

Ouro Preto Criativa

2025 - 2029

PLANO MUNICIPAL DE ECONOMIA CRIATIVA DE OURO PRETO

(PMEC-OP)





Ficha técnica

Prefeito da cidade de Ouro Preto
Angelo Oswaldo de Araújo Santos

Vice Prefeita da cidade de Ouro Preto
Regina Braga

**Secretario de Desenvolvimento Econômico,
Inovação e Tecnologia**
Felipe Vecchia Guerra

Turismóloga
Suzana Fernandes de Paula

Diretor de Economia Criativa e Solidária
Luiz Claudio Alves Viana

**Estagiários da Secretaria de
Desenvolvimento Econômico, Inovação e
Tecnologia**
Carolina Mendes Rocha
Ingrid Chaves Lima Ferreira Guimarães
Gustavo Teixeira Battilani
Danilo Brant Soares

Equipe técnica

Profa Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho
(UFOP)

Profa Dra. Carolina Lescura de Carvalho
Castro Volta (UFOP)

Prof. Dr. Elias José Mediotte (UFV)

Ingrid Chaves Lima Ferreira Guimarães
(UFOP)

Marcelo Shishito (UFOP)

Prof. Dr. Marcos Eduardo Carvalho
Gonçalves Knupp (UFOP)

Prof. Dr. Magnus Luiz Emmendoerfer (UFV)

Thalita Stephanie Teixeira (UFOP)





Mensagem Prefeito

Ouro Preto é cidade criativa, porque nasceu cidade criadora. Aqui, o Aleijadinho criou a originalidade da arte brasileira, e o barroco se recriou para inventar caminhos.

A criatividade encanta a pedra sabão, faz brilhar a cerâmica, ilumina a prata, enrodilha a renda e sublima os sabores da farta mesa.

Cidade da cultura, das artes, da história e da educação, é cidade da ecologia, na qual ciência, tecnologia e inovação unem o futuro a um passado grandioso.

Ouro Preto é cidade criativa na alegria do gesto que surpreende e inaugura formas e modos. Criativa por preservar o passado que não passa, ao avançar no tempo sem alterar a sua identidade.

Angelo Oswaldo de Araújo Santos





Mensagem Secretário de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia

“É com grande orgulho que celebramos a implementação do primeiro Plano Municipal de Economia Criativa de Ouro Preto. Essa iniciativa representa um marco na valorização do nosso potencial cultural, artístico e histórico como alicerces para o desenvolvimento econômico sustentável de nossos produtos e produtores criativos.

Ouro Preto sempre foi uma cidade de criação, inovação e cultura. Este Plano reconhece e formaliza a importância da criatividade como motor de progresso, conectando tradição e modernidade.

Ele oferece novas oportunidades para que nossa população transforme ideias em negócios, fortalecendo nossa identidade e promovendo inclusão econômica.

Como turismólogo e filho desta terra, vejo no Plano uma chance única de alavancar nossa diversificação econômica por meio da união entre cultura, turismo, tecnologia, inovação e criatividade. Acredito que o engajamento da comunidade será essencial para o sucesso desse projeto, assegurando que ele reflita as aspirações e o talento de todos os ouro-pretanos.”

Felipe Guerra





Sumário

• Introdução	5
• Objetivos	7
• Contextualização	8
• Metodologia	15
• Diagnóstico acerca da Economia Criativa em Ouro Preto e seus distritos	18
• Prognóstico	50
• Plano de ação	56
• Referências	84
• Anexos	85





1. Introdução

Ouro Preto é um município localizado na região sudeste do Brasil, na porção sul do Quadrilátero Ferrífero, no estado de Minas Gerais com uma população estimada em 74824 habitantes e está localizado a 98km da capital mineira, Belo Horizonte (Censo 2024). A cidade conservou grande parte de seus monumentos do período colonial brasileiro, em 1933 ganhou o título de Monumento Nacional e, em 5 de setembro de 1980, foi chancelada como Patrimônio Mundial Cultural da UNESCO. A cidade foi cenário da descoberta do ouro nos aluviões do córrego Tripuí e ribeirão do Carmo e da nucleação dos primeiros centros urbanos brasileiros afastados da zona litorânea. A descoberta do ouro na região ao final do século XVII, representou um marco da interiorização e urbanização do Brasil, e em virtude disso, constituiu-se o centro de atração de levas de mineradores e pessoas escravizadas para o interior brasileiro.

Tais acontecimentos traz como consequência características explícitas acerca da diversidade ambiental, cultural e econômica e, por se tratar de um município com uma dimensão territorial extensa, apresenta distritos com características distintas com variações culturais e econômicas perceptíveis dentro desse território. Sendo assim, a partir do incentivo à economia criativa, além das questões econômicas, cria-se uma ferramenta de respeito à diversidade cultural e promoção da preservação do patrimônio e todas as formas de manifestações culturais. Portanto, o presente documento, consolidado por meio de esforços empreendidos a partir de um convênio entre a Universidade Federal de Ouro Preto e Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia, apresenta a dinâmica entre território-cultura-economia sobre a égide da

economia criativa como forma de analisar os aspectos econômicos vinculados à diversidade cultural presente no território municipal.

A economia criativa, muitas vezes, é concebida como forma de enfrentamento de problemas públicos com o objetivo de especializar o território de Ouro Preto, principalmente, em virtude de sua dependência econômica histórica da mineração, por meio de práticas criativas que possibilitam: requalificar espaços públicos e privados; preservar o patrimônio material e imaterial; gerar trabalho e renda por meio da oferta de bens e serviços culturais organizados relacionados à economia criativa; valorizar atividades populares; dinamizar a economia local por meio do turismo de experiências; promover a coesão social e novas aprendizagens por meio de atividades de lazer para crianças, adolescentes, famílias e idosos; reduzir movimentos migratórios e estimular um movimento de apego identitário e de pertença à cidade (EMMENDOERFER, 2019). Tais reflexões giram em torno de evidenciar o protagonismo da população local por meio de experiências genuínas, reverenciando o patrimônio imaterial já outorgado ao município, com vistas a potencializar e diversificar seu escopo de atuação, não somente na sede, como também nos seus 12 distritos, aproveitando o que Ouro Preto já possui de iniciativas desse porte, sistematizando suas ações no âmbito da economia criativa.

Reforça-se ainda, a necessidade dos municípios que são foco da mineração desenvolverem, concomitante a esta atividade não sustentável, uma alternativa socioeconômica que dê suporte ao destino pós atividade, ou mesmo diante do enfraquecimento da atividade minerária. Ouro Preto e região, precisa desenvolver esta alternativa econômica, apoiada pelo poder público e pelas próprias mineradoras que atuam na região.



Este esforço soma-se ao Plano de Apoio à Diversificação Econômica (PADE) já em implementação no município de Ouro Preto, como uma ação que poderá potencializá-lo fortalecendo e dando visibilidade a um dos segmentos, artes populares e artesanato, mais marcantes de Ouro Preto e região. Assim sendo, o presente Plano se justifica por seu caráter econômico, social e cultural, na medida que propõe ações que desenvolvem outras modalidades e conômicas, fomentando a articulação local da comunidade e fortalecendo sua imagem potencializador de uma atividade que está

alinhada aos preceitos da sustentabilidade, articulada com a implementação da Agenda 2030 e seus ODS.

Compreender a dinâmica da cidade a partir de seus produtos e produtores criativos é fundamental para que as políticas públicas municipais sejam elaboradas ciente da responsabilidade para com este território. Portanto, tal documento se apresenta como uma ferramenta fundamental para entender as especificidades de Ouro Preto e para que as ações contemplem efetivamente as demandas da população local.

2. Objetivos

Como objetivo principal, tal estudo se apresenta como o documento norteador para a instituição do Plano Municipal de Economia Criativa de Ouro Preto (PMEC-OP) a partir da definição de diretrizes, princípios e objetivos

Mapear os produtores culturais e turísticos, equipamentos culturais-turísticos, entidades representativas locais, potencialidades e prioridades da Economia Criativa;

Sensibilizar os atores envolvidos nas temáticas de gestão pública e políticas públicas de turismo e economia criativa;

Realizar uma consulta pública para validar as prioridades de Economia Criativa de forma mais participativa;

Capacitar os atores envolvidos nas temáticas de gestão pública e políticas públicas de turismo e economia criativa;

Submeter proposta de Ouro Preto à Cidade de Artes Populares e Artesanato para compor a Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

para a promoção da economia criativa no município.

Além do mais, a partir da consolidação do presente Plano, foi possível atingir os seguintes objetivos específicos:

Articular governanças e nível municipal, estadual, federal e internacional;

Intercambiar experiências com cidades criativas nacionais, rede de cidades criativas; intercambiar experiências de candidaturas com outras cidades que já pleitearam tal título;

Realizar evento internacional para intercâmbio de experiências e aproximação com cidades criativas da UNESCO;

Criação de um laboratório de Inovação e um observatório de artesanato;



3. Contextualização

Segundo dados disponibilizados pela FIRJAN no documento “Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil”, a indústria criativa impacta profundamente na geração de renda, empregos e produção de riqueza na economia brasileira. De acordo com o referido estudo, essa realidade se apresenta devido ao fato de que “muitos dos segmentos de mercado que fazem parte dessa indústria estão associados a atividades produtivas de alto valor adicionado, em comparação a outros elos das cadeias de produção” (FIRJAN, 2022). Tais afirmações são corroboradas com o fato de que, conforme ilustram as imagens a seguir, a participação da Indústria Criativa na economia do país apresentava, até 2020, uma clara tendência de crescimento (Figura 1) e de que a Indústria Criativa costuma apresentar taxas de crescimento real maiores que as taxas de crescimento da economia (Figura 2).

Figura 1: Participação do PIB Criativo no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2020



Fonte: (FIRJAN - 2022)

Figura 2: Taxa de crescimento real anual do PIB criativo e PIB brasileiro



A tendência positiva dos parâmetros nacionais refletem a realidade percebida no município de Ouro Preto, conforme dados apresentados no Relatório Preliminar sobre a Análise do Setor Criativo Municipal desenvolvido pela equipe da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia que aponta, em média, 582 empregos formais gerados pela economia criativa. Há, ainda, um expressivo crescimento do rendimento médio entre 2015 a 2020, com aumento de 213,08% no período. Uma das hipóteses levantadas que justifiquem esse crescimento do rendimento médio da atividade pode ser o fato da constatação de mais pessoas com escolaridade superior completo e incompleto nas Atividades de Prestação de Serviços de Informação e Atividades dos Serviços de Tecnologia da Informação.

O patrimônio é um dos pilares da economia criativa, pois, em alguns casos específicos, a economia de determinados locais é basilar com o patrimônio local, e isso impacta diretamente na formação e desenvolvimento econômico.

Destaca-se que alguns desses bens patrimoniais localizados são salvaguardados juridicamente via tombamento federal ou municipal, ressaltando o compromisso que o poder público deve ter com a preservação da identidade local.

Nesse sentido, as políticas públicas sobre economia criativa no município de Ouro Preto buscam ações de inserção, manutenção e segurança econômica e financeira para que, inclusive, os micros e pequenos empreendedores criativos possam manter e garantir a qualidade de seus produtos e serviços no mercado alcançando alternativas para um desenvolvimento social, econômico e cultural sustentável com o compromisso de

fortalecimento de um modelo econômico mais democrático e acessível socialmente.



A economia criativa se apresenta como um modelo econômico focado nos setores considerados criativos, ou seja, setores que existem, ou se desenvolvem, graças à criatividade e ao capital intelectual dos indivíduos. Diferentemente da economia tradicional, de mineração, manufatura, agricultura e comércio, a economia criativa, essencialmente, foca no potencial individual ou coletivo para produzir bens e serviços criativos.

De acordo com as Nações Unidas, as atividades do setor estão baseadas no conhecimento e produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico.

Neste modelo, o potencial de desenvolvimento de setores é infinito. Podem se desenvolver ou criar cadeias econômicas a partir de atividades mais tradicionais ou a partir da inovação, e por estas características a economia criativa se torna um modelo bastante abrangente e inclusivo, e uma forma muito eficiente de se apoiar o empreendedorismo, distribuir renda e desenvolver uma localidade de maneira sustentável.

No município de Ouro Preto, culturalmente, se desenvolvem vários territórios que podem ser incluídos no modelo econômico da economia criativa, tanto na sede como nos distritos. As atividades oriundas da economia criativa têm grande relevância no município pelo fato de serem, inclusive, parte da cultura e do turismo local.

3.1 Políticas Públicas sobre Economia Criativa

As políticas públicas para economia criativa desempenham um papel fundamental na promoção do desenvolvimento socioeconômico e cultural de um país. Ao reconhecer e apoiar os setores criativos, tais

como artes, design, música, cinema, moda e gastronomia, essas políticas incentivam a inovação, o empreendedorismo e a geração de empregos, contribuindo para a diversificação e o crescimento sustentável da economia. Elas visam criar um ambiente propício para o florescimento dessas indústrias, por meio da implementação de medidas como incentivos fiscais, financiamento de projetos, capacitação de profissionais, facilitação de acesso a mercados e fomento à economia digital. Ao promover a economia criativa, as políticas públicas valorizam a expressão cultural, estimulam a inclusão social e fortalecem a identidade de um país, impulsionando um ecossistema criativo vibrante e próspero. Silva e Muzzio (2023), destacam que o desenvolvimento da economia criativa passa pela capacidade de organização das esferas governamentais federais, estaduais e municipais a partir da criação de leis e projetos que contemplem a economia criativa como instrumento de diversificação e sustentabilidade econômica. A organização governamental nas instâncias federais e estaduais são fundamentais, porém é na instância municipal que as subjetividades da economia criativa são potencializadas, ou seja, “a capacidade criativa de um lugar, é moldada pela sua história, sua cultura, sua configuração física e suas condições operacionais”. (Sachs, 2008; Silva; Muzzio, 2023, p. 206).

Como sistema organizacional da economia criativa, no caso brasileiro, na instância federal tem-se a Secretaria Nacional da Economia Criativa e Diversidade Cultural Economia Criativa e Diversidade Cultural (SNEC), que é a instituição brasileira responsável por promover e desenvolver políticas públicas voltadas para a economia criativa e a diversidade cultural no país. Como exemplo dessas políticas, temos o Projeto de Lei 2732/22 que propõe a criação da Política Nacional de Desenvolvimento da Economia Criativa (PNDEC). Essa política visa





fomentar a economia criativa, estimulando a inovação, o empreendedorismo e a geração de empregos no setor. Também busca promover a inclusão social, a diversidade cultural e estabelecer parcerias entre o poder público, a sociedade civil e o setor privado.

Assim como no âmbito nacional, os estados também entendem a necessidade de incluir a economia criativa em suas políticas públicas, no estado de Minas Gerais, a inclusão se deu por meio da criação da Diretoria de Economia Criativa dentro da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais. Dentre as atribuições da Secretaria, está previsto no Art 2º “XIII – às políticas de fomento à economia criativa e à gastronomia” e dentro da Superintendência de Fomento Cultural, Economia Criativa e Gastronomia, existe a Diretoria de Economia Criativa, onde tem como responsabilidades segundo o Decreto 47.768 (SECULT-MG): fortalecimento da dimensão econômica da cultura do Estado; desenvolvimento de ações necessárias para a economia criativa mineira; formulação das políticas públicas relacionadas com a economia criativa do Estado; mapeamento das cadeias produtivas para a identificação de vulnerabilidades, oportunidades e desafios para o seu desenvolvimento; planejamento de programas e ações de qualificação e formação voltadas para a gestão de empreendimentos destinados a profissionais das cadeias produtivas da economia criativa; integração dos grupos de cultura, mídia e criações funcionais através da promoção da indústria criativa do Estado e desenvolvimento de uma infraestrutura para visar o fomento e incentivo dos setores criativos, por meio de parcerias com entes privados.

Em Ouro Preto, diante da necessidade de reestruturação administrativa da Prefeitura Municipal da cidade, a gestão (2021-2024, reeleita) vem há algum tempo trabalhando na reforma administrativa de toda a Instituição. Esse trabalho iniciou-se no ano de 2021, e como consequência deste trabalho,

foi aprovada a Lei Complementar nº 218/2024, que instituiu a criação de três novas unidades administrativas, sendo a Chefia de Gabinete, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano e Habitação e a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia. Esta última abriga em seu escopo de competências a Diretoria de Economia Criativa e Solidária.

Em Ouro Preto, diante da necessidade de reestruturação administrativa da Prefeitura Municipal da cidade, a gestão (2021-2024, reeleita) vem há algum tempo trabalhando na reforma administrativa de toda a Instituição. Esse trabalho iniciou-se no ano de 2021, e como consequência deste trabalho, foi aprovada a Lei Complementar nº 218/2024, que instituiu a criação de três novas unidades administrativas, sendo a Chefia de Gabinete, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Urbano e Habitação e a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia. Esta última abriga em seu escopo de competências a Diretoria de Economia Criativa e Solidária.

3.2 Economia Criativa em Ouro Preto

Dentre todos os municípios da região, Ouro Preto, se apresenta como pioneiro em relação às políticas públicas acerca da economia criativa.

Na região do Alto Paraopeba e Inconfidentes, há um grupo, organizado pelo SEBRAE, de secretários municipais responsáveis por pastas relacionadas ao desenvolvimento econômico e destes, apenas Ouro Preto possui uma diretoria específica para economia criativa. À Diretoria de Economia Criativa e Solidária da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, inovação e Tecnologia da Prefeitura Municipal de Ouro

Preto, compete, principalmente, a promoção do desenvolvimento econômico das localidades do município, valorizando as especificidades de cada território, a promoção de esforços para que as políticas públicas de economia solidária e cooperativismo se consolida como políticas de Estado e a promoção do fortalecimento dos espaços de organização e de participação da sociedade civil e dos demais entes governamentais, na formulação de políticas públicas para a economia solidária e o cooperativismo.

Essa urgência na criação de uma pasta específica para a economia criativa foi apontada por Fraga e Emmendoerfer (2015) pois as ações políticas desenvolvidas no município que alcançavam o setor criativo da cidade eram destinadas para o desenvolvimento do turismo cultural desenvolvido na cidade, pois em Ouro Preto “a economia criativa e o turismo se mostram intrinsecamente coesos”. (Fraga; Emmendoerfer, 2015, p. 9). Desde o início de suas atividades, a Diretoria de Economia Criativa e Solidária tem desenvolvido diversos projetos e estabelecido diversas parcerias, dentre eles, destacam-se:

Quadro 1 – Projetos Diretoria de Economia Criativa e Solidária

Projetos	Locais	Ações Desenvolvidas	Parcerias
Ouro Preto Cidade Criativa	Ouro Preto (sede) Distritos	<ul style="list-style-type: none"> Aplicação de pesquisas com grupos focais de cada distritos e sede. Retorno nas comunidades onde as pesquisas foram realizadas. Mentoria para inscrição em editais. Realização do Fórum de Economia Criativa. Participação em congressos. Inclusão da Economia Criativa como um dos eixos temáticos do Plano de Apoio à Diversificação Econômica de Ouro Preto (PADE). Elaboração do Plano Municipal de Economia Criativa. Criação da Lei Municipal de Economia Criativa. Submissão de Ouro Preto como Cidade Criativa da UNESCO. 	<ul style="list-style-type: none"> Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) Universidade Federal de Viçosa (UFV)

Projetos	Locais	Ações Desenvolvidas	Parcerias
Centros Culturais no município	<ul style="list-style-type: none"> • Casa de Cultura Negra. • Casa do Folclore Casa de Cultura do Padre Faria. • Centro Cultural do Bairro Piedade. • Centro Cultural de Antônio Pereira. • Centro Cultural do Soares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Fotografia. • Curso de Estamparia. • Aulas de bordado. • Aulas de Crochê. 	Fundação de Arte de Ouro Preto – FAOP
Economia Afrocriativa e Afroempreendedorismo em Ouro Preto	<ul style="list-style-type: none"> • Casa de Cultura Negra. • Hub de Inovação Francisca Mina. • Casa de Gonzaga 	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa Perfil do Afroempreendedor de Ouro Preto. • Criação da Rede Integrada dos Micros e Pequenos Afroempreendedores de Ouro Preto - RIMPA-OP. • Participação de Afroempreendedoras cadastradas na rede em feiras que acontecem na cidade (FESTUR, Semana de Desenvolvimento Econômico de Ouro Preto). • Evento Mulher Empreendedora da RIMPA-OP. • Curso de aceleração de afroempreendedores. 	Movimento Black Money Agencia de Desenvolvimento Econômico e Social de Ouro Preto – ADOP
Editais do CONDES		Ao longo de dois anos foram disponibilizados R\$1.400.000,00 para financiar projetos de associações de Ouro Preto.	
Empreender para Crescer	Escola Municipal Padre Carmélio Augusto Teixeira	Oficinas de Artesanato (o público-alvo do projeto são mães e pais com minhos matriculados na Escola Municipal Padre Carmélio Augusto Teixeira).	Escola Municipal Padre Carmélio Augusto Teixeira

3.3 Cidades Criativas

As cidades criativas podem ser compreendidas como aquelas que se planejam buscando a transformação de suas áreas utilizando a criatividade. Segundo Reis (2012), essa forma de organização é reflexo da busca de algumas localidades que pretendem transformar o modelo econômico industrial capitalista para uma economia baseada no conhecimento e dessa maneira a competitividade das regiões depende das inovações criadas e da criatividade.

A concepção da cidade criativa coloca em questão a cidade como o território da economia criativa, que tende a se territorializar e eleger espaços convenientes (VIVANT, 2012) à concentração de empregos na área criativa e “ser atrativas ao investimento estrangeiro devido às suas facilidades culturais bem estabelecidas”

(UNCTAD, 2010, p.12).

Esses modelos de cidade precisam ter capacidade para atrair recursos humanos, focar em setores criativos e buscar o desenvolvimento através de ferramentas e soluções criativas.

A Rede de Cidades Criativas da Unesco foi criada em 2004 com o objetivo de promover a cooperação, troca de boas práticas e conhecimento entre as cidades que identificaram a criatividade como um fator estratégico para a busca do desenvolvimento sustentável. Esse reconhecimento está selado pelo programa e as cidades podem se destacar em um dos sete campos criativos: artesanato e arte popular, artes midiáticas, design, literatura, gastronomia, cinema e música. Atualmente a nível mundial são mais de 350 cidades que já receberam o título de cidade criativa e 14 delas estão situadas no Brasil sendo elas:

Quadro 2 – Cidades Criativas Brasileiras na Rede Mundial UNESCO

CIDADES	SEGMENTO	ANO DE RECONHECIMENTO
Belém	Gastronomia	2020
Belo Horizonte	Gastronomia	2019
Brasília	Design	2017
Campina Grande	Artes de Mídia	2021
Florianópolis	Gastronomia	2014
Fortaleza	Design	2019

CIDADES	SEGMENTO	ANO DE RECONHECIMENTO
Penedo	Cinema	2023
Recife	Música	2021
Rio de Janeiro	Literatura	2023
Salvador	Música	2015
Santos	Cinema	2015
Paraty	Gastronomia	2017

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

3.3.1 Candidatura de Ouro Preto como Cidade Criativa das Artes e Artesanato - UNESCO

Concomitante à elaboração do presente Plano, a equipe técnica responsável pelo projeto tem empreendido esforços para a submissão de Ouro Preto à candidatura da cidade para compor a Rede de Cidades Criativas da UNESCO. Os resultados obtidos sugeriram como principal potencial e oportunidade a cidade concorrer na categoria de Artes Populares e Artesanato. Sendo assim, foi elaborado um Plano de Ação para a consolidação do Dossiê que deverá ser entregue à UNESCO no dia 30 de janeiro de 2025.

Dentre as diversas ações a equipe participou de reuniões, congressos e eventos (nacionais e internacionais) para sinalizar a pré

candidatura e foi elaborado um material audiovisual e gráfico que apresentasse as potencialidades e planos da cidade em relação à essa chancela da UNESCO. Tal material está disponível em todas as plataformas da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. A logomarca, idealizada pelo designer gráfico Dinho Bento traz como proposta uma cidade erguida pelas mãos dos seus habitantes, como símbolo de construção coletiva.

Ao representar as mãos erguendo a cidade é transmitida a ideia de que o futuro da nossa cidade está nas mãos daqueles que a constroem, em especial, dos artistas e artesãos. As volutas barrocas, elemento marcante da arquitetura e da arte sacra de Ouro Preto, ganham as cores da arte popular, como estas do congado. Ao incorporar esses elementos à logo, buscamos conectar a arte contemporânea com a tradição histórica da cidade, pois esses elementos continuam sendo fonte de inspiração para os artistas contemporâneos, que as reinterpretam e as adaptam às suas criações.

Figura 3 - Arte de candidatura de Ouro Preto Cidade Criativa



4. Metodologia

Para realização do Plano de Desenvolvimento de Economia Criativa de Ouro Preto, um ponto importante foi a escolha do procedimento metodológico. A metodologia é entendida como um conhecimento crítico dos caminhos do processo científico, indagando os seus limites e possibilidades (Demo, 1995).

Diante da proposta deste Plano, que compreende realizar um diagnóstico sobre a economia criativa em todo o território de Ouro Preto, envolvendo sede e seus 12 (doze) distritos, a equipe optou por adotar uma pesquisa de abordagem mista, ou seja, de natureza quali-quantitativa. De acordo com Creswell (2011), a finalidade desta integração é fornecer uma melhor compreensão dos problemas de pesquisa do que qualquer abordagem isolada poderia oferecer.

Para operacionalização da pesquisa foram construídos dois instrumentos de coleta de dados. O primeiro foi um questionário, com perguntas abertas e fechadas, com o intuito de trazer uma visão mais ampla e quantificada de quem são os produtores, com o que eles trabalham, se são trabalhadores formais, quais são os seus principais desafios, entre outras questões.

Para operacionalização da pesquisa foram construídos dois instrumentos de coleta de

dados. O primeiro foi um questionário, com perguntas abertas e fechadas, com o intuito de trazer uma visão mais ampla e quantificada de quem são os produtores, com o que eles trabalham, se são trabalhadores formais, quais são os seus principais desafios, entre outras questões. Para coletar essas informações, a equipe, em parceria com a Diretoria de Estudos Econômicos da Prefeitura de Ouro Preto, preparou um formulário coletando dados pessoais dos respondentes; trabalho executado na economia criativa; financiamento/rendimento; oportunidades no setor e conclusão, totalizando 19 perguntas (apêndice x). O formulário foi preparado na plataforma Google Forms e divulgado e socializado nas reuniões realizadas nos distritos no período de 28 de fevereiro de 2024 a 18 de junho de 2024.

Complementando a coleta para o diagnóstico e atendendo a abordagem qualitativa, optou-se pela adoção do grupo focal. A equipe, ao realizar esta escolha, considerou a importância de se adotar um instrumento participativo, no qual “desse voz” aos envolvidos na pesquisa. Nesse sentido, a escolha do grupo focal (focus group) foi estratégica, pois é um instrumento que garante que os participantes se envolvam ativamente com a pesquisa. O focus group é um tipo de entrevista realizada em grupo, cujo foco é a interação entre os participantes.

Figura 4: Extensão município de Ouro Preto



Fonte: Distritos de Ouro Preto. Secretaria de Turismo e Cultura de Ouro Preto

“Os participantes influenciam uns aos outros pelas respostas às ideias e colocações durante a discussão, estimulados por comentários ou questões fornecidas pelo moderador (pesquisador ou outra pessoa)” (p.326).

A aplicação da técnica permite coletar os dados em um curto espaço de tempo e em quantidade adequada, por meio da interação em grupo (OLIVEIRA; FREITAS, 2006).

Vale destacar que, entre as técnicas de coleta de dados qualitativos no campo das Ciências Sociais, a mais comum é a entrevista individual (OLIVEIRA; FREITAS, 2006). Entretanto, esta técnica não seria interessante para a realização do diagnóstico em razão do universo a ser investigado. A equipe responsável pela realização do Plano de Desenvolvimento de Economia Criativa de Ouro Preto optou por fazer os agendamentos em cada distrito para então realizar a aplicação desses dois instrumentos de coleta de dados. Para tanto, uma planilha de cadastro de produtores da prefeitura foi usada para estabelecer os primeiros contatos. Em seguida, adotou-se o mecanismo de bola de neve, uma forma de abordagem que adota os primeiros informantes como “sementes, a fim de localizar, algumas pessoas com perfil necessário dentro da pesquisa” (VINUTO, 2014).

Para a aplicação deste tipo de pesquisa é importante escolher um local democrático, que envolva todos os participantes. Ademais, é fundamental criar um ambiente acolhedor e de escuta, para que o grupo possa apresentar as suas opiniões sem qualquer tipo de julgamento. O moderador deve ter um baixo envolvimento nas discussões, lançando as perguntas sem apresentar a sua opinião, buscando controlar o tempo da dinâmica e permitindo com que todos os participantes tenham um espaço de fala.

As sessões devem ter duração média de 1 hora e 30 minutos a 2 horas e, para melhor registro das informações, devem ser

gravadas.

O roteiro deve conter perguntas iniciais, denominadas de “quebra-gelo” (para permitir um envolvimento dos participantes com a pesquisa); perguntas centrais, que correspondem à essência da investigação; e perguntas de encerramento, a fim de concluir a discussão (OLIVEIRA; FREITAS, 2006).

Todas essas orientações apresentadas por Mírian de Oliveira e Henrique Freitas (2006) foram seguidas, de modo a garantir que o instrumento de coleta fosse aplicado com sucesso. Em todo encontro foi oferecido um café de boas vindas a fim de proporcionar um ambiente mais acolhedor e garantir maior permanência dos participantes na dinâmica do grupo focal.

Destaca-se ainda, que o roteiro também seguiu com número moderado de perguntas, contendo 13 perguntas, envolvendo o momento de quebra-gelo, perguntas centrais e de encerramento. Todos os encontros foram registrados por meio de um diário de campo, no qual as bolsistas marcavam as informações mais relevantes das falas dos participantes, além de ser gravado um áudio. Contamos com a cobertura de fotografia e vídeo do profissional Marcelo Shishito que, em todos as reuniões esteve presente registrando os encontros e gerando conteúdos para a nossa rede social: https://www.instagram.com/ouropreto_cidadecriativa/

Figura 5: Página do Instagram:
ouropreto_cidadecriativa



Os cartazes de divulgação das reuniões da primeira etapa estão em anexo e as datas de visitação em cada distrito e na sede estão apresentadas no quadro a seguir:

Quadro 3: Locais e datas para realização dos encontros da primeira etapa do projeto

LOCAL	DATA
Glaura	28/02/24
Lavras Novas	13/03/24
Santo Antônio do Leite	16/04/23
Amarantina	24/04/24
Rodrigo Silva	30/04/24
São Bartolomeu	06/05/24
Santo Antônio do Salto	14/05/24
Miguel Burnier	21/05/24
Engenheiro Corrêa	27/05/24
Cachoeira do Campo	04/06/24
Antônio Pereira	05/06/24
Ouro Preto	11/06/24
Santa Rita de Ouro Preto	18/06/24

Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Após a finalização das visitas realizadas na primeira etapa, esses dados passaram por um processo de sistematização. As falas obtidas no grupo focal foram transcritas, os dados registrados no diário de campo foram organizados em uma planilha de pdf e aqueles obtidos por meio do questionário via google forms geraram gráficos que serão apresentados na próxima seção.

Finalizada a primeira etapa, iniciamos um segundo momento de pesquisa de campo em que nós retornamos aos distritos, mas de maneira aglutinada. Foram traçados quatro eixos, considerando a proximidade geográfica entre os distritos.

Para atender o primeiro eixo, realizamos uma reunião em Santo Antônio do Leite com o intuito de atender também os distritos de

Engenheiro Corrêa e Miguel Burnier. O segundo eixo compreendeu Cachoeira do Campo, Glaura, São Bartolomeu, Amarantina e Rodrigo Silva. Já o terceiro eixo envolveu os distritos de Lavras Novas, Santa Rita de Ouro Preto e Santo Antônio do Santo. E, finalmente, o quarto eixo compreendeu Ouro Preto e Antônio Pereira.

Vale destacar que estas reuniões agendadas para a segunda etapa tinham o intuito de validar as informações coletadas, bem como traçar junto da comunidade, estratégias perante os desafios que eles poderiam enfrentar, independente do poder público. Infelizmente, em todos esses encontros tivemos baixa adesão dos participantes, comprometendo a efetividade desta ação.

Por fim, uma outra estratégia adotada foi encontrar os produtores criativos nos eventos que aconteceram nos seus distritos e também na Semana de Desenvolvimento Econômico de Ouro Preto, evento que aconteceu nos dias 18 a 21 de setembro no Centro de Artes e Convenções de Ouro Preto.

Entre as atividades da programação, ocorreu o Fórum de Economia Criativa como alternativa de diversificação econômica. Nesta oportunidade, foi possível ouvir algumas lideranças dos distritos, validar dados que foram coletados e pensar, de modo coletivo, alternativas para os desafios identificados.

Após a coleta de informações, os dados foram organizados e analisados, trazendo a realidade de cada distrito, no que diz respeito aos principais setores da economia criativa encontrados (riquezas/potencialidades), desafios identificados, necessidade de capacitações e formas de atuação do poder público desejadas pela comunidade pesquisada.

Estas informações serão apresentadas na próxima seção, seguindo dos dados coletados por meio do questionário estruturado e distribuído para os envolvidos na pesquisa por meio do Google Forms.

5. Diagnóstico acerca da Economia Criativa em Ouro Preto e seus distritos

5.1 Antônio Pereira

Antônio Pereira é um dos doze distritos do município de Ouro Preto. Localizado a 25 quilômetros da sede, é conhecido por sua forte atuação no campo da mineração, sendo atualmente a sua principal fonte de renda.

O distrito possui alguns atrativos interessantes para visitação. As ruínas da Igreja de Nossa Senhora da Conceição (fundada em 1716), conhecida hoje como “Igreja Queimada”, abriga em seu interior um cemitério.

Figura 6: Igreja Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Turismo Ouro Preto

Outro ponto de destaque é a Gruta da Lapa, onde possui uma pequena capela que atrai um expressivo número de romeiros, especialmente no dia 15 de agosto, que vão até o local para homenagear Nossa Senhora da Lapa. Vale destacar ainda que a região é cercada de montanhas e cachoeiras, com destaque para o Pico do Frasão e as Cachoeiras das Pedreiras, que possuem três cachoeiras límpidas de altura mediana.

Como mencionado, no atual momento o distrito vive da mineração, sendo esta a principal atividade de ocupação do território. É sabido que a atividade minerária não é sustentável e precisa desenvolver uma alternativa econômica como, por exemplo, a economia criativa.

A nossa equipe foi ao distrito no dia 05/06/24, momento em que aplicamos o método do grupo focal e o questionário via Google Forms.

Figura 7: Visita ao distrito de Antônio Pereira



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Desse modo, ao visitar o distrito e realizarmos um mapeamento, encontramos muitas riquezas e potencialidades ligadas à economia criativa que podem beneficiar o território. Foram identificados a presença de artesãos e artesãs com diferentes produções artísticas (pintura, escultura, bordado), com destaque para o bordado, que tem ganhado mais expressividade com a Associação Arte, Mão e Flores.

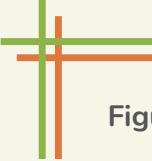


Figura 8: Bordado produzido pelas mulheres da Associação Arte, Mão e Flores



Fonte: Instagram Arte Maos e Flores

Figura 9: Bordado produzido pelas mulheres da Associação Arte, Mão e Flores



Fonte: Instagram Arte Maos e Flores

Essas mulheres estão organizadas por meio de uma associação e se reúnem para produzir várias peças bordadas, como capa de almofadas, toalhas, panos de prato, bolsas, entre outros.

Muitas delas, a atividade promove bem estar e socialização para as integrantes da associação.

Além da produção artesanal, o distrito possui restaurantes, bares e quitandas que, no momento, atendem mais aos trabalhadores

Além de ser um complemento de renda para os ligados à mineração do que aos visitantes. Entretanto, há o desejo por parte da população de que o distrito receba mais turistas para conhecer a cultura, a arte e a gastronomia deste território. Algumas iniciativas interessantes ligadas à gastronomia, que vão ao encontro da economia criativa, foram identificadas, como por exemplo o Quintal da Vovó.

Uma tradição presente em Antônio Pereira, comentada pelos participantes, é o garimpo artesanal do topázio, que tem sido apresentado para alguns grupos de visitantes que vão até o distrito.

Figura 10: Demonstração do garimpo artesanal do topázio



Fonte: Fotografia Jacqueline dos Santos (2024).

Entre os principais desafios diagnosticados para o desenvolvimento da economia criativa, foram identificadas a pouca visibilidade do distrito, principalmente para os turistas de Ouro Preto; a pouca valorização dos produtos ligados à arte e ao artesanato, encontrando dificuldade de comercialização por parte dos artesãos; a violência e a ausência de eventos e espaços de lazer para o entretenimento da população local.

As falas dos participantes do grupo focal reforçam esse diagnóstico:





Nós fomos excluídos da cultura mesmo, nós não temos valor. Várias coisas poderiam ter fomentado mais turismo pra cá. Lá fora, ninguém conhece o que tem de tão belo no Pereira. É um distrito marginalizado. Cê fala assim, eu moro em Antônio Pereira e as pessoas ficam chocadas (PARTICIPANTE DA PESQUISA - ANTÔNIO PEREIRA).

“A gente faz nossos artesanatos aqui na comunidade, mas é mais difícil a comercialização” (PARTICIPANTE DA PESQUISA - ANTÔNIO PEREIRA).

Os relatos expressam a pouca visibilidade do distrito, fato que prejudica o desenvolvimento da atividade turística e a comercialização dos produtos locais, uma vez que ficam mais restritos aos moradores. Os produtos de arte e artesanato, bem como os empreendimentos gastronômicos conseguem maior distribuição quando o distrito recebe grupos de turistas e quando são realizados pequenos eventos no território. É frequente também a participação de alguns produtores, como a Associação Arte, Mão e Flores, em eventos que são realizados na sede ou nos distritos de Ouro Preto.

Ainda sobre os desafios, foi mencionado no grupo focal a falta de regularização de algumas associações e a dificuldade de articulação e comunicação entre os integrantes de algumas associações.

Na aplicação do grupo focal, foi indagado aos participantes quais cursos seriam

importantes para que a comunidade possa desenvolver a economia criativa. Foram mencionados a necessidade de cursos de especificação, gerenciamento de redes sociais, marketing, guiamento e percepção ambiental e atendimento ao cliente. De acordo com o grupo, em Antônio Pereira já foram ofertados à comunidade cursos de gastronomia, empreendedorismo, estética, maquiagem, desenho, fotografia e estamparia.

Finalmente, os participantes comentaram na dinâmica como o poder público pode colaborar com o distrito para desenvolver a economia criativa no território. Entre as ações esperadas pela prefeitura, foram pontuadas a melhoria no transporte público e no acesso ao distrito, além do maior investimento nos eventos realizados em Antônio Pereira.

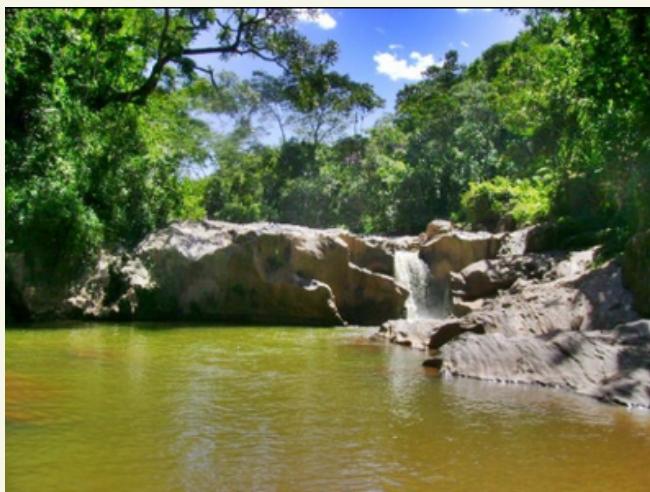
Em relação ao acesso, destaca-se a abertura recente da estrada da Purificação, que permite uma conexão mais rápida entre a sede e o distrito de Antônio Pereira.

Em uma análise geral, observa-se que o distrito precisa desenvolver uma “vida” para além da mineração, permitindo mais atividades aos moradores, lazer e eventos, proporcionando qualidade de vida. O desenvolvimento da economia criativa pode ser um importante meio de engajamento da comunidade, com possibilidades de maior pertencimento dos locais por meio da manutenção das tradições, da identidade e da cultura do território.

5.2 Santo Antônio do Salto

Localizado a cerca de 35 Km de Ouro Preto, com uma população um pouco superior a 1000 habitantes, Santo Antônio do Salto é um distrito caracterizado pela presença da natureza, com cachoeiras, mata exuberante e por sua culinária típica. Em relação à culinária, o distrito tem ganhado visibilidade com a realização do Festival de Cultura e Culinária Típica de Santo Antônio do Salto, evento que ocorre anualmente no mês de agosto e conta com a presença de shows, de barraquinhas com o artesanato local e a comercialização de pratos típicos, como o frango com ora-pro-nobis, as receitas com umbigo de banana, além das quitandas mineiras, como a cuca de banana e o bolo de fubá com rapadura (OURO PRETO, 2024). Além dessas características, as festas religiosas são importantes para a identidade e cultura local, como a Festa de Santo Antônio (comemorada em 13 de junho), a Festa de Nossa Senhora dos Remédios e de Santo Antônio do Fundão do Cintra.

Figura 11: Cachoeira em Santo Antônio do Salto



Fonte: Turismo Ouro Preto

No dia 14 de maio de 2024 o grupo da UFOP em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e

Tecnologia esteve no distrito para conhecer um pouco da sua realidade e aplicar os instrumentos metodológicos propostos para a realização deste diagnóstico.

Figura 12: Visita ao distrito de Santo Antônio do Salto



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 13: Visita ao distrito de Santo Antônio do Salto



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Em relação às riquezas e potencialidades identificadas o distrito, como mencionado o distrito apresenta grande riqueza gastronômica, marcada pelos pratos típicos, pelo artesanato local (arte em taquara, crochê, etc.), pela sua natureza exuberante, pelas manifestações religiosas e pela agricultura familiar. O território tem potencialidade para desenvolver o turismo gastronômico, de eventos e o turismo de

natureza.

Como dito, um evento de atratividade para os locais e pessoas da região é o Festival de Cultura e Culinária Típica de Santo Antônio do Salto que acontece há 20 anos. Neste festival, além da comercialização de pratos típicos, é encontrado um pouco do artesanato local.

Figura 14: Gastronomia apresentada no Festival de Cultura e Culinária Típica de Santo Antônio do Salto



Fonte: Fotografia de Ane Souza

Tem ganhado destaque também as visitas relacionadas ao ecoturismo. O Cânion do Funil é um importante bem natural que tem atraído turistas, inclusive os que estão no distrito de Lavras Novas.

Assim como nos demais distritos, os desafios foram identificados pelos moradores, especialmente em relação ao desenvolvimento da economia criativa.

Um deles é a pouca visibilidade do distrito em relação aos demais e a sede. Destaca-se ainda a falta de infraestrutura para receber os visitantes, pois são poucos os meios de

hospedagem, restaurantes e bares. Um outro problema constantemente apontado pelos moradores é o difícil acesso, que foi parcialmente solucionado com a pavimentação da estrada que dá acesso à Santo Antônio do Salto, contudo, ainda falta transporte público frequente que atenda os moradores e visitantes.

A seguir segue a fala de uma participante do grupo focal que retrata sobre a falta de infraestrutura:

“Não tem pousada, não tem hotel. O pessoal faz muito bate e volta. Não é que não tem pousada, mas elas ficam todas cheias” (PARTICIPANTE DA PESQUISA - SANTO ANTONIO DO SALTO).

Na aplicação do grupo focal, foram levantadas pela comunidade participante a necessidade de alguns cursos, como de relações interpessoais e gerenciamento de conflitos (relacionada ao trabalho em equipe e ao associativismo), precificação, guiamento ambiental (em razão das belezas naturais encontradas no território), de manuseio e reciclagem do lixo e também cursos direcionados à preservação do artesanato local, como do artesanato em taquara e o crochê.

Sobre como o poder público pode atuar no distrito para impulsionar a economia criativa, foi mencionado a necessidade de maior visibilidade do distrito, com políticas de incentivo que visam proporcionar um turismo planejado e sustentável, por meio dos eventos e das visitações nas áreas naturais.



5.3 Engenheiro Corrêa

Com uma população inferior a 500 habitantes, o distrito de Engenheiro Corrêa está localizado a 38 km da sede de Ouro Preto. Caracterizado pela presença de fazendas antigas e por sua rica natureza, o distrito se desenvolveu ao entorno da estação ferroviária (Estação Sardinha), inaugurada em 1896. Posteriormente, o lugarejo passa a se chamar Engenheiro Corrêa em homenagem a Manuel Francisco Corrêa Júnior, engenheiro supervisor da antiga Estação Sardinha (OURO PRETO, 2024).

Além das belezas naturais, o distrito conta como um dos seus atrativos a capela São José (do final do século XIX) e a igreja de Nossa Senhora da Conceição (OURO PRETO, 2024).

Figura 15: Capela de São José



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 16: Igreja Nossa Senhora da Conceição



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

A visita do grupo do Plano de Desenvolvimento da Economia Criativa de Ouro Preto se deu no dia 27 de maio na Escola Municipal José Estevam Braga.

Figura 17: Reunião em Engenheiro Corrêa



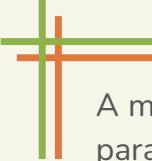
Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Apesar de poucos participantes na dinâmica do grupo focal, foi possível levantar algumas potencialidades do distrito no que diz respeito à economia criativa. Em Engenheiro Corrêa foi mencionado que há produção de mel, queijos, artesanatos diversos, além da localidade ter festas religiosas de natureza católica.

É notável a forte presença da mineração no território que, inclusive, abarca também um distrito próximo, Miguel Burnier.

Os desafios são inúmeros, mas um deles é a própria distância da sede de Ouro Preto.





A maior parte da comunidade vai até Itabirito para usufruir do comércio e ter atendimento de saúde, em razão da proximidade geográfica (16km de distância).

“Tem algumas coisas, por exemplo, questão condução ou transporte, todo mundo aqui às vezes busca o supermercado, a loja, tudo, é Itabirito. Dificulta até a sede de Ouro Preto, né? Muita gente trabalha aqui, recebe em Ouro Preto, mas gasta em Itabirito. A gente às vezes se sente mais parte de Itabirito do que de Ouro Preto” (PARTICIPANTE DA PESQUISA - ENGENHEIRO CORRÊA).

Além da distância com a sede, não há muitos horários de ônibus, o que dificulta esta conexão dos habitantes do distrito com Ouro Preto. Foi relatado ainda as poucas oportunidades de emprego e a desunião da comunidade, como elementos que dificultam o desenvolvimento de Engenheiro Corrêa.

“Mas assim, aqui eu acho também o pessoal desunido. Não é só falar que a prefeitura tem que fazer isso, a comunidade tem que se unir e fazer” (PARTICIPANTE DA PESQUISA - ENGENHEIRO CORRÊA).

Este relato aponta o desejo de maior união da comunidade, a fim de protagonizar algumas ações e não ficar apenas no aguardo da atuação do poder público.

Sobre as possibilidades de atuação da prefeitura foi levantada a melhoria do transporte público, com ônibus mais frequentes, a criação de áreas de lazer, uma vez que os participantes do grupo focal mencionaram que o distrito não dispõe de atividades e áreas de entretenimento e, o fornecimento de cursos de capacitação, a fim de ampliar e diversificar as possibilidades de emprego e renda.





5.4 Miguel Burnier

Entre os distritos de Ouro Preto mais impactados pela mineração está Miguel Burnier, localizado a mais de 50 km da sede. O patrimônio material, como a Estação Ferroviária de São Julião e a Igreja do Sagrado Coração de Jesus (1934), e o imaterial, como os corais de música e o congado tentam resistir a devastadora atividade minerária que acontece no território.

Figura 18: Estação Ferroviária de São Julião



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 19: Contraste entre a Igreja do Sagrado Coração de Jesus e a mineração



Fonte:

De acordo com o site da prefeitura de Ouro Preto, desde o século XVIII essa localidade era conhecida como “Xiqueiro do Alemão” ou apenas “Xiqueiro”, por Claudio Manoel da Costa. Este local, além da sua importância para a mineração, situa-se em um local estratégico, próximo ao Caminho Novo e ao Caminho Velho da Estrada Real, maior rota turística do país. Próximo ao “Xiqueiro”, no início do século XX foi instalada a Usina Wigg, destinada à produção do ferro. Em 1948 o lugarejo passa a se tornar um distrito de Ouro Preto e ganha o nome de Miguel Burnier, em homenagem a Miguel Noel Nascentes Burnier, diretor da estrada de ferro no ano da inauguração da estação (1884).

A visita do nosso grupo aconteceu no dia 21 de maio de 2024 no Salão Comunitário.

Figura 20: Reunião em Miguel Burnier



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Na dinâmica do grupo focal foi possível levantar algumas riquezas e potencialidades do distrito, tais como as manifestações de congado, festas religiosas, a banda cívica do distrito, alguns artesanatos como o bordado, artesanato em madeira, biscuit e produção de queijos.





Já relatando as dificuldades, entre os distritos investigados, este é o que mais sofre com o impacto da mineração. Na visita ao local observamos o quanto esta atividade está presente no território, comprometendo de maneira significativa a qualidade de vida dos moradores. Este fato é notável pela evasão populacional do distrito. Atualmente, segundo uma agente de saúde que estava presente no grupo focal, o território conta com menos de 200 moradores. O distrito possui pouquíssimos empreendimentos comerciais, não oferece opções de educação, lazer e cultura para os moradores, além de pouco empregar a população local, visto que a mineração absorve mais mão-de-obra externa, fato observado com o tráfego constante de ônibus cheios de trabalhadores. Além da mineração, a população sofre com a dificuldade de acesso, em razão da estrada de terra e a falta de ônibus. Foi comentado ainda a desarticulação da comunidade e a desmotivação dos moradores que, apesar de contarem com uma associação, não há engajamento dos integrantes.

Sobre o problema de transporte, foi relatado o seguinte por um dos participantes do grupo focal:

O único problema que eu vejo maior é um só: quem não tem carro aqui não tem mais nada. Eu tô lutando já faz três anos para ver se volta dois horários de ônibus (PARTICIPANTE DA PESQUISA - MIGUEL BURNIER).

Esta fala é da presidente da Associação de Moradores que comenta sobre a dificuldade de acesso ao distrito, pois há apenas um

único horário de ônibus de ida e de volta para a localidade. Quando há uma emergência entre os moradores, muitos se organizam com os próprios vizinhos para conceder ou pegar carona. Inclusive quando indagados sobre como o poder público poderia atuar para auxiliar o distrito, a questão do transporte e o controle da mineração foram mencionados.

Sobre possibilidades de cursos de capacitação, vale destacar que alguns já foram oferecidos aos moradores, financiados pelas mineradoras e pela própria prefeitura. Já foram ofertados cursos de bordado e costura.

No momento da oficina os integrantes mencionaram que seria interessante a realização de cursos práticos de artesanato e culinária, pois funcionariam também como uma forma de entreter a comunidade.

Em uma breve análise, podemos concluir que Miguel Burnier é um distrito com uma população local envolvida com o artesanato e artes populares, possui tradições culturais ricas, como o congado e a produção de queijos e bordados. No entanto, enfrenta desafios como a falta de articulação comunitária e as dificuldades de acesso, o que limita seu potencial turístico. A promoção de eventos tradicionais, como o congado em setembro, e o desenvolvimento de cursos práticos podem fortalecer a identidade local e atrair mais visitantes, especialmente se houver melhorias no transporte e na divulgação da localidade. Além disso, a forte presença da mineração é o aspecto que mais prejudica o distrito e a qualidade de vida da população local.



5.5 Lavras Novas

Lavras Novas é um dos distritos mais visitados na cidade de Ouro Preto. Localizado a 19 km da sede é uma localidade que tem se desenvolvido turisticamente por ser um lugarejo charmoso, cercado de cachoeiras e trilhas. Em razão dos inúmeros eventos que a cidade recebe, bem como o desenvolvimento do turismo de natureza, hoje Lavras Novas possui uma infraestrutura turística composta por hotéis, pousadas, hostels, bares e restaurantes (OURO PRETO, 2024).

O centro é composto por casas coloridas e charmosas, sendo possível visitar algumas edificações históricas, como por exemplo a Capela Nossa Senhora dos Prazeres, localizada no centro do distrito.

Figura 21: Artesanato em Lavras Novas



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 22: Capela de Nossa Senhora dos Prazeres



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Lavras Novas foi o segundo distrito visitado pelo grupo do Plano de Desenvolvimento da Economia Criativa de Ouro Preto. Realizada no dia 13 de março na Casa Paroquial, o grupo focal contou com a presença de oito participantes, envolvendo moradores locais e pessoas de fora, proprietários de empreendimentos ligados à hospedagem e alimentos e bebidas.

Figura 23: Reunião em Lavras Novas



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 24: Reunião em Lavras Novas



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)



No mapeamento das potencialidades e riquezas foi mencionado que o distrito apresenta uma natureza exuberante, festas religiosas, forte gastronomia, além das produções ligadas ao artesanato como os cestos de taquara, o bordado, e uma infraestrutura turística composta por bares, restaurantes e meios de hospedagem para atender os visitantes.

Figura 25: Artesanato em taquara



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 26: Artesanato em bordado



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Apesar de ser um distrito desenvolvido em relação ao turismo, muitas dificuldades foram elencadas pelos participantes do grupo focal, tais como a falta de infraestrutura da cidade, no que diz respeito ao abastecimento de água, luz e serviços de telefonia. O distrito nos finais de semana recebe um número expressivo de turistas por conta da sua própria atratividade e em razão dos grandes shows.

Lavras Novas cresceu muito de 10 anos para cá, na minha opinião foi um crescimento desordenado e autofágico. Eu acho que se continuar como está vai se tornar inviável porque falta um plano de organização econômica aqui. A magia de Lavras Novas é e precisa continuar sendo a natureza, esse para mim é o maior valor que Lavras Novas tem (PARTICIPANTE DA PESQUISA - LAVRAS NOVAS).

O relato retrata o crescimento de turismo que começa a se caracterizar como “turismo de massa”. Esta é, inclusive, uma das grandes preocupações dos moradores, pois o crescimento desordenado pode resultar na gentrificação, termo atribuído originalmente por Ruth Glass, no ano de 1964 para caracterizar um processo de transformar áreas residenciais ocupadas por operários para áreas residenciais destinadas a grupos com um status socioeconômico mais elevado (FURTADO, 2011). A atividade turística, quando ocorre sem planejamento, pode acarretar neste processo, por meio da especulação imobiliária, a alta da inflação, levando os moradores a se deslocarem para as periferias da cidade a fim de ceder espaço para empreendimentos pessoas de outras localidades, com maior poder aquisitivo. Mais um relato retrata a realidade do turismo de Lavras Novas, destacando até mesmo a mudança do perfil de turista:

Tem pessoas de dinheiro que vem para cá e constroem obras faraônicas. Lavras Novas está vivendo uma especulação imobiliária muito grande com os eventos, os grandes shows. Alguns donos de negócios têm discutido o perfil de turista que vem. Aquele perfil de turista que vinha por causa da natureza e da paz, esse turista parece que tá ficando afugentado (PARTICIPANTE DA PESQUISA - LAVRAS NOVAS).

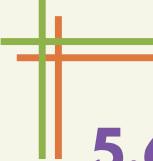


Destaca-se ainda, entre as dificuldades relatadas pelo grupo, o pouco incentivo do poder público, a falta de sinalização nas trilhas, a falta de uma identidade local e a pouca articulação e diálogo entre os atores da comunidade. Sobre a falta de identidade, os participantes relataram que Lavras Novas possui uma identidade nas artes, no artesanato e na gastronomia, entretanto, o turista que visita o distrito atualmente vai mais em busca de grandes shows e de hospedagens confortáveis, do que movido pelo interesse de conhecer a cultura local. No grupo focal foi mencionado ainda a necessidade de alguns cursos que poderiam

impulsionar a economia criativa no território, tais como de precificação, cursos ligados ao artesanato e a gastronomia e de atendimento ao turista, já que o fluxo de visitantes é intenso, principalmente nos finais de semana.

Em linhas gerais, conclui-se que em Lavras Novas existe um envolvimento nos setores criativos, mas ainda falta compreensão dos conceitos fundamentais. Em Lavras Novas há muitos empresários do setor de hospitalidade, com foco em meios de hospedagem, gastronomia e artes manuais. No entanto, enfrenta desafios com o desordenamento da atividade turística, ausência de incentivos públicos e dificuldades de coesão entre os atores locais.





5.6 Santo Antônio do Leite

Santo Antônio do Leite é um distrito de Ouro Preto situado a 28 km da sede. Com um clima tranquilo, destaca-se para uma vocação turística voltada para o bem-estar e cuidados com a saúde, além da prática do ecoturismo. Atualmente é muito conhecido pela produção artesanal de joias em prata com pedras preciosas e semi-preciosas. Outro fator que chama a atenção no local são as pousadas, hotéis-fazendas e sítios, que atraem pelo aconchego e pelo ecoturismo.

Sobre o surgimento do distrito, sabe-se que Diogo de Vasconcellos, em sua publicação "História Antiga de Minas Gerais", já registrava o nome "Leite" para o arraial na Guerra dos Emboabas (entre 1707 e 1709). A formação do arraial provavelmente teve início nos anos de 1700. Segundo a tradição oral, os Oficiais da Tropa Paga de Cachoeira do Campo passavam sempre pelo local, onde encontravam leite de boa qualidade, das antigas fazendas da região. Assim, passaram a chamar o local de "Leite". Outra grande produção da localidade, principalmente a partir do século XIX, foi a plantação de bananas, além de outros produtos agrícolas que abastecem a região (OURO PRETO, 2024)

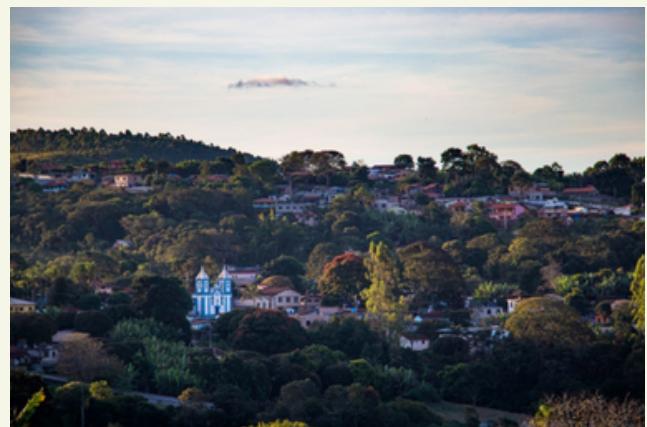
Figura 27: Igreja de Santo Antônio



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

A mudança do nome para "Santo Antônio do Leite", veio a partir da devoção a Santo Antônio e da construção da primitiva capela em homenagem ao santo, em 1858. Nos anos finais do século XIX, foi construída a atual igreja, cujo teto foi pintado por Honório Esteves, natural da localidade. A igreja fica localizada na Praça Juca Geraldo, também chamada de Praça da Matriz, na parte central do distrito, em torno da qual o arruamento se formou à beira do chamado caminho antigo, anteriormente utilizado como trajeto opcional rumo a Ouro Branco e Congonhas (OURO PRETO, 2024)

Figura 28: Vista de Santo Antônio do Leite



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Muitos festejos são celebrados ao longo do ano no distrito. Em janeiro, é comemorada a Festa de São Sebastião; em maio, acontece a Festa da Maria Concebida; em junho, tem-se a Festa do Padroeiro Santo Antônio; em agosto, a tradicional Festa dos Mineiros, com barraquinhas de comida e bebida, além de shows; e, por fim, em setembro, a população se mobiliza para organizar, no bairro Chapada, a Festa da Primavera, que comemora a chegada da estação das flores, promovendo a cultura e a natureza locais, com música, culinária típica, oficinas artísticas e ecológicas, além de passeios de bicicleta e caminhadas.

A população do distrito é de 1705 habitantes. Os participantes se dividem em moradores nascidos e criados no Leite,



moradores que se mudaram durante a pandemia e moradores estrangeiros (tal característica comum no distrito), que vieram há muito tempo, sobretudo movidos pela produção e comércio de arte com a prata, antigamente um item acessível na região. Estão envolvidos em atividades holísticas, produção de prata, artesanato, pintura, cerâmica, massagem, tatuagem e arte no geral.

Como potencial tem-se a terapia holística; plantas e ervas (quintais); festivais e manifestações culturais; prata e pedras preciosas; gastronomia (queijos, doces, geleias e cachaças), festas populares e hotelaria. Como principais desafios, identificou-se o baixo entendimento da comunidade sobre o conceito de Economia Criativa; Falta de acesso por parte dos artesãos à eventos e feiras; Falta de espaço/ equipamento para realizar atividades coletivas; Pouca valorização da comunidade para a atividade turística; População flutuante (muitos moradores estrangeiros que não se fixam); Calendário de eventos fraco e sem investimentos; Formalização das associações precária ou inexistente; Interesse próprio x Interesse coletivo; Compreensão das pessoas em relação a arte; Infraestrutura precária. Tais desafios podem ser evidenciados pelas falas dos participantes:

A representação comunitária é uma coisa difícil e a comunidade ainda não conseguiu se reunir em uma instituição que representa e a gente vê as pessoas se repetindo nas reuniões (PARTICIPANTE DA PESQUISA - SANTO ANTÔNIO DO LEITE).

Sinto falta das feiras que nós fazíamos periodicamente em Santo Antônio do Leite e vejo também uma certa dificuldade em fazer com que o povo nativo participe mais dos nossos eventos (PARTICIPANTE DA PESQUISA - SANTO ANTÔNIO DO LEITE).

Em termos de demanda da comunidade por cursos e capacitações, tem-se o atendimento ao turista; Empreendedorismo; Técnicas de artesanato (exemplo citado: reciclagem); Educação financeira; Precificação e, quanto ao papel do poder público esperado pela comunidade observou-se a necessidade de apoio quanto à mobilização da comunidade para as atividades fora da mineração; Ações que atraiam os turistas para fora dos hotéis; Apoio à eventos locais; Promoção e comercialização do destino.

Figura 29: Reunião em Santo Antônio do Leite



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Em linhas gerais, conclui-se que a comunidade de Santo Antônio do Leite possui grande potencial criativo e está bem engajada em comparação com os outros distritos visitados, exibindo uma grande vontade de agir. A diversidade do grupo presente foi marcante, possibilitando uma visão abrangente das divisões do território. O considerável interesse dos jovens nas iniciativas é um aspecto especialmente positivo. Mesmo que existam muitos grupos informais, enfrentam dificuldades significativas na formalização, o que impacta na obtenção de recursos por meio de editais. Contudo, destaca-se a presença de uma residente que veio de fora da comunidade, com experiência na redação de projetos, que tem se mostrado uma liderança nesse campo e com capacidade de mobilização, representando um potencial a ser explorado.



5.7 Rodrigo Silva

Rodrigo Silva é referência quando se fala nas tradicionais bandas civis, já que a banda do distrito, a Sociedade Musical Santa Cecília, é uma das mais tradicionais da região, tendo sido fundada em 1901. Outro destaque do distrito é a antiga estação ferroviária, atualmente desativada, que dá identidade ao lugarejo e traz um aspecto hospitalero.

Figura 30: Ensaio da Banda civil Sociedade Musical Santa Cecília de Rodrigo Silva



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

O distrito de Rodrigo Silva está localizado a cerca de 21 Km de Ouro Preto. A história de Rodrigo Silva está muito ligada à rede ferroviária. Anteriormente à construção da estação de trem, o distrito era chamado José Correa, nome de um notável fazendeiro local. Os primeiros registros da localidade, no início do século XIX, estão ligados à Santa Quitéria do Alto da Boa Vista, antiga paragem colonial, hoje abandonada, nas proximidades do distrito. Viajantes estrangeiros já registravam a exploração de topázio naquele período. Algumas dessas lavras eram gigantescas, empregando centenas de escravos (OURO PRETO, 2024).

No início da década de 1880 fez-se o projeto da estrada de ferro ligando o Rio de Janeiro a

Ouro Preto com uma paragem a se estabelecer em José Correia, que teria seu nome mudado para Rodrigo Silva após a inauguração, em 1888, em homenagem ao ministro imperial Rodrigo Augusto da Silva. A partir de então, muitos funcionários da rede ferroviária passaram a residir na localidade (OURO PRETO, 2024).

No começo do século XX, precisamente em 22 de novembro de 1901, os funcionários da ferrovia fundaram a Sociedade Musical Santa Cecília de Rodrigo Silva, que até hoje se apresenta nos eventos do distrito e da região com os toques da banda. No arquivo da banda ainda podem ser encontradas composições feitas pelos por seus fundadores (OURO PRETO, 2024).

Atualmente, mesmo tendo sido desativada, a antiga Estação Ferroviária pode ser visitada, por ser um bem cultural importante na compreensão do contexto histórico em que muitas cidades do Brasil foram fundadas. O topázio imperial, caracterizado como único no mundo, continua sendo explorado na região e é vendido em várias cidades para a fabricação de joias. A população do distrito é de 1080 habitantes.

Figura 31: Estação Ferroviária de Rodrigo Silva



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Os participantes são do distrito e ligados ao segmento gastronômico. Destaca-se a grande presença de mulheres empreendedoras, o que traz uma característica muito peculiar ao distrito. Há



ainda a Banda de música Santa Cecilia, uma gastronomia de quitandas marcante, uma Horta comunitária; Apicultura; Artesanato; Teatro de bonecos (Dona Zeca), produção de sabonetes e velas e a dança do mineiro, ligada à cultura da região minerária.

Figura 32: Produção de velas e sabonetes artesanais



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 33: Reunião em Rodrigo Silva - Sede da banda de música Santa Cecília



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Como principais desafios apontados, tem-se a falta de apoio do Poder Público para formalização de empreendimentos e aspectos da vigilância sanitária; Estado depressivo da população; Falta de infraestrutura turística; Perda cultural (garimpo); “Distrito apagado / esquecido” Segundo a fala das participantes:

“O povo faz na força e na raça, não tem estrutura nenhuma. As barraquinhas às

vezes são feitas de bambu, não tem assessoria, e as pessoas vão se desmotivando. A gente não tem como divulgar, chamar turista. Acho que falta mais união da comunidade para realizar essa feira” (PARTICIPANTES DA PESQUISA - RODRIGO SILVA)

“Acho que falta a articulação da comunidade, mas acho que precisa de uma mediação externa para nos auxiliar” (PARTICIPANTES DA PESQUISA - RODRIGO SILVA)

Indicou-se como necessidade em termos de curso de capacitação a Gastronomia (Tabela nutricional / manuseio de alimentos / vigilância sanitária); Precificação; Finanças; Marketing digital; Elaboração de projetos para editais e Empreendedorismo. E foi relatado que o poder público poderia ajudar a estabelecer um canal de comunicação e de divulgação entre a comunidade; Fomentar a criação de um Centro Cultural no espaço da Estação Ferroviária; e apoio quanto à Mobilização da comunidade.

Em linhas gerais, Rodrigo Silva é um distrito com participantes ligados principalmente ao segmento gastronômico. Enfrenta desafios significativos, como a falta de infraestrutura turística, perda cultural relacionada ao garimpo e um sentimento de esquecimento pela comunidade. Além disso, há dificuldades na formalização de empreendimentos e problemas de saúde mental na população. A criação de um Centro Cultural e maior mobilização comunitária são apontadas como soluções para revitalizar o distrito.

5.8 Amarantina

Amarantina cresceu aos pés da velha capela que mais tarde os fiéis transformariam em uma grande igreja, com duas torres imponentes. Insiste a lenda em dizer que a atual igreja, que no século XIX substituiu a antiga capelinha, é réplica em menor tamanho da Igreja de São Gonçalo do Amarante, em Portugal. Vinte anos atrás sua capela-mor foi, infelizmente, destruída. A imagem original do santo também se perdeu. Conserva hoje em seu interior, de interesse artístico, dois altares em estilo D João V, simplificados, e um curioso chafariz de pedra.

Figura 34: Paróquia São Gonçalo e Sociedade São Vicente de Paulo em Amarantina



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Pouco distante da igreja encontram-se as ruínas de uma imensa casa construída de pedra. Atribui a tradição popular que o casarão foi construído pelos primeiros bandeirantes que lá chegaram nos idos do século XVII. Parece realmente, pela análise estrutural, que se trata de uma construção muito antiga. Porém não foram encontrados documentos acerca da verdadeira origem da 'Casa Bandeirista' e, nem tampouco, da própria Amarantina (OURO PRETO, 2024).

Acredita-se que o povoado tenha surgido em meados do XVIII quando a produção agrícola de Cachoeira entrou em seu apogeu, reservando para os agricultores da baixada o

plantio de alguns produtos especiais cujo terreno encharcado era propício - como o alho, por exemplo. Esta baixada, porque estava constantemente inundada pelas águas do Rio Maracujá, recebeu o nome de Tijuco. Posteriormente São Gonçalo do Tijuco, em homenagem ao santo vindo de Portugal. Coexistiu daí em diante com a denominação de São Gonçalo do Amarante, em lembrança da cidade de origem da imagem. No século XX arbitrariamente mudaram-lhe o nome para Amarantina (OURO PRETO, 2024).

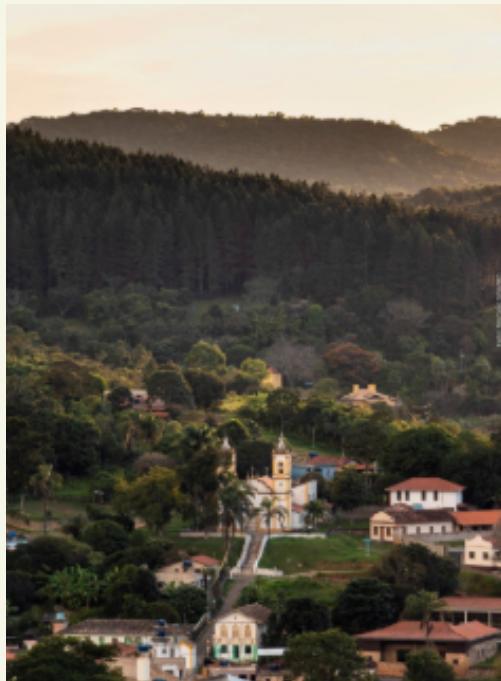
A Casa de Pedra de Amarantina ou Casa Bandeirista é um dos principais atrativos de Amarantina. Trata-se de uma edificação histórica, dos anos finais do século XVII, construída pelos bandeirantes. Recentemente, a casa foi restaurada e é utilizada como centro comunitário do distrito, abarcando várias atividades, além de ser local de exposição e venda do artesanato produzido no distrito, principalmente em tecido, bordados, crochês e artigos de decoração.

Outro grande destaque de Amarantina é a Festa de São Gonçalo e Cavalhadas, realizada no mês de setembro, festejo de origem portuguesa, que representa a fé em São Gonçalo e também a luta entre mouros e cristãos. Essa celebração é registrada como patrimônio imaterial de Ouro Preto, desde 2011. O distrito está localizado a cerca de 30 Km de Ouro Preto.

A população do distrito é de 3557 habitantes.



Figura 35: Vista panorâmica de Amarantina



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Os participantes são uma mistura de moradores locais e pessoas vindas de fora. A maioria deles são ouropretanos. Como potencialidade tem-se a Cavalhada, o Turismo rural, a Prataria, a Agricultura familiar, a Banda de tocada e a Gastronomia (queijos, doces, quitandas).

Figura 36: Reunião em Amarantina - Casa de Pedra



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

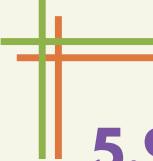
Como desafios relatados foi dito que muitas coisas iniciam e não continuam; Falta apoio do Poder Público; Baixa mobilização da comunidade; Comunidade não reconhece seu valor; Infraestrutura turística. Os participantes mencionaram a necessidade de Oficinas de artesanato e Gastronomia (Tabela nutricional / Manuseio de alimentos), como cursos de capacitação. E, quanto à atuação do poder público, foi dito que poderia haver investimento em capacitações e a construção de espaços de lazer.

Os desafios acima citados foram reforçados pelas falas dos participantes, tais como:

Começam as coisas, mas infelizmente não tem apoio de ninguém. Abri meu empório, fiquei um ano fazendo e não tive prestígio, mesmo tendo pessoas de Amarantina tocando. Acho que aqui tá precisando de alguma coisa para levantar, não é só cavalhada (PARTICIPANTES DA PESQUISA - AMARANTINA).

Em suma, Amarantina possui um potencial turístico interessante, com destaque para a cavalhada, para a prataria e para a gastronomia local. No entanto, a análise revela desafios como a falta de continuidade em iniciativas, baixa mobilização comunitária e insuficiente apoio do poder público.





5.9 Cachoeira do Campo

Cachoeira do Campo está no caminho direto entre a capital Belo Horizonte e a histórica Ouro Preto. Às margens da BR 356 podem ser vistas muitas lojas de artesanato regional, além da Praça do Artesão, próxima à rodoviária, que conta com produtos diversos, tanto em móveis de madeira de demolição, quanto bordados, culinária típica e variados objetos de decoração. O centro histórico do distrito possui igrejas, capelas e o casario dos séculos XVII e XVIII.

O distrito de Cachoeira do Campo surgiu ainda no século XVII, entre os anos de 1674 a 1675, quando a bandeira de Fernão Dias Paes, em busca de riquezas nas montanhas de Minas, provavelmente descobriu a cascata de águas límpidas, próximo ao atual Centro Dom Bosco, que daria origem ao histórico nome do povoado da “Cachoeira”, passando mais tarde a ser chamado de Cachoeira do Campo. No ano de 1680, o aventureiro Manuel de Mello teria se estabelecido em Cachoeira, tornando-se o primeiro morador (OUROPRETO, 2024).

Em sua Monografia Histórica, Pe. Afonso de Lemos afirma que o povoado teve início nos anos de 1700 e 1701, em razão de uma grande fome que acometeu a região, forçando a procura de espaços propícios para o plantio. Pela fertilidade do solo e amenidade do clima, Cachoeira tornou-se então um dos centros regionais de produção agrícola (OURO PRETO, 2024).

O distrito está localizado a 22 km de Ouro Preto. Foi no distrito que se desencadeou um dos episódios mais sangrentos e decisivos do conflito envolvendo os direitos de exploração de ouro na futura Capitania de Minas Gerais, conhecido como Guerra dos Emboabas, conflito entre paulistas e portugueses, entre 1708 e 1709.

Após essa guerra, foi na Matriz de Nossa Senhora de Nazaré que foi consagrado o primeiro governador eleito pelo povo da história das Américas, Manuel Nunes Viana, que liderava os vencedores Emboabas (OURO PRETO, 2024).

A população do distrito é de 8923 habitantes.

Sabe-se que os portugueses trouxeram a devoção por Nossa Senhora de Nazaré, sendo assim, a construção da Matriz, um dos maiores atrativos arquitetônicos do local, data da primeira metade do século XVIII, sendo um dos mais antigos templos de Minas. Em frente à porta principal, destaca-se o cruzeiro de pedra, símbolo da devoção cristã.

Figura 37: Reunião em Cachoeira do Campo - sede do Lions Clube



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

Os atores são de Cachoeira do Campo ou de Ouro Preto (sede). Destaque para os componentes do Lions Clube, idealizadores e realizadores da tradicional Festa da Jabuticaba. Além disso, como potencial, o distrito apresenta uma rica gastronomia (geleias, licores, sorvete feitos com jabuticaba) e a Banda de música.





Figura 38: Reunião em Cachoeira do Campo - sede do Lions Clube



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Os principais desafios relatados indicam a falta de visibilidade do distrito e o Portal de Ouro Preto deveria ser mais interativo e com mais informações sobre produtores/produtos.

Ainda, foi dito sobre a dificuldade de articulação, identificada na falta dos participantes:

Eu acho que falta é liderança, né? Você precisa ter líderes, né? E aí quando você vai fazer a formação para fazer isso, cê não tem. Eu falo muito disso em Cachoeira, Ouro Preto, você tinha que ter duas prefeituras, uma Prefeitura para cuidar do centro histórico de Ouro Preto e uma prefeitura pra

cuidar dos distritos. É isso é muito ideal, né? Porque hoje eu não tenho isso então assim aí você cuida só do centro histórico e larga o resto. Então você não consegue puxar comunidade, você consegue chamar as pessoas para o jogo (PARTICIPANTE DA PESQUISA - CACHOEIRA DO CAMPO).

As capacitações indicadas foram nas áreas de Governança; Marketing; Gestão financeira. E como ajuda do poder público, indicou-se mais apoio para as ações pensadas para o distrito.

Em suma, Cachoeira do Campo, com participantes locais e de Ouro Preto ligados ao Lions Clube, tem um forte envolvimento na Festa da Jabuticaba, destacando-se pela produção gastronômica de geleias, licores e sorvetes. Apesar do potencial turístico, o distrito enfrenta desafios como a falta de visibilidade. O apoio do poder público é essencial para viabilizar as ações planejadas e fortalecer a identidade turística da região, valorizando eventos como a Festa da Jabuticaba.

Destaca-se que, recentemente foi criada um APL da Jabuticaba no distrito, para fomentar ações relacionadas à cadeia produtiva desse forte elemento.





5.10 São Bartolomeu

São Bartolomeu é um distrito muito conhecido como a terra dos doces artesanais. A tradição dos doces de frutas possui registro como patrimônio imaterial de Ouro Preto, desde 2008. Entre os produtos, o mais famoso é a goiabada cascão. Outro traço local importante é a religiosidade de seu povo, que tem o santo que dá nome ao local como padroeiro: São Bartolomeu, celebrado em agosto, juntamente com a Festa do Divino Espírito Santo.

O distrito ainda possui um belo casario setecentista, sendo que algumas dessas casas contam com oratórios públicos inseridos nas construções. As belezas naturais de São Bartolomeu também devem ser destacadas, já que a localidade fica às margens do Rio das Velhas e é cercada pelo Parque Estadual do Uaimii, o que possibilita os passeios nas trilhas e cachoeiras ao redor da localidade.

Localizado a cerca de 18 km de Ouro Preto, o povoado de São Bartolomeu foi fundado nos anos finais do século XVII pelos bandeirantes, em busca do ouro, sendo um dos mais antigos de Minas Gerais. Entre os vestígios do período áureo, destaca-se a Igreja de São Bartolomeu, localizada no centro do distrito, cujos altares apresentam o Estilo Nacional Português. As características arquitetônicas dessa igreja – com três janelas, torres com telhadinho e cunhais de madeira – é típica das primeiras construções em Minas Gerais.

São Bartolomeu possui festeiros bastante tradicionais. Em abril, acontece a Festa Cultural da Goiaba, na qual é celebrada a tradição de se fazer doces artesanais, passada de geração em geração. Nessa festa, há degustação dos doces, exposições, sorteios, além de oficinas e shows.

Figura 39: Doce de goiabada cascão



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

Em maio temos a festa das tradições culinárias, com produtos locais, mineiros e a exploração de pratos típicos de Minas Gerais e de sua origem. Em agosto, é a vez da Festa de São Bartolomeu e do Divino Espírito Santo, também registrada como patrimônio imaterial de Ouro Preto, desde 2014. Nessa celebração são escolhidos o Rei e a Rainha da Festa, que saem em um luxuoso e alegre cortejo pelo distrito. A Folia do Divino de São Bartolomeu tem uma presença fundamental na festa, tendo início 80 dias antes das celebrações, com a Bandeira do Divino passando de casa em casa para arrecadação de “esmolas” para o festejo sendo, uma prática de difusão da fé no Divino Espírito Santo, devoção herdada dos portugueses. A população do distrito é de 730 habitantes. Os participantes são uma mistura de moradores locais e pessoas de fora que se interessaram pela vida em São Bartolomeu. A maioria deles são ouropretanos, grande parte nascidos em São Bartolomeu. Há presença de moradores de fora do distrito e até mesmo do Estado de Minas Gerais, o que de certa forma enriquece a massa de artistas e cria um ambiente diverso e até mesmo cosmopolita.

Esse povo movimenta a arquitetura, a história, o desenho, o design, a música, a produção de projetos e a cultura de forma geral.

Esse distrito tem grande relação com gastronomia, mas especificamente com os

doces caseiros, além das geleias, licores, artesanato e a presença dos meios de hospedagem. Há também um belo cenário natural, onde explora-se o turismo rural e de aventura, além da presença de um pesqueiro, área de camping e a exploração do rio como meio de lazer.

Essa riqueza pode ser facilmente identificada na fala dos participantes, tais como:

É muita coisa, muita coisa. O primeiro lance é a principal riqueza, né, que é a riqueza cultural, que são os doces, né? E aí não são só os doces, eles em si, né? Mas o modo de fazer, a história de tudo, né? Tudo que tá em torno dessa cultura. As festas religiosas, tem São Bartolomeu como carro chefe: Divino Espírito Santo. O patrimônio aqui é tombado, o centro histórico é tombado pelo município e a matriz é tombada pelo IPHAN, porque é um patrimônio histórico, um casario do século 18, muito preservado aqui na rua principal. Nós temos ruínas de casa, de uma casa bandeirista aqui, que eu morro de dó, de vê-la a cada ano se deteriorando. Nós temos pelo menos três bocas de mina aqui (PARTICIPANTE DA PESQUISA - SÃO BARTOLOMEU)

Como desafios apontados, indicou-se o difícil acesso; Falta de divulgação do distrito; Poucas rotas de transporte público; Falta sinal de internet; Trilhas naturais sem manutenção e sinalização; Grande público de turistas nos finais de semana, principalmente quando há eventos, superlotando o território; E jovens pouco interessados em permanecer no distrito.

Figura 40: Reunião em São Bartolomeu - Escola Municipal Dr. Washington de Araújo Dias

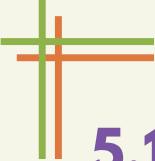


Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

Em relação à capacitação, indicou-se a capacitação da mão de obra na Hotelaria; Doces diets; Captação de recursos; Atendimento aos turistas; Produção cultural; Música; Escrita criativa; Fotografia; Horta; Reciclagem; Compostagem.

E quando indagado sobre como o poder público poderia ajudar, foi dito sobre a necessidade de criação de um Centro de Memória e melhorias nos transportes e acesso ao distrito.

Em linhas gerais, São Bartolomeu é um distrito conhecido pela produção de doces caseiros e com uma população composta por locais, ouropretanos e moradores de outros estados do Brasil possui um potencial turístico significativo nas áreas de gastronomia, artesanato e hospedagem. No entanto, enfrenta desafios como o difícil acesso, falta de transporte público e ausência de sinal de internet, o que limita o desenvolvimento contínuo da região. Além disso, o turismo é concentrado nos finais de semana, e muitos jovens estão deixando o distrito. A criação de um Centro de Memória e melhorias no transporte e acessibilidade são vistas como fundamentais para impulsionar São Bartolomeu.



5.11 Glaura

Glaura, também conhecido como Casa Branca, é um distrito que atrai por sua característica bucólica e tranquila, típica das pequenas vilas e cidades. Atualmente, a localidade se destaca por possuir muitas plantações de frutas, criação de gado leiteiro e pela produção dos doces caseiros, principalmente doce de leite e compota. Além da produção gastronômica, o distrito conta com diferentes produtos artesanais comumente feitos com materiais como a taquara, louça, o couro, as linhas e as lãs (utilizadas na confecção de bordados, crochês, entre outros).

O distrito fica a cerca de 31 Km de Ouro Preto, sendo um dos mais antigos distritos de Vila Rica, fundamental na passagem dos bandeirantes e na Guerra dos Emboabas, conflito entre paulistas e portugueses, entre 1708 e 1709. O arraial surgiu no século XVIII, no auge da exploração do ouro, como refúgio para os grandes fazendeiros, por ser ponto de divisão entre Vila Rica e São João Del Rei. Por isso, o local conta com pousadas e fazendas singulares.

Segundo a tradição oral, anteriormente ao nome Casa Branca, o povoado teria sido nomeado Santo Antônio das Minas de Balthazar de Godoy. Este Balthazar seria o rico fazendeiro do local que teria construído uma ermida dedicada a Santo Antônio, que teria sido substituída pela atua Matriz de Santo Antônio, entre os anos de 1758 e 1764. Porém, os altares da ermida original, em Estilo Nacional Português, foram inseridos no interior da igreja, preservados na nave até os dias atuais. Recentemente, a Matriz foi restaurada pelo IPHAN, com recursos do PAC Cidades Históricas. Contando com um reparo completo do bem, incluindo parte arquitetônica e elementos artísticos.

No século XX, o governo municipal mudou o nome do povoado para Glaura, alusão à obra do poeta árcade Manuel Inácio da Silva Alvarenga, nascido em Vila Rica, tendo publicado essa famosa obra em 1799, em Lisboa. Entretanto, grande parte da população ainda conserva o costume de chamar o distrito de Casa Branca (fonte).

A localidade se caracteriza pelo arruamento desenvolvido em torno da Igreja, sendo que, nos anos iniciais do povoado, as antigas ruelas levavam a parte da antiga Estrada Real de Sabará e à Praia do Rio das Velhas. Glaura é um peculiar destino turístico para quem busca descanso, cercado de natureza, história e a mineiridade típica.

A população do distrito é de 1418 habitantes.

Segundo os participantes, membros da comunidade, há uma hospitalidade e atmosfera peculiares em Glaura, evidenciados por uma das falas a seguir:

Não existe um lugar com as pessoas daqui, com um acolhimento maravilhoso, gosto muito das festas religiosas porque é muito gostoso uma festa com o rei e a rainha, o congado. É muito gratificante um lugar que respeita e mantém essa cultura (PARTICIPANTES DA PESQUISA - GLAURA)

Figura 41: Centro Cultural de Glaura



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

Os participantes são uma mistura de



moradores locais e pessoas de fora que se interessaram pela vida em Glaura. Alguns têm laços familiares antigos com o distrito, enquanto outros foram atraídos por sua cultura e tranquilidade. Eles estão envolvidos em diferentes atividades, desde a venda de produtos artesanais até a administração de pousadas e a participação em grupos de bordado. Além disso, o distrito conta com uma rica gastronomia (restaurantes e bares; quintais, produção local - queijo de ovelha e vaca/ farofas/ linguiça/ geleias); Artesanato e artes manuais (pano de prato / taquara / bordados/ cosméticos naturais / cerâmica); Manifestações culturais (congado, carnaval Bloco Unidos em Glaura).

Figura 42: Reunião em Glaura - Centro Cultural



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

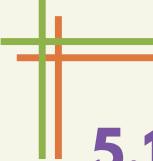
Como desafios apontados, foi dito sobre a burocracia para acessar recursos; Pouco

entendimento sobre gestão de associações; Baixo engajamento dos moradores; Pouco conhecimento sobre a produção local (necessário um mapeamento dos produtores/inventário); Falta de insumos e ferramentas (exemplo citado: o grupo de bordadeiras não possui sala para produção nem máquina e enfrentam dificuldade para conseguir materiais); Dificuldades para escrever projetos e participar de editais.

Em relação a necessidade de capacitação apontadas, tem-se a temática da gestão como foco, tais como: Precificação; Finanças; Manipulação na cozinha/ Boas práticas; Marketing e elaboração de projetos.

Sobre como o poder público pode ajudar, foi dito acerca da oferta de cursos de capacitação; Canais de comunicação mais acessíveis e disponibilização de recursos.

Em suma, sobre Glaura, apesar do envolvimento ativo nos setores criativos, falta compreensão dos conceitos fundamentais da economia criativa na comunidade. Há potencial na gastronomia e no turismo criativo, mas a falta de formatação prejudica essas oportunidades. A divisão interna é um grande obstáculo para o trabalho coletivo. Capacitação e treinamento para associações locais são essenciais, com workshops sobre projetos, acesso a financiamento e técnicas de gestão.



5.12 Ouro Preto - sede

O município de Ouro Preto é composto por 12 distritos e a sede. De acordo com o site da prefeitura da cidade, a sua origem foi no arraial do Padre Faria fundado pelo bandeirante Antônio Dias de Oliveira, pelo Padre João de Faria Fialho e pelo Coronel Tomás Lopes de Camargo e um irmão deste, por volta de 1698.

No ano de 1711, o arraial foi elevado à categoria de vila, com o nome de Vila Rica. Posteriormente, Vila Rica passa a ser escolhida como capital de Minas Gerais em 1720. Foi a capital da província e mais tarde do estado, até 1897. “A antiga capital de Minas conservou grande parte de seus monumentos coloniais e em 1933 foi elevada a Patrimônio Nacional, sendo, cinco anos depois, tombada pela instituição que hoje é o IPHAN. Em 5 de setembro de 1980, na quarta sessão do Comitê do Patrimônio Mundial da UNESCO, realizada em Paris, Ouro Preto foi declarada Patrimônio Cultural da Humanidade” (OURO PRETO, 2024, s.p)

Figura 43: Foto do centro histórico de Ouro Preto



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

O encontro realizado com os integrantes da sede ocorreu no dia 11 de junho na Antiga Santa Casa de Ouro Preto, atualmente conhecida como Paço da Misericórdia.

Figura 44: Reunião na sede de Ouro Preto



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

Figura 45: Reunião na sede de Ouro Preto



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)

No mapeamento realizado por meio do grupo focal foi possível identificar muitas potencialidades na sede de Ouro Preto como um rico artesanato em pedra-sabão, bordado, pinturas artísticas, entalhe em madeira; forte tradição na música (bandas cívicas), no teatro, nas manifestações culturais e religiosas (bloco de carnaval “Zé Pereira do Lacaíos”, tapetes devocionais, congado) e na gastronomia, presente nos bares, restaurantes e nos produtos locais.



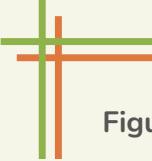


Figura 46: Bloco Zé Pereira dos Lacaios fundado em 1867



Fonte: Instagram Zé Pereira Oficial (2024)

Figura 47: Tapete na Semana Santa de Ouro Preto



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 48: Bordado em Chita



Fonte: Instagram Casa da Chita (2024)

Sobre as dificuldades relatadas entre os presentes no grupo focal, foram mencionadas a pouca articulação entre os atores que atuam com economia criativa, a dificuldade com a escrita de projetos em editais de fomento e principalmente a falta de um espaço físico, estrategicamente localizado, para a comercialização dos mais diversos tipos de artesanato, não apenas da sede, mas dos distritos que compõe o município. Esta queixa sobre a falta de um espaço físico foi relatada também na reunião da construção do Plano Diretor de Ouro Preto, no grupo de trabalho sobre economia criativa.

Sobre os cursos que poderiam ser ofertados à comunidade, o grupo presente comentou sobre a necessidade de capacitações voltadas ao marketing, precificação, gestão de redes sociais, associativismo e escrita de projetos.

Sobre como o poder público pode atuar, foram mencionados a criação de uma espaço de comercialização, conforme relatado, a construção de um calendário de eventos relacionado à economia criativa, envolvendo principalmente a arte, o artesanato e a gastronomia, e um trabalho de marketing turístico que dê visibilidade a este aspecto criativo que a cidade possui.





5.13 Santa Rita de Ouro Preto

Com uma distância de aproximadamente 30 km da sede de Ouro Preto, Santa Rita de Ouro Preto é um distrito que fica próximo a Lavras Novas e Santo Antônio do Salto e possui uma população com um pouco mais de 4.000 habitantes (OURO PRETO, 2024). Lembrado pela sua tradição em pedra-sabão, atualmente o distrito é o maior produtor de artesanato que faz uso desta matéria-prima, fornecendo esta produção para ser vendida na sede do município.

A padroeira da cidade é Santa Rita de Cássia e a celebração religiosa acontece no mês de maio com novena, alvorada, missa solene, levantamento de mastro, procissão, barracas com comidas e bebidas, além de shows (OURO PRETO, 2024).

Figura 49: Igreja matriz de Santa Rita de Cássia



Fonte: Fotografia de Ane Souza

A visita do grupo que compõe este projeto ocorreu no dia 18 de junho de 2024 e foi feita na Sede da Cooperativa dos Agricultores.

Figura 50: Reunião em Santa Rita de Ouro Preto



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

Figura 51: Reunião em Santa Rita de Ouro Preto



Fonte: Fotografia Marcelo Shishito (2024)

No mapeamento realizado, foi possível identificar algumas riquezas e potencialidades ligadas à economia criativa no distrito. A principal delas é a pedra sabão, principal atividade econômica do distrito. Atualmente este trabalho é encontrado em vários pontos do território. É possível fazer visitas às fábricas e aos ateliês dos artistas, que produzem esculturas, peças de ornamentação de casas, vasos, panelas, tabuleiros de jogos, porta-retratos, porta-jóias, souvenirs, etc.

Contudo, o distrito apresenta outras riquezas a serem trabalhadas na economia criativa, conforme o relato de um dos participantes do grupo focal:



“A pedra sabão já foi a principal fonte de renda de Santa Rita, mas hoje tem muitas outras opções. Mas falta de trabalho não tem aqui, sempre falei que a gente precisa buscar a criatividade” (PARTICIPANTE DA PESQUISA - SANTA RITA DE OURO PRETO).

Outro aspecto importante é a presença da agricultura familiar, principalmente no subdistrito de Piedade de Santa Rita. São várias famílias envolvidas com o plantio de frutas, verduras e legumes que, posteriormente, são vendidos na região. Este subdistrito realiza anualmente o Festival da Terra que, de acordo com o site da prefeitura de Ouro Preto, acontece de forma colaborativa e solidária, envolvendo moradores e comunidades rurais de Santa Rita engajadas no movimento da agroecologia. Muitas pessoas atuam neste festival de forma voluntária, contribuindo com a alimentação, hospedagem, transporte e até limpeza dos locais onde a festa é celebrada.

Figura 52: Cartaz do Festival da Terra em Santa Rita de Ouro Preto



Fonte: Turismo Ouro Preto (2024)

O distrito conta também com eventos religiosos (padroeira e outros santos da religião católica) e culturais (Festival Medieval), com a gastronomia local, a produção de doces e, por meio da sua riqueza natural, é possível desenvolver na região o turismo de natureza.

Algumas dificuldades foram relatadas na dinâmica do grupo focal, como a falta de articulação da comunidade, a falta de transporte público que atenda o morador e o visitante, e a cultura dos empreendimentos de não abrirem nos finais de semana. Em relação à falta de articulação da comunidade, foi mencionado que, apesar da existência de algumas associações, ainda falta comunicação e engajamento das pessoas. Sobre o fato dos empreendimentos não ficarem abertos aos finais de semana, este tem sido um entrave, principalmente para o desenvolvimento do turismo na região. Alguns turistas vão ao distrito para conhecer a produção de pedra-sabão e comprar o que é produzido, entretanto se deparam com muitos ateliês e lojas fechadas.

Além desses fatores, a falta de sinalização dificulta a chegada do turista no distrito. Após a nossa visita, alguns integrantes da comunidade se sentiram motivados em fabricar uma placa que desse maior visibilidade ao distrito, destacando suas riquezas naturais, a gastronomia e a produção em pedra-sabão.

Figura 53: Placa sinalizando o caminho para Santa Rita de Ouro Preto



Fonte: Fotografia de Marcelo Shishito (2024)



Sobre a possibilidade de capacitação, a comunidade mencionou que a principal carência é em relação à cursos ligados ao cooperativismo e associativismo.

“Acho que falta uma mobilização sobre a importância da união, então seria bom um curso de associativismo (...) Eu concordo que é chato sair de casa pra ir em reunião de associação, mas são estratégias que podem melhorar, porque é importante para o coletivo” (PARTICIPANTE DA PESQUISA - SANTA RITA DE OURO PRETO).

No grupo focal foi levantada a importância do trabalho coletivo e da articulação da comunidade. Por meio de uma associação é possível lutar com representatividade por melhorias no distrito.

Outro aspecto explorado na dinâmica do grupo focal, é em relação a atuação do poder público, indagando ao grupo como a prefeitura pode intervir para proporcionar melhorias ao distrito e que podem impulsionar a economia criativa. A comunidade apontou a necessidade de melhoria na sinalização e o maior investimento em eventos. Aventaram, inclusive, a criação de um festival da pedra-sabão em que seria possível ver os artistas locais em processo de produção, seria feita a comercialização de artigos de arte, objetos de decoração, souvenirs, além da gastronomia

ser servida em utensílios de pedra-sabão. De modo geral, Santa Rita de Ouro Preto, é um distrito fortemente envolvido no trabalho com pedra-sabão e possui um grande potencial artesanal. No entanto, a falta de articulação comunitária, a ausência de transporte público e o fechamento das lojas nos finais de semana limitam o desenvolvimento turístico do distrito. Melhorias na sinalização e o investimento em eventos, poderiam impulsionar a economia local e atrair mais visitantes, fortalecendo a identidade cultural e artesanal de Santa Rita.

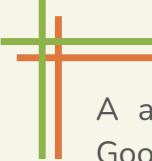
5.14 Análise dos aspectos gerais

Na tabela a seguir, apresenta-se uma análise detalhada das dinâmicas de coleta de dados conduzidas para a construção deste diagnóstico. Foram compiladas e organizadas informações que abrangem todo o município de Ouro Preto, dentre estas informações estão, as potencialidades e riquezas identificadas, os desafios, os pontos de encontro que emergiram a partir da realização das reuniões dos grupos focais e as associações relevantes que se destacaram como atores ou elementos-chave nas interações e contribuições realizadas.



RIQUEZAS E POTENCIALIDADES	ASSOCIAÇÕES
<ul style="list-style-type: none">• Setores criativos diversificados• Tradição no artesanato (Pedra-sabão, bordado, entalhe em madeira, pinturas artísticas, arte em prata, taquara, cerâmica, cosméticos naturais, sabonetes e velas)• História do Aleijadinho• Riqueza gastronômica (Licores, geleias, farofas, linguiças, doces artesanais, quitandas; queijos, Horta comunitária e apicultura)• Manifestações culturais (Bandas cívicas, teatro, danças e manifestações religiosas; Grupos de Congado e teatro de bonecos; Blocos carnavalescos;)• Eventos e festivais (Festa da Jabuticaba, Festival da Terra, Festival Medieval; Festival de Cultura e Culinária Típica de Santo Antônio do Salto; Festival de Tradições Culinárias em São Bartolomeu; Festa Cultural da Goiaba; Festa dos Mineiros; Festa da Primavera; Cavalhada)• Possibilidade para atividades culturais e turísticas (Visitas a fábricas e ateliês para ver a produção de esculturas, peças decorativas, utensílios, souvenirs, etc; Atividades holísticas)	<ul style="list-style-type: none">• Clube das Mães - Santo Antônio do Leite;• Associação de Doceiros e Agricultores Familiares de São Bartolomeu;• Associação dos Cavaleiros Mestre Nico;• Associação das Artesãs, Artes, Mãos e Flores;• Associação Empreendedoras;• Associação Mãos que Brilham;• Associação de Mulheres Empreendedoras de Santo Antônio do Salto;• Clube de MÃes - Santo Antônio do Salto;• Associação das Senhoras Artesãs;• Lions Clube Cachoeira do Campo;• Associação Comunitária dos Moradores de Santo Antônio do Leite;• Associação Comunitária das Moradores de Miguel Burnier;• Cooperativa de Agricultores de Santa Rita
PONTOS DE ENCONTRO	DIFÍCULDADES
<ul style="list-style-type: none">• Casa Bandeirista - Amarantina;• Sede do Lions Clube - Cachoeira do Campo;• Casa da Cultura - Cachoeira do Campo• Sede Banda Civil Sociedade Musical Santa Cecília - Rodrigo Silva;• Casa da Cultura - Glaura;• Casa Paroquial - Santo Antônio do Leite;• Casa Amarela - Santo Antônio do Leite;• Clube das MÃes - Santo Antônio do Salto;• Casa Paroquial - Lavras Novas;• Sede da Cooperativa dos Agricultores - Santa Rita de Ouro Preto;• Centro Cultural - Antônio Pereira	<ul style="list-style-type: none">• Pouco conhecimento sobre a produção local;• Falta de capacitação e conhecimento;• Impacto do turismo de massa (concentração nos finais de semana) ;• Inconsistência e falta de continuidade em projetos;• Marginalização dos distritos;• Infraestrutura insuficiente;• Dificuldade com a escrita de projetos em editais de fomento;• Falta de espaço físico estrategicamente localizado para comercialização;• Deficiência quanto à articulação da comunidade e capacidade de mobilização;• Forte impacto da mineração;• Pouca valorização dos produtos ligados à arte e ao artesanato;• Ausência de eventos e espaços de lazer para o entretenimento da população local



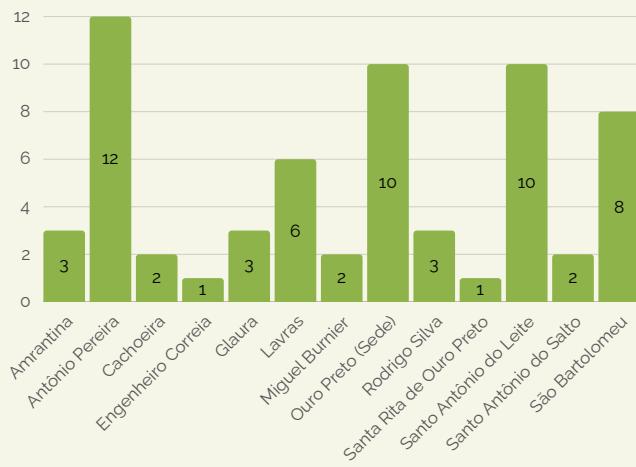


A aplicação de questionários por meio do Google Forms também se constituiu como uma etapa da metodologia para a realização do diagnóstico. Estas informações serão apresentadas a seguir, seguindo os dados coletados por meio do questionário estruturado.

Durante as visitas para a construção do diagnóstico, obtivemos a presença de 122 pessoas, destas, responderam à pesquisa, um total de 63 empreendedores e produtores de todos os distritos, incluindo a sede.

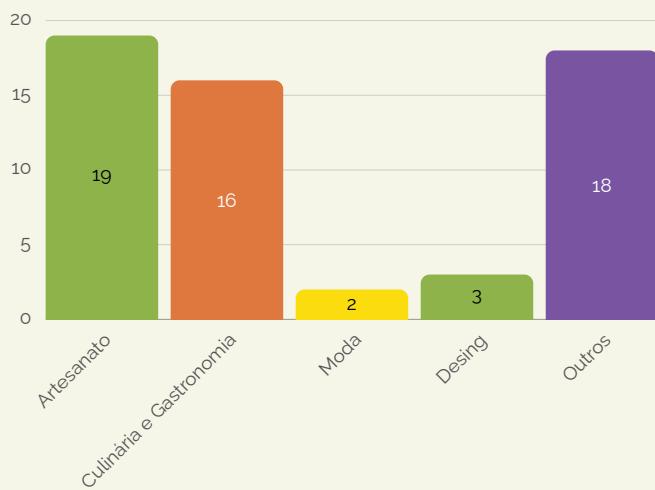
O gráficos a seguir mostram os resultados encontrados:

Gráfico 1: Distrito de atuação



Fonte: Pesquisa de Levantamento Convênio Cidade Criativa, 2024.

Gráfico 2: Distribuição dos produtores/empreendedores por área

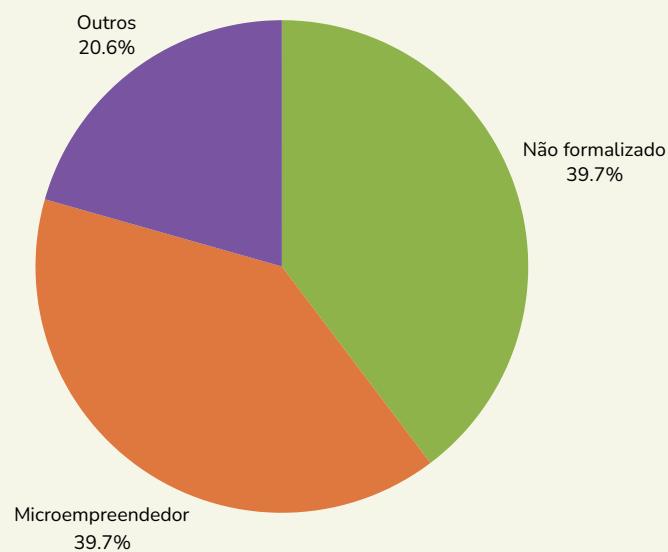


Fonte: Pesquisa de Levantamento Convênio Cidade Criativa, 2024.

Dentro de “outros” foram obtidas respostas como: música, literatura, dança, turismo, hospedagem, artigos para festas, vendas, cosméticos e saboeira. Já sobre quais são os produtos produzidos foram dadas as seguintes respostas: bordado livre, placas decorativas, imãs, comidas, bebidas, salgados diversos, biscoitos caseiros, macramê, peças de decoração em madeiras, pães caseiros, bordados personalizado, chup-chup, murais em azulejos, velas, bolos, doces, incensos, joias artesanais, utilitários e decorativos em crochê, cogumelos shimeji, café colonial, almoço mineiro, pintura em tecido, bolsas, compota de frutas, goiabada, móveis, aquarelas, gabinetes, camisas personalizadas, estandartes, esculturas, costura criativa, gemas de cor lapidadas.

Sobre a regularização de seus empreendimentos, as respostas estão apresentadas no gráfico abaixo, onde é possível perceber que 39,7% dos produtores não são formalizados, enquanto isso outros 39,7% se encaixam na categoria de Microempreendedor Individual.

Gráfico 3: Distribuição dos produtores/empreendedores por área



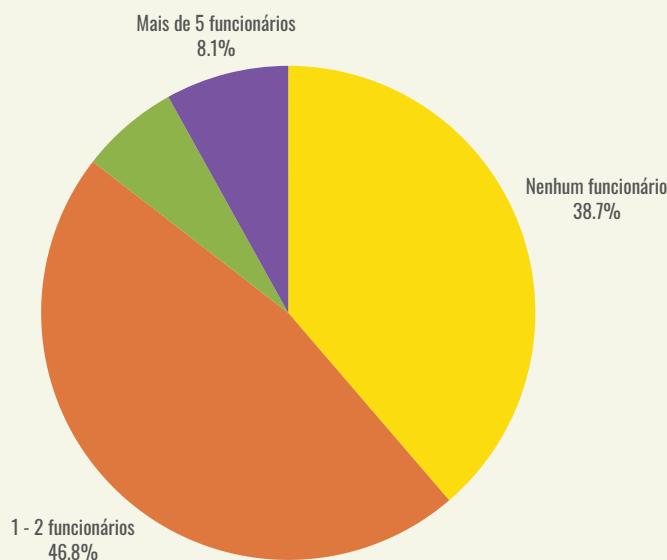
Fonte: Pesquisa de Levantamento Convênio Cidade Criativa, 2024.





Em seguida, foi perguntado se o empreendimento emprega funcionários e quantos funcionários ele possui, das respostas, 85,7% dos empreendimentos não empregam funcionários. Os outros 14,3% que empregam estão expostos no gráfico abaixo e a relação com a quantidade de empregados.

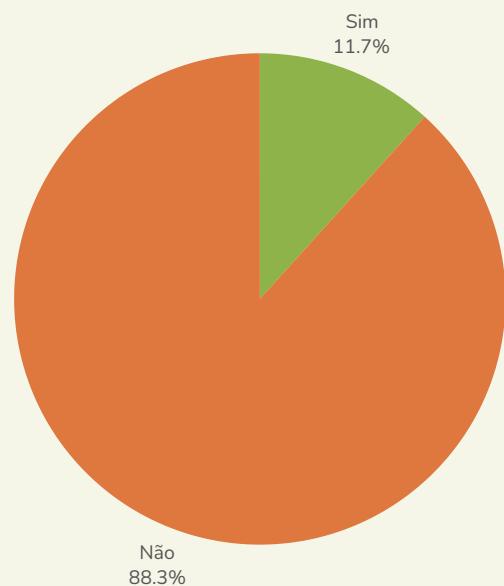
Gráfico 4: Número de empregados



Fonte: Pesquisa de Levantamento Convênio
Cidade Criativa, 2024.

A seguir começa a seção sobre financiamento dos empreendimentos. Primeiramente foi perguntado se durante a trajetória na economia criativa, já havia pegado um empréstimo, financiamento ou um auxílio governamental para ajudar o empreendimento, onde 88,3% não realizaram um empréstimo, nem um financiamento para seus negócios.

Gráfico 5: Uso de empréstimos e financiamentos



Fonte: Pesquisa de Levantamento Convênio
Cidade Criativa, 2024.

Logo após foi perguntado se os produtores tinham a pretensão de pegar um auxílio, realizar um empréstimo ou um financiamento. 61% responderam que não, enquanto 39% responderam que sim.

Quando foi perguntado se os produtores participaram de algum edital para captação de recursos, 56 das 63 respostas foram negativas. Entre as positivas, algumas das respostas que vieram foram: CONDES, rede de apoio do Empreendelas, Lei Paulo Gustavo e Lei Aldir Blanc.

Por último foi perguntado se os produtores tinham conhecimento sobre editais relativos a economia criativa e se estariam interessados em serem contatados a respeito de novos editais, das 63 respostas, 19 não demonstraram interesse em receber notícias de novos editais.



6. Prognóstico

A cidade de Ouro Preto, reconhecida mundialmente pela UNESCO como Patrimônio Cultural da Humanidade, destaca-se por sua riqueza cultural, arquitetura singular, história marcante, natureza exuberante e a diversidade de um povo profundamente enraizado em tradições. Esse conjunto de atributos, aliado à criatividade, atrai turistas de todo o mundo, consolidando sua imagem como um polo de efervescência cultural.

Com essas características, Ouro Preto possui um potencial significativo para fortalecer sua identidade e projeção dentro da economia criativa. O município conta com diversos agentes culturais ativos e identificados como parte da economia criativa local (cf. <http://mapas.cultura.gov.br/>). Esses agentes, em conjunto com uma diversidade cultural ímpar, criam um ambiente propício para a inovação, favorecendo conexões entre indivíduos e espaços, o que pode impulsionar tanto a criatividade quanto o desenvolvimento socioeconômico (Emmendoerfer, 2021).

6.1 Perspectivas e tendências para a economia criativa em Ouro Preto

A economia criativa em Ouro Preto possui um enorme potencial, respaldado por sua história, riqueza cultural e diversidade de agentes criativos. As perspectivas e tendências a seguir, organizadas em quatro eixos, demonstram como esses fatores podem ser articulados para impulsionar o desenvolvimento socioeconômico sustentável no município.

1. Diversidade Cultural e Artística

A diversidade cultural de Ouro Preto é um dos principais alicerces para o fortalecimento da economia criativa. A cidade possui uma vasta tradição artística e cultural que abrange diversas formas de expressão, sendo um atrativo tanto para turistas quanto para investidores.

- Artesanato: Ouro Preto é reconhecido pela produção de peças em pedra-sabão, um dos ícones de sua identidade cultural. Esculturas, utensílios domésticos e objetos decorativos produzidos em oficinas e ateliês locais são elementos que podem ser ainda mais valorizados por meio de feiras, exposições e plataformas de comercialização virtual. Além disso, a cerâmica, os bordados e os entalhes em madeira ampliam a oferta de produtos artesanais, conectando a tradição ao mercado contemporâneo.
- Cosméticos Naturais e Sustentáveis: A produção de sabonetes, velas e outros cosméticos naturais é uma tendência crescente que combina inovação com sustentabilidade. Esse segmento pode ser explorado por meio de capacitações e certificações que garantam padrões de qualidade e agreguem valor aos produtos locais.
- Gastronomia: A culinária de Ouro Preto é rica em sabores e tradições, com produtos como licores, geleias, farofas, doces artesanais e quitandas típicas. A valorização desses itens, aliada à criação de eventos gastronômicos, como festivais e mercados criativos, pode atrair mais turistas e promover a integração entre gastronomia e cultura local.



2. Eventos e Festivais

A realização de eventos e festivais é uma das ferramentas mais eficazes para promover a economia criativa. Esses eventos não apenas atraem visitantes, mas também geram visibilidade para artistas, artesãos e outros agentes culturais.

- Festivais de Cultura e Gastronomia: Eventos como o Festival da Pedra-Sabão e o Festival de Cultura e Culinária Típica de Santo Antônio do Salto são oportunidades para apresentar a diversidade cultural e artística de Ouro Preto. Esses festivais podem incluir oficinas, apresentações ao vivo, degustações e exposições de produtos locais, conectando turistas e moradores com os produtores criativos.
- Festas Religiosas e Tradicionais: Manifestações como a Cavalhada de Amarantina e os Grupos de Congado fortalecem o turismo cultural e mantêm vivas as tradições locais. Investir em sua promoção e documentação pode ampliar seu alcance e garantir a continuidade dessas práticas.
- Blocos Carnavalescos e Festas Locais: O carnaval de Ouro Preto, com destaque para blocos como o Clube Zé Pereira dos Lacaios, atrai milhares de visitantes anualmente. Além disso, festas como a Festa da Jabuticaba e a Festa Cultural da Goiaba possuem apelo turístico e podem ser ampliadas com programação que conecte cultura, gastronomia e artesanato.

3. Turismo de Experiência

O turismo de experiência é uma tendência crescente que integra vivências autênticas, contato com a comunidade local e consumo consciente. Ouro Preto, com seu rico patrimônio material e imaterial, está bem posicionado para explorar essa abordagem.

- Visitas a Ateliês e Oficinas: Ateliês de artesãos, onde são produzidas esculturas e peças em pedra-sabão, podem ser incluídos em roteiros turísticos que ofereçam aos visitantes a oportunidade de observar o processo criativo e até participar de oficinas práticas.
- Roteiros Criativos: A criação de roteiros temáticos, que combinem visitas a ateliês, degustações gastronômicas e vivências culturais, pode atrair um público interessado em experiências personalizadas e autênticas. Esses roteiros podem ser promovidos tanto em plataformas virtuais quanto em parcerias com agências locais.
- Comercialização de Experiências: Além de produtos, Ouro Preto pode comercializar experiências, como oficinas de artesanato, workshops gastronômicos e visitas guiadas a fábricas e ateliês. Essas iniciativas fortalecem o vínculo entre turistas e a cultura local, gerando uma nova fonte de renda para os agentes criativos.



4. Atividades Holísticas e Sustentáveis

A economia criativa em Ouro Preto pode alinhar-se às demandas globais por práticas sustentáveis e holísticas, contribuindo para um modelo de desenvolvimento mais equilibrado e inclusivo.

- Bem-Estar e Práticas Holísticas: Atividades como ioga, meditação e terapias alternativas têm ganhado espaço no turismo holístico. Ouro Preto, com sua natureza exuberante e clima inspirador, pode se posicionar como um destino para退iros e eventos voltados ao bem-estar.
- Sustentabilidade e Educação Ambiental: A promoção de práticas sustentáveis, como reciclagem e compostagem, pode ser integrada à economia criativa por meio de capacitações e certificações. Produtos sustentáveis, como artesanato a partir de materiais reciclados, são tendência no mercado global.
- Comunidades Criativas e Agricultura Sustentável: Iniciativas como hortas comunitárias e apicultura fortalecem o vínculo entre criatividade, sustentabilidade e turismo. Esses projetos podem ser promovidos como parte de roteiros de turismo sustentável e experiências educativas.

Ouro Preto possui uma base cultural e artística robusta que, se aliada às tendências globais da economia criativa, pode se transformar em um modelo de desenvolvimento regional. A diversidade de setores criativos, a realização de eventos e festivais, o turismo de experiência e a integração de práticas holísticas e sustentáveis são os pilares que sustentam essa perspectiva. Investir nesses eixos possibilitará a geração de novas oportunidades econômicas, o fortalecimento da identidade local e a projeção de Ouro Preto como um destino criativo e inovador.

6.2 Potenciais de crescimento e desenvolvimento

O setor da economia criativa desencadeia múltiplas associações positivas: como catalisador de negócios locais, de desenvolvimento do setor de serviços e do aumento da demanda cultural, garantindo ainda a viabilidade de muitos projetos culturais que se mostrariam insustentáveis, caso dependessem apenas da demanda, como promotores do encontro de ideias e diversidades.

Tem representado para Reis (2008) o emblema de um novo ciclo econômico que surge como resposta a problemas globais renitentes. Esta nova condição traz a cultura como base e a tecnologia como veículo propulsor, a organização dos mercados em redes, as parcerias entre os agentes sociais e econômicos, a prevalência de aspectos intangíveis da produção, o uso das novas tecnologias para a produção, distribuição e/ou acesso aos bens e serviços e a unicidade da produção, fortemente ancorada nas singularidades do local.

Cultura e criatividade desempenham papel fundamental no desenvolvimento urbano sustentável. A contribuição de ambas está calcada na diversificação da economia e



geração de empregos, mas também na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos ao participarem do tecido social e da diversidade cultural de uma cidade. Da mesma forma, ao estimular a participação cultural e regenerar os espaços públicos, a criatividade também se torna um facilitador de inclusão e bem-estar (UNCTAD, 2018)

Segundo Reis (2012), a cultura se insere na cidade criativa sob quatro formas mais visíveis: 1. Por seu conteúdo cultural per se, compreendendo produtos serviços, patrimônio (material e imaterial) e manifestações de caráter único; 2. Por meio das indústrias criativas, abrangendo cadeias culturais, da criação à produção, do consumo ao acesso, com impacto econômico na geração de emprego, renda e arrecadação tributária; 3. Pela agregação de valor a setores tradicionais, conferindo a estes diferenciação e unicidade, em um contexto mais amplo de economia criativa; 4. Por ser capaz de formar um ambiente criativo, pela convivência de diversidades e manifestações, fonte de inspiração para olhares e ideias diferentes, em especial pelas artes

Com todo esse arcabouço, a cidade tem se destacado como berço cultural e abriga diversas culturas que se misturam e se integram, formando novos conceitos de arte e cultura, ao mesmo tempo em que mantém preservadas suas tradições e sua riqueza histórica e patrimonial.

Possui ainda uma programação de eventos ao longo do ano, voltados para diversos públicos, sendo que os eventos culturais de maior destaque atualmente são: o Carnaval, o Festival de Inverno de Ouro Preto e Mariana – Fórum das Artes, a Semana Santa, o Aniversário da Cidade, a Festa do 12 e o Festival Internacional “Tudo é Jazz”, o que proporciona aos grupos de teatro locais

grandes oportunidades de atuação e interação (SANDOVAL; ARRUDA; SANTOS, 2009).

Percebe-se neste aspecto a importância da dimensão cultural na cidade.

A base cultural de Ouro Preto cria uma singularidade entre demais espaços urbanos do país, principalmente por conta de sua história, dos produtos, serviços, patrimônio (material e imaterial) e manifestações (REIS, 2012; REIS; URANI, 2011) de caráter único presentes na cidade.

Ainda, a oferta cultural encontrada na cidade configura um fator importante de atração de pessoas, turistas, pesquisadores, intelectuais e profissionais ligados a diversos segmentos que têm a criatividade como fonte de insumo principal (HALL, 2000). A cidade pode ser vista como um espaço constante de interação entre pessoas de diferentes etnias, pensamentos e saberes, criando uma atmosfera de tolerância (FLORIDA, 2011). A presença de universidades, centros de pesquisas e empresas de grande porte, em um contexto carregado de expressões culturais, que abriga diferentes segmentos criativos, como as artes, o patrimônio, música, software, dentre outros, acaba proporcionando a formação de um ambiente propício ao exercício da criatividade e da inovação (FLORIDA, 2011; REIS; URANI, 2011; LANDRY; BIACHINI, 1995).

Essas iniciativas projetam um futuro promissor para Ouro Preto e região, baseado na valorização de seus agentes criativos, na articulação entre cultura e economia, e na inovação para comercialização e promoção. A implementação dessas propostas pode transformar a região em um modelo de desenvolvimento sustentável, com impactos econômicos, sociais e culturais de longo prazo.



6.3 Projeções Baseadas no Diagnóstico Realizado

1. Implementação de Roteiros Criativos

A criação de roteiros criativos em Ouro Preto tem como objetivo transformar as visitas à cidade e seus distritos em experiências imersivas e autênticas, conectando os turistas com a riqueza cultural, histórica e artística da região.

Descrição e Estratégia: Os roteiros criativos irão combinar visitas a ateliês de artesãos, oficinas de artesanato, vivências gastronômicas, apresentações culturais e tours guiados por narrativas históricas. As experiências serão comercializadas em plataformas digitais especializadas, permitindo que os turistas escolham pacotes personalizados de acordo com seus interesses. Além disso, espaços físicos dedicados à comercialização de produtos e à realização dessas atividades serão implantados, favorecendo a interação direta entre visitantes e produtores locais.

Resultados Esperados: Essa iniciativa deve promover o turismo sustentável e ampliar a circulação de renda entre os agentes criativos, diversificando a oferta turística de Ouro Preto.

2. Criação de Mercados Criativos

A proposta de um “mercado criativo” visa estabelecer um espaço de referência em Ouro Preto, onde os diferentes distritos e bairros estarão representados por meio de sua arte, cultura e gastronomia.

Descrição e Estratégia: O mercado criativo será um espaço multifuncional que combina exposições, vendas, workshops e eventos culturais. Cada distrito terá um estande ou área dedicada, permitindo que sua identidade cultural seja apresentada de forma autêntica. Além disso, o mercado servirá como ponto de encontro para trocas criativas entre artistas, artesãos e visitantes. Eventos temáticos, como feiras sazonais e festivais, serão incorporados ao calendário de atividades.

Resultados Esperados: Essa iniciativa fortalecerá a economia local, consolidará Ouro Preto como um polo criativo e facilitará o acesso dos visitantes às produções culturais de toda a região.

3. Desenvolvimento de uma Plataforma Virtual de Economia Criativa

A plataforma virtual será um portal centralizado para apresentação, comercialização e divulgação das iniciativas criativas de Ouro Preto e seus distritos.

Descrição e Estratégia: A plataforma será dividida em seções temáticas, como artesanato, gastronomia, experiências culturais e história local. Por meio dela, os visitantes poderão comprar produtos, reservar experiências turísticas, conhecer os agentes criativos e explorar histórias e curiosidades sobre a cidade. Além disso, a plataforma incluirá um "cardápio de experiências", permitindo que os turistas planejem itinerários personalizados. Ferramentas de geolocalização e integração com redes sociais serão implementadas para aumentar a visibilidade do projeto.

Resultados Esperados: A plataforma deve ampliar o alcance das produções locais, permitindo a comercialização de produtos e experiências para mercados nacionais e internacionais, além de fomentar a identidade criativa de Ouro Preto.

4. Criação de Territórios Criativos na Região dos Inconfidentes

A articulação de Ouro Preto com outros municípios e centralidades criativas da região dos Inconfidentes tem o potencial de transformar o território em um polo regional de economia criativa.

Descrição e Estratégia: A ideia é criar um ecossistema integrado que conecte distritos de Ouro Preto, como Padre Faria, Jacobas e Antônio Dias, e localidades próximas, como Passagem de Mariana. Cada território criativo será especializado em setores específicos, como artesanato, música, culinária, ou práticas holísticas, promovendo uma diversidade de produtos e experiências. Essa articulação será sustentada por eventos regionais, roteiros temáticos e parcerias entre os agentes culturais.

Resultados Esperados: A criação desses territórios criativos contribuirá para a consolidação da região dos Inconfidentes como uma referência nacional em economia criativa. Além disso, estimulará a integração regional e o fortalecimento de identidades culturais locais, gerando impactos econômicos positivos e maior atração turístico.

Exemplos de Integração:

- Passagem de Mariana pode se destacar como um núcleo de turismo criativo, com atividades baseadas em sua história e tradição.
- Padre Faria e Antônio Dias podem ser valorizados como bairros históricos, com roteiros que combinem patrimônio arquitetônico e manifestações culturais.
- Jacobas pode explorar sua vocação gastronômica, com feiras e eventos culinários.



7. Plano de ação

Diante do diagnóstico apresentado, bem como do prognóstico detalhado, evidencia-se, portanto, que o município de Ouro Preto, reconhecido por sua rica história cultural e patrimônio artístico, tem potencial para se consolidar como um polo da economia criativa, integrando suas tradições com as novas demandas de mercado e as oportunidades geradas pela inovação tecnológica.

Nesse contexto, foram apresentadas diversas demandas de capacitação, sugerindo a necessidade de um plano estratégico voltado para o fortalecimento e a diversificação da economia local por meio da promoção de iniciativas que envolvam a arte, o turismo, a gastronomia, o artesanato e outros segmentos culturais.

Entre as demandas destacadas, foram apontados cursos e programas de capacitação essenciais para fomentar o desenvolvimento de habilidades específicas e promover a sustentabilidade no setor criativo. As áreas sugeridas incluem:

- **Precificação:** Para permitir que os empreendedores locais possam calcular de forma adequada o valor de seus produtos, considerando custos, margem de lucro e o mercado local e nacional.
- **Marketing e Gestão de Redes Sociais:** Capacitações que ajudem os produtores a divulgar suas atividades nas plataformas digitais, ampliando sua visibilidade e atraindo novos consumidores, tanto locais quanto turistas.
- **Guiaamento e Percepção Ambiental:** A qualificação dos profissionais de turismo e guias para lidar com o público de forma consciente sobre a importância da preservação ambiental, integrando o turismo com práticas sustentáveis.
- **Atendimento ao Cliente e ao Turista:** Formação voltada para melhorar a experiência do turista, criando uma recepção mais acolhedora e profissional nos estabelecimentos comerciais e turísticos da cidade.
- **Manuseio e Reciclagem do Lixo (Compostagem):** Treinamentos sobre como lidar com o lixo, implementando práticas de reciclagem e compostagem nos estabelecimentos e eventos, em consonância com a sustentabilidade.
- **Preservação do Artesanato Local:** Cursos que abordem técnicas de preservação e inovação no artesanato, preservando o saber tradicional e ampliando a oferta de produtos com qualidade.
- **Cooperativismo e Associativismo:** Programas voltados para fortalecer a organização de grupos de trabalho e cooperativas, proporcionando maior poder de negociação e acesso a incentivos fiscais e financiamentos.
- **Escrita Criativa e Produção de Projetos:** Capacitações que ensinem técnicas de redação e elaboração de projetos, fundamentais para que os produtores possam captar recursos e desenvolver novas iniciativas.
- **Empreendedorismo e Gestão de Negócios Criativos:** Programas voltados para o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora, com foco na gestão financeira e administrativa de negócios culturais.
- **Técnicas de Artesanato e Reciclagem:** Oficinas práticas para o aprendizado de novas técnicas e a incorporação de materiais recicláveis na produção artesanal, alinhando sustentabilidade e inovação.



- **Educação Financeira e Captação de Recursos:** Ensinar aos empreendedores locais como organizar suas finanças e buscar fontes alternativas de financiamento, como editais e patrocínios.
- **Gastronomia e Vigilância Sanitária:** Capacitação para chefs locais, abordando não só técnicas de culinária, mas também a importância da segurança alimentar e do controle sanitário.
- **Hotelaria e Hospitalidade:** Treinamento de profissionais para melhorar o atendimento e a infraestrutura da rede hoteleira, com foco na experiência do turista.
- **Produção Cultural, Música e Fotografia:** Programas voltados para artistas locais que desejam aprimorar suas habilidades em produção cultural, fotografia e música.
- **Cultivo de Hortas:** Capacitação em agricultura familiar, promovendo o cultivo de alimentos orgânicos para consumo local e comercialização em feiras e eventos.

Além das capacitações, diversas iniciativas foram propostas para fortalecer a economia criativa de Ouro Preto, criando oportunidades para os produtores locais e atraindo turistas:

- **Festival da Pedra-Sabão:** Um evento cultural que permitiria aos artistas locais expor seus trabalhos em processo de criação e comercializar seus produtos, como artigos de arte, objetos de decoração e souvenirs. A gastronomia também seria um ponto de destaque, com pratos servidos em utensílios feitos de pedra-sabão, reforçando a identidade cultural e o uso sustentável dos recursos locais.
- **Melhorias na Sinalização e Investimentos em Eventos:** Investir em melhorias na infraestrutura urbana e na sinalização turística, para tornar a cidade mais acessível e atrativa aos visitantes

Esse investimento também se refletiria na realização de novos eventos, ampliando a visibilidade de Ouro Preto e fomentando sua economia.

- **Criação de um Espaço e Comercialização:** A criação de um espaço dedicado à comercialização dos produtos e serviços culturais locais, como o “Mercado Criativo”, onde artesãos, chefs e outros produtores poderiam expor e vender seus produtos. Esse espaço também poderia servir como um ponto de encontro para a realização de workshops, eventos culturais e shows.
- **Calendário de Eventos de Economia Criativa:** A construção de um calendário anual de eventos ligados à arte, ao artesanato, à gastronomia e outras expressões culturais locais. Este calendário ajudaria a fortalecer a identidade de Ouro Preto e promover a cidade como destino turístico e criativo.
- **Plataforma Digital de Divulgação e Comercialização:** Desenvolver uma plataforma online para a divulgação e venda de produtos locais, como artesanato e gastronomia, além de promover experiências turísticas que permitam ao visitante vivenciar a cultura local de maneira imersiva.

7.1 Plano de Ação Ampliado para o Fortalecimento da Economia Criativa em Ouro Preto

As ideias propostas no Plano de Ação Ampliado para o Fortalecimento da Economia Criativa em Ouro Preto foram concebidas considerando as diversas possibilidades de integração com instituições já existentes na região. Instituições de ensino, como a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), fundações culturais e agências locais





podem desempenhar papéis fundamentais no desenvolvimento, implementação e gestão das ações previstas. Além disso, a infraestrutura local oferece espaços propícios para a instalação de equipamentos e realização de atividades, como casas universitárias, espaços culturais geridos pela prefeitura e locais onde já se desenvolvem projetos sociais e culturais.

Essa articulação com instituições e estruturas existentes garante maior viabilidade às propostas, como também fortalece as redes colaborativas e promove o uso eficiente de recursos locais, consolidando Ouro Preto como um território criativo e inovador.

A seguir destacamos alguns pontos que serão norteadores para a implementação das atividades, programas, projetos e ações que constituirão no desenvolvimento do plano aqui proposto.

7.1.1 Estratégias e Ações para Fortalecer a Economia Criativa

Promoção da Identidade Local

A valorização e divulgação da arte, gastronomia e cultura artesanal de Ouro Preto e seus distritos são fundamentais para consolidar a cidade como um polo de economia criativa, ressaltando suas singularidades e potencializando seus ativos culturais. Para isso, é necessário criar estratégias de marketing focadas em destacar a identidade cultural única de Ouro Preto, com ênfase no artesanato em pedra-sabão, na gastronomia mineira e nos roteiros criativos.

Ações Propostas:

- Campanhas de marketing digital:** Criar campanhas de marketing nas plataformas digitais para divulgar a autenticidade do artesanato em pedra-sabão, promovendo o trabalho dos

artesãos locais e suas técnicas ancestrais. A gastronomia mineira, com suas receitas tradicionais, também será um pilar central dessas campanhas, incentivando o turismo gastronômico e destacando os ingredientes típicos da região, como o pão de queijo, a carne de sol e os doces artesanais.

- Criação de roteiros criativos:** Desenvolver roteiros turísticos que conectem o patrimônio histórico e cultural de Ouro Preto à produção artesanal local, oferecendo aos visitantes uma experiência imersiva. Os roteiros podem incluir visitas a ateliês de artesãos, degustações gastronômicas em restaurantes locais e a participação em oficinas de criação artística, como a confecção de peças de pedra-sabão.
- Promoção da história e cultura local:** Realizar ações de visibilidade para reforçar a importância cultural e histórica de Ouro Preto, utilizando plataformas digitais e parcerias com influenciadores, jornalistas e especialistas em cultura para atingir públicos mais amplos e diversificados.

Estruturação de Ecossistemas Criativos

A estruturação de ecossistemas criativos é essencial para estimular a inovação e a colaboração entre os diversos segmentos da economia criativa, como a arte, o design, a música, a moda e a gastronomia. A criação de hubs e laboratórios de cocriação oferece a infraestrutura necessária para o desenvolvimento de novos projetos, estimulando a interação entre empreendedores criativos, artistas, acadêmicos e tecnólogos.

Ações Propostas:

- Criação de hubs e laboratórios de inovação:** Estabelecer espaços dedicados ao desenvolvimento de projetos criativos, onde os empreendedores possam criar, experimentar e comercializar suas ideias.



Estes hubs poderão oferecer suporte em áreas como design, prototipagem, desenvolvimento de produtos e tecnologias digitais. A infraestrutura desses espaços deverá ser adaptada para fomentar a cocriação e o trabalho colaborativo, incluindo equipamentos de última geração, acesso a tecnologias emergentes e apoio técnico.

- **Ampliar o acesso a tecnologias digitais:** Investir em iniciativas que garantam o acesso dos produtores e empreendedores locais a plataformas de e-commerce, marketing digital e ferramentas de gestão. A formação de capacitações tecnológicas para produtores locais será crucial para garantir que seus produtos tenham visibilidade em mercados locais, nacionais e internacionais. Isso inclui a criação de plataformas digitais para a comercialização dos produtos e o uso das redes sociais como ferramenta para engajar novos públicos e mercados.
- **Formação contínua:** Oferecer cursos e workshops para os envolvidos com a economia criativa, com foco em áreas como design, produção digital, inovação e novas tecnologias. O desenvolvimento de habilidades digitais será fundamental para fortalecer a visibilidade e a competitividade dos produtores locais no cenário global.

Implementação de Calendários Culturais

Estabelecer um calendário anual de eventos culturais é uma estratégia chave para consolidar a identidade criativa de Ouro Preto e atrair visitantes, fortalecer a economia local e dar visibilidade aos produtores culturais. Os eventos, ao serem realizados de maneira contínua, também criam uma oportunidade para fortalecer a interação entre os diferentes segmentos da economia criativa e gerar fluxo constante de turistas e investimentos.

Ações Propostas:

- **Festivais e Mostras Temáticas:** Organizar eventos que celebrem a cultura local, como o Festival da Pedra-Sabão, festivais gastronômicos e mostras de artesanato. Esses eventos devem ser planejados e estruturados para incluir atividades interativas, como exposições, oficinas e apresentações artísticas, com o objetivo de atrair moradores e turistas. A participação ativa dos artistas e produtores locais também é essencial para dar visibilidade aos seus trabalhos e fortalecer a economia criativa.
- **Promoção da diversidade cultural:** Criar eventos que tragam à tona a diversidade cultural de Ouro Preto, envolvendo artistas locais e internacionais em um ambiente de troca e aprendizado mútuo. A inclusão de diferentes manifestações culturais ajudará a enriquecer a oferta cultural da cidade e a estabelecer uma marca sólida para a economia criativa da região.
- **Inserção de Ouro Preto em Redes Internacionais de Cidades Criativas:** A inserção de Ouro Preto em redes internacionais de cidades criativas, como as promovidas pela UNESCO, permitirá ampliar a visibilidade da cidade no cenário global. Participar de fóruns e redes de cidades criativas e promover intercâmbios culturais fortalecerá a posição de Ouro Preto como um destino turístico e cultural inovador e atrativo.
- **Calendário anual de eventos:** Estruturar um calendário com eventos fixos e temáticos ao longo do ano, de modo que os turistas possam planejar suas visitas em torno dessas datas. Além disso, o calendário será uma ferramenta importante para garantir a geração contínua de receita para a economia local, e permitir a mobilização e engajamento da comunidade local na promoção da cidade.



7.1.2 Propostas de Políticas Públicas e Incentivos

Criação de Políticas Específicas para a Economia Criativa

A criação de políticas públicas voltadas para a economia criativa é um passo fundamental para fomentar a produção cultural local, estimular a inovação e garantir a sustentabilidade econômica dos setores criativos. As políticas devem ser pensadas para atender às necessidades dos produtores locais, oferecer incentivos à criatividade e apoiar o desenvolvimento de projetos inovadores que envolvam arte, cultura, tecnologia e turismo.

Ações Propostas:

- Institucionalização de um Fundo Municipal para a Economia Criativa:** Criar um fundo municipal específico para financiar projetos culturais e criativos. Esse fundo será uma ferramenta essencial para apoiar iniciativas locais em diferentes áreas, como artesanato, música, teatro, design e gastronomia. O fundo deve ser administrado de forma transparente, com processos seletivos claros e critérios de avaliação que priorizem a inovação, o impacto social e a sustentabilidade dos projetos. Além disso, é importante que o fundo tenha uma linha de crédito com condições favoráveis, facilitando o acesso de pequenos empreendedores e produtores locais.

Redução de Tributos para Pequenos Produtores Culturais e Artesãos Locais: Implementar políticas fiscais que visem a redução de tributos para pequenos produtores culturais e artesãos, de forma a aliviar o custo da produção e permitir que esses profissionais possam investir mais em seus negócios. Isso pode incluir

isenções fiscais para empresas e empreendedores locais ou a criação de regimes simplificados de tributação para pequenos negócios criativos. A redução de tributos permitirá que mais artistas e produtores consigam se formalizar e ampliar suas operações, contribuindo diretamente para a economia criativa.

Estímulo ao Associativismo e Cooperativismo

O associativismo e o cooperativismo são elementos-chave para fortalecer a economia criativa local, pois possibilitam que pequenos produtores, artistas e empreendedores compartilhem recursos, ampliem sua capacidade de produção e aumentem sua competitividade no mercado. O apoio à formalização de associações e cooperativas também é uma forma de garantir benefícios fiscais e financeiros para esses grupos, permitindo a organização coletiva e o acesso a recursos importantes para o crescimento.

Ações Propostas:

- Apoio à Formalização de Associações e Cooperativas:** Criar incentivos para a formação de associações e cooperativas que envolvam produtores culturais e empreendedores da economia criativa. Esses grupos organizados poderão acessar benefícios fiscais, linhas de crédito mais acessíveis e outros recursos financeiros que não estariam disponíveis para os indivíduos. Além disso, as cooperativas e associações podem atuar como centros de troca de conhecimentos e habilidades, oferecendo apoio mútuo e ampliando sua capacidade de negociação e comercialização de produtos e serviços. O município pode oferecer suporte técnico e consultoria para auxiliar na formalização dessas entidades, além de criar parcerias com bancos e instituições financeiras para garantir que os grupos tenham acesso a financiamento adequado.

Incentivos para Negócios Sustentáveis

Com a crescente demanda por práticas de responsabilidade ambiental e social, é fundamental criar incentivos para que os empreendedores da economia criativa adotem modelos de negócios sustentáveis. Esses incentivos podem ser voltados para práticas como reciclagem, compostagem e o uso de materiais sustentáveis, bem como para empresas que promovam inovação e impacto social positivo em suas operações.

Ações Propostas:

- **Subsídios para Empreendedores que Adotem Práticas Sustentáveis:** Criar um programa de subsídios voltado para empreendedores que adotem práticas sustentáveis em seus negócios. Isso inclui a utilização de materiais recicláveis, a implementação de processos de compostagem e o uso de tecnologias ecológicas. O subsídio pode ser utilizado para apoiar a aquisição de equipamentos sustentáveis, a implementação de soluções de baixo impacto ambiental e a adaptação de processos de produção. Além disso, o município pode criar incentivos fiscais para empresas que invistam em práticas verdes, como a redução do consumo de energia ou o reuso de materiais.
- **Premiação e Certificação para Negócios Inovadores e com Impacto Social Positivo:** Estabelecer programas de premiação e certificação para empresas da economia criativa que se destaquem por suas práticas inovadoras e pelo impacto positivo que causam na sociedade. Isso pode incluir prêmios anuais que reconheçam empreendedores que desenvolvem projetos que promovem a inclusão social, a preservação ambiental ou que geram transformação cultural significativa na comunidade. A certificação pode se tornar um selo de qualidade que os negócios podem utilizar para agregar

valor a seus produtos e serviços, além de gerar maior visibilidade e atratividade no mercado.

7.1.3 Programas de Capacitação e Desenvolvimento de Talentos

Formação Continuada

A formação continuada é essencial para o aprimoramento das habilidades dos empreendedores, artistas e produtores culturais, garantindo que eles se mantenham competitivos e atualizados no mercado. Para a economia criativa de Ouro Preto, é fundamental que as capacitações ofereçam ferramentas práticas e conhecimentos aplicáveis que auxiliem os profissionais na gestão de seus negócios e na produção de seus trabalhos.

Ações Propostas:

- **Cursos de Precificação, Gestão Financeira, Marketing Digital e Associativismo:** Oferecer cursos e workshops voltados para o fortalecimento das capacidades gerenciais dos produtores criativos. Esses cursos devem abordar temas essenciais para a sustentabilidade dos negócios criativos, como precificação de produtos e serviços, estratégias de marketing digital, técnicas de gestão financeira para pequenos negócios e a importância do associativismo para a união de produtores locais. A capacitação nestas áreas contribuirá para o desenvolvimento de uma mentalidade empreendedora mais sólida e estratégica, além de aumentar a competitividade dos negócios locais.
- **Oficinas Práticas de Técnicas de Artesanato, Reciclagem e Culinária Tradicional:** Organizar oficinas práticas



voltadas ao desenvolvimento de habilidades artesanais e culinárias, como o artesanato em pedra-sabão, técnicas de reciclagem e a culinária mineira tradicional. Estas oficinas podem ser conduzidas por mestres artesãos locais e chefs renomados, e oferecerão uma experiência de aprendizado direto, permitindo que os participantes adquiram conhecimentos técnicos especializados. Além disso, as oficinas de reciclagem podem explorar novas formas de produção que respeitem a sustentabilidade, um aspecto importante para a economia criativa local.

Desenvolvimento de Competências Criativas

O desenvolvimento de competências criativas é crucial para garantir que os profissionais da economia criativa de Ouro Preto se destaquem no mercado global. Programas que incentivem a expressão artística e a inovação devem ser implementados para explorar o potencial criativo da comunidade, oferecendo uma base para a criação de novos produtos e serviços que representem a identidade local.

Ações Propostas:

- Programas de Escrita Criativa, Produção Cultural, Música e Fotografia:** Implantar programas que incentivem a produção artística e cultural em diversas formas de expressão. Isso pode incluir cursos de escrita criativa, produção cultural, música, fotografia e outras áreas de interesse. Esses programas não apenas promovem o desenvolvimento pessoal e artístico dos participantes, mas também podem gerar novos conteúdos que representem as tradições, valores e inovações da cidade. Além disso, eles podem fomentar a produção de conteúdo voltado para o mercado, com potencial para a comercialização em plataformas digitais, mídias sociais e outros canais.

- Treinamento em Design de Produtos e Embalagens para Valorização do Artesanato Local:** Oferecer treinamentos voltados ao design de produtos e embalagens, com foco no aprimoramento da estética e funcionalidade dos produtos artesanais. O design adequado pode aumentar a competitividade do artesanato local, tornando-o mais atrativo para consumidores locais e turistas. O treinamento incluirá não só a criação de designs inovadores, mas também o desenvolvimento de embalagens sustentáveis, que comuniqueem o valor cultural e artístico do produto e promovam a preservação ambiental.

Capacitação para Inclusão Digital

A inclusão digital é um aspecto fundamental para que os profissionais da economia criativa possam expandir seu alcance e explorar novas oportunidades de mercado. Com o crescente uso das plataformas digitais para comercialização e promoção de produtos, é necessário capacitar os empreendedores e artistas para que possam utilizar essas ferramentas de forma eficaz.

Ações Propostas:

- Treinamento no Uso de Plataformas Digitais para Comercialização de Produtos e Gestão de Redes Sociais:** Oferecer treinamentos sobre o uso de plataformas digitais, como marketplaces, redes sociais e e-commerce, para que os produtores e empreendedores locais possam expandir sua presença no mercado digital. O treinamento deve abordar desde a criação de perfis e lojas virtuais até estratégias de marketing digital, como otimização de SEO, gestão de redes sociais, campanhas publicitárias e análise de dados. Além disso, é importante capacitar os participantes sobre como fazer a gestão das suas redes sociais para engajar um público maior e





promover o diálogo direto com os consumidores.

7.1.4 Parcerias e Colaborações

Parcerias Locais e Regionais

As parcerias locais e regionais desempenham um papel fundamental no fortalecimento da economia criativa de Ouro Preto, pois permitem a troca de conhecimentos, recursos e experiências entre diversas instituições e segmentos. A colaboração entre diferentes atores locais e regionais cria um ecossistema mais robusto e integrado, que contribui para a geração de inovações, o desenvolvimento de novos produtos e a promoção da cidade como um destino turístico e cultural de destaque.

Ações Propostas:

- Integração com Instituições Locais, como a UFOP, IFMG Campus Ouro Preto, FAOP, SEBRAE, SENAC, dentre outras, para Oferecer Cursos e Apoio Técnico:** Estabelecer parcerias com a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) para o desenvolvimento de cursos e programas de apoio técnico, tanto para a comunidade acadêmica quanto para empreendedores locais. A UFOP pode ser um parceiro essencial na oferta de capacitação especializada em áreas como gestão cultural, empreendedorismo, design e novas tecnologias, além de atuar no apoio à pesquisa e desenvolvimento de projetos criativos. Essa colaboração pode ainda incluir a realização de workshops, seminários e eventos de troca de experiências que envolvam estudantes, professores e produtores culturais locais.
- Colaboração com Associações de Turismo para Criar Experiências Integradas:** Fortalecer a parceria com associações de turismo locais e regionais

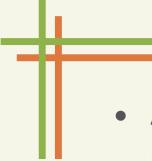
para desenvolver pacotes turísticos que integrem as diversas expressões da economia criativa, como o artesanato, a gastronomia e as manifestações culturais. A criação de roteiros turísticos que contemplam experiências imersivas nas áreas de arte, música e gastronomia pode atrair um público diversificado, além de contribuir para o aumento da visibilidade do setor e o fortalecimento das micro e pequenas empresas envolvidas.

Redes Nacionais e Internacionais

Expandir as parcerias para redes nacionais e internacionais permite que a economia criativa de Ouro Preto tenha uma maior visibilidade global, além de possibilitar a troca de metodologias, a aprendizagem de boas práticas e o acesso a novos mercados e fontes de financiamento. A participação em redes de cidades criativas e a colaboração com empresas privadas são essenciais para o desenvolvimento contínuo da economia criativa, ampliando seu impacto e sustentabilidade.

Ações Propostas:

- Participação em Redes de Cidades Criativas para Troca de Metodologias e Promoção Internacional:** Ouro Preto deve buscar integrar-se a redes internacionais de cidades criativas, como a rede de Cidades Criativas da Unesco. Essa participação oferece uma plataforma para o intercâmbio de conhecimentos, metodologias e experiências com outras cidades que compartilham o foco no desenvolvimento da economia criativa. A troca de práticas bem-sucedidas e a colaboração com outras cidades também pode abrir portas para novas oportunidades de parcerias, financiamentos e visibilidade internacional, colocando Ouro Preto como um modelo de cidade criativa na área de arte popular e turismo cultural.



• **Acordos com Empresas Privadas para Patrocínios e Suporte a Eventos Culturais:** Estabelecer acordos e parcerias com empresas privadas para o patrocínio e suporte financeiro de eventos culturais e criativos é uma estratégia fundamental para garantir a sustentabilidade e o alcance desses eventos. Empresas privadas podem ser incentivadas a apoiar eventos culturais, festivais e atividades de economia criativa por meio de incentivos fiscais e visibilidade associada à sua marca. Esse apoio pode se traduzir em patrocínios diretos, parcerias para criação de conteúdo e colaborações em eventos de grande porte que atraem turistas e fomentam a economia local.

- **Implementação de uma Plataforma de Coleta e Análise de Dados:** Desenvolver um sistema digital intuitivo para consolidar informações e realizar análises detalhadas, auxiliando na transparência e na tomada de decisões baseadas em dados.
- **Publicação Periódica de Relatórios de Monitoramento:** Divulgar relatórios regulares com resultados claros e objetivos, incluindo sugestões para aprimoramento das iniciativas.
- **Criação de Indicadores de Sucesso:** Desenvolver indicadores claros e mensuráveis para avaliar a eficácia das iniciativas, como impacto no fluxo turístico, crescimento da economia local e participação comunitária.

7.1.5 Mecanismos de Monitoramento e Avaliação

Criação de um Observatório de Economia Criativa

A implementação de um Observatório de Economia Criativa é fundamental para acompanhar os resultados das ações implantadas e medir o impacto da economia criativa em Ouro Preto. O observatório atuará como um centro de coleta, análise e disseminação de dados relacionados ao desenvolvimento econômico, social e cultural gerado pelas iniciativas de economia criativa.

Ações Propostas:

- **Definição dos Indicadores-Chave para Monitoramento:** Identificar métricas específicas que permitam acompanhar o progresso e avaliar os impactos das iniciativas, considerando aspectos sociais, econômicos e culturais.

Feedback Comunitário

A avaliação constante por meio do feedback comunitário é essencial para garantir que as ações estejam alinhadas às necessidades e expectativas da população local. O envolvimento da comunidade ajudará a ajustar as estratégias e a reforçar a eficácia das políticas públicas.

Ações Propostas:

- **Realização de Fóruns e Consultas Públicas com a Comunidade:** Organizar encontros regulares para coletar opiniões e sugestões, promovendo um ambiente de diálogo construtivo.
- **Desenvolvimento de uma Plataforma Digital para Coleta de Opiniões:** Criar um canal online interativo e acessível, permitindo a participação ativa da comunidade no acompanhamento e planejamento das ações.



7.2 Objetivos do Plano de Ação

De acordo com as ações levantadas para o fortalecimento da economia criativa em Ouro Preto e região, estabeleceram-se os objetivos do Plano de Ação.

O objetivo geral deste plano é **estruturar e**

fortalecer o ecossistema criativo de Ouro Preto, promovendo a integração entre cultura, turismo e inovação tecnológica. Para isso, foram definidos os seguintes objetivos específicos:

Criar a Escola de Empreendedorismo Criativo: Com cursos e programas voltados para a formação de empreendedores em áreas como artesanato, turismo, gastronomia e outras atividades culturais, promovendo a manutenção das tradições locais e ampliando o escopo de atuação dos empreendedores.

Estabelecer o Observatório de Economia Criativa da Região dos Inconfidentes: Focado na coleta de dados, na produção de conhecimento e na disseminação de boas práticas para orientar políticas públicas e iniciativas privadas.

Desenvolver o Laboratório/Hub de Economia Criativa: Criar um espaço de incubação para startups e projetos inovadores que integrem cultura, turismo e tecnologia, incentivando o empreendedorismo criativo.

Estruturar espaços de comercialização físicos e virtuais, integrados a um calendário anual de eventos e à roteirização de experiências culturais e turísticas, para promover produtos, serviços e vivências criativas, fortalecendo a identidade cultural e o desenvolvimento socioeconômico de Ouro Preto e seus distritos.

Estes objetivos serão os pilares do desenvolvimento da economia criativa durante os próximos 04 anos, juntamente para o alcance de metas e as respectivas atividades, conforme o Cronograma do plano. Essas ações visam transformar a economia criativa em um dos principais motores do

desenvolvimento regional, promovendo a diversidade de fontes de renda e a integração de diferentes setores. A seguir, detalha-se o Cronograma do Plano de Ação, condensando informações coletadas durante o trabalho.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO GERAL: Estruturar e fortalecer o ecossistema criativo do município de Ouro Preto por meio de três eixos fundamentais: Capacitação, Pesquisa e Inovação. A iniciativa almeja transformar a economia criativa em um dos motores do desenvolvimento regional, diversificando as fontes de renda e promovendo a integração entre cultura, turismo e inovação tecnológica.

OBJETIVO ESPECÍFICO: Criar a Escola de Empreendedorismo Criativo, com cursos e programas voltados para a formação de empreendedores em áreas como artesanato, turismo, gastronomia, e outras atividades culturais, promovendo a manutenção e o desenvolvimento das tradições locais e ampliando o escopo de atuação discente.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 1.1 Estruturar a Escola de Empreendedorismo Criativo Prazo: 04 meses Início: mês 01 Final: mês 04	Atividade 1.1.1 Realizar diagnóstico das demandas de formação na região.	Indicador 1.1 Diagnóstico das demandas realizadas	Relatório de diagnóstico.
	Atividade 1.1.2 Definir a estrutura curricular dos cursos e programas a serem oferecidos.	Indicador 1.2 Currículo dos cursos definido e aprovado.	Documentos oficiais com o currículo dos cursos.
	Atividade 1.1.3 Selecionar e capacitar a equipe de professores e facilitadores.	Indicador 1.3 Equipe de professores e facilitadores selecionada e capacitada.	Contratos de trabalho e certificados de capacitação.
	Atividade 1.1.4 Estabelecer parcerias com instituições de ensino e organizações culturais locais.	Indicador 1.4 Acordos de parceria formalizados.	Termos de parceria assinados.
	Atividade 1.1.5 Organizar o espaço físico e adquirir equipamentos necessários.	Indicador 1.5 Espaço físico equipado e pronto para uso.	Fotos e inventário do espaço físico e equipamentos.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Criar a Escola de Empreendedorismo Criativo, com cursos e programas voltados para a formação de empreendedores em áreas como artesanato, turismo, gastronomia, e outras atividades culturais, promovendo a manutenção e o desenvolvimento das tradições locais e ampliando o escopo de atuação discente.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 1.2 Implementar e Iniciar os Cursos e Programas Prazo: 08 meses Início: mês 05 Final: mês 12	Atividade 1.2.1 Lançar campanhas de divulgação dos cursos e programas.	Indicador 1.1 Campanha de divulgação lançada e alcance da comunicação (número de pessoas impactadas).	Material de divulgação (panfletos, anúncios online, etc.).
	Atividade 1.2.2 Realizar processo seletivo para os alunos.	Indicador 1.2 Número de inscritos no processo seletivo.	Listas de inscrições e registros de participantes.
	Atividade 1.2.3 Iniciar as primeiras turmas nos cursos de artesanato, turismo, gastronomia e outras áreas culturais.	Indicador 1.3 Número de turmas iniciadas e total de alunos matriculados.	Relatórios de matrícula e frequência dos alunos.
	Atividade 1.2.4 Monitorar e avaliar o andamento dos cursos e o desempenho dos alunos.	Indicador 1.4 Relatórios de monitoramento e avaliação dos cursos.	Relatórios de avaliação do desempenho dos alunos e feedback dos professores.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Criar a Escola de Empreendedorismo Criativo, com cursos e programas voltados para a formação de empreendedores em áreas como artesanato, turismo, gastronomia, e outras atividades culturais, promovendo a manutenção e o desenvolvimento das tradições locais e ampliando o escopo de atuação discente.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 1.3 Promover a Conexão entre os Alunos e o Mercado Prazo: 06 meses Início: mês 10 Final: mês 15	Atividade 1.3.1 Organizar feiras e eventos de empreendedorismo para os alunos apresentarem seus produtos e serviços.	Indicador 1.1 Número de eventos realizados e participação dos alunos.	Relatórios e fotos dos eventos realizados.
	Atividade 1.3.2 Facilitar a criação de redes de contato entre os alunos e empresários locais.	Indicador 1.2 Número de parcerias estabelecidas com empresários e mercados.	Termos de parceria e acordos comerciais.
	Atividade 1.3.3 Oferecer mentorias para os alunos desenvolverem seus planos de negócios.	Indicador 1.3 Quantidade de planos de negócios desenvolvidos.	Planos de negócios documentados.
	Atividade 1.3.4 Estabelecer parcerias com mercados e espaços culturais para a venda dos produtos desenvolvidos pelos alunos.	Indicador 1.4 Volume de produtos vendidos e contratos de fornecimento estabelecidos.	Relatórios de vendas e contratos assinados.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Criar a Escola de Empreendedorismo Criativo, com cursos e programas voltados para a formação de empreendedores em áreas como artesanato, turismo, gastronomia, e outras atividades culturais, promovendo a manutenção e o desenvolvimento das tradições locais e ampliando o escopo de atuação discente.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 1.4 Avaliar e Expandir as Atividades da Escola Prazo: 06 meses Início: Mês 16 Final: Mês 21	Atividade 1.4.1 Conduzir uma avaliação abrangente dos resultados obtidos pelos cursos e programas.	Indicador 1.1 Relatório de avaliação dos cursos e programas.	Relatório final de avaliação.
	Atividade 1.4.2 Identificar áreas de melhoria e novas demandas de formação.	Indicador 1.2 Feedback dos alunos e professores coletados.	Questionários e registros de feedback.
	Atividade 1.4.3 Desenvolver novos cursos ou expandir os existentes, conforme a demanda identificada.	Indicador 1.3 Número de novos cursos ou turmas adicionais lançados.	Documentação dos novos cursos lançados.
	Atividade 1.4.4 Buscar novos parceiros para ampliar o alcance da escola, além dos parceiros já existentes.	Indicador 1.4 Novas parcerias estabelecidas.	Termos de parceria e relatórios de expansão.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estabelecer o Observatório de Economia Criativa da Região dos Inconfidentes, com foco na coleta de dados, produção de conhecimento e disseminação de boas práticas que possam orientar políticas públicas e iniciativas privadas.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 2.1 Planejamento e Estruturação do Observatório Prazo: 03 meses Início: mês 01 Final: mês 3	Atividade 2.1.1 Definir o escopo e objetivos do Observatório.	Indicador 2.1 Documento formal com o escopo e objetivos do Observatório.	Relatório com o escopo e objetivos do Observatório.
	Atividade 2.1.2 Montar a equipe de pesquisadores e analistas (docentes e alunos da pós-graduação da UFOP)	Indicador 2.2 Equipe de pesquisa contratada e treinada.	Contratos de trabalho e certificados de treinamento da equipe.
	Atividade 2.1.3 Desenvolver o plano de coleta de dados e metodologia de pesquisa.	Indicador 2.3 Plano de coleta de dados e metodologia finalizados.	Documentação do plano de coleta de dados e metodologias.
	Atividade 2.1.4 Estabelecer parcerias com instituições de pesquisa e organizações locais.	Indicador 2.4 Acordos de parceria formalizados.	Termos de parceria e acordos assinados.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estabelecer o Observatório de Economia Criativa da Região dos Inconfidentes, com foco na coleta de dados, produção de conhecimento e disseminação de boas práticas que possam orientar políticas públicas e iniciativas privadas.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 2.2 Implementação do Sistema de Coleta e Análise de Dados Prazo: 06 meses Início: mês 4 Final: mês 9	Atividade 2.2.1 Desenvolver e implementar ferramentas e sistemas para a coleta de dados.	Indicador 2.1 Ferramentas e sistemas de coleta implementados e operacionais.	Registros das ferramentas e sistemas de coleta.
	Atividade 2.2.2 Realizar a coleta de dados qualitativos e quantitativos sobre a economia criativa na região.	Indicador 2.2 Volume de dados coletados e analisados.	Relatórios de coleta e análise de dados.
	Atividade 2.2.3 Analizar os dados coletados e produzir relatórios preliminares.	Indicador 2.3 Relatórios preliminares produzidos.	Relatórios preliminares produzidos..
	Atividade 2.2.4 Organizar workshops e seminários para disseminar os resultados preliminares e obter feedback.	Indicador 2.4 Número de workshops e seminários realizados e participantes envolvidos.	Relatórios dos workshops e seminários, incluindo listas de presença e feedback dos participantes.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estabelecer o Observatório de Economia Criativa da Região dos Inconfidentes, com foco na coleta de dados, produção de conhecimento e disseminação de boas práticas que possam orientar políticas públicas e iniciativas privadas.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 2.3 Produção e Divulgação de Conhecimento Prazo: 05 meses Início: mês 10 Final: mês 14	Atividade 2.3.1 Elaborar estudos e publicações sobre a economia criativa com base nos dados coletados.	Indicador 2.1 Número de estudos e publicações elaborados.	Exemplares dos estudos e publicações.
	Atividade 2.3.2 Criar uma plataforma online para disseminação dos resultados e boas práticas.	Indicador 2.2 Plataforma online desenvolvida e operacional.	Capturas de tela e documentação da plataforma online.
	Atividade 2.3.3 Desenvolver materiais de comunicação e relatórios para stakeholders e o público em geral.	Indicador 2.3 Materiais de comunicação produzidos e distribuídos.	Amostras dos materiais de comunicação e relatórios.
	Atividade 2.3.4 Realizar campanhas de divulgação dos resultados e boas práticas.	Indicador 2.4 Alcance das campanhas de divulgação (número de visualizações, downloads, etc.).	Relatórios de alcance das campanhas de divulgação e análise de impacto.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estabelecer o Observatório de Economia Criativa da Região dos Inconfidentes, com foco na coleta de dados, produção de conhecimento e disseminação de boas práticas que possam orientar políticas públicas e iniciativas privadas.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 2.4 Avaliação e Recomendação de Políticas Públicas Prazo: 04 meses Início: mês 15 Final: mês 18	Atividade 2.4.1 Avaliar o impacto das práticas de economia criativa na região com base nos dados e feedback obtidos.	Indicador 2.1 Relatório de avaliação do impacto das práticas de economia criativa.	Relatórios de avaliação e recomendações.
	Atividade 2.4.2 Elaborar recomendações para políticas públicas e iniciativas privadas.	Indicador 2.2 Documento com recomendações para políticas públicas.	Programa e registro de participação da conferência final.
	Atividade 2.4.3 Organizar uma conferência final para apresentar os resultados e recomendações a stakeholders e tomadores de decisão.	Indicador 2.3 Conferência realizada com participação de stakeholders e apresentação dos resultados.	Registro de Presença: Lista de participantes com identificação de stakeholders, tomadores de decisão e público-alvo presentes no evento. Relatório do Evento.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Desenvolver o Laboratório/Hub de Economia Criativa, um espaço para incubação de startups e projetos inovadores que integrem cultura, turismo e tecnologia.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 3.1 Planejamento e Estruturação do Laboratório/Hub Prazo: 04 meses Início: mês 01 Final: mês 04	Atividade 3.1.1 Definir o escopo e objetivos do Laboratório/Hub.	Indicador 3.1 Documento formal com o escopo e objetivos do Laboratório/Hub.	Relatório com o escopo e objetivos do Laboratório/Hub.
	Atividade 3.1.2 Montar a equipe de gestão e coordenação do Laboratório/Hub.	Indicador 3.2 Equipe de gestão e coordenação selecionada e treinada.	Contratos de trabalho e certificados de treinamento da equipe.
	Atividade 3.1.3 Desenvolver o plano de infraestrutura e aquisição de equipamentos.	Indicador 3.3 Plano de infraestrutura e lista de equipamentos adquiridos.	Documentos do plano de infraestrutura e inventário de equipamentos.
	Atividade 3.1.4 Estabelecer parcerias com instituições de ensino, empresas de tecnologia e organizações culturais.	Indicador 3.4 Acordos de parceria formalizados.	Termos de parceria e acordos assinados.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Desenvolver o Laboratório/Hub de Economia Criativa, um espaço para incubação de startups e projetos inovadores que integrem cultura, turismo e tecnologia.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
	Atividade 3.2.1 Realizar a montagem e equipagem do espaço físico.	Indicador 3.1 Espaço físico montado e equipado.	Fotos e relatórios da montagem e equipagem do espaço.
Meta 3.2 Implementação e Lançamento do Laboratório/Hub Prazo: 06 meses Início: mês 05 Final: mês 10	Atividade 3.2.2 Desenvolver e lançar o programa de incubação para startups e projetos inovadores.	Indicador 3.2 Programa de incubação desenvolvido e lançado.	Documentação do programa de incubação.
	Atividade 3.2.3 Organizar eventos de lançamento e networking para atrair startups e projetos para o Laboratório/Hub.	Indicador 3.3 Número de eventos realizados e participação de startups.	Relatórios dos eventos de lançamento e networking, incluindo listas de participantes.
	Atividade 3.2.4 Iniciar o acompanhamento e suporte contínuo às startups e projetos incubados.	Indicador 3.4 Número de startups e projetos apoiados e acompanhados.	Relatórios de acompanhamento e suporte às startups e projetos.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Desenvolver o Laboratório/Hub de Economia Criativa, um espaço para incubação de startups e projetos inovadores que integrem cultura, turismo e tecnologia.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 3.3 Desenvolvimento e Suporte a Projetos Inovadores Prazo: 08 meses Início: mês 11 Final: mês 18	Atividade 3.3.1 Facilitar o desenvolvimento de jogos eletrônicos e aplicativos de entretenimento pelos incubados.	Indicador 3.1 Número de jogos eletrônicos e aplicativos desenvolvidos.	Documentos e demos dos jogos eletrônicos e aplicativos desenvolvidos.
	Atividade 3.3.2 Oferecer mentorias e treinamentos especializados em cultura, turismo e tecnologia.	Indicador 3.2 Número de mentorias e treinamentos realizados.	Registros de mentorias e treinamentos realizados.
	Atividade 3.3.3 Monitorar o progresso dos projetos e fornecer feedback contínuo.	Indicador 3.3 Relatórios de progresso dos projetos e feedback fornecido.	Relatórios de progresso e feedback dos projetos.
	Atividade 3.3.4 Organizar showcases e eventos de apresentação dos projetos desenvolvidos.	Indicador 3.4 Número de showcases e eventos organizados e projetos apresentados.	Programas e registros dos eventos de apresentação dos projetos.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Desenvolver o Laboratório/Hub de Economia Criativa, um espaço para incubação de startups e projetos inovadores que integrem cultura, turismo e tecnologia.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 3.4 Avaliação e Expansão das Atividades do Laboratório/Hub Prazo: 06 meses Início: mês 19 Final: mês 24	Atividade 3.4.1 Avaliar o impacto das atividades do Laboratório/Hub na economia criativa local.	Indicador 3.1 Relatório de avaliação do impacto das atividades.	Relatórios de avaliação e impacto das atividades.
	Atividade 3.4.2 Identificar áreas de melhoria e novas oportunidades de expansão.	Indicador 3.2 Documento com áreas de melhoria e estratégias de expansão.	Documentos de planejamento de expansão e estratégias.
	Atividade 3.4.3 Desenvolver estratégias para a expansão das atividades e atração de novos projetos e startups.	Indicador 3.3 Número de novas parcerias estabelecidas e fontes de financiamento obtidas.	Termos de parceria e acordos de financiamento.
	Atividade 3.4.4 Buscar novas parcerias e fontes de financiamento para suportar a expansão.	Indicador 3.4 Número de parcerias formalizadas, montante de recursos captados, quantidade de editais submetidos.	Documentação oficial: Contratos, termos de parceria, convênios ou acordos formais estabelecidos. Relatórios financeiros: Registros detalhando os recursos captados e sua destinação.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Desenvolver o Laboratório/Hub de Economia Criativa, um espaço para incubação de startups e projetos inovadores que integrem cultura, turismo e tecnologia.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 3.5: Criar, implementar e promover um selo oficial de "Amigo da Economia Criativa" para identificar e valorizar produtores e estabelecimentos alinhados aos princípios da economia criativa do município. Prazo: 12 meses Início: mês 01 Final: mês 12	Atividade 3.5.1: Realizar pesquisa para definição dos critérios de adesão ao selo, envolvendo consulta a produtores locais e especialistas.	Indicador 3.5.1: Documento oficial com critérios de adesão ao selo publicado.	Registro de reuniões e consulta pública para definição dos critérios.
	Atividade 3.5.2: Desenvolver o design e a identidade visual do selo, com participação colaborativa de artistas locais.	Indicador 3.5.2: Identidade visual do selo criada e validada por stakeholders.	Arquivo digital e físico com o design do selo aprovado.
	Atividade 3.5.3: Implementar uma campanha de divulgação para conscientizar e engajar a comunidade sobre o selo.	Indicador 3.5.3: Pelo menos 30 produtores e estabelecimentos certificados no primeiro ano de implementação.	Relatórios de campanhas de divulgação, com métricas de alcance e engajamento (estatísticas de redes sociais e eventos).
	Atividade 3.5.4: Estabelecer um processo de certificação e monitoramento para os produtores e estabelecimentos participantes.	Indicador 3.5.4: Taxa de engajamento comunitário na campanha de divulgação: alcance mínimo de 5.000 pessoas (online e presencial).	Lista oficial de produtores e estabelecimentos certificados, publicada no site oficial.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Desenvolver o Laboratório/Hub de Economia Criativa, um espaço para incubação de startups e projetos inovadores que integrem cultura, turismo e tecnologia.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
	Atividade 3.5.5: Lançar oficialmente o selo em evento público e distribuir as certificações iniciais aos participantes.	Indicador 3.5.5: Relatório anual com os impactos do selo, incluindo feedback de produtores e consumidores.	Relatórios anuais com dados qualitativos e quantitativos sobre os resultados do selo.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estruturar espaços de comercialização físicos e virtuais, integrados a um calendário anual de eventos e à roteirização de experiências culturais e turísticas, para promover produtos, serviços e vivências criativas, fortalecendo a identidade cultural e o desenvolvimento socioeconômico de Ouro Preto e seus distritos.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 4.1: Estruturar espaços de comercialização física e virtual para produtores locais Prazo: 06 meses Início: mês 02 Final: mês 06	Atividade 4.1.1: Identificar e preparar locais estratégicos nos distritos e na sede para instalação de espaços físicos de comercialização. Atividade 4.1.2: Desenvolver uma plataforma digital para comercialização de produtos e experiências criativas. Atividade 4.1.3: Capacitar produtores locais para o uso da plataforma e organização dos espaços físicos.	Indicador 4.1.1: Número de espaços identificados e preparados. Indicador 4.1.2: Plataforma digital criada e em funcionamento. Indicador 4.1.3: Número de produtores capacitados.	Relatórios técnicos de avaliação e fotografias dos locais preparados. Registro de domínio ativo e captura de tela da plataforma funcional. Listas de presença e certificados emitidos.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estruturar espaços de comercialização físicos e virtuais, integrados a um calendário anual de eventos e à roteirização de experiências culturais e turísticas, para promover produtos, serviços e vivências criativas, fortalecendo a identidade cultural e o desenvolvimento socioeconômico de Ouro Preto e seus distritos.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 4.2: Implementar um calendário anual de eventos para promover a economia criativa. Prazo: 12 meses Início: mês 01 Final: mês 12	Atividade 4.2.1: Realizar um diagnóstico participativo para identificar temas e datas relevantes para os eventos.	Indicador 4.2.1: Diagnóstico finalizado com a participação de stakeholders.	Relatório final do diagnóstico..
	Atividade 4.2.2: Desenvolver material promocional digital e físico para divulgação do calendário.	Indicador 4.2.2: Quantidade de materiais promocionais desenvolvidos.	Exemplares digitais e impressos do material produzido.
	Atividade 4.2.3: Realizar eventos piloto para validar o calendário e ajustar as estratégias de promoção.	Indicador 4.2.3: Número de eventos piloto realizados.	Relatórios de execução e fotos dos eventos.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estruturar espaços de comercialização físicos e virtuais, integrados a um calendário anual de eventos e à roteirização de experiências culturais e turísticas, para promover produtos, serviços e vivências criativas, fortalecendo a identidade cultural e o desenvolvimento socioeconômico de Ouro Preto e seus distritos.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 4.3: Promover roteirização integrada aos espaços de comercialização e ao calendário de eventos Prazo: 06 meses Início: mês 06 Final: mês 12	Atividade 4.3.1: Mapear atrações culturais e turísticas para integração nos roteiros.	Indicador 4.3.1: Quantidade de atrações mapeadas.	Relatório de mapeamento com listagem das atrações.
	Atividade 4.3.2: Desenvolver roteiros temáticos que conectem os espaços de comercialização, eventos e experiências culturais.	Indicador 4.3.2: Número de roteiros temáticos desenvolvidos.	Publicação dos roteiros em plataformas digitais e materiais impressos.
	Atividade 4.3.3: Capacitar guias locais para condução dos roteiros temáticos.	Indicador 4.3.3: Número de guias capacitados.	Certificados de participação e listas de presença.

7.2.1 Cronograma do Plano de ação

OBJETIVO ESPECÍFICO: Estruturar espaços de comercialização físicos e virtuais, integrados a um calendário anual de eventos e à roteirização de experiências culturais e turísticas, para promover produtos, serviços e vivências criativas, fortalecendo a identidade cultural e o desenvolvimento socioeconômico de Ouro Preto e seus distritos.

META	ATIVIDADE	INDICADOR DE RESULTADO DA META	FONTE DE COMPROVAÇÃO
Meta 4.4: Ampliar a visibilidade dos produtores locais em redes de economia criativa Prazo: 12 meses Início: mês 01 Final: mês 12	Atividade 4.4.1 Inserir Ouro Preto e seus produtores em redes nacionais e internacionais de cidades criativas.	Indicador 4.4.1: Número de participações em redes e eventos de cidades criativas.	Registros de participação e parcerias firmadas.
	Atividade 4.4.2 Realizar campanhas de marketing digital e físico para promover os produtos e serviços da economia criativa local.	Indicador 4.4.2: Número de campanhas realizadas e alcance estimado.	Relatórios das campanhas, com métricas de alcance (impressões, engajamento) e exemplos de materiais promocionais.
	Atividade 4.4.3 Organizar uma feira anual para exposição e comercialização de produtos locais.	Indicador 4.4.3: Número de expositores e visitantes na feira.	Relatórios de avaliação da feira e fotos do evento.



8. Referências

ARTE MÃOS E FLORES. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/artemaoeflores/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

CASA DA CHITA. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/casadachita/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

DONINHAS DE LAVRAS NOVAS. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/doninhasdelavra_novas/. Acesso em: 3 dez. 2024.

OURO PRETO. Portal de Turismo da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. Disponível em: <https://www.ouropreto.mg.gov.br/turismo/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

OURO PRETO CIDADE CRIATIVA. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/ouropreto_cidadecriativa/. Acesso em: 3 dez. 2024.

REIS, A. C. F. Cidades Criativas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2012.

REIS, A. C. F. Introdução. In: REIS, A. C. F. (Org.). Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 15-49. Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Economia-Criativa-como-Estrat%C3%A9gia-de-Desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2021.

REIS, A. C. F.; URANI, A. C. Cidades criativas – perspectivas brasileiras. In: REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. (Orgs.). Cidades criativas: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 30-37. Disponível em: https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Livro_Cidades_Criativas_Perspectivas_v1.pdf. Acesso em: 15 abr. 2021.

SANDOVAL, C. G.; ARRUDA, J. S.; SANTOS, N. C. Ouro Preto: impactos da atividade turística em uma cidade tombada. Itinerarium, v. 2, 2009.

SANTO DE CASA LAVRAS NOVAS. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/santodicasalavravsnovas/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

SIMAS, S. C. O. A criatividade como estratégia de competitividade. 2009. 160 f. Dissertação (Mestrado em Gestão da Inovação e do Conhecimento) – Universidade de Aveiro, Portugal, 2009.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries 2002-2015, country profiles 2005–2014. Paris: UNCTAD, 2018. Disponível em: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf. Acesso em: 15 abr. 2021.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option. Paris: UNCTAD, 2010. Disponível em: <http://www.unctad.org/Templates/webflyer.asp?docid=9750&intItemID=4494&lang=1&mode=downloads>. Acesso em: 15 abr. 2021.

ZÉ PEREIRA OFICIAL. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/zeperreira.oficial/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

9. Anexos

9.1. Cartazes de divulgação das reuniões nos distritos e na sede



9.1. Cartazes de divulgação das reuniões nos distritos e na sede



9.1. Cartazes de divulgação das reuniões nos distritos e na sede



9.1. Cartazes de divulgação das reuniões nos distritos e na sede



9.2. Levantamento Convênio Cidade Criativa

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

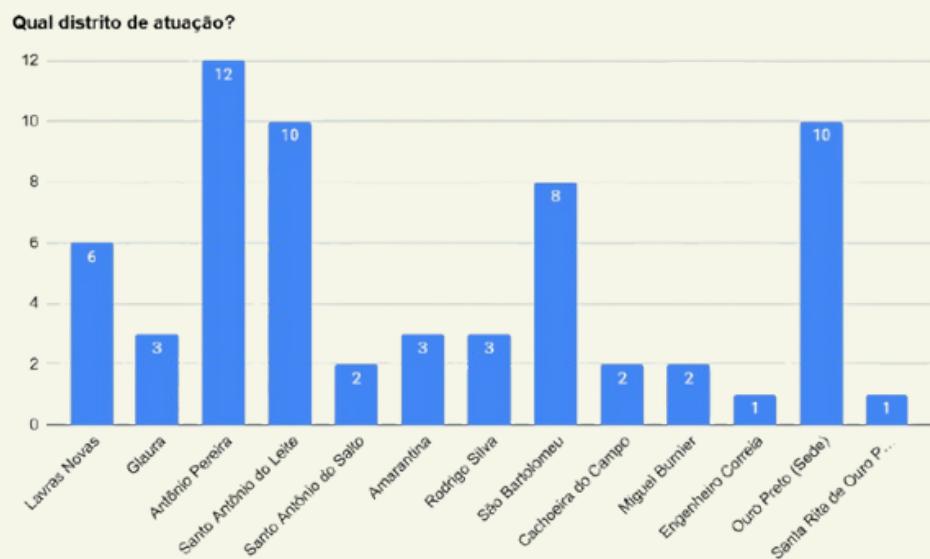
Diretoria de Economia Criativa e Solidária

LEVANTAMENTO CONVÊNIO CIDADE CRIATIVA

Ouro Preto, 2024.

9.2. Levantamento Convênio Cidade Criativa

A pesquisa teve um total de 63 respostas, de empreendedores e produtores de todos os distritos, incluindo a sede. O gráfico abaixo mostra os distritos de onde os produtores atuam:



A tabela abaixo mostra em qual das áreas da economia criativa os produtores/empreendedores se encaixam:

Campos	nº de respostas
Artes Visuais	5
Artesanato	19
Culinária e Gastronomia	16
Moda	2
Design	3
Outros	18

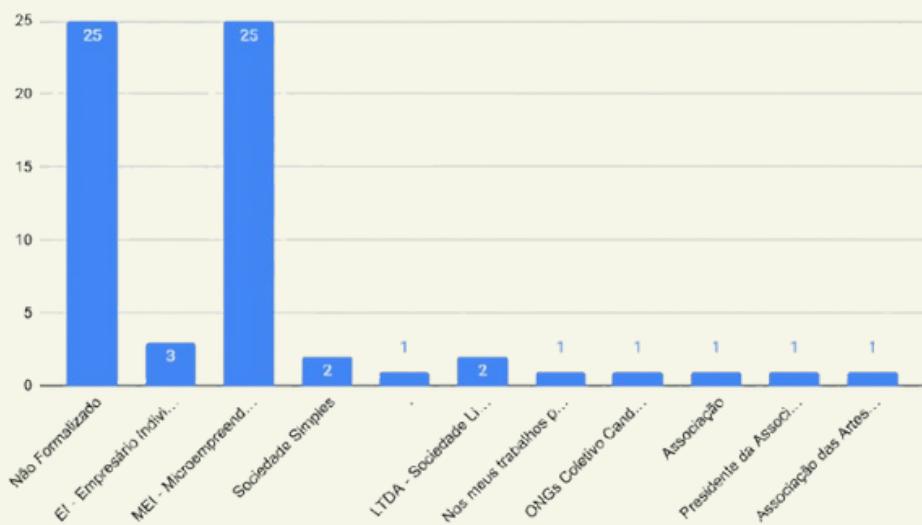
Dentro das respostas “outros” foram obtidas respostas como: música, literatura, dança, turismo, hospedagem, artigos para festas, vendas, cosméticos e saboeira. Já sobre quais são os produtos produzidos foram dadas as seguintes respostas: bordado livre, placas decorativas, ímas, comidas, bebidas, salgados diversos, biscoitos caseiros, macramê, peças de decoração em madeiras, jogos de souplah em crochê, muffins salgados, pães caseiros, bordados personalizado, chup-chup, murais em azulejos, velas, bolos, doces, incensos, jóias artesanais, utilitários e decorativos em crochê, cogumelos shimeji, café colonial, almoço mineiro, pintura em tecido, bolsas, bordado, compota de frutas, goiabada, móveis, aquarelas, artesanatos, gabinetes, camisas personalizadas, estandartes, esculturas, costura criativa, gemas de cor lapidadas, joias em prata.

Foi perguntado aos produtores sobre a regularização de seus empreendimentos, e as respostas estão apresentadas no gráfico abaixo, onde é possível perceber que 39,7% dos

9.2. Levantamento Convênio Cidade Criativa

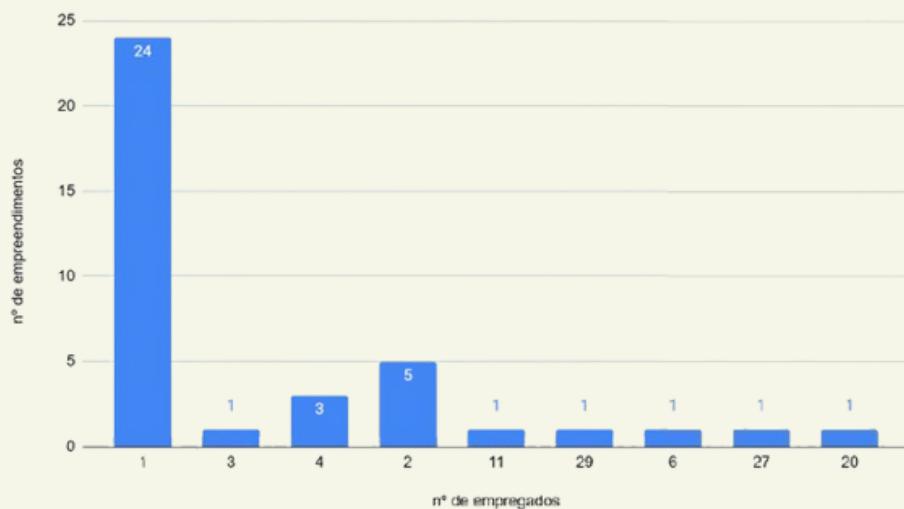
produtores não são formalizados, enquanto isso outros 39,7% se encaixam na categoria de Microempreendedor Individual.

Em qual dessas opções você se classifica?



Quando perguntado se existia algum meio de transporte para a venda e/ou distribuição de seus produtos 63,5% responderam que não possuem um meio de transporte. Consequentemente, 36,5% possuem um meio de transporte. Quando foi pedido para especificar qual o meio as respostas foram: carro particular, carrinho gourmet, carona, feiras, ônibus, caminhonete, transporte particular, correios e transportadoras. Em seguida foi perguntado se o empreendimento emprega funcionários e quantos funcionários ele possui. 85,7% dos empreendimentos não empregam funcionários. Os outros 14,3% que empregam estão expostos no gráfico abaixo a quantidade de empregados

Quantas pessoas seu empreendimento emprega diretamente?

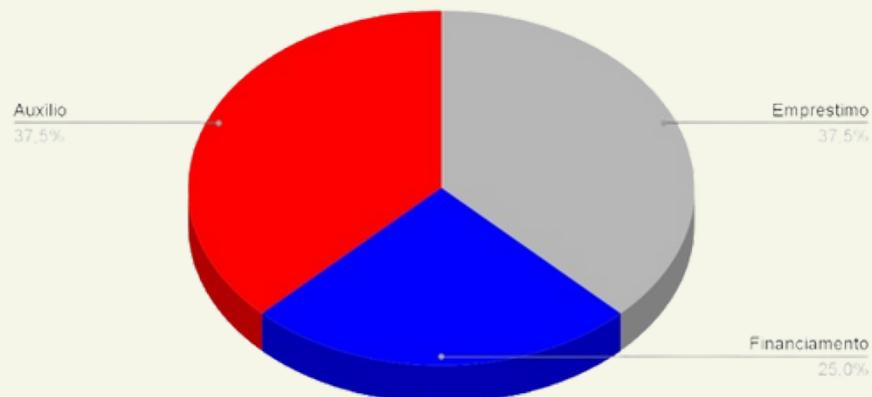


Foi colocada uma pergunta para os produtores que responderam que eram da área da culinária e/ou gastronomia, ou seja, 16 produtores dos foram perguntados em qual das categorias são melhor encaixados os produtos de sua quitanda. Os resultados seguem na tabela abaixo:

9.2. Levantamento Convênio Cidade Criativa

Produtos Regionais	2
Confeitaria	7
Panificação	3
Alimentos Saudáveis	2
Salgados	1
Outros	3

A seguir começa a seção sobre financiamento dos empreendimentos. Primeiramente foi perguntado se durante a trajetória na economia criativa, já havia pegado um empréstimo, financiamento ou um auxílio governamental para ajudar o empreendimento, onde 88,3% não realizaram um empréstimo nem um financiamento para seus negócios. Entre os 11,7% que já realizaram, ao menos um destes, como mostra o gráfico abaixo:



Logo após foi perguntado se os produtores tinham a pretensão de pegar um auxílio, realizar um empréstimo ou um financiamento. 61% responderam que não, enquanto 39% responderam que sim. Quando foi perguntado se os produtores participaram de algum edital para captação de recursos, 56 das 63 respostas foram negativas. Entre as positivas, algumas das respostas que vieram foram: CONDES, rede de apoio do empreendedor, Lei Paulo Gustavo, Lei Aldir Blanc, somente enquanto associação. Por último foi perguntado se os produtores tinham conhecimento sobre editais relativos a economia criativa e se estariam interessados em serem contatados a respeito de novos editais, das 63 respostas, 19 não demonstraram interesse em receber notícias de novos editais.

Feedbacks

- “Agradeço pelo ótimo bate-papo”
- “Foi um ótimo começo”
- “Agradeço fazer parte de um grupo que apoia a economia criativa”
- “Obrigada pelo interesse”
- “Obrigada”

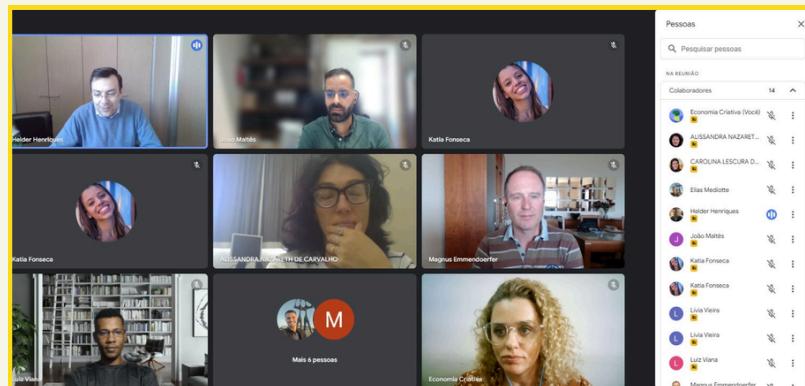


9.2. Levantamento Convênio Cidade Criativa

- “Achei Maravilhoso”
- “Obrigada pela oportunidade”
- “Espero com muita força que este projeto vá pra frente” “Obrigada”
- “Gostei muito do nosso primeiro contato (reunião) e espero que colhemos frutos nesta nova etapa”
- “Obrigada e aguardo o retorno de vocês”
- “Desejo que o projeto ganhe expansão e que nos auxilie a expandir! Obrigado pela oportunidade”
- “Seria lindo que as pessoas daqui se familiarizassem com as possibilidades que a economia criativa pode trazer para suas vidas, para a possibilidade de crescimento e sustento dentro do distrito, dando asas às suas imaginações. Mais do que curso de camareira para continuar sendo empregados dos que têm mais acesso, acredito que elas precisam realmente valorizar seus conhecimentos, sua cultura, sua bagagem de vida. Precisam compreender que podem fazer coisas lindas. Entender que não precisam ser grandes, mas, sim, de verdade. São Bartolomeu não precisa virar um lugar de luxo, como Lavras Novas, por exemplo. Acredito que o que as pessoas precisam, aqui, é de incentivo para que possam criar suas formas de produção sem correrem tantos riscos. E também que tenham incentivo para compreenderem que a preservação dos seus costumes e meio ambiente é o que pode realmente fazer a diferença. Faço parte de um coletivo recém criado, o Coletivo Candeeiro. A intenção desse coletivo é a promoção e preservação da arte, cultura e saberes de São Bartolomeu. Nossa foco é a comunidade local, não o turismo. A ideia é promover esses valores aqui no distrito. Ainda não regularizamos, mas estamos criando nosso estatuto e no caminho para o registro da Associação. Espero que esse trabalho de vocês traga bons frutos para a comunidade, que realmente enfrenta o êxodo e corre muito risco de esvaziamento de sentido.”
- “Que bom que estamos tendo oportunidades com estes projetos da economia criativa”
- “Esse projeto é de extrema importância para o desenvolvimento e reconhecimento do que é produzido na nossa região”
- “Mais ajuda para vender produtos e capacitação para empreender”

9.3. Reuniões estratégicas e visitas técnicas

9.2.1. Castelo Branco (PT)



9.2.3. SEBRAE



9.2.3. Santa Maria da Feira - Fecomercio



9.2.4. Visita in loco com ponto focal Sr. Fábio Pinto e Sr. Gil Ferreira - Santa Maria da Feira, Portugal - Cidade Criativa da Gastronomia da UNESCO



9.3. Reuniões estratégicas e visitas técnicas

9.2.5. Visita in loco - Amarante, Portugal - Cidade Criativa da Música da UNESCO



9.2.6. Visita in loco com ponto focal Sra. Joana Miranda, Braga, Portugal - Cidade Criativa das Artes Midiáticas da UNESCO



9.2.7. Visita in loco com ponto focal Sra. Laura Odegaard - Prefeitura de Austin, Texas, Estados Unidos - Cidade Criativa das Artes Midiáticas da UNESCO



9.2.8. Visita in loco em Centro Cultural de Helsinque, Finlândia - Cidade Criativa do Design da UNESCO



9.3. Reuniões estratégicas e visitas técnicas

9.2.9. Visita in loco na presidência do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Brasília - Cidade Criativa do Design da UNESCO



9.2.10. Visita in loco com ponto focal Sra. Colleen Swain, equipe na prefeitura e empreendedores criativos de San Antonio, Texas, Estados Unidos - Cidade Criativa da Gastronomia da UNESCO



9.2.11. Visita in loco ao Setor de Turismo em Dénia, Espanha - Cidade Criativa da Gastronomia da UNESCO



9.3. Reuniões estratégicas e visitas técnicas

9.2.12. Visita in loco a FIL - Feira Internacional de Artesanato de Lisboa, Portugal, com representantes da área de Economia e Inovação da Prefeitura da cidade, Sra. Susy Silva e, do Ministério do Turismo e Artesanato de Guiné Bissau, Sr. Fernando Lé



9.2.13. Participação na Reunião Mundial da Rede das Cidades Criativas 2024 em Braga, Portugal - Cidade Criativa das Artes Midiáticas da UNESCO



9.2.14. Reunião online com Prof. Marcelo Paixão, Diretor da Brazil Center na Universidade do Texas, Austin - Cidade Criativa das Artes Midiáticas da UNESCO



9.3. Reuniões estratégicas e visitas técnicas

9.2.15. Parceria com a BELOTUR e equipe de Ouro Preto em visita técnica incluindo Coordenadora da Rede Mundial de Cidades Criativas da Gastronomia da UNESCO ao Mercado Novo em Belo Horizonte



9.2.16. Visita in loco com ponto focal Sr. Jonathan Mabry, equipe na prefeitura e empreendedores de Tucson, Arizona, Estados Unidos - Cidade Criativa da Gastronomia da UNESCO



9.2.17. Visita in loco - Empreendedor gastronômico e equipe Ilha do Combu - Belém / Pará



9.3. Reuniões estratégicas e visitas técnicas

9.2.18. Visita in loco com Sr. Francisco Miguens Campos, representante do escritório de representação da UNESCO, Sr. Felipe Mingues, Santiago, Chile



9.4. Participação em eventos

9.3.1. Wold Creativit Day - Belo Horizonte - Abril de 2024



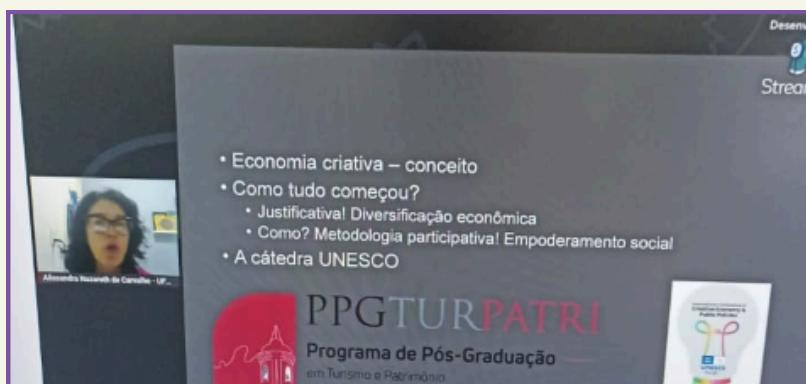
9.3.2. EBAP - Encontro brasileiro de Adm. Público - Distrito Federal - Maio de 2024



9.3.3. Rio2C - Encontro de Criatividade da America Latina - Maio de 2024

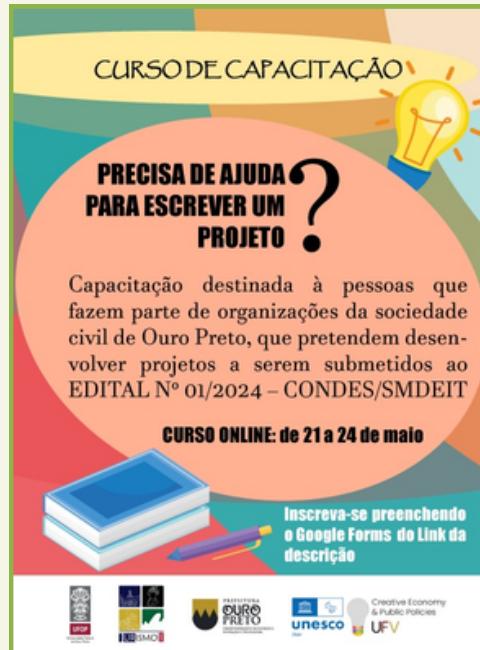


9.3.4. 2º Jornada Técnica - Edição 2024 - Patrimônio Cultural e Turismo: Relações e Possibilidades - Maio de 2024



9.4. Participação em eventos

9.3.5. Curso de Capacitação Edital CONDES/SMDEIT - Ouro Preto (remoto) - Maio de 2024



9.3.6. Participação da Política Nacional de Economia Criativa - UFBA - Salvador - Junho 2024



9.3.7. Aula Aberta FEVALE - Ouro Preto Cidade Criativa - Agosto 2024



9.4. Participação em eventos

9.3.8. Fórum de Economia Criativa (Semana de Desenvolvimento Econômico) - Ouro Preto - Agosto de 2024



9.3.9. ENANPAD 2024 - Florianópolis - Setembro de 2024



9.3.10. Seminário ANPTUR - São Paulo - Outubro de 2024



9.3.11. Conferência Internacional de Turismo e Gastronomia - Ouro Preto - Outubro de 2024



9.4. Participação em eventos

9.3.12. SINAP - Seminário Internacional de Administração Pública - Universidade de Valencia - Espanha - Outubro de 2024



9.3.13. Congresso Lusófono de Gestão de Pessoas e Adm. Pública - Universidade de Lisboa - Portugal - Outubro de 2024



9.3.14. II Conferência Internacional da Cátedra da UNESCO de Economia Criativa e Políticas Públicas - Belém - Novembro de 2024



9.4. Participação em eventos

9.3.15. VII ECRIATIVA - Encontro da Rede Brasileira de Cidades Criativas da UNESCO - Recife
- Novembro de 2024



9.3.16. Seminário Internacional Cátedra UNESCO Políticas Culturais - Casa Rui Barbosa - Rio de Janeiro - Novembro de 2024



9.3.17. International Network for Modernization and Innovation in Public Management - Chile
- Novembro de 2024

