES

Vitória, 23 de Março de 2022.

Ultimamente muito se tem discutido sobre o futuro da obra do Cais das Artes, um complexo cultural iniciado em 2008 e paralisado desde 2015, localizado em Vitória, no Espírito Santo. A mídia capixaba percebeu a importância do tema e tem se mostrado muito atenta aos movimentos e às diferentes vertentes do pensamento que se manifestam sobre a conclusão da obra e sua futura utilização.

O IAB-ES - Instituto de Arquitetos do Brasil, Departamento do Espírito Santo, tem manifestado seu posicionamento ao longo dos últimos anos acerca da importância do Cais das Artes como conjunto arquitetônico de grande relevância para a valorização da identidade capixaba e da inserção do estado no cenário internacional.

A qualidade arquitetônica e urbanística do trabalho de Paulo Mendes da Rocha é reconhecida internacionalmente. Não há dúvidas de que a proximidade do arquiteto com a sua cidade natal potencializa as qualidades do conjunto por ele projetado. O Cais das Artes não somente apresenta um conceito elevado de projeto arquitetônico, mas remete a uma leitura poética da infância do próprio arquiteto, expondo a sua íntima relação com a baía de Vitória.

O Cais das Artes é um projeto desafiador desde a sua concepção. O empreendimento enquanto instituição envolverá uma complexa estrutura de gestão cultural e patrimonial. É esperado que se tenha pela frente um amplo debate acerca das muitas vertentes culturais envolvidas, das formas de integração entre as artes até o papel das entidades que ali estarão representadas.

Ao nos depararmos com a monumentalidade do conjunto já edificado, fica muito claro que a proposta arquitetônica e urbanística foi muito além da realidade cultural do estado. Porém, essa ousadia precisa ser compreendida como uma grande oportunidade de inserir o estado no cenário internacional da cultura e da arte - uma nova “âncora cultural”, que sobreposta à baía de Vitória, nos abrirá para o mundo, tal como foi idealizado por Paulo Mendes da Rocha.

Os desafios da integração da realidade cultural com um novo cenário de projeção internacional deverão ser enfrentados o quanto antes e com muita determinação. Todo o pensamento da gestão cultural deverá ser reformulado. A possibilidade de firmarmos convênios com instituições, museus, teatros e companhias de arte, inclusive de fora do país, passará de sonho distante à realidade tangível e demandará a integração e a preparação das muitas comunidades artísticas locais para as oportunidades que surgirão de toda parte.

Raras são as cidades no mundo que possuem algo capaz de transformar a sua realidade local; uma joia da arquitetura que consiga projetar a imagem da cidade para fora de seus limites geográficos e que seja capaz de agregar novo valor simbólico e econômico. O Instituto Inhotim, museu a céu aberto localizado na modesta Brumadinho, em Minas Gerais, é um bom exemplo. No Rio de Janeiro, o MAC - Museu de Arte Contemporânea, na pitoresca Niterói, e o Museu Oscar Niemeyer, no estado do Paraná, também são bons exemplos disso. Pelo mundo afora, temos os museus Guggenheim (Nova Iorque, Bilbao e Abu Dhabi), que inovaram em suas propostas arquitetônicas, verdadeiros ícones que transformaram as realidades locais.

Não é difícil antever que o Cais das Artes poderá se tornar a referência de um eixo turístico cultural e de lazer ao longo da orla, que se estenderá desde o Bairro Jardim Camburi até ilha das Caieiras, incluindo, é claro, as bases do Projeto Tamar e Baleia Jubarte. A integração com



Vila Velha, a outra borda da baía, será naturalmente viabilizada pelo projeto do Aquaviário, já em fase de licenciamento, com a possibilidade de visitação ao Convento com acesso pela Prainha. Nesse contexto o Cais das Artes será o encontro das pessoas, das confraternizações, dos passeios ciclísticos e marítimos, entre tantas outras possibilidades que sequer foram vislumbradas. Temos aqui o mote perfeito para a retomada da identificação das pessoas com a baía de Vitória e o estabelecimento das novas relações de integração com a vizinhança, em especial com o Morro e Convento da Penha; marco histórico, geográfico e heráldico do Espírito Santo.

Para que esse potencial possa ser mais bem compreendido, disponibilizamos em anexo um artigo da turismóloga Ignez Cristina Franco, que disserta sobre o tema e esclarece de forma bastante objetiva quanto aos benefícios do Turismo, situando o Cais das Artes como porta de entrada para o estado. Além da dissertação da turismóloga, ressaltamos a possibilidade de termos na Praça do Papa (contígua ao complexo cultural), um píer para atracação de navios de cruzeiro, que é uma obra já planejada pelo governo do estado e que poderá trazer um grande incentivo para os bares e restaurantes do entorno imediato, bem como para o setor de hotelaria de toda Região Metropolitana.

O IAB-ES está convencido de que o Cais das Artes deve ser apresentado não somente como um investimento de vulto da cidade de Vitória, mas sim como um bem público que pertence a todos os capixabas. Temos a convicção de que essa deva ser a abordagem para atingirmos o máximo do potencial que o complexo cultural tem a oferecer.

Vale salientar que o IAB-ES mantém seu apoio a todas as atividades econômicas em desenvolvimento no estado, em especial ao setor da economia criativa e da indústria limpa, entendendo que o crescimento dos setores de serviços seja da maior importância para o município de Vitória, e consciente do potencial estratégico das empresas de inovação e de tecnologia no contexto capixaba e nacional.

Entendemos que a Região Metropolitana já oferece excelentes alternativas para a instalação das empresas de base tecnológica e inovação, tal como o Parque Tecnológico de Vitória, localizado no bairro Goiabeiras, próximo ao aeroporto da capital, concebido e aprovado no plano diretor municipal para abrigar essas atividades. Outra vertente, não menos atraente, é o Centro (histórico), onde se pode encontrar diversas opções para instalação de empresas com esse perfil. Em especial nas ruas onde existem casarios e prédios subutilizados que poderiam receber um grande número dessas startups e hubs tecnológicos. Ou seja, não faltam espaços adequados para abrigar essas atividades.

O IAB-ES se coloca desde o início como instituição parceira dos Governos Estadual e Municipais, sempre com o intuito de colaborar e agregar valor ao estado e ao país. Como instituição de classe, fundada há mais de cem anos, não haveria de ser de outra forma.

Agradecemos a colaboração dos Arquitetos Urbanistas do Estado do Espírito Santo e a todas as instituições representativas das entidades culturais do Estado, às de planejamento urbanístico e de execução de projetos e obras públicas, em especial a Secretaria de Estado da Cultura – SECULT e ao Departamento de Edificações e Rodovias – DER.



CAIS DAS ARTES:

PORTA DE ENTRADA PARA O TURISTA NO ESTADO DO
ESPÍRITO SANTO

*“Busquei privilegiar
o desfile fantástico de navios
que nunca cansei de admirar.”*

Paulo Mendes da Rocha

Ignêz Cristina Franco

Vitória, 15 de fevereiro de 2022.

1. APRESENTAÇÃO

1.1 O Turismo no Brasil e no Estado do Espírito Santo

O Turismo desempenha importante papel na economia local, com benefícios econômicos advindos da produção de bens e serviços, do consumo, da geração de receitas, empregos e renda, além de contribuir para a melhoria da distribuição de renda e da infraestrutura local, fomentando assim o crescimento e o desenvolvimento do destino.

Vale lembrar que as políticas públicas de turismo, incluindo a sua segmentação, têm como função primordial a redução da pobreza e a inclusão social. Para tanto, é necessário o esforço coletivo para diversificar e interiorizar o turismo no Brasil, com o objetivo de promover o aumento do consumo dos produtos turísticos no mercado nacional e inseri-los no mercado internacional, contribuindo, efetivamente, para melhorar as condições de vida no País. (MTur, 2010)

Em 2018, segundo dados da Organização Mundial do Turismo e do Banco Central, o Brasil recebeu 6,6 milhões de turistas internacionais, sendo Argentina e Estados Unidos, os principais

núcleos emissores, o que gerou uma receita cambial total de US\$ 5,9 bilhões, com uma participação de 0,41% na receita geral mundial. (MTur, 2019). Segundo pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, hospedagem, compras, alimentos, cultura e transporte, são os principais responsáveis pelo gasto individual médio diário do turista estrangeiro, em (de) eventos realizados no Brasil, que foi de US\$ 285,10, número superior à média de gastos de turistas que vêm ao país a negócios (US\$ 112,90) e a lazer (US\$ 73,40), segundo estudo da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE/USP), encomendado pela Embratur, realizado em 2007.

O Espírito Santo é um dos estados brasileiros com maior diversidade ecológica, com um enorme potencial para o desenvolvimento de diversas atividades dentro do Turismo. A expressão “*Do mar a montanha*”, pode ser justificada devido as curtas distâncias entre os diferentes ambientes, sendo que o Turismo de Sol e Praia, atrelado ao Turismo Cultural, possibilitam a geração de inúmeros empregos, além de impulsionar a economia local. A estruturação do município e do estado para o desenvolvimento de atividades turísticas tem impactos positivos na população sendo que as melhorias advindas desse segmento podem ser determinantes para a qualidade de vida das pessoas, contribuindo ainda para a vasta experiência adquirida pelos turistas.

No ano de 2015, as atividades características do turismo no Espírito Santo geraram um valor da produção de R\$13.286 milhões, representando 6,7% de tudo que foi produzido pela economia capixaba. (Instituto Jones dos Santos Neves, 2020). Nos últimos anos, ele vem se destacando positivamente no segmento de Turismo de Negócios e Eventos. Isto se deve a alguns fatores tais como: localização privilegiada em relação aos grandes polos econômicos nacionais, bem como aos principais mercados emissores de turistas existentes no país; a presença de grandes empresas sediadas no Estado; uma estrutura portuária e aeroviária favorável, além da excelente infraestrutura de hospedagem e diversificação dos setores de comércio e serviços. Em face a isso o visitante pode vivenciar uma experiência completa, em um estado cujas distâncias possibilitam o deslocamento interno em roteiros de curta duração, como é o perfil desse tipo de turista.

1.2 Turismo Cultural

Toda viagem turística é antes de tudo uma experiência cultural, mesmo que a motivação imediata não seja especificamente essa. Isso ocorre muitas vezes, quando o turista chega ao seu destino e se vê envolto em belezas que lhe chamam a atenção e lhe convocam a estabelecer contato com as ofertas turísticas de cada lugar. Ao chegar ao seu destino, o visitante tem a oportunidade de desfrutar não somente dos sabores, mas também de conhecer dos saberes e equipamentos turístico-culturais do local visitado.

Os atrativos de cada região transformam uma viagem de negócio, por exemplo, em uma experiência memorável, uma oportunidade de vivenciar situações únicas e inesquecíveis. E a arte, que lida com o intangível e suscita emoções é capaz de propiciar esse encantamento. A identidade de cada lugar é fortalecida nesse contato. Sem dúvida alguma uma viagem promove intercâmbios reverberam para o local visitado e deixam marcas na alma do visitante. “A cultura impulsiona o Turismo e este deve ser um elemento importante na preservação das identidades culturais.” (Instituto Brasileiro de Museus, 2014)

O Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (Mtur, 2006)

“É também fundamental compreender as motivações e o perfil dos turistas que buscam as experiências expressas nesse segmento que desempenha importante papel no processo de caracterização e fortalecimento da identidade de um território. Cabe ressaltar que o desenvolvimento e a promoção de atrativos relacionados ao Turismo Cultural, bem como de produtos e atividades culturais, integrados a outros segmentos, contribuem para a diversificação da oferta e diminuição do período de sazonalidade turística em determinados destinos cuja oferta turística tenha como vocação principal outros segmentos de turismo, como por exemplo, o Turismo de Sol e Praia e o Turismo e Negócios e Eventos.” (Mtur, 2006)

“São considerados produtos do Turismo Cultural aqueles que têm a capacidade de atrair o visitante, que lhe possibilitam formas de interação para vivenciar seus significados, garantem as condições adequadas para a visita, disponibilizam os serviços necessários



para sua permanência e definem as circunstâncias para que a visita aconteça.” (Mtur, 2006)

1.3 Turismo e Museus

Em pesquisa realizada pela Associação Americana de Museus (AAM) foram apresentados dados relevantes para o entendimento da participação desses espaços na movimentação da economia local, sendo a receita gerada pelas instituições museológicas um terço do valor do custo médio (US\$ 23.35) necessário para atender cada visitante. As doações privadas constituem a maior fonte de receita (35%), enquanto o financiamento governamental participa com menos de 25% e as receitas advindas de investimentos financeiros são em torno de 10%. O estudo mostra ainda que os turistas que visitam museus nos Estados Unidos costumam gastar duas vezes mais do que a média mundial além de contribuir de forma indireta na captação de turistas que assim movimentam a economia local. (Instituto Brasileiro de Museus, 2011)

O Brasil, segundo dados do Instituto Brasileiro de Museus, possui mais de 3.800 museus distribuídos pelo país que se destacam como importantes atrativos para o desenvolvimento do Turismo e a projeção desses destinos nacional e internacionalmente, tendo em vista o número expressivo de visitantes que esses locais recebem anualmente.

De acordo com a Lei nº 11.904, de 14 de janeiro de 2009, que instituiu o Estatuto de Museus, *“Consideram-se museus, para (os efeitos) desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.”*

“No Brasil, a natureza administrativa das instituições museológicas é classificada em oito categorias principais e excludentes entre si: federal, estadual, municipal, associação, empresa, fundação, sociedade e natureza administrativa outra – subdividida em organizações religiosas, partidos políticos, entidades sem fins lucrativos e museus particulares (sem personalidade jurídica própria).” (Instituto Brasileiro de Museus, 2011)

Sobre a função original dessas edificações no Brasil, apenas 17,1% dos museus cadastrados no Instituto Brasileiro de Museus, tem função museológica, sendo que no Espírito Santo esses números chegam a 26,9%. Isso ocorre devido a transformação de espaços, antes utilizados para outros fins tais como: residências, estabelecimentos públicos ou privados, instituições religiosas e de ensino, ferrovias, entre outros.

“No Cadastro Nacional de Museus são classificadas como atividades culturais todas as práticas desenvolvidas pelos museus com o intuito de disseminar conhecimentos ou oferecer formas de lazer e entretenimento, que não sejam as oferecidas pelo programa de exposições.” (Instituto Brasileiro de Museus, 2011)

Os museus são assim, espaços sociais de saberes e fazeres e representam a identidade local. Enquanto espaços sociais, refletem as dinâmicas do cotidiano local e reafirmam a importância do capital cultural para o desenvolvimento da economia local. Esses espaços possuem uma relação estreita com o Turismo, sendo atrativos culturais muito importantes no fortalecimento da identidade do destino turístico. Através das obras e exposições, os moradores se sentem representados, percebendo sua relação com a história e a cultura locais ressignificando o pertencimento de cada um ao ambiente que o cerca.

Com espaços equipados, ações culturais diversificadas, exposições estruturadas e divulgadas, os museus brasileiros contribuirão de forma direta na diversificação dos atrativos, não só para o turismo receptivo internacional, como também para o doméstico. (Instituto Brasileiro de Museus, 2014)

2. DESCRIÇÃO DO PRODUTO

2.1 O Cais das Artes

Projetado pelo renomado e inesquecível arquiteto, Paulo Mendes da Rocha, para ser o maior Centro Cultural de Vitória, o Cais das Artes, tem uma área total de aproximadamente 30.000 metros quadrados, sendo que só o museu, parte integrante da obra, tem 3.000 metros quadrados. Constituído por uma arquitetura brutalista, sua construção por si só já se apresenta como local de bastante atratividade turística, buscando ainda valorizar o entorno paisagístico.

Museu de arquitetura escultural, o Cais das Artes possui a capacidade de atrair turistas, motivados principalmente pela magnitude e imponência do próprio edifício pois suas construções são tão atrativas quanto seu acervo interno, sendo suas edificações verdadeiras obras de arte, tornando-se por si só um atrativo cultural.

Para determinar os ganhos resultantes do desenvolvimento de atividades culturais no Cais das Artes, é necessário que se atente, primeiramente, para o fato de Bens e Serviços Culturais (BSC) possuírem valores de uso e valores de não uso. Valores de uso podem ser identificados a partir da visita ao local, além da comercialização de produtos dentro do espaço, gerando receita capaz de financiar parte das atividades e ajudar na gestão do espaço. Já os valores de não uso possuem características de bem público, uma vez que a comunidade se sente parte do atrativo, garantindo assim sua existência e conseqüentemente sua conservação. “Assim sendo, perdas de BSC são indesejáveis e os indivíduos estariam dispostos a pagar pelo seu uso, como também evitar sua perda ou degradação, pois tanto o uso quanto a sua preservação (não uso) geram ganhos de bem-estar ou utilidade.” (Revista de Economia Contemporânea)

Apesar da importância dos valores de uso e não uso, políticas públicas específicas e leis de incentivo são fundamentais para que o espaço seja gerido de forma a garantir a qualidade do serviço, além da manutenção e preservação do próprio atrativo para as próximas gerações. A gestão do espaço deve abranger diferentes eixos de ação, tais como: gestão administrativa e financeira, gestão de pessoas, gestão de acervo institucional e gestão de avaliação de resultados.

Em conjunto, devem ser definidas as estratégias que deverão ser adotadas para que o resultado final contemple o setor público e privado, gerando receita ao município e ao estado, além de movimentar economicamente diversos setores ligados direta e indiretamente ao Turismo e à Cultura, por meio da visita ao espaço e pela sua utilização – contemplando os bens e serviços de seu entorno. Sendo assim, com localização privilegiada, de frente para a baía de Vitória, o Cais das Artes é um convite à democratização da arte, tendo estrutura para receber eventos de grande porte e assim consolidar a cidade como sede cultural na rota de eventos nacionais e internacionais.



“Através da interpretação,
a compreensão;
através da compreensão,
a apreciação, e
através da apreciação,
a proteção”.

(Freeman Tilden)

3. ESTUDOS DE CASO

3.1 Instituto Inhotim

Localizado na cidade de Brumadinho - MG, o Instituto Inhotim é um Museu Privado de Arte Contemporânea e Jardim Botânico. Recebe em média 350 mil visitantes a cada ano. Idealizado em meados de 1980, a propriedade particular foi se transformando com o tempo e assim começava a nascer um espaço cultural dedicado à exposição de obras de arte contemporâneas, produzidas por artistas de diversos países do mundo.

Inaugurado em 2002 e aberto para a visitação pública em 2006 com uma área de 140 hectares, este museu possui um dos mais importantes acervos de arte contemporânea do país e é considerado o maior museu a céu aberto do mundo. Com roteiros de visitação de 01 ou 02 dias, o Instituto conta com uma frota de carrinhos elétricos que percorrem cinco diferentes rotas, com pontos de parada fixos e sinalizados.

Com orçamento anual estimado em aproximadamente R\$ 40 milhões, o Instituto prevê reajuste nesse valor a fim de ampliar suas obras, assim como busca parcerias privadas para a construção de um hotel no entorno para agregar ainda mais valor a visitação do



mesmo, integrando atrativos naturais, culturais, hospedagem, serviços e alimentação.

3.2 Museu do Amanhã -

Museu Público de Ciências Aplicadas, com gestão feita pelo Instituto de Desenvolvimento e Gestão (IDG), o Museu do Amanhã foi inaugurado em dezembro de 2015, pela prefeitura do Rio de Janeiro. Desde então já recebeu mais de 3 milhões de visitantes desde sua inauguração. O espaço se sustenta com recursos da Lei de Incentivo à Cultura e receitas operacionais como: bilheteria, locação de espaços para eventos. Suas iniciativas com o intuito de estimular a visitação local são notáveis, tendo a instituição se unido a outros dois atrativos turísticos locais, destaque para o AquaRio e o Museu de Arte do Rio (MAR), com a criação de um passaporte integrado para a visitação das atrações, com condições especiais para esses visitantes, além de descontos e promoções exclusivas em estabelecimentos comerciais conveniados.

3.3 Museu Oscar Niemeyer

Patrimônio estatal vinculado à Secretaria de Estado da Comunicação Social e da Cultura do Paraná, o Museu Oscar Niemeyer (MON) foi inaugurado em novembro de 2002. Está localizado na cidade de Curitiba - PR e instalado em uma área de 35.000 metros quadrados. Sua estrutura imponente demonstra que a arquitetura pode estar aliada a arte e ainda ser parte fundamental na atratividade de visitantes. Com uma visitação de 360 mil pessoas por ano, em média, o MON é um espaço dedicado à exposição de Artes Visuais, Arquitetura, Urbanismo e Design. Em 2013, o MON foi eleito pela Flavorwire, revista cultural online da cidade de Nova York, como um dos 20 museus mais bonitos do mundo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Espírito Santo é um dos estados com maior diversidade cultural e ecológica do país e se destaca no cenário nacional pelas inúmeras opções de atividades turísticas existentes, além do potencial para se desenvolver novas ofertas turísticas. A sua construção histórica, composta por índios, negros, portugueses, italianos, alemães e outros povos, contribuem para a diversidade cultural e o fortalecimento da identidade local.

Devido às especificidades arquitetônicas, à sua gastronomia, à sua arte, seus saberes e fazeres, o Estado é referência em atividades ligadas à natureza, turismo religioso, turismo de negócios e eventos, além da culinária, já consolidada nacionalmente. Dentre as atrações turísticas existentes destacam - se as vivências a partir dos processos de fabricação de produtos do Agroturismo, transformando a visita ao Estado em uma experiência única. Além disso, as curtas distâncias entre os destinos e atrativos turísticos do estado possibilitam o desenvolvimento de roteiros integrados, visando a maior permanência do turista em nosso estado, e, como consequência, um aumento na receita gerada por esses visitantes. Para que isso aconteça se faz necessária a organização e o planejamento do setor para um desenvolvimento sustentável, em que a comunidade não só é parte integrante, como protagonista do processo.

Com localização privilegiada e composto por museu, teatro, praça, biblioteca e diversos ambientes integrados, a beleza paisagística do entorno, o Cais das Artes foi idealizado para ser o maior Centro Cultural da capital do Estado, agregando valor a cidade através da democratização da arte, da cultura, da arquitetura, da gastronomia e do turismo. Além disso, a proximidade da cidade de Vitória com polos econômicos relevantes e importantes centros emissores de turista no país, justifica-se que as suas atividades originais sejam mantidas, tendo em vista que a edificação contribui para o fortalecimento da identidade local, para a geração de empregos e o aumento de receita advinda do Turismo.

A diversificação das atividades culturais e gastronômicas no Cais das Artes contribui para o fomento do Turismo, dando projeção nacional e internacional ao espaço, consolidando assim o Estado do Espírito Santo como destino turístico. Sendo assim, devido à sua imponência enquanto obra arquitetônica, importância histórica e cultural e a sua potencial atratividade turística, o Cais das Artes se coloca como porta de entrada para o turista que chega à capital capixaba.

5. REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.



BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo Cultural: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Museus em Números. Instituto Brasileiro de Museus. Brasília, DF, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Museu e Turismo: estratégias de cooperação. Brasília, DF, 2014.

INSTITUTO JONES DOS SANTOS NEVES. A Economia do Turismo no Espírito Santo. Vitória, ES, 2020.

TILDEN, Freeman. Interpreting our Heritage. [S.l]: University of North Carolina Press, 1967.
<http://antigo.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5575-pesquisa-aponta-melhores-museus-do-brasil.html> > Acesso em 04 de fevereiro de 2022. <http://www.conhecendomuseus.com.br/> > Acesso em 12 de fevereiro de 2022. http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/demanda/Estatisticas_Basicas_2017_2018.pdf > Acesso em 08 de fevereiro de 2022. <https://doi.org/10.1590/S1415-98482013000100007> Acesso em 04 de março de 2022. <https://www.gov.br/museus/pt-br/assuntos/os-museus/museus-do-brasil> > Acesso em 08 de fevereiro de 2022. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turistas-de-eventos-injetam-u-35-milhoes-na-economia-nacional> > Acesso em 12 de fevereiro de 20.