



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO

BÁRBARA HONÓRIO DOS SANTOS

IMPACTOS DAS ATIVIDADES DO CENTRO DE ARTES E CONVENÇÕES DA
UFOP PARA O SETOR DE EVENTOS DE OURO PRETO/MG:
desafios da retomada “pós-pandêmica” no ano de 2022

OURO PRETO

2023

BÁRBARA HONÓRIO DOS SANTOS

**IMPACTOS DAS ATIVIDADES DO CENTRO DE ARTES E CONVENÇÕES DA
UFOP PARA O SETOR DE EVENTOS DE OURO PRETO/MG:
desafios da retomada “pós-pandêmica” no ano de 2022**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito
parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Carolina Lescura de Carvalho
Castro Volta

OURO PRETO

2023

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S237i Santos, Bárbara Honório dos.
Impactos das atividades do Centro de Artes e Convenções da UFOP para o setor de eventos de Ouro Preto/MG [manuscrito]: desafios da retomada "pós-pandêmica" no ano de 2022. / Bárbara Honório dos Santos. - 2023.
98 f.: il.: color., gráf., mapa.

Orientadora: Profa. Dra. Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Eventos especiais. 2. Universidade Federal de Ouro Preto - Centro de Artes e Convenções (CAC). 3. COVID-19, Pandemia de, 2020-. 4. Ouro Preto (MG). I. Volta, Carolina Lescura de Carvalho Castro. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.48

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716



FOLHA DE APROVAÇÃO

Bárbara Honório dos Santos

**IMPACTOS DAS ATIVIDADES DO CENTRO DE ARTES E CONVENÇÕES DA
UFOP PARA O SETOR DE EVENTOS DE OURO PRETO/MG:
desafios da retomada “pós-pandêmica” no ano de 2022**

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal
de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Turismo

Aprovada em 30 de março de 2023.

Membros da banca

Dra. Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta - Orientadora - Universidade Federal de Ouro Preto
Dra. Kerley dos Santos Alves - Universidade Federal de Ouro Preto
Dr. Marcos Eduardo Gonçalves Knupp - Universidade Federal de Ouro Preto

Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de
Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 01/08/2023.



Documento assinado eletronicamente por **Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta**, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR,
em 01/08/2023, às 19:18, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0566059** e o código CRC **BF3D334F**.

Aos meus pais e ao meu irmão.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família de quatro pessoas. Aos meus pais, Tapuia e Fatinha, por todo amor dedicado a mim e por correr em minhas veias um sangue de muita luta, teimosia e persistência. Vocês, enquanto trabalhadores e pais, não são em vão!

Pai, eu sinto muito por não ter me formado há tempo de você me ver, mas saiba que esse trabalho também é dedicado à você. Sua vida não foi em vão e eu desejo profundamente que você continue seguindo seu caminho de luz.

Mãe, a você também dedico este trabalho, fruto também do seu esforço. Obrigada por não desistir de mim mesmo quando eu mesma queria, com toda sua alegria e fé inexplicáveis. Este trabalho é um retrato de toda sua vida como uma das inúmeras brasileiras que trabalham como cozinheira nos eventos de madrugada. Saiba que a ideia deste trabalho surgiu por conta da sua vivência.

E Pedro, esse trabalho é meu, mas também é do nosso futuro, para você saber que eu estou aqui por você e que nós já vencemos na vida só de sermos quem somos!

Ao Marcio, por todo amor, companheirismo, compreensão, diante dos momentos difíceis e inesquecíveis que tivemos. Nossas conversas me enriquecem a alma e à você eu dedico as palavras amor e perdão.

À minha Madrinha Birá, por toda proteção, poder matriarcal e ensinamentos sobre a vida, por ser um exemplo de luta.

À Ouro Preto, essa cidade contraditória com aura apaixonante, que te proporciona encontros mágicos que acontecem só aqui.

À UFOP, por ter me proporcionado condições de permanecer estudando em Ouro Preto desde o início da minha graduação e por ter me acolhido como estudante e como profissional.

Aos trabalhadores da portaria, limpeza, zeladoria e recepção do Centro de Artes e Convenções da UFOP, por me acolherem e me ensinarem a trabalhar esses anos todos com carinho e respeito. São vocês que dão vida e sustentam esse lugar!

À Júnia, por ser uma das responsáveis por eu estar me tornando uma profissional competente, por sua compreensão, acolhimento e amizade.

À professora Carolina Lescura, por ter abraçado esse trabalho comigo, me proporcionando uma orientação leve, inteligente e prática. À todos os professores e

professoras que passaram por mim, em especial à professora Kerley Alves, por ter orientado com paciência e empatia num momento difícil.

Aos desconhecidos e conhecidos, pelas tentativas de ajudar num momento difícil.

Aos amigos que fiz em Ouro Preto e aos que passaram por mim e deixaram um pouco de si, em especial, Ana Beatriz, Matheus, Larissa, Flávia, Mari, Adriana, Melissa... Eu jamais poderei agradecer à altura sobre todas as vezes em que vocês me ouviram e me viram quando eu estava invisível.

À República Joia Rara, em especial Mag-Neta, MD, Hero, Ventania, SisBin, Xuxa, e também Tuty e Ana Vitória que passaram por aqui. Obrigada pela acolhida, amizade e divertimento diários, por me mostrarem que existem pessoas parecidas comigo no sistema republicano de Ouro Preto. Essa casa surgiu como uma luz no fim do túnel quando tudo parecia ter sido perdido.

E por fim, a mim mesma, por ter desistido e retomado inúmeras vezes, mas finalmente ter conseguido concluir um ciclo que eu nem sabia que estava começando quando cheguei em Ouro Preto com 18 anos e uma caixa de comida!

A história se repete, mas cabe a gente mudar o final.

Mãe, em algum dia de 2022

*O povo foge da ignorância
Apesar de viver tão perto dela
E sonham com melhores tempos idos
Contemplam esta vida numa cela
Esperam nova possibilidade
De verem esse mundo se acabar
A arca de Noé, o dirigível
Não voam, nem se pode flutuar (...)
Eh, ôô, vida de gado
Povo marcado eh
Povo feliz*

(Canção “Admirável Gado Novo”, de Zé Ramalho)

SANTOS, Bárbara Honório dos. **Impactos das atividades do Centro de Artes e Convenções da UFOP para o setor de eventos de Ouro Preto/MG: desafios da retomada “pós-pandêmica” no ano de 2022.** 2023. Monografia - Curso de Bacharelado em Turismo da Escola de Direito, Turismo e Museologia da Universidade Federal de Ouro Preto, 2023.

RESUMO

O turismo de eventos é uma ferramenta estratégica importante em períodos de baixa sazonalidade. O segmento mobiliza uma série de prestadores de serviços especializados e contribui para a geração de empregos diretos e indiretos. Em 2020, o surto global da doença causada pelo vírus da COVID-19 impactou 98% das atividades das empresas do setor, que declararam ter sofrido com as implicações da pandemia em seus negócios. A cidade histórica de Ouro Preto/MG, Patrimônio Cultural da UNESCO, possui um calendário de eventos que atrai visitantes o ano todo, tendo o Carnaval, a Semana Santa e o Festival de Inverno como alguns dos principais eventos de fluxo turístico. O destino também conta com eventos sociais, acadêmico-científicos e *shows* de grande porte, realizados em um importante equipamento turístico da cidade - o Centro de Artes e Convenções da Universidade Federal de Ouro Preto. Esta pesquisa buscará discutir os efeitos da suspensão e da retomada das atividades deste equipamento no setor de eventos de Ouro Preto no ano de 2022. O trabalho possui abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo. Os instrumentos adotados para coleta de dados foram pesquisa bibliográfica e documental, aplicação de entrevista com roteiro semi-estruturado e observação participante. Os principais resultados indicam que os entrevistados reconheceram a relevância da reabertura do equipamento para o setor local e que a retomada do calendário em 2022 foi intensa e diversificada, sendo possibilitada pela cobertura vacinal no Município.

Palavras-chave: Eventos. Retomada. Centro de Artes e Convenções da UFOP. COVID-19. Ouro Preto.

SANTOS, Bárbara Honório dos. **Impacts on the activities of the UFOP Arts and Conventions Center for the events sector in Ouro Preto/MG: challenges of the “post-pandemic” resumption in the year 2022.** 2023. Monograph - Bachelor of Tourism in Escola de Direito, Turismo e Museologia of the Universidade Federal de Ouro Preto, 2023.

ABSTRACT

Event tourism is an important strategic tool in periods of low seasonality. The segment mobilizes a series of specialized service providers and contributes to the generation of direct and indirect jobs. In 2020, the global outbreak of the disease caused by the COVID-19 virus impacted 98% of the activities of companies in the sector, which declared that they had suffered from the implications of the pandemic on their businesses. The historic city of Ouro Preto/MG, UNESCO Cultural Heritage, has a calendar of events that attracts visitors all year round, with Carnival, Holy Week and the Winter Festival as some of the main tourist flow events. The destination also features social, academic-scientific events and large-scale concerts, held in an important tourist facility in the city - the Arts and Conventions Center of the Federal University of Ouro Preto. This research will seek to discuss the effects of the suspension and resumption of activities of this equipment in the Ouro Preto events sector in the year 2022. The work has a qualitative, exploratory and descriptive approach. The instruments adopted for data collection were bibliographical and documentary research, application of interviews with a semi-structured script and participant observation. The main results indicate that the interviewees recognized the relevance of reopening the equipment for the local sector and that the resumption of the calendar in 2022 was intense and diversified, being made possible by the vaccination coverage in the Municipality.

Key-words: Events. Resumption. Arts and Conventions Center of the Federal University of Ouro Preto. COVID-19. Ouro Preto.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Foto aérea identificando atrativos turísticos e pontos de referência próximos ao CAC	38
Figura 2: Vista aérea da fachada do Centro de Artes e Convenções da UFOP	39
Figura 3: Perfil do professor Augusto Barbosa da Silva em desenho preto e branco	40
Figura 4: Estação Ferroviária de Ouro Preto na década de 1920	42
Figura 5: Imagem ilustrativa reproduzindo as instalações do Centro de Artes e Convenções da UFOP	43
Figura 6: Perfil típico da empresa de eventos no Brasil segundo a ABEOC	60

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Classificação dos eventos de acordo com categoria, área de interesse, localização e características estruturais	22
Quadro 2: Identificação dos entrevistados	66
Quadro 3: Principais medidas de gestão e biossegurança adotadas no Centro de Artes e Convenções da UFOP	80

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Quantitativo de eventos realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP (2018-2022)	73
---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAV - Associação Brasileira de Agências de Viagens

ABEOC - Associação Brasileira de Empresas de Eventos

ALCAN - Alumínio do Brasil

CAC - Centro de Artes e Convenções

CINEOP - Mostra de Cinema de Ouro Preto

CVB - Convention & Visitors Bureaux

FAOP - Fundação de Arte de Ouro Preto

FGV - Fundação Getúlio Vargas

FIOCRUZ - Fundação Oswaldo Cruz

ICCA - International Congress and Convention Association

IFMG - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MTUR - Ministério do Turismo

OMS - Organização Mundial da Saúde

PADE - Plano de Apoio à Diversificação Econômica

SECULT - Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais

SPHAN - Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

UBRAFE - União Brasileira dos Promotores de Feiras

UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
1. A RELAÇÃO ENTRE TURISMO E EVENTOS.....	17
1.1. História do Turismo e Eventos.....	17
1.2. Conceitos, definições e classificações do turismo de eventos.....	20
1.3. Benefícios e entidades representativas do setor.....	23
2. A REALIZAÇÃO DE EVENTOS NO DESTINO TURÍSTICO “OURO PRETO/MG”	27
2.1. Contribuições do turismo para o desenvolvimento econômico de Ouro Preto.....	27
2.2. Breve histórico do Centro de Artes e Convenções da UFOP.....	37
3. A PANDEMIA DE COVID-19 E O TURISMO DE EVENTOS.....	54
3.1. Breve contextualização da pandemia de COVID-19 no mundo.....	54
3.2. Breve contextualização da pandemia de COVID-19 no Brasil.....	55
3.3. Impactos da COVID-19 no setor de eventos a nível nacional.....	58
3.4. Impactos da COVID-19 no setor de eventos de Ouro Preto/MG entre 2020 e 2021...	60
4. IMPACTOS DA SUSPENSÃO DAS ATIVIDADES DO CENTRO DE ARTES E	64
CONVENÇÕES DA UFOP EM 2022.....	64
4.1. Procedimentos Metodológicos.....	64
4.2. Análise e Discussão de Resultados.....	67
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
APÊNDICES.....	93
APÊNDICE I - Roteiro de Entrevista Semiestruturado.....	93
ANEXOS.....	94
ANEXO I - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistada A.....	95
ANEXO II - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistado B.....	96
ANEXO III - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistada C.....	97
ANEXO IV - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistado D.....	98

INTRODUÇÃO

O turismo de eventos é uma ferramenta estratégica utilizada na promoção dos destinos turísticos, contribuindo para minimizar a baixa sazonalidade. O setor de eventos é responsável por mobilizar uma série de prestadores de serviços, possuindo uma extensa cadeia produtiva de fornecedores e gerando empregos diretos e indiretos (CARNEIRO; FONTES, 1997. MATIAS, 2013).

A pandemia de contaminação infecciosa causada pelo vírus Sars-CoV-2 (COVID-19) causou transformações estruturais na vida em sociedade, exigindo a adoção de medidas, normas e protocolos de biossegurança na tentativa de conter a tragédia em escala sem precedentes na história da humanidade (ROTHAN, BYRAREDDY, 2020; HUANG *et al.*, 2020; AQUINO *et al.*, 2020; PEREIRA *et al.*, 2021), de modo que o fenômeno turístico sofresse duramente com o colapso por ser um meio potencializador de propagação do vírus (OLIVEIRA *et al.*, 2021; RÊGO *et al.*, 2021).

A cidade de Ouro Preto, localizada no estado de Minas Gerais, é reconhecida mundialmente como Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO. O popular destino turístico possui um calendário repleto de eventos culturais, sendo o Carnaval, a Semana Santa e o Festival de Inverno os eventos mais importantes no ano, responsáveis por atrair um alto fluxo de turistas. O destino também conta com festas religiosas, congressos, eventos acadêmico-científicos, feiras gastronômicas, *shows* e festivais que atraem visitantes o ano todo, que costumam ser realizados em um importante equipamento turístico voltado para o setor de eventos de Ouro Preto - o Centro de Artes e Convenções da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP).

Nesse sentido, a presente pesquisa tem por objetivo geral investigar os efeitos da suspensão e da retomada das atividades do Centro de Artes e Convenções da UFOP no setor de eventos de Ouro Preto, considerando o ano de 2022. Por objetivos específicos, compreende-se:

- a) Discutir a relação entre turismo e eventos;
- b) Apresentar a história do Centro de Artes e Convenções da UFOP;
- c) Relatar e compreender os impactos da pandemia de COVID-19 no segmento de eventos de Ouro Preto/MG;
- d) Identificar os desafios enfrentados para viabilizar a retomada do calendário de eventos de Ouro Preto.

Esse trabalho se justifica pela necessidade de dar continuidade aos estudos preliminares sobre os impactos da pandemia de COVID-19 no turismo de Ouro Preto (FERREIRA *et al.*, 2021. OLIVEIRA, *et al.*, 2021. DOMICIANO *et al.*, 2021), apresentando os desdobramentos da retomada segura e gradual no ano de 2022.

A presente pesquisa tem um caráter pessoal, pois hoje a autora atua como funcionária do Centro de Artes e Convenções da UFOP. Essa relação teve início em 2019, na condição de estagiária, e com o tempo, reflexões vieram à tona sobre as condições das práticas de trabalho do setor de eventos, principalmente sobre a área operacional e as práticas “*à la brasileira*” que muitas vezes ditam o funcionamento do mercado. Além disso, percepções e vivências pessoais permitiram desmistificar e confrontar as teorias sobre o assunto na prática, evidenciando a carência de estudos mais aprofundados sobre a área, para além de manuais técnicos sobre gestão de eventos.

Deste modo, a pesquisa possui abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo. Os instrumentos adotados para a coleta de dados foram pesquisa bibliográfica e documental, aplicação de entrevistas com roteiro semi estruturado e observação participante.

A primeira etapa da pesquisa consistiu em levantamento bibliográfico em artigos científicos, monografias, livros, pesquisas setoriais, pesquisa documental e notícias sobre temas afins e interdisciplinares. A segunda etapa consistiu na pesquisa de campo, através da aplicação de roteiro de entrevista semiestruturado com 4 atores-chave do setor de eventos de Ouro Preto, sendo 3 do setor público e 1 do setor privado. Os resultados obtidos foram submetidos a uma análise qualitativa com base no referencial teórico levantado.

Além desta Introdução, o trabalho está dividido em quatro capítulos e Considerações Finais. O primeiro, estabelece uma relação entre turismo e eventos. O segundo, trata da realização de eventos no destino turístico “Ouro Preto”, contendo uma seção que apresenta um breve histórico do Centro de Artes e Convenções da UFOP. Já o terceiro capítulo, realiza um panorama sobre os impactos da pandemia de COVID-19 no Município entre os anos de 2020 e 2021, bem como uma breve contextualização da pandemia no Brasil e no mundo. A última parte reúne os resultados obtidos pela pesquisa, dividida em duas seções: procedimentos metodológicos e análise e discussão dos resultados, propriamente dito.

1. A RELAÇÃO ENTRE TURISMO E EVENTOS

O Capítulo 1 está dividido em três seções. Na primeira, apresentamos alguns marcos da história mundial do turismo e da história do turismo no Brasil e sua relação com os eventos. Na segunda, apresentamos conceitos, definições e uma proposta de classificação do segmento conforme fatores pré-estabelecidos. Na terceira, são apresentados alguns benefícios desse tipo de turismo, bem como algumas das entidades representativas do setor no país.

1.1. História do Turismo e Eventos

O turismo é comumente visto como a “indústria das viagens e do lazer” e reconhecido principalmente por seu valor econômico e pela promessa de gerar desenvolvimento, emprego, renda e inúmeros outros benefícios para quem dele se apropria enquanto um grande negócio. Em termos técnicos, turismo é uma atividade que consiste no deslocamento de pessoas com motivações específicas, como lazer, negócios, cultura, entre outros, com tempo mínimo e máximo de permanência (VIRGINIO *et al.*, 2019). Dado que a Revolução Industrial transformou a divisão do trabalho, bem como o conceito de tempo livre, o espaço de tempo entre uma jornada de trabalho e outra passou a ser utilizado de diferentes formas pelas pessoas, entre elas o ato de viajar, facilitado pelo desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação (CARNEIRO; FONTES, 1997. REJOWSKI, 2002.)

Um dos motivos mais comuns pelo qual as pessoas viajam é para participar de eventos. A realização de eventos no âmbito do turismo é expressa pelo Turismo de Negócios e Eventos, definido pelo Ministério do Turismo (MTUR) (2010, p. 15) como um segmento que “compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”. Dito isso, os eventos podem ser entendidos como a reunião de pessoas com interesses em comum com local e tempo pré-determinados com os mais variados fins e objetivos, capaz de gerar fluxo de deslocamento de pessoas para o acontecimento. Dessa forma, fica evidente sua relação com o fenômeno do turismo.

Segundo Lisboa (2010 *apud* Vargas e Lisboa, 2011), a palavra “evento” vem de *eventu*, cuja origem latina significa acontecimento. É aquilo que é eventual, temporário, com tempo de realização, que foge do cotidiano. Não somente os acontecimentos naturais são eventos como também aqueles que assumem a conotação que possui relação com o turismo:

os acontecimentos planejados e organizados para determinado fim com diversos objetivos, dentre eles institucionais, comunitários ou promocionais, como casamentos, colheitas e homenagens (Mauss, 1974 *apud* Vargas e Lisboa, 2011). Além disso, Tenan (2002, p. 13-14) nos aponta uma definição trivial de eventos, “significando acontecimento especial, antecipadamente planejado e organizado, que reúne pessoas ligadas a interesses comuns. Eventos têm nome, local determinado e espaço de tempo predefinido.”

Desde seus antecedentes mais remotos, a história do turismo, neste caso a do turismo de eventos, vemos que eles possuem relação com os rituais, as tradições culturais, as expressões humanas de celebração, comemoração, datas cívicas e marcos. Na Antiguidade, temos os Jogos Olímpicos, datados de 776 a.C e as Festas Saturnalinas, precursoras do Carnaval (500 a.C), enquanto que a Idade Média é marcada pelos eventos de cunho religioso (concílios e representações teatrais) e as feiras comerciais. Entretanto, é no século XX que os eventos se consolidam como atividade econômica e social devido às contribuições das feiras e exposições universais e dos eventos esportivos, assim como dos meios de transporte (automóvel e avião), comunicação e comércio de bens e serviços (MATIAS, 2013).

Marques (2012) considera que os deslocamentos motivados por negócios e profissões é uma das mais antigas formas de viajar. Na Antiguidade, o sistema de trocas comerciais impulsionou o desenvolvimento das cidades, fazendo com que, com as rotas comerciais (como a Rota da Seda e a Rota das Especiarias) surgissem as infraestruturas e serviços básicos de apoio aos viajantes. Na Idade Média, com o surgimento das Feiras Comerciais que aconteciam nas grandes cidades da Europa, “verifica-se a permanência dos comerciantes por vários dias, usufruindo dos serviços locais existentes, como alojamento e alimentação, entre outros” (MARQUES, 2012, p. 148). Entretanto, é no século XX, no período pós Segunda Guerra, que surgem as conferências e as convenções. Esses conceitos passam a ser utilizados com maior frequência principalmente nos Estados Unidos e intensifica-se a promoção dos eventos profissionais, surgindo “o turismo de negócios e o turismo de eventos, ao mesmo tempo em que as atividades da cultura, do entretenimento e do lazer a eles associados contribuem para garantir a permanência do visitante por mais tempo” (PAIVA, 2015, p. 485). Nesse momento, já estava consolidada a relação das viagens organizadas com a realização de eventos, sobretudo os de cunho profissional, relacionados ao trabalho.

No Brasil, o turismo de negócios e eventos perpassa a história das feiras e exposições, da hotelaria e da realização de congressos organizados por entidades representativas do setor.

Ao longo dos anos 1800, o Brasil organizou exposições nacionais preparatórias para as

exposições internacionais e bailes de salão, principalmente no Rio de Janeiro, mesmo sem experiência com a organização de eventos técnicos e científicos, feiras e exposições. Antes da chegada da Família Real, aconteciam no Largo da Glória, feiras comerciais parecidas com as que aconteciam na Idade Média (sobretudo na Europa) geralmente aos domingos ou em dias santos junto às festividades religiosas. O primeiro Baile de Carnaval, ocorrido em ambientes destinados a eventos que se tem registro, ocorreu em fevereiro de 1840 nos salões do Hotel Itália e no Café Neville. No que diz respeito às feiras e exposições, destaca-se a I Exposição Nacional (ocorrida em dezembro de 1861, que inaugurou as exposições nacionais preparatórias para as do exterior, sendo, neste caso, a Exposição Internacional de Londres, que iria ocorrer em 1862) e as exposições agroindustriais de São Paulo, que tinham como foco lançar a cidade como referência no comércio e indústria fora do país. Além disso, é com a Exposição Internacional do Centenário de Independência de 1922, no Palácio de Festas do Rio de Janeiro, que o Brasil se firma como organizador de feiras. Neste local também aconteciam as atividades da Escola Nacional de Belas Artes (MATIAS, 2013).

Os eventos das entidades de classe do turismo, bem como o desenvolvimento da hotelaria brasileira, foram fundamentais para instituir e consolidar os eventos enquanto atividade organizada. Em 1928, ocorreu a Convenção Interestadual de Turismo, primeiro evento sobre turismo organizado pela Sociedade Brasileira de Turismo, hoje Touring Club do Brasil. A inauguração de diversos hotéis-cassinos na década de 1940, cujas programações incluíam jogos, espetáculos nacionais e internacionais, reuniões e festas, bem como a construção e adaptação de espaços para realizar eventos de uma única natureza - como o Estádio Maracanã, por exemplo, que além de receber eventos esportivos também foi palco para diversos shows - se constituíram como importantes pilares para o turismo e o segmento como um todo. No final da década de 1950, com a criação do I Congresso Brasileiro de Agências de Viagens pela Associação Brasileira de Agências de Viagens (ABAV), especificamente as edições de 1979, 1986, 1987 e 1993, têm-se o início das atividades em centros de convenções das localidades-sede do evento, proporcionando a consolidação do turismo de eventos, a profissionalização do turismo e a troca de informações e saberes entre congressistas, trabalhadores e demais interessados nos rumos da atividade turística no Brasil (MATIAS, 2013).

1.2. Conceitos, definições e classificações do turismo de eventos

Quanto às definições do segmento, podemos nos orientar a partir das noções de ócio e trabalho defendidas por Paiva (2015). Para ele, o turismo de eventos e o turismo de negócios são semelhantes, mas distintos. Enquanto o turismo de eventos está relacionado à oferta de atividades para fins de lazer e ócio (entretenimento, lazer, recreação, entre outros), contendo um caráter mais cultural, o turismo de negócios volta-se para o caráter profissional, ou seja, do trabalho. Desta forma:

O turismo de eventos admite que, no destino da viagem, o participante/turista intercale atividades de trabalho e lazer, com a possibilidade de que as atividades de negócio realizadas no evento sejam prioritárias em relação ao ócio, constituindo, assim, o motivo principal do deslocamento. Embora o **turismo de eventos esteja contido no turismo de negócios [grifo nosso]**, essas duas categorias apresentam algumas distinções, pois, nesse último (missões, reuniões, viagens corporativas ou encontros técnicos e científicos), não há propriamente o intuito de se criar o atrativo, uma vez que o turista de negócios se desloca com a finalidade de atender às demandas e às oportunidades suscitadas prioritariamente pelo trabalho, dependentes não necessariamente da atratividade turística do lugar, ou mesmo porque o viajante não realiza atividades de lazer durante a viagem (PAIVA, 2015, p. 487).

O mesmo autor diz que no turismo de eventos relaciona-se ou coexistem outras práticas e motivações, tais como os atrativos históricos e culturais, compras, gastronomia, etc. Nem todos os eventos acontecem relacionados às convenções, viagens corporativas, congressos, simpósios, entre outros, pois alguns “têm a sua razão de ser relacionada a atividades de lazer, entretenimento, espetáculos artísticos e culturais, exposições e feiras, festas populares (profanas e sagradas), competições esportivas, entre outros” (PAIVA, 2015, p. 487).

O turismo de negócios aparece na literatura associado aos encontros empresariais de grandes corporações, típicos de metrópoles e grandes centros urbanos, tais como viagens corporativas, de incentivo e missões empresariais (BORELLI, 2010). Também considera aqueles que realizam viagens para fins de “transação comercial de compra e venda, além de prestação de serviços, visitas técnicas e outras atividades profissionais como reuniões e treinamentos” (CERQUEIRA, 2008).

Existem muitas discussões acerca das definições de Turismo de Negócios e Eventos, bem como a associação das temáticas “negócios” e “eventos”. Entende-se que o MTur (2010) às associa por considerar que a demanda desse tipo de turismo utiliza as mesmas estruturas físicas para promover os encontros e que o perfil dos turistas possuem exigências em comum,

focando especialmente na captação do turista de negócios por possuir um maior gasto médio em comparação aos demais segmentos, além de considerar que em ambas temáticas os destinos já estão pré-escolhidos, seja pela instituição/empresa ou pela cidade que sediará determinado evento.

Ainda, há quem defenda que turismo de negócios não é sinônimo de turismo de eventos porque um empresário pode viajar para realizar negócios de compra e venda, por exemplo, sem que participe de algum evento fora de sua programação habitual. Ou então, um turista que viaja para participar de uma festa popular, ou um estudante que pretende participar de um congresso específico de sua área de atuação e estudos, não faz uma viagem de negócios (ALBUQUERQUE, 2004). Ou seja, um congresso, por exemplo, ainda que seja um evento e promova o deslocamento de pessoas, por si só não é um atrativo turístico.

O fato é que é difícil delimitar as características e diferenças entre uma temática e outra, por isso, separá-las não é tão relevante. De qualquer modo, elas se relacionam entre si e fatores como “motivação” e “atrativo” funcionam como possíveis norteadores para compreender este segmento como um todo.

Enquanto área de pesquisa, percebemos que os estudos sobre eventos costumam se debruçar sobre gestão, planejamento, organização e manuais de técnicas de atuação profissional, logo, estudos voltados para as práticas mercadológicas (JOSÉ, RIBEIRO, 2021). Alguns estudos, por serem financiados por instituições da iniciativa privada, costumam destacar mais os aspectos econômicos e gerenciamento estratégico dos eventos, em detrimento de suas potencialidades socioculturais e ambientais (MARUJO, 2015). Deste modo, faz-se necessário destacar essas outras facetas, para além da dimensão econômica (VIANA, 2004).

A caracterização dos eventos no âmbito do turismo é descrita por Carneiro e Fontes (1997, p. 72):

Existem vários tipos de eventos que se realizam dentro do universo das mais diversas áreas. São congressos, conferências, cursos, exposições, feiras, shows, simpósios, solenidades etc., que refletem o esforço mercadológico das áreas de ciências médicas, culturais, econômicas, jurídicas, artísticas, esportivas e comerciais ao ingressarem em seus mercados potenciais com novas tecnologias, descobertas científicas e produtos. A realização desses eventos vem proporcionar ao grupo de profissionais de uma mesma área a troca de informações, a atualização de tecnologia, o debate de novas proposições, o lançamento de um novo produto (cultural, histórico, social, industrial, comercial) etc. Ao aproximarem os grupos de interesses, os eventos estão contribuindo para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que estão

gerando fluxos de deslocamento e visitação (CARNEIRO; FONTES, 1997, p. 72).

A realização de eventos possui relação com o turismo porque os eventos promovem deslocamento de pessoas. Há eventos que não são capazes de gerar fluxo turístico expressivo devido sua natureza (festas sociais privadas como aniversários e casamentos, por exemplo), enquanto que outros, por serem o próprio atrativo, são responsáveis por gerar deslocamento humano para o destino receptor do evento, utilizando serviços e equipamentos turísticos da cidade. Os eventos que são tidos como *acontecimentos turísticos*, ou seja, manifestações culturais e artísticas populares, por exemplo, são mais abrangentes porque vão além de um deslocamento comum para fins de atividade rotineiras de trabalho e estão mais relacionadas ao turismo cultural, receptivo, de lazer (CARNEIRO, FONTES, 1997; MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010). É o caso das festividades religiosas, por exemplo, que são propriamente um atrativo para visitantes e residentes.

São várias as formas que podemos utilizar para compreender os eventos. Uma delas é classificá-los a partir de fatores pré-estabelecidos, conforme é apresentado no Quadro 1, construído a partir de Albuquerque (2004):

Quadro 1: Classificação dos eventos de acordo com categoria, área de interesse, localização e características estruturais

FATORES	DIVISÕES
Categoria	<ul style="list-style-type: none"> ● Institucional ● Promocional ou mercadológico
Área de interesse	<ul style="list-style-type: none"> ● Artística ● Científica ● Cultural ● Educativa ● Cívica ● Política ● Governamental ● Empresarial ● Lazer ● Social ● Desportiva ● Religiosa ● Beneficente

	<ul style="list-style-type: none"> • Turística
Localização	<ul style="list-style-type: none"> • Bairro • Distrital • Municipal • Regional • Estadual • Nacional • Internacional
Características estruturais	
Porte	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeno (até 200 participantes) • Médio (entre 200 e 500 participantes) • Grande (acima de 500 participantes)
Data	<ul style="list-style-type: none"> • Fixo • Móvel • Esporádico
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Geral • Dirigido • Específico

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Albuquerque (2004).

1.3. Benefícios e entidades representativas do setor

Os eventos no turismo são uma ferramenta estratégica. Além de serem utilizados como instrumento de marketing por organizações, produtos, ideias e pessoas (BARBOSA, 2013; PEREIRA, 2015; MAIOLI, ROSSINI, 2016), também são reconhecidos por minimizar a sazonalidade (COUTINHO, COUTINHO, 2007; MARUJO, 2015; VIANA, 2004), visto que esse tipo de turismo independe dos períodos convencionais para ocorrer e absorve tanto o turista/visitante que se desloca especialmente para participar do evento quanto a própria população residente na cidade.

Os canais de divulgação são fundamentais para garantir e aumentar o potencial de atração do evento e da experiência que se pretende proporcionar, especialmente o “boca a boca” e o gerenciamento das mídias sociais (MEDEIROS SILVA, 2013). O calendário de eventos, por ser um canal de divulgação, funciona como um objeto norteador para promotores e organizadores (MAIOLI, ROSSINI, 2016) e incrementa a oferta turística de um destino ou região. Deste modo, ajudam a promover a imagem dos destinos e podem ser utilizados como um meio de desenvolver ou até mesmo consolidar o turismo num município se for bem

planejado e organizado, pois toda cidade, por menor que seja, realiza e recebe eventos. Considerando que marketing visa “estabelecer e manter relacionamento de longo prazo, com tempo mutuamente benéfico entre as organizações e seus clientes, empregados e outros grupos de interesse (*stakeholders*)” (NICKELS, WOOD, 1999 *apud* BRAMBILLA *et al.*, 2010, p. 1), entendemos que as ferramentas do marketing aplicado ao turismo assumem papel importante no ordenamento do Turismo de Negócios e Eventos.

O setor de eventos é composto por uma rede de agentes e organizações representativas que atuam no Brasil e no mundo, estabelecendo parcerias entre associações, órgãos públicos e iniciativa privada. A título de exemplo, destaca-se a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC) e a União Brasileira dos Promotores de Feiras (UBRAFE). Os Convention & Visitors Bureaux (CVB) também contribuem para o ramo e atuam como órgãos estratégicos e intermediários através de parcerias público-privadas para incrementar a venda de produtos e serviços turísticos nos destinos. A nível local, secretarias e prefeituras exercem papel fundamental na gestão e promoção dos eventos e suas implicações na rotina e no funcionamento da cidade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010). A International Congress and Convention Association (ICCA) é considerada a entidade mais importante do setor no mundo, cujo foco são os eventos internacionais. O perfil dos eventos da ICCA considera: mínimo de 3 edições em países diferentes; periodicidade definida; presença mínima de 50 participantes; e rotatividade internacional. A título de exemplo, em 2019, a cidade de São Paulo ocupou a 5ª posição no ranking das cidades que mais realizaram eventos internacionais na América Latina. A nível nacional, São Paulo também desponta, seguida das cidades de Rio de Janeiro, Foz do Iguaçu, Brasília e Florianópolis¹.

Reconhecendo seu efeito multiplicador, esse tipo de turismo incentiva o desenvolvimento econômico, social e cultural, “contribuindo para a geração de empregos locais, renda e infraestrutura que, por sua vez, beneficia o turista e a cidade receptora. Por isso desperta cada vez mais atenção, sobretudo para amenizar a sazonalidade da atividade turística na cidade.” (CAMELO *et al.*, 2016).

Ainda, conforme esclarecem Carvalho e Rejowski (2012, p. 87):

Para a realização de eventos, além de participantes e organizadores, faz-se necessária a colaboração de grande número de parceiros, incluindo: a) pessoal técnico e empresas fornecedoras de equipamentos e materiais necessários (montagem de stands, iluminação, sinalização, sonorização, decoração, cenografia, limpeza, fotografia, filmagem e etc.); b) empresas turísticas e empreendimentos de lazer e

¹ Fonte: <https://visitesaopaulo.com/icca/>. Acesso em 18/06/2022.

entretenimento (agências de turismo e operadoras de receptivo turístico, empresas de transporte, meios de hospedagem, empresas de alimentação, teatros, museus, casas de shows, etc.); c) órgãos e entidades como convention bureaux, secretarias, departamentos e/ou empresas de turismo, organizações apoiadoras e patrocinadoras; d) infraestrutura de apoio (serviços de transporte urbano, de telefonia e comunicação, médico-hospitalares, seguradoras, rede bancária e câmbio etc.); e) assessoria de imprensa e marketing, dentre outros (CARVALHO, REJOWSKI, 2012, p. 87).

Promover eventos num dado destino turístico proporciona não só visibilidade e atração de turistas para o local, mas também dá movimento à sua economia através do dito efeito multiplicador da atividade turística ao gerar empregos diretos e indiretos. Conforme explicam Barbosa e Scavarda (2018, p. 627), devido ao turismo envolver diversos setores da economia:

(...) é considerado uma atividade plurissetorial, uma vez que engloba a utilização de diferentes profissionais e mistura uma grande quantidade de serviços necessários para que seja implementado e desenvolvido de forma satisfatória. Os resultados da junção de todos estes serviços estão atrelados a diversos setores culturais, ambientais e sociais, que fazem com que o turismo impulse a economia pelo reflexo do efeito multiplicador (BARBOSA, SCAVARDA 2018, p. 627).

Outro ponto a se considerar é a importância dos equipamentos turísticos para viabilizar a execução dos eventos. O próprio Mtur (2010) destaca que, quando um destino possui um equipamento preparado e adequado para otimizar os serviços, fortalece o setor de eventos e a rede de profissionais envolvidos no ramo. Neste caso, a construção de centros de eventos e convenções, por exemplo, representa não só a importância das parcerias público-privadas para o mercado como também facilita a organização da atividade turística.

Conforme o Ministério do Turismo (2018), a oferta turística é composta por três elementos: atrativos turísticos, equipamentos e serviços, infraestrutura. Os atrativos são a matéria-prima do turismo, a oferta natural, sendo os elementos naturais e as atividades produzidas pela ação do homem. Os equipamentos e os serviços são entendidos como oferta agregada, ou seja, todo o conjunto que viabiliza a atividade turística - alojamentos, transportes, alimentação, aparelhos de recreação e lazer, agenciamento, etc. Por sua vez, “os equipamentos são pensados para durar um período relativamente longo de tempo, a adaptação só é possível através da expansão da configuração e, de toda forma, não ocorrerá tão rapidamente quanto as alterações da demanda” (BENI, 2007 *apud* CARVALHO, 2019, p. 20). A infraestrutura pública considera todos bens e serviços públicos de segurança, limpeza, comunicação, eletricidade, saneamento básico, entre outros, próprios de qualquer cidade.

Portanto, considerando as discussões feitas até aqui, no tópico a seguir trataremos sobre como o turismo de eventos contribui para o desenvolvimento da atividade turística na cidade de Ouro Preto, importante destino de Minas Gerais reconhecido mundialmente como Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO, podendo apontar a aposta no turismo de eventos como uma das justificativas de implantação do equipamento turístico “Centro de Artes e Convenções da Universidade Federal de Ouro Preto”.

2. A REALIZAÇÃO DE EVENTOS NO DESTINO TURÍSTICO “OURO PRETO/MG”

O Capítulo 2 está dividido em duas seções. Na primeira, trataremos sobre as contribuições da atividade turística, sobretudo dos eventos, para a diversificação econômica do Município de Ouro Preto conforme referencial bibliográfico consultado. Na segunda, apresentamos um breve histórico do equipamento turístico que é objeto de estudo deste trabalho.

2.1. Contribuições do turismo para o desenvolvimento econômico de Ouro Preto

A cidade de Ouro Preto, localizada no estado de Minas Gerais, é reconhecida mundialmente como Patrimônio Cultural da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e como Monumento Nacional pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

O antigo Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) foi criado em 1937 durante o Governo Vargas, mas antes mesmo de sua criação Ouro Preto já tinha sido declarada Monumento Nacional em 1933, sendo registrada no Livro do Tombo de Belas Artes em 1938. No ano de 1980, recebeu o título concedido pela UNESCO. Seu valor e relevância se deve ao conjunto arquitetônico, histórico, artístico e cultural, somado ao simbolismo para a história do Brasil, já que a cidade foi berço do Ciclo do Ouro em Minas Gerais durante o final do século XVII, com auge e declínio no século XVIII, sendo um retrato do período colonial marcado pelo comércio de africanos escravizados, a Inconfidência Mineira e o poder imperativo da Igreja Católica e da Coroa Portuguesa (LIMA FILHO, 2010; CHUVA, 2003; AGUIAR, 2013).

Quando a capital de Minas Gerais foi transferida para Belo Horizonte, em 1897, o esvaziamento populacional, o abandono das casas e prédios, da política e da administração da cidade, resultaram no esquecimento e no declínio da economia da cidade. Na época, a legislação garantia que os proprietários (funcionários públicos de Ouro Preto) tinham direito a um lote de terreno na nova capital. Muitas famílias, devido a falta de condições e interesse para manter os imóveis, migraram para Belo Horizonte. Com isso, os casarios abandonados foram invadidos, depredados, negociados e vendidos a baixo preço, levando-os a novos usos e

funções, como é o caso das repúblicas estudantis federais de propriedade da Escola de Minas, fundada em 1876 por Claude Henri Gorceix, que mais tarde, após se fundir à Escola de Farmácia (fundada em 1839) resulta na criação da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) em 1969 (QUEIROZ, FARIA, 2019).

A cidade volta à cena através do Movimento Modernista do Brasil. Em 1924, Ouro Preto é visitada por importantes personalidades como Mário de Andrade, Oswald de Andrade, Tarsila do Amaral, dentre outras, e ao se deslumbrarem com a “pérola barroca conservada no tempo”, reconhecem a cidade como uma legítima expressão da cultura mineira e do Brasil, ou seja: reconhecem no presente a reinvenção do novo através do velho, do passado. Esse feito é motivado por discussões ideológicas de preservação da memória e da cultura do país em diversas esferas, sobretudo da memória coletiva. A cidade foi considerada importante tanto pelo retrato da história econômica do país quanto por ser símbolo político devido à Inconfidência Mineira, além de que, naquele momento, a ideologia modernista se alinhava aos interesses e ideais do governo Vargas. No caso de Ouro Preto, esse contexto de políticas preservacionistas resultou no título de Monumento Nacional em 1933 e em programas de conservação de edificações degradadas feito pelo SPHAN (ASSUMPÇÃO, CASTRAL, 2019).

Esse processo de patrimonialização, cujo principal desdobramento culminou na elevação da cidade à Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO em 1980, refletiu em sua consolidação como destino turístico, nesta “cidade patrimônio-turística”, já que a transformação de Ouro Preto em “cidade-museu” e “obra de arte viva” teve mais tarde, como um dos resultados, um produto turístico de elementos únicos, cuja imagem era divulgada aos quatro cantos para mostrar ao mundo sua valiosidade e poder de atração (ASSUMPÇÃO; CASTRAL, 2019). Segundo Aguiar (2013), a partir de 1938 o Sphan começa a criar condições para divulgar o patrimônio histórico e artístico de Ouro Preto, incentivando o crescimento da atividade turística, tendo como algumas de suas medidas a criação do Museu da Inconfidência em 1938 e a construção do Grande Hotel de Ouro Preto, projetado por Oscar Niemeyer com a participação do arquiteto Lúcio Costa a partir de 1939. Em fins da década de 1960 e princípios da década seguinte, Ouro Preto já contava com agências e empresas especializadas, ainda que com serviços insuficientes, que foram expandidos com o passar do tempo, principalmente no quantitativo de meios de hospedagem. Mas não somente:

(...) as ações municipais direcionadas ao turismo se ampliaram principalmente nos anos 1960 e 70: em 1963 foi realizado na cidade o primeiro curso de ‘cicerones’

para atender os turistas; em 1967 houve a criação de um Departamento de Turismo na Prefeitura Municipal e, em 1973, foi instaurada pela primeira vez uma Secretaria de Turismo (conf. Drummond, 2011:428). Foi também na década de 1970 que o governo estadual de Minas Gerais criou a Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo, como reflexo de uma maior atenção voltada a “projetos de desenvolvimento turístico na região (Cançado, 1974:17). (PEREIRA, 2017, p.6-7)

Na década de 1960, acontece a chegada da industrialização através de grandes empresas de exploração mineral e siderúrgicas, somada à instalação, em 1952, de uma fábrica de alumínio ligada à exploração da bauxita pela antiga Alumínio do Brasil (ALCAN), empresa de origem canadense que durante 40 anos foi responsável pela maior parte dos postos de trabalho. Com isso a cidade atinge seu número máximo de habitantes e passa a necessitar de alterações no traçado urbano, criando espaços para habitar, trabalhar e circular (SANDOVAL, ARRUDA, SANTOS, 2009; QUEIROZ, 2019).

Esses feitos fizeram a economia local se dinamizar, promovendo uma reestruturação do espaço urbano, visto que esse novo contingente populacional deu origem a um novo bairro, a Bauxita (inicialmente chamada de Vila Itacolomi). A implantação do campus da UFOP em 1969 (paralelo às atividades da ALCAN na época) e da Escola Técnica em 1964 (hoje Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia - IFMG) também contribuíram na expansão dessa nova área urbana, que rapidamente alcançou um dinamismo com as residências dos trabalhadores da ALCAN, as moradias universitárias (repúblicas federais de propriedade da UFOP e as particulares) e a formação de uma rede de comércio e serviços voltada aos moradores. Entretanto, a partir de 2008, a Alcan começou a perder competitividade no mercado e foi vendida para a multinacional Novelis, desaquecendo a indústria do alumínio e deprimindo a economia local. Somado a isso, a cidade e região sofreram com os impactos do rompimento da barragem de Fundão em Mariana no ano de 2015 e da Mina do Córrego do Feijão em Brumadinho em 2019, sendo que neste mesmo ano Ouro Preto teve interdição temporária de acesso devido ao risco eminente de rompimento de outra barragem, fazendo com que a taxa de ocupação dos meios de hospedagem registrasse queda de 27% em fevereiro, sendo que nesse mesmo período em 2018 a taxa era de 36%. (QUEIROZ, FARIA, 2019; ALVARES, PAULA, 2019).

A partir das décadas finais do século XX, intensificou-se o estímulo ao turismo da cidade através das festas locais, esforços feitos sobretudo pela Prefeitura. Em meados da década de 1980, acompanhando os mesmos caminhos de outras cidades históricas mineiras, Ouro Preto passou a apostar no Carnaval como um meio estratégico de alavancar sua

economia utilizando a tradição de blocos caricatos, como o Clube do Zé Pereira dos Lacaiois, como um diferencial para atrair turistas e visitantes. Não somente, a tradicional Festa do Doze (12 de Outubro), onde se comemora a fundação da Escola de Minas, une à seus glamourosos bailes de gala de ex-alunos, inúmeras festas que aconteciam nas próprias casas das repúblicas estudantis, muitas delas no centro histórico da cidade. Somado a isso, há também o crescimento dos blocos universitários, que nos anos 1990 sofreram influência do *boom* do *axé music* e do modelo de diversão das micaretas. Essas festas estudantis geraram insatisfações aos moradores, que classificaram o 12 de Outubro como “bagunça” e foram contrários à padronização cultural do carnaval ouropretano e à possível perda de elementos tradicionais da folia, assim como o aumento exacerbado de “pessoas de fora” na cidade, ou seja, os turistas (PEREIRA, 2017; SOUTTO MAYOR, 2015). Conforme argumenta Miguez (2013):

É fato que potentes transformações contemporâneas agregaram novas disputas ao universo de festas e celebrações. Referimo-nos, aqui, ao deslocamento das festas do âmbito da comunidade, lugar privilegiado de sua organização, para o campo da cultura de massa por conta da apropriação das práticas festivas pela indústria do entretenimento e pela indústria do turismo, sua espetacularização, sua transformação em fenômeno midiático, sua captura pela lógica de mercado (MIGUEZ, 2013, p. 6)

De acordo com a concepção antropológica de Pereira (2017), as festas de Ouro Preto “ativam dimensões multifacetadas da vida social da cidade” (p. 8). Na verdade, em Ouro Preto habitam três tipos de cidade: a “universitária”, a “histórica” e a “turística”. A grosso modo, em cada tipo de festa prevalece um tipo de público, que se misturam e ao mesmo tempo se diferenciam entre si. Segundo o autor, isso se deve ao fato da cidade possuir muitas diferenciações de grupos sociais, que se enquadram em três vértices principais: o estudante (a Festa do 12), o morador (a Semana Santa) e o turista (o Festival de Inverno). O conjunto de festividades ouropretanas resultam em manifestações de um patrimônio imaterial em movimento, de tradições vivas que se transformam e se relacionam por meio do próprio público, dos indivíduos (PEREIRA, 2017).

É fato que o turismo contribui de forma significativa para a economia, o comércio e os moradores locais. Hoje, Ouro Preto integra o Circuito Turístico do Ouro, regulamentado pela política de Circuitos Turísticos de Minas Gerais, faz parte do programa gerido pelo Instituto Estrada Real e é considerado pelo Governo Federal como um dos 65 destinos turísticos brasileiros indutores do desenvolvimento do turismo regional (ALVARES, PAULA, 2019). Entretanto, a principal atividade econômica do município ainda é a mineração. Mesmo o

turismo sendo intrínseco à sua história “sobretudo no que se refere à geração de postos de trabalho e renda na área urbana, é ainda a indústria quem comanda a economia local, respondendo por 86,4% do ICMS municipal de 2017 (Minas Gerais, Fecomercio, 2018)” (QUEIROZ; FARIA, 2019).

É importante ressaltar que os eventos são, para Ouro Preto, uma verdadeira aposta que contribui para o desenvolvimento do turismo na cidade, além de ser a “carta na manga” que vem para agregar no processo de desenvolvimento social, econômico e cultural do município. De acordo com o Plano Municipal de Turismo de Ouro Preto 2017-2027, no primeiro semestre de 2016 a cidade recebeu 152.857 visitantes, sendo 88.402 (58%) turistas e 64.455 (42%) excursionistas. A maioria dos visitantes são de Minas Gerais (38,6%), seguido do estado de São Paulo (14,6%) e do Rio de Janeiro (12,9%), sendo que os internacionais correspondem a 11,5%. A taxa de ocupação média é de 32% e o gasto médio é de 552,857 reais, o que resultou numa injeção financeira de R \$84.491.692,98. No período analisado, os visitantes permaneceram, em média, de 2 a 7 dias e suas motivações confirmam as principais vocações do destino, sendo o turismo de lazer/contemplação (39%), o histórico-cultural (37%) e o de eventos, que somado aos congressos/estudos correspondem a 7%. Também registram-se as visitas a parentes e amigos, o ecoturismo e o turismo religioso (ambos 1%) (SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E CULTURA DE OURO PRETO, 2017²).

O calendário de eventos de Ouro Preto³ conta com festas religiosas e tradicionais locais, típicas da região na qual o destino está inserido, bem como de congressos, eventos científicos e acadêmicos, festivais, eventos gastronômicos e culturais de modo geral que atraem visitantes o ano todo. Eventos sociais de cunho privado, como casamentos e formaturas, também são recorrentes. Certos eventos se destacam por atrair um número significativo de visitantes, como o Reinado de Nossa Senhora do Rosário, Santa Efigênia e São Benedito, o Congado, que acontece anualmente no mês de janeiro em honra à figura de Chico Rei, africano, rei de uma tribo no Congo e escravizado no Brasil, que conseguiu comprar sua alforria e a de seus conterrâneos (QUEIROZ; FARIA, 2019). Os distritos possuem tradições culturais locais, como o Festival da Goiaba em São Bartolomeu e a Festa

² Até o dia da escrita desta parte do Capítulo (19/01/2023), o Plano Municipal de Turismo 2017-2027 estava disponível para consulta pública no *site* oficial da Secretaria, cujo endereço eletrônico é: <https://ouopreto.mg.gov.br/turismo/>. Entretanto, ao término integral da pesquisa no dia 29/03/2023, o documento já não tinha sido encontrado no portal, restando apenas o documento impresso para utilização pessoal da autora.

³ Mais informações em: <<https://turismo.ouopreto.mg.gov.br/evento/113>>. Consultado em 08/12/2022.

de São Gonçalo e Cavalhadas em Amarantina. Ao longo do ano a cidade realiza inúmeros eventos culturais, artísticos, literários e esportivos, com destaque para o ciclismo, *shows* de grandes nomes da música brasileira e edições anuais da Mostra de Cinema de Ouro Preto (CINEOP) e do Fórum das Letras. Os congressos, simpósios, semanas de estudo, entre outros do gênero, fazem da cidade um pólo de incentivo e promoção da ciência, da educação e das artes, graças à sua própria história e pela existência de instituições renomadas de ensino como o Instituto Federal de Minas Gerais (IFMG), a UFOP (Universidade Federal de Ouro Preto) com *campus* também em Mariana e João Monlevade, e a Fundação de Arte de Ouro Preto (FAOP), unidade da Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais (SECULT).

Os eventos programados capazes de atrair fluxo turístico expressivo à Ouro Preto são: o Carnaval, o Festival de Inverno e a Semana Santa. Somados especialmente aos circuitos de *trekking*, eventos gastronômicos, artísticos, culturais, técnico-científico, dentre outros, formam o conjunto de eventos que mais atrai visitantes na cidade ao longo do ano, haja vista a construção da imagem do destino relacionada ao patrimônio artístico e cultural do Brasil, além de contar com infraestrutura turística regular para receber os visitantes, atrativos e espaços públicos, alternativos e permanentes para eventos, como o Centro de Artes e Convenções da UFOP.

A Semana Santa de Ouro Preto é a maior manifestação da fé católica no município. A tradição da cultura local remonta ao século XVIII e possui uma peculiaridade. A festa é organizada pela Paróquia de Nossa Senhora do Pilar (bairro Pilar) e pela Paróquia de Nossa Senhora da Conceição (bairro Antônio Dias) que se revezam na organização a cada ano. Nos ritos os moradores representam figuras bíblicas, seguindo em procissões. Os quarenta dias que antecedem a Semana Santa é conhecido como Quaresma, que começa na Quarta-Feira de Cinzas. É um período de preparação dos devotos para a Semana Santa e consequentemente a Páscoa. Na madrugada de Sábado de Aleluia para o Domingo de Páscoa, a população e os turistas se unem para confeccionar os famosos tapetes devocionais pelas ruas de Ouro Preto, por onde passa a procissão no Domingo de Páscoa.

Dados da última pesquisa sobre o perfil do visitante feita pela Prefeitura de Ouro Preto em 2017⁴, mostram que durante o feriado religioso a cidade recebeu aproximadamente 12.776 visitantes, sendo 2.774 a mais do que em 2015, ano da penúltima pesquisa. O gasto médio foi

⁴ Até o dia 19/01/2023, essa pesquisa havia sido consultada pela autora através do seguinte endereço: https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/static/semana-santa/Resultados_Semana_Santa_2017_divulgacao.pdf. Entretanto, até a finalização da monografia, em 29/03/2023, o link estava inválido e restou apenas o documento impresso para utilização pessoal da autora.

de R\$ 855,26, incluindo: hospedagem, alimentação, atrativos, transporte interno e outros gastos, correspondendo a uma receita turística direta (injeção financeira) no município de aproximadamente R\$ 10.926.476,91, sendo R\$ 3.992.281,84 a mais do que em 2015. A maior parte dos entrevistados no período de feriado da Semana Santa veio acompanhado da família (47%), do cônjuge (27%) e dos amigos (22%), raramente vindo sozinho (3%) ou em grupos excursionistas (1%). A grande maioria são adultos maduros e idosos, tendo entre 31 a 40 anos (27%), 41 a 50 anos (20%) e 51 a 65 anos (17%), com ensino superior completo (43%) e renda familiar mensal média entre 4 a 10 salários mínimos (32%)⁵.

A História e a Cultura sem dúvida são as principais motivações que levam as pessoas a visitar Ouro Preto em períodos de feriado como a Semana Santa (38,3%), seguidos dos que são atraídos por lazer e contemplação (38%). Esse tipo de turista costuma visitar a cidade só “para passar o feriado”, “para passear”. É comum que em períodos de feriado como esse os destinos costumem receber um perfil de turista motivado a “sair um pouco da rotina”, que durante sua estadia participa de outros eventos ocasionalmente. Nesse sentido, vale destacar que 5,3% dos entrevistados na época aproveitaram o feriado religioso para participar do OuroBier, festival anual de cervejas artesanais que geralmente acontece no estacionamento do Centro de Artes e Convenções da UFOP, o que simboliza o clássico estereótipo das contradições entre sagrado e profano. Somente 7,7% do público entrevistado veio à Ouro Preto exclusivamente para participar dos ritos da Semana Santa, sendo a maioria mineiros (62%)⁶.

Outro evento que atrai visitantes nacionais e internacionais é o Festival de Inverno. É um evento que se difere por trazer uma quantidade maior de pessoas durante três semanas ininterruptas de evento durante todo o mês de julho. A primeira edição do festival aconteceu em 1967. Conhecido nacionalmente, o festival é responsável por atrair artistas, companhias teatrais, produtores, instituições renomadas nos campos das artes, da cultura e da educação e profissionais diversos. Atualmente é realizado pela UFOP em parceria com as Prefeituras das cidades de Ouro Preto, Mariana e João Monlevade, onde a instituição possui *campis*. A

⁵ Valor do salário mínimo em 2017: R\$937,00. Fonte: Decreto nº 8.948, de 29 de dezembro de 2016, disponível em: http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/DEC%208.948-2016?OpenDocument >. Consultado em: 11/01/2023.

⁶ Até o dia 19/01/2023, essa pesquisa havia sido consultada pela autora através do seguinte endereço: https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/static/semana-santa/Resultados_Semana_Santa_2017_divulgacao.pdf. Entretanto, até a finalização da monografia, em 29/03/2023, o *link* estava inválido e restou apenas o documento impresso para utilização pessoal da autora.

programação conta com oficinas, seminários, exposições, intervenções culturais, espetáculos teatrais e grandes shows de artistas conhecidos, tanto nos palcos espalhados pela cidade quanto no famoso espaço “Bar do Festival”, que também oferece shows e consumo de alimentos e bebidas, sendo esse o único com cobrança de ingressos (KNUPP *et al.*, 2021).

Segundo pesquisa realizada por docentes e estudantes do curso de Turismo da UFOP, o Festival de Inverno de 2018 teve participantes nacionais (97,94%) e internacionais, dos EUA (0,69%), da América Latina, sendo Paraguai, Argentina e Colômbia (todos com 0,23%), França (0,46%) e Austrália (0,23%), responsáveis por registrar uma média de 83% na taxa de ocupação dos meios de hospedagem em julho de 2018. O perfil do visitante é de maioria feminina (58,4%), contra 39,3% masculina, com grau de escolaridade elevado (32,80%), costuma vir acompanhado de amigos (28,44%), cônjuge ou namorado (26,15%) ou com a família (24,77%), sendo este um perfil parecido com o do público que visita a cidade em outros meses do ano (KNUPP *et al.*, 2019).

O Carnaval de Ouro Preto é o maior evento do ano e o que mais movimentava a economia local. Estima-se que o número total de pessoas, entre moradores e visitantes, tenha sido de aproximadamente 25 mil pessoas no Carnaval de Ouro Preto em 2017, com origem no Eixo Sudeste, sendo a maioria de Minas Gerais (49,8%), seguido pelo Rio de Janeiro (17%), São Paulo (16,4%) e Espírito Santo (4,5). Nesta edição, 84,3% dos turistas pernoveram e hospedaram-se em hotéis/pousadas (36,9%), repúblicas (31%), casas de amigos e parentes (17,9%) e hostels (7,1%). Geralmente o perfil de quem participa do Carnaval de Ouro Preto é bastante equilibrado, correspondendo a 51,9% de mulheres e 48,1% de homens, ambos adultos jovens, com idade média de 33,2 anos e grau de escolaridade alto (superior completo 44,2%), em sua maioria solteiros (72%) e com gasto médio per capita de R\$ 645,79, o que resultou numa receita turística direta estimada em aproximadamente R\$ 7.179.898,82, considerando somente gastos básicos dos visitantes (hospedagem, alimentação, transporte, etc) e não investimentos ou impacto indireto dos gastos, o que aumentaria esse valor. Ressalta-se que esses dados correspondem somente aos visitantes do período do Carnaval e não inclui dados dos questionários respondidos pelos moradores (OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MINAS GERAIS, 2017)⁷.

Ao compararmos os números das edições de 2012, 2015 e 2018, nota-se a presença de 27% excursionistas nesse último ano. Percebe-se que com o passar do tempo, a folia

⁷ Disponível em: <https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/?p=5626>. Acesso em 15/01/2023.

ouropretana passou a receber mais excursionistas do que visitantes que pernoitam, pois em 2012 eles correspondiam somente a 12%. Em 2015, subiu para 15% e atingiu 27% na edição de 2018, ultrapassando o quantitativo de hóspedes em hotéis e pousadas (25%) daquele mesmo ano. Já os hóspedes de repúblicas, meio de hospedagem alternativo e popular oferecido graças à tradição da cultura republicana universitária, foi escolhido por 32% em 2012, que aumentou consideravelmente em 2015 (39,90%) e decaiu para 25% em 2018 (SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E CULTURA DE OURO PRETO, 2018)⁸.

Segundo Queiroz (2019), dentre as críticas mais recorrentes sobre a realização de eventos em Ouro Preto, estão a falta de planejamento urbano e acessibilidade devido ao terreno extremamente íngreme da cidade, queixa essa que muitas vezes é feita por parte significativa da demanda turística composta por adultos maduros, idosos, pessoas com deficiência e com necessidades especiais, que enfrentam dificuldades de locomoção e acessibilidade aos atrativos. Há também a necessidade de um trabalho de promoção institucional mais abrangente que valorize e inclua outros atrativos não consolidados, como as iniciativas de roteiros possíveis de serem feitos com temáticas como o espeleoturismo, o geoturismo e o afroturismo/turismo étnico (VIANA, BRUSADIN, 2021). Grammont (2006) também destaca os problemas vivenciados em relação à preservação do patrimônio edificado e a carência de ações corretivas mais eficazes e efetivas, já que todo ano Ouro Preto sofre como os efeitos do próprio tempo, o excesso de umidade e de períodos chuvosos que resultam em consequências desastrosas principalmente para a população que reside em áreas periférica com alto risco de desabamento.

O turismo cultural é uma forma de turismo na qual o turista, dentre outros objetivos, tem interesse por monumentos e locais históricos. “Neste sentido, os benefícios socioculturais e econômicos advindos do turismo cultural incidem sobre as comunidades de destinos turísticos, sendo mais um dos fatores que justifica a preservação do patrimônio cultural (ALVARES, PAULA, 2019, *sem página*)”. As medidas de preservação aplicadas numa cidade que é tombada e detém um título patrimonial, necessitam de ações mais cautelosas e atenção redobrada, principalmente quando se trata dos impactos gerados pelos eventos, sobretudo aqueles com alto número de pessoas, pois são áreas com recursos frágeis, edificações de valor histórico, com patrimônio imaterial simbólico e intangível (ALVARES, PAULA, 2019).

⁸ Até o dia 19/01/2023, essa pesquisa havia sido consultada pela autora através do seguinte endereço: https://turismo.ouropreto.mg.gov.br/static/semana-santa/Pesquisa_Carnaval_2018_divulgacao.pdf. Entretanto, até a finalização da monografia, em 29/03/2023, o link estava inválido e restaram apenas os documentos impressos para utilização pessoal da autora.

Sandoval, Arruda e Santos (2009) alertam que essas medidas não devem proteger a cidade numa “redoma de vidro”, mas sim que, para que o Patrimônio não se perca no tempo, é preciso refletir, discutir e adotar medidas mais cuidadosas, a fim de encontrar soluções mais eficazes para problemas recorrentes e pensar no futuro.

Muitas vezes, os impactos negativos dos eventos ocorrem devido ao mau planejamento, falta de atenção e por vezes falta de interesse em executar um evento com qualidade, já que isso implicaria no aumento do valor dos gastos e recursos humanos. Nos eventos, a regra é clara: gastar pouco, lucrar (e embelezar esteticamente) mais. A questão mal resolvida do transporte em Ouro Preto, por exemplo, acontece não só devido ao fluxo da demanda turística como também pelo próprio deslocamento dos moradores. Todo esse vai e vem de pessoas e veículos gera um desgaste nas áreas do patrimônio tombado, principalmente quando o fluxo de turistas é mais alto, haja vista os desafios e limites da utilização excessiva de sítios histórico-culturais tombados, situação enfrentada de forma semelhante em Cuzco, no Peru (ALVARES, PAULA, 2019). Daí a importância de considerar a capacidade de suporte das cidades e monitorar constantemente seus impactos ambientais, socioculturais e econômicos, assim como o número de turistas e seu comportamento, que nesse caso seria nos períodos em que acontecem eventos em Ouro Preto.

Nesse sentido, a capacidade de carga da cidade possui uma relação conflituosa com o número de eventos realizados. É fato que estes geram impactos positivos e ótimos benefícios, como a geração de emprego e renda, circulação financeira mais rápida, contorna consideravelmente os efeitos da sazonalidade turística e são uma grande injeção de receita para o município, oferta cultural de lazer, entretenimento, trocas de saberes e experiências, assim como uma ferramenta importante para alavancar o turismo num dado lugar. Porém, o grande número de pessoas e veículos de grande porte, como caminhões e carretas nos períodos de montagem e desmontagem de robustas estruturas em eventos que atraem multidões, como o Carnaval e *shows* de grandes artistas, pode resultar em desrespeito da capacidade de carga do município, vindo à tona problemas antigos e recorrentes ao longo da história de Ouro Preto, como o desabastecimento de água em determinados bairros, elevado grau de sujeira nas ruas, poluição, comprometimento do trânsito, limitação de locomoção, dentre outros (SANDOVAL; ARRUDA; SANTOS, 2009).

Devemos ressaltar que os eventos geram impactos negativos que não devem ser deixados de lado, avaliando-os criticamente para além de uma visão positivista e puramente economicista de suas contribuições. Questões como essas são comuns em discussões sobre as

implicações dos eventos em cidades que os recebe e/ou promove. Volume de lixo, comportamentos indesejados, poluição, mobilidade, cobrança injusta de preços, atendimento insuficiente, dentre outros, geram insatisfações ao longo da experiência do turista no destino e reclamações dos moradores, o que impacta na imagem da cidade ao gerar repercussões por vezes negativas em canais de comunicação e mídias sociais. Os rituais, as cerimônias e festividades tradicionais típicas de uma região ou comunidade podem sofrer com a mercantilização e espetacularização de seu patrimônio cultural através dos próprios efeitos do turismo, visto que os interesses econômicos podem prevalecer por parte do poder público e da iniciativa privada em detrimento da consulta às opiniões, os valores e os desejos da própria comunidade. É importante ressaltar que esse “outro lado da moeda” dos eventos deveriam ser preocupações de organizadores, promotores, agentes do poder público, patrocinadores, fornecedores, comunidade local e demais envolvidos para que se tenha uma gestão mais qualificada dos municípios, estimulando uma prática mais sustentável dos eventos (MARUJO, 2015).

Para uma abordagem que possa dialogar de forma mais assertiva com os objetivos desta pesquisa, no item a seguir apresentaremos um breve histórico do nosso objeto de estudo, o Centro de Artes e Convenções da UFOP. Ousa-se dizer que o ano de sua inauguração, 2001, pode apresentar relação com o contexto das políticas públicas de turismo durante meados da década de 1990 a meados da década seguinte, portanto, num período fértil de fomento ao setor e a implementação de novos empreendimentos e melhorias na infraestrutura turística local.

2.2. Breve histórico do Centro de Artes e Convenções da UFOP

Um antigo complexo metalúrgico, desativado na década de 1960, foi reformado, reestruturado e requalificado, tornando-se um equipamento voltado para o turismo de eventos de Ouro Preto - o Centro de Artes e Convenções da Universidade Federal de Ouro Preto.

De acordo com o *site* oficial (2023)⁹, o Centro de Artes e Convenções (CAC) é um equipamento turístico destinado a receber eventos e convenções de alcance nacional e internacional. A história do local tem início em 1946, com a criação do Parque Metalúrgico Augusto Barbosa, cuja finalidade era realizar atividades acadêmicas da Escola Nacional de

⁹ Disponível em: <https://centrodeconvencoes.ufop.br/hist%C3%B3ria>. Consultado em 19/02/2023.

Minas e Metalurgia de Ouro Preto. Em seguida, foi anexado um setor produtivo de ferro-gusa que foi desativado na década de 1960, onde hoje se encontram estruturas remanescentes no Museu de Siderurgia da Escola de Minas, um dos setores do Museu de Ciência e Técnica. Após se tornar propriedade patrimonial da UFOP em 1969, o Parque Metalúrgico foi destinado a promover integração social, cultural, econômica e artística para a população ouro-pretana. Entretanto, foi somente em 1993 que a Universidade decidiu requalificar o espaço e destiná-lo a receber eventos e convenções, com o objetivo de estimular o turismo de eventos e as atividades acadêmicas, científicas, econômicas e culturais da cidade. A inauguração oficial aconteceu em 21 de março de 2001. Por conta de sua capacidade, funcionalidade, flexibilidade, estruturas modulares, localização, dentre outros atributos, o CAC se tornou referência na realização de eventos na região dos Inconfidentes e em Minas Gerais, além de ter se estabelecido como equipamento gerador de desenvolvimento econômico, social, cultural e científico de abrangência local e regional. O complexo está situado próximo a pontos turísticos e de referência da cidade, no coração do centro histórico, próximo à Estação Ferroviária, a Basílica Matriz de Nossa Senhora do Pilar, a Reitoria da UFOP e a Prefeitura Municipal, conforme se vê nas Figuras 1 e 2:

Figura 1: Foto aérea identificando atrativos turísticos e pontos de referência próximos ao CAC



Fonte: Google Earth (2022)

Figura 2: Vista aérea da fachada do Centro de Artes e Convenções da UFOP



Fonte: acervo interno da Administração do Centro de Artes e Convenções da UFOP. Foto sem data. Disponibilizado em 16/04/2022.

Uma curiosidade: acredita-se que o nome dado ao equipamento seja em homenagem ao professor-pesquisador da Escola de Minas e pioneiro da siderurgia brasileira, Augusto Barbosa da Silva (1860-1939), nascido em Nova Lima/MG. Tornou-se reconhecido pela criação de um forno elétrico inovador para práticas, experiências, testes e produção do ferro manganês, que é um elemento importante na fabricação do aço, que mais tarde serviu para suprir as demandas da Estrada de Ferro Central do Brasil e do Arsenal da Marinha Brasileira no decurso da Primeira Guerra Mundial. Foi Vice-Diretor e Diretor da Escola de Minas nos períodos de 1904-1919 e 1919-1927, respectivamente. É interessante citar que foi seu filho, José Barbosa da Silva, em 1943, quem edificou as primeiras estruturas do antigo Parque Metalúrgico (REVISTA DA ESCOLA DE MINAS, 2003, p. 225).

Figura 3: Perfil do professor Augusto Barbosa da Silva em desenho preto e branco



Fonte: Reprodução. Revista da Escola de Minas, 2003. Acesso em 03/11/2022.

A área onde foi implantado o Centro de Artes e Convenções possui relação com a história da Estação Ferroviária de Ouro Preto. Segundo Maia e Dias (2010), a construção do complexo ferroviário de Ouro Preto teve início entre os anos 1920 e 1930, contendo galpões que abrigavam oficinas, depósitos da ferrovia e as casas do Engenheiro-residente e do Chefe da estação, sendo que na década de 1970, a residência do Engenheiro-residente tornou-se sede da Reitoria, já que a UFOP foi criada no ano de 1969, enquanto que a residência do ramal rodoviário se tornou a Administração do Centro de Artes e Convenções, que hoje abriga a Procuradoria Jurídica da UFOP.

No ano de 1941, as oficinas ferroviárias já estavam desativadas, o que possibilitou sediar as atividades didáticas do Instituto de Metalurgia da Escola Nacional de Minas e Metalurgia e a prestar serviços de produção de barras de ferro-gusa, elemento da fabricação do aço, recebendo mais tarde a denominação de Parque Metalúrgico Augusto Barbosa. Em 1964 foi desativado e na década de 1970 serviu como oficina de manutenção, almoxarifado,

garagem e instalações esportivas da Universidade, mas gradativamente foi sendo abandonado, até que em 1993 o Conselho Universitário da UFOP decide requalificar o espaço e torná-lo um centro de convenções, fazendo de Ouro Preto uma cidade apta para receber eventos nacionais e internacionais das mais diversas áreas do conhecimento técnico-científico, cultural, artístico, e empresarial já que um dos seus objetivos era propor interações entre o meio acadêmico e as grandes empresas da região, disseminando, assim, o conhecimento de ambas as partes através dos eventos (MAIA; DIAS, 2010. RODRIGUES DA SILVA, 2013).

As edificações e estruturas remanescentes desse patrimônio industrial e ferroviário aparecem como ponto de interesse turístico na proposição de um roteiro temático feito por Silva (2013) e como elemento vinculado à história da Estação Ferroviária de Ouro Preto. Inaugurada em 22 de dezembro de 1887, a ferrovia ligava Ouro Preto a Mariana e pertencia ao Ramal de cidade de Ponte Nova/MG. Tornou-se ativa em 1888 e as obras tiveram início em 08 de julho de 1886. Ligava a capital da Província de Minas Gerais, Ouro Preto, a capital do Império no Rio de Janeiro (MAIA; DIAS, 2010).

A pesquisa de Maia e Dias (2010) trata da requalificação do patrimônio ferroviário e investiga o caso da inauguração do Trem da Vale, em 05 de maio de 2006. Segundo os autores, por ser uma das poucas áreas planas da cidade, num passado mais distante, a região se tornou referência para as atividades de lazer da população, sendo comum encontros aos domingos. A Estação foi construída às margens do Ribeirão do Funil, onde havia uma lagoa que formava uma espécie de praia. A área então passou a ficar conhecida popularmente como “praia do circo”, já que ali eram instalados circos que passavam pela cidade, assim como espetáculos ao ar livre e cavalgadas.

Figura 4: Estação Ferroviária de Ouro Preto na década de 1920



Fonte: Acervo Brasileira Fotográfica Digital, sob custódia da Biblioteca Nacional. Disponível em: <https://bitly.com/uT1O9>. Acesso em 20/02/2023.

As pesquisadoras Heliana Comin Vargas e Vírginia Santos Lisboa, no artigo “Dinâmicas espaciais dos grandes eventos da cidade: significados e impactos urbanos” (2011), associam os eventos com a relação tempo-espaço no meio urbano. As autoras adotam o fator “espaço” como critério para compreender a classificação dos eventos, assim como seus efeitos tangíveis e intangíveis na cidade. Ao construírem uma perspectiva sob um olhar interdisciplinar arquitetônico e geográfico, as autoras consideram que os eventos realizados no espaço urbano construído revelam dois caracteres de espaço - ocasionais e permanentes - o que contribui de forma indispensável para as pesquisas sobre a relação do turismo com a urbanização, a cidade, a arquitetura, os megaeventos e os antecedentes históricos dos eventos no Brasil e no mundo de modo geral.

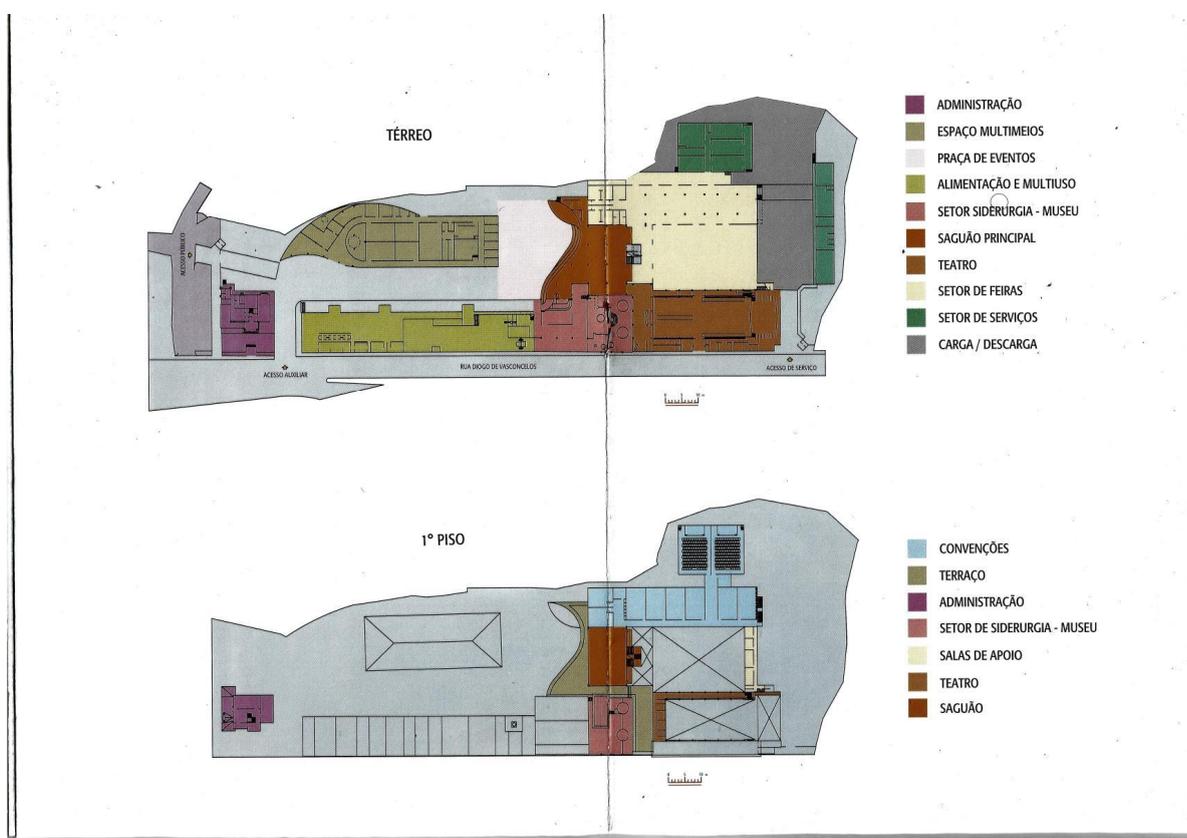
O estudo foca nos espaços ocasionais, ou seja, espaços estratégicos para a realização de eventos que são utilizados temporariamente para este fim, de acordo com os objetivos de determinado evento. É o caso das ruas, avenidas, viadutos, praças, parques, entre outros. Visto que o estudo adota como pano de fundo a cidade de São Paulo, sobretudo a Avenida Paulista,

são citados megaeventos tradicionalmente realizados neste lugar, como a Parada Gay, a Festa de Réveillon e a Corrida Internacional de São Silvestre (Vargas; Lisboa, 2011, p. 154-156). Quanto aos espaços permanentes, estabelece a seguinte definição, a qual caracteriza o Centro de Artes e Convenções da UFOP:

[...] espaços que foram concebidos para uma atividade principal, de eventos, definindo em projeto as premissas de ocupação, dimensão e localização, ainda que esse espaço possa ser utilizado para outras atividades. Entre eles incluem-se pavilhões de exposições, centros de convenções, auditórios, salas de concertos, templos religiosos, salões de festas, ginásios, estádios, recintos para exposições, casas de música, autódromos, sambódromos, hípicas, clubes associativos, recreativos e esportivos. // Esses espaços permanentes têm exigências locacionais mais claras, embora nem sempre obedecidas, como acessibilidade para carga e descarga, transporte coletivo, estacionamentos, proximidade a redes hoteleiras, dentre outros. // Devem ainda possuir uma infraestrutura própria de gerenciamento e manutenção, que permita, inclusive, otimizar sua ocupação e seus custos ante a diversidade de interesses e demandas para a realização de novos eventos, adaptando-os (VARGAS; LISBOA, 2011, p. 152-153).

Conforme se vê na Figura 5, a edificação possui as seguintes dependências:

Figura 5: Imagem ilustrativa reproduzindo as instalações do Centro de Artes e Convenções da UFOP



Fonte: acervo interno da Administração do Centro de Artes e Convenções da UFOP. 2001.

Os espaços para eventos, ou seja, edificações destinadas a locação ou cessão temporária dos espaços para terceiros, em termos comerciais ou não, expressos sob as formas de pavilhões, auditórios, centros de convenções e exposições, hotéis com espaços destinados a tal e até mesmo locais alternativos, que por vezes são destinados a realização de eventos, são equipamentos fundamentais para auxiliar no desenvolvimento do turismo e dos eventos e contam com equipamentos tecnológicos modernos, visam comodidade e conforto para receber o público, geralmente estão em localizações estratégicas e costumam ser resultado de parcerias, entre Estado, iniciativa privada e/ou entidades representativas, interessadas em colher os benefícios a longo prazo do empreendimento (MTur, 2010).

É importante ressaltar que uma das limitações para a construção teórica deste capítulo foi encontrar referenciais aprofundados, que analisassem o Centro de Artes e Convenções numa perspectiva histórica e sua relação com as transformações da atividade turística em Ouro Preto no contexto de sua implantação. Aqui, nos valem de Gabriel e Ikeda (2007), que, ao proporem um anteprojeto para a criação de um centro de convenções em Londrina/PR, ressaltaram a importância de analisar obras correlatas que tenham afinidade com o objeto estudado quando falamos sobre este assunto - o de implantação de equipamentos turísticos motivados pela potencialidade do turismo de eventos, do qual pode ser estudado sobre diferentes abordagens (arquitetônica, geográfica, turística, etc).

A iniciativa encabeçada pela UFOP torna explícita a importância da instituição para Ouro Preto e região não só enquanto pólo científico, educacional, cultural e artístico, mas principalmente por, neste caso, atuar efetivamente como agente da rede de turismo da cidade.

Conforme ressalta Silva (2015), a instituição contribui para o desenvolvimento econômico, social e cultural de Ouro Preto ao ofertar: a) o próprio equipamento como infraestrutura apta para a captação de eventos; b) conhecimento público, de qualidade e especializado oferecido por docentes e alunos que atuam como estagiários em instituições e empresas ligadas à atividade turística local, como a SETUR; c) participação no Conselho Municipal de Turismo, o COMTUR; d) oferecer cursos superiores que se relacionam com o turismo, como história, arquitetura, museologia, etc, dentre outros benefícios (p. 144).

A implantação do Centro de Artes e Convenções aparece na literatura sendo apontado como um exemplo de inovação com incidência direta na atividade turística e na socioeconomia de Ouro Preto:

(...) uma das inovações percebidas se refere ao Centro de Arte e Convenções da Universidade Federal de Ouro Preto – Ufop, inaugurado em 2001, em um prédio revitalizado e readequado para este fim. Este espaço potencializou toda uma cadeia de serviços na cidade, em destaque cita-se: a ampliação dos *buffets* existentes e criação de novos; o aumento de postos de trabalho no setor de A & B com benefício para os recursos humanos da localidade; a possibilidade de novos negócios para empresas de sonorização/equipamentos de suporte; assim como o incremento de empresas de cerimonial e protocolo (Alvares, 2008). O Centro de Arte e Convenções, ao mesmo tempo em que pode ser considerado como um novo empreendimento que despontou, enquadra-se também na requalificação de áreas de interesse histórico/turístico, devido ao fato do prédio onde foi instalado ter passado por processos de restauração, assim como de requalificação de seus usos (ALVARES; LOURENÇO, 2011, p. 37).

Ele também é citado como responsável por dinamizar a atividade turística na localidade, contribuindo para uma infraestrutura mais qualificada do destino e estimulando a atuação dos atores envolvidos com o setor:

A inauguração do Centro de Artes e Convenções da UFOP, em 2001, insere Ouro Preto no circuito do turismo de eventos e negócios por apresentar um espaço específico destinado a congressos, seminários, exposições, cursos e espetáculos. Tal intento vem gerando muitas expectativas por parte de moradores, artistas, estudantes e empresários ligados ao setor turístico, como via de dinamização da atividade e atração de um público que permaneça por mais tempo na cidade utilizando-se, efetivamente, dos equipamentos turísticos e visitando um conjunto maior de atrativos. (...) De acordo com os dados levantados pelo Centro de Artes e Convenções da UFOP, constatou-se que, em 2001, foi realizado um total de 34 eventos envolvendo aproximadamente 13 mil participantes e 970 pessoas contratadas temporariamente. Em 2002, a demanda praticamente triplicou, com a realização de 94 eventos, envolvendo a participação de 37.560 pessoas e 1.907 pessoas contratadas temporariamente. A partir deste levantamento, torna-se evidente o grau de importância desse empreendimento para a dinamização turística de Ouro Preto e da região (CIFELLI, 2005, p. 166).

Entendemos que a implantação do Centro de Artes e Convenções foi resultado de uma parceria entre empresas públicas e privadas, e entidades do Estado, expressas por pastas governamentais da época e pela instituição federal de ensino superior, a UFOP. Ainda, reitera-se que esta implantação tornou-se viável, dentre outros fatores, graças ao contexto político e econômico do final da década de 1990, com o fomento de políticas públicas de incentivo e desenvolvimento do turismo no país. Ao que tange os objetivos e metas da implantação do empreendimento, Flecha (2006) cita alguns deles e os benefícios advindos do

turismo de eventos enquanto segmento estratégico para a economia de determinada localidade:

A idéia da transformação do antigo Parque Metalúrgico no Centro de Artes e Convenções da UFOP, surgiu em 1993, visando contribuir, de forma significativa, como desenvolvimento da cidade, além de representar uma possibilidade de se criar uma fonte, alternativa, de recursos para a sazonalidade do turismo. A quantidade de eventos ocorridos na cidade de Ouro Preto, principalmente no Centro de Artes e Convenções da UFOP, tem crescido continuamente, aquecendo a economia local através da contratação de mão-de-obra local para vários tipos de serviços. Apesar de toda esta visão positiva sobre o segmento de eventos e seu potencial promocional sobre as localidades é de suma importância, principalmente para sítios históricos.” (FLECHA, 2006, p. 2)

Fica claro que a UFOP percebeu a necessidade de viabilizar um projeto que atendesse ao objetivo de agregar e difundir todo o conhecimento produzido nas instituições de ensino e pesquisa e nas grandes empresas e indústrias através da realização de eventos nas mais diversas áreas do conhecimento, ao mesmo tempo que promovesse o crescimento econômico de Ouro Preto ao se valer do turismo de eventos como mola propulsora do desenvolvimento econômico, social e cultural da cidade.

Pode-se dizer que o projeto de implantação do Centro de Artes e Convenções materializa um ideal coletivo de outros atores do *trade* turístico local, ao identificar a necessidade da reativação e dinamização da economia de Ouro Preto, ainda que esta fosse uma fonte de renda complementar às demais atividades econômicas do município. É, portanto, um investimento promovido por parcerias público-privadas interessadas em colher os benefícios a longo prazo deste empreendimento sem deixar de lado o incremento social, econômico e cultural para Ouro Preto, sua promoção institucional e o dever de contribuição cidadã da Universidade para a sociedade. Ainda, atrela seu caráter científico e educacional à ampliação da imagem do destino como pólo científico e cultural e à captação direcionada de determinados tipos de eventos (científico, cultural e de negócios), porque:

O poder público, a iniciativa privada e a própria sociedade civil dão preferência a este tipo de demanda ao invés do excursionista e dos grupos agenciados, já que o tempo de permanência na localidade, os gastos e a utilização dos equipamentos e serviços turísticos são maiores, como também o são as chances de o visitante conhecer outros aspectos da cidade, não se detendo somente aos atrativos mais visitados e de maior expressão. Acrescentam-se, também, às vantagens, a redução do grau de sazonalidade da atividade e da ociosidade dos equipamentos turísticos no período de baixa temporada (CIFELLI, 2012, p. 166).

Segundo Cifelli (2005), Ouro Preto possui um histórico de expansão e retração de suas atividades econômicas, principalmente com o desempenho da mineração e da siderurgia, considerando também as tendências mundiais, a conjuntura socioeconômica do país e a ordem de prioridades dos investimentos públicos e privados aplicados no município.

Essa lógica da expansão e retração das atividades econômicas de Ouro Preto também contempla os investimentos destinados ao fomento do turismo no município. Os anos 1990 e os seguintes, foram caracterizados pela tendência mundial de crescimento do turismo e Ouro Preto, então, passou a vivenciar o aumento do número de seus visitantes, concentrando as visitas em sua área central tombada. Conseqüentemente, as edificações históricas da cidade sofreram processos de transformações, dos quais Cifelli (2005; 2012) cunhou de “*refuncionalização patrimonial*” ou “*refuncionalização turística do patrimônio cultural*”, a fim de atender as necessidades da nova dinâmica econômica e social do município, que a grosso modo, consiste em “adaptar as edificações tombadas a novas finalidades de uso para fins turísticos, como loja de *souvenirs*, restaurantes, cafés, hotéis e pousadas, centros culturais, museus e outras atividades comerciais e de serviços destinados ao atendimento das demandas dos turistas e visitantes” (CIFELLI, 2012, p.133-134). A produção do lugar turístico se dá não só pela produção imaterial (imaginários, crenças, valores relacionados ao destino, etc.) mas também por sua produção material, expressa através da infraestrutura, serviços e equipamentos de suporte à atividade turística na localidade, resultando em novos usos e funções das edificações tombadas (SILVEIRA, 2001 *apud* CIFELLI, 2012).

Por fim, quanto à dinâmica territorial da atividade turística em Ouro Preto, a autora considera que os principais atrativos turísticos da cidade se concentram na Praça Tiradentes e arredores, portanto, possui um fluxo maior de aglomeração de pessoas, sejam elas moradoras ou visitantes, que compõem a dinâmica da vida social da cidade. Neste sentido, podemos dizer que a localização do Centro de Artes e Convenções é um tanto privilegiada e estratégica, visto que:

A priorização de investimentos na promoção de equipamentos e atividades culturais e o restauro arquitetônico das edificações patrimonializadas de maior relevância histórica e artística influencia, de forma significativa, a refuncionalização do patrimônio para fins turísticos, em se tratando, principalmente, de muitos centros antigos patrimonializados brasileiros que têm o turismo como atividade propulsora da dinamização da economia local e regional. No entanto, este processo de refuncionalização turística do patrimônio ocorre de forma seletiva no território, sendo contundente, principalmente, nas proximidades dos atrativos mais visitados, onde a dinâmica de uso do patrimônio está mais atrelada à oferta

de serviços e equipamentos destinados ao usufruto de turistas e visitantes do que ao atendimento das necessidades da população local (CIFELLI, 2012, p.63).

É fato que o setor industrial-minerador é o carro-chefe da economia de Ouro Preto, mas devido ao desequilíbrio deste na década de 1970, o crescimento do setor de serviços a partir da década de 1980 revelou a importância do turismo como atividade geradora de emprego e renda para a população, quer seja devido às tendências mundiais de crescimento do setor terciário, quer seja pelas próprias necessidades socioeconômicas que a cidade até então carecia. Já que os títulos de patrimônio mundial (UNESCO) e nacional (IPHAN) lhe garantiram uma distinção destacável, convertido em *marketing* triplo exemplar (cidade histórica-patrimônio-turística), o turismo neste período então tendia a “suprir o novo ciclo de decadência da mineração, podendo se tornar a atividade econômica predominante do município ao aproveitar-se de suas particularidades paisagísticas, históricas e culturais” (CIFELLI, 2012, p. 151). Cifelli (2005) fala especialmente da realidade da atividade turística em Ouro Preto, que entre o passar dos anos seguiu sendo caracterizada por altos e baixos:

Apesar de Ouro Preto figurar como um importante pólo turístico regional, a atividade passa por fases sucessivas de expansão e retração, de acordo com a situação sócioeconômica nacional e com a ordem de prioridades nos investimentos locais públicos e privados destinados ao incremento do turismo. No decorrer dos últimos anos, vários projetos visando à dinamização da atividade foram discutidos, porém, poucos foram implementados e alguns ainda se encontram em fase de discussão (CIFELLI, 2005, p. 163)

A mesma autora defende que, de fato, é na década de 1990 que o turismo atinge seu auge e consolida sua expansão e potencialidade,

(...) acompanhando a tendência de expansão da atividade no Brasil e no mundo, com o aumento do incentivo público à atividade, maior divulgação das localidades e aumento das facilidades em sua viabilização, através da redução dos custos, do aumento das facilidades com transporte e comunicação, expansão dos serviços e infra-estrutura e outros fatores que dinamizaram o turismo em nível local, nacional e mundial.”(CIFELLI, 2005, p. 159)

A década de 1990 foi palco de grandes transformações no turismo brasileiro, já que a década e os anos seguintes foram marcados pela expansão da atividade em nível mundial (CIFELLI, 2005). Eclodiram bases importantes para o planejamento, organização e gestão do turismo em âmbito governamental, por meio de iniciativas mais estratégicas do Estado, que por sua vez passou a considerar o setor como um fator de desenvolvimento econômico, social e cultural do Brasil. Conforme explica Alvares (2008), por volta dos anos 1990 e início do

século XXI, outros setores da economia brasileira também passaram por grandes mudanças, visto que “as discussões sobre turismo, meio ambiente, sustentabilidade, globalização e competitividade se consolidaram e começaram a permear o universo empresarial e político (ALVARES, 2008, p. 81)”. O Estado passou a elaborar projetos, planos, programas e ações mais profissionalizados e estratégicos voltados para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil, a fim de reunir forças e promover parcerias com instituições privadas, sociedade civil e demais entidades representativas do setor que pudessem contribuir com a reestruturação da atividade nos estados e municípios brasileiros, consolidando e fortalecendo destinos turísticos e em potencial. A estrutura organizacional passou por redefinições, como a EMBRATUR, que em 1991 recebeu a denominação de Instituto Brasileiro de Turismo e tornou-se uma autarquia (CRISTINA DA SILVA, 2015).

As políticas públicas objetivam atender as necessidades da sociedade a fim de satisfazer os interesses públicos e o bem comum. São ferramentas governamentais de planejamento, organização e gestão da administração pública, das quais são estabelecidas normas, regras, metas e ações para atingir um determinado objetivo. São elaboradas pensando no ambiente econômico, político, social e cultural do país, resultado de ideologias, pensamentos e valores vigentes de uma época, da forma de organização de uma sociedade, seus elementos institucionais e suas relações de poder. No turismo, contempla um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias para fomentá-lo e desenvolvê-lo num território, estado, região ou município, sendo executadas por meio de políticas, planos e programas específicos (ALVARES; LOURENÇO, 2011).

Em 1993 e 1994, foi estabelecido o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT). O programa visava descentralizar a gestão pública do turismo, a fim de delegar mais autonomia aos municípios e assim obter o desenvolvimento da atividade turística no país. A partir da descentralização, o objetivo era estimular parcerias entre o poder público municipal, as instituições privadas e a comunidade local para promover um desenvolvimento sustentável e compartilhado da atividade turística, além de garantir qualificação de recursos humanos (ALVARES, 2008; GALDINO, COSTA, 2011). O PNMT se consolidou entre abril de 1994 e abril de 1998, sendo que um ano antes, em 1993, o Conselho Universitário da UFOP tomou a decisão de idealizar o Centro de Artes e Convenções. De acordo com Dores (2018), o PNMT foi o “embrião da política de turismo nacional” e

As estratégias do PNMT tinham como pilares três diretrizes: a) sensibilização da atividade turística como atividade econômica, desenvolvida com bases no pilares da sustentabilidade; b) organização dos agentes do turismo (prestadores de serviços turísticos, setor público, privado), em âmbito municipal, organizado através de um conselho municipal, legítimo e representativo; e c) construção do plano municipal de desenvolvimento do turismo (aliando demanda e oferta turística), de forma participativa e coletiva, através dos conselhos municipais do turismo. A PNMT priorizava a participação da comunidade local, despertando nos gestores públicos e nos prestadores de serviços turísticos a responsabilidade da implementação e construção de ações destinadas ao desenvolvimento turístico municipal (DORES, 2018, p. 30).

Há autores que citam a contribuição dos eventos tradicionais de Ouro Preto na formação de sua identidade e imagem turísticas, associada às suas próprias dinâmicas sociais, manifestações culturais e festas em geral, que se firmaram como um dos elementos desse produto turístico a ser consumido. Pereira (2017) mesmo diz que nas décadas finais do século XX o investimento local aumentou, sobretudo por parte da Prefeitura, interessada em tornar as festas realizadas na cidade mais atrativas aos turistas. As festas universitárias, por exemplo, fazem parte disso, mas não somente, uma vez que:

(...) a construção da identidade e, conseqüentemente, da imagem da cidade passa a estar atrelada tanto aos seus elementos tradicionais, como o seu patrimônio material, quanto às novas funções modernas que adquire, atrelada à vida universitária e aos elementos modernizantes que influenciam nas transformações da sua dinâmica social e econômica. Atualmente, observa-se uma relação mais significativa entre o turismo e as atividades culturais, acadêmicas e de entretenimento promovidas pelos estudantes, ocorridas principalmente durante o carnaval, o festival de inverno - promovido pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) em parceria com outras instituições - e os eventos e congressos ocorridos no Centro de Artes e Convenções da UFOP, este último, responsável pelo aumento expressivo do fluxo de turistas para a cidade ao longo dos últimos anos. Portanto, constata-se que mesmo que a promoção da identidade da cidade ainda esteja muito pautada no patrimônio material, os vínculos entre turismo, patrimônio e a dinâmica universitária da cidade promovem influências significativas na dinâmica de uso do patrimônio cultural e de apropriação dos territórios patrimonializados (CIFELLI, 2012, p. 63)

É fato que após ter recebido o título de Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO em 1980, Ouro Preto passou a receber um grande número de turistas nacionais e internacionais, principalmente da Europa, atraídos por seu grande acervo a céu aberto do patrimônio artístico e cultural. Data também deste período o momento em que a cidade passa a receber excursões escolares, que foram se tornando quase que obrigatórias quando o assunto era história do Brasil e de Minas Gerais, caracterizando, assim, um dos segmentos turísticos típicos de Ouro Preto - o pedagógico (CRISTINA DA SILVA, 2015). Além disso, na década de 1980 a promoção e a divulgação das “cidades históricas de Minas Gerais” enquanto produto turístico mineiro e nacional foi fortemente impulsionada, graças a fatores como o título da UNESCO, que contribuiu para a “valorização de outros núcleos históricos do estado.

Nesta altura, são criados os Circuito do Ouro, Circuito de Santa Bárbara e o Circuito do Diamante” (ALVARES, 2008, p. 91).

A cidade já recebia visitantes interessados em “vivenciar Ouro Preto”, em praticar seu segmento nato de turismo histórico-cultural desde a década de 1970 com o Festival de Inverno, que passou a apresentar expressividade ao atrair um público estudantil e de pessoas ligadas à educação, às artes e à cultura. Sua origem remonta o final da década de 1960 e o evento encontra-se inserido ao contexto fértil de fomento ao turismo e também da promoção do produto turístico mineiro, uma vez que o chamado tripé do turismo - a Política Nacional de Turismo, o Conselho Nacional de Turismo e a EMBRATUR - foi criado em 1966, que inaugurou um verdadeiro marco nas ações e diretrizes voltados ao âmbito nacional do setor (CIFELLI; 2005. BRUSADIN; SILVA, 2012. KNUPP *et al.*, 2021).

A primeira edição do Festival de Inverno aconteceu no ano de 1967, através de uma parceria estabelecida entre o poder público municipal e a Escola de Belas Artes da UFMG. A princípio, o festival havia sido pensado para acontecer de forma itinerante através de um projeto de extensão universitária, coordenado pela UFMG e pela Fundação de Educação Artística (FEA). Algumas edições do evento ocorreram em outras cidades mineiras, até que finalmente passasse a ser realizado somente em Ouro Preto, sendo que a partir de 2004 tornou-se exclusivamente realizado pela UFOP em parceria com diversas instituições públicas e privadas, além de inserir as cidades de Mariana e João Monlevade, onde a instituição possui campus. O Festival de Inverno busca dialogar temas relacionados às questões culturais, artísticas e da educação com a sociedade, logo, a população local, visitantes e turistas, por meio de atividades que proporcionem trocas e aprendizados simbólicos entre estes, através de uma programação repleta de atividades nas áreas da fotografia, da literatura, do cinema, da pintura, das artes cênicas, plásticas, visuais, dentre outros, justificado inclusive pelo caráter extensionista de sua criação e do vínculo com a UFMG e a UFOP, promovendo também reflexões e troca de saberes entre turismo, educação, história e áreas afins (CIFELLI; 2005. KNUPP *et al.*, 2019; KNUPP *et al.*, 2021).

Segundo Soutto Mayor (2012, p. 89-98), Ouro Preto vivenciava, na década de 1990, grande mobilização de agentes locais, sobretudo as iniciativas por parte do Poder Público e da iniciativa privada de transformar os eventos tradicionais da cidade em chamariz de turistas, tendo o Carnaval como carro-chefe deste conjunto promocional, seguido dos demais eventos tradicionais, como a Semana Santa, o Festival de Inverno, celebrações cívicas e religiosas. Conforme conta a autora, por volta de 1995, numa reportagem do jornal local “O Liberal”,

Ouro Preto havia recebido um diagnóstico econômico realizado pela Associação Comercial de Ouro Preto (ACEOP), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), a Agência de Desenvolvimento Econômico e Social de Ouro Preto (ADOP) e a Prefeitura Municipal. O estudo constatou que, naquele período, a oferta de empregos proporcionada pela indústria caiu pela metade e que a mão de obra liberada havia migrado ou para o garimpo ou para o turismo. Portanto, diante da nova ameaça socioeconômica, Ouro Preto viu no turismo, especificamente nos eventos, uma grande oportunidade de negócio para promover o desenvolvimento que a cidade tanto precisava.

Destacamos, dentre os fatos, o crescimento da divulgação do carnaval de Ouro Preto pelo jornal Estado de Minas e o aumento da procura da cidade pelos foliões; o desenvolvimento do turismo no município e sua relação com a construção de um novo carnaval, sobretudo no início da década de 1990, que contou com um grande incentivo do setor através das políticas públicas; as transformações desse novo carnaval, que ao sofrer muita influência do formato da folia baiana (com trios elétricos e *axé music*) teve como resultado a criação das “janelas”¹⁰ de Ouro Preto. Além disso, os blocos carnavalescos foram alcançando cada vez mais protagonismo, contribuindo para que a festa assumisse um caráter mais comercial e empresarial se tratando, especialmente, dos blocos vinculados ao Carnaval Universitário que é promovido tradicionalmente por repúblicas estudantis. Unido a isso, bem como o aumento progressivo do número de foliões, os tradicionais desfiles dos blocos foi sendo descentralizado nos espaços urbanos do Centro Histórico, sendo que um destes culminou na criação do “Espaço Folia” no estacionamento do Centro de Artes e Convenções no ano de 2006 após a ideia ter sido proposta por uma produtora de eventos privada (SOUTTO MAYOR, 2012).

Portanto, diante do exposto, neste capítulo buscamos discutir, ainda que brevemente, a importância do Centro de Artes e Convenções da UFOP para o setor de eventos de Ouro Preto

¹⁰ As “janelas” de Ouro Preto foram consideradas verdadeiras inovações no formato do Carnaval de Ouro Preto. A “janela elétrica” surgiu em 1982, quando um comerciante decidiu instalar um som elétrico mecanizado na sacada de seu casarão na Rua São José. Aparentemente, a ideia surgiu no intuito de atrair o público para a Rua São José, descentralizando a aglomeração da Praça Tiradentes para outros locais do Centro Histórico. Acredita-se que esta ação tenha ocorrido devido a um desejo saudosista destes comerciantes de lembrar os velhos tempos da folia, além da oportunidade de apresentar aos foliões seus produtos e serviços. Já a criação da “janela erótica” data possivelmente de 1991. Novamente, outros comerciantes idealizaram esta nova atração, que consistia em homens e sobretudo mulheres dançando por detrás de um tecido sob uma iluminação baixa, o que denotava um ar de mistério. Deste modo, percebe-se que estas “inovações” influenciaram na concentração do público em outros locais urbanos do Centro Histórico que não a Praça Tiradentes, de modo que as pessoas passassem a vivenciar a folia não só pelas ruas, mas também dentro de bares e comércios afins (SOUTTO MAYOR, 2012, p. 95-100).

e, porque não, para a história socioeconômica do município. Ressaltamos que tais reflexões foram associadas a outras áreas do conhecimento a fim de proporcionar melhor compreensão do objeto de estudo e da pesquisa como um todo aos leitores. Esperamos que tal contribuição estimule novas pesquisas e contribua com estudos mais aprofundados do equipamento, de sua relação com o complexo ferroviário de Ouro Preto e do planejamento, organização e gestão pública do turismo e do planejamento urbano no município.

3. A PANDEMIA DE COVID-19 E O TURISMO DE EVENTOS

No Capítulo 3, apresentamos uma breve contextualização da pandemia de COVID-19 no Brasil e no mundo e seus impactos diretos na atividade turística. Em seguida, trataremos desta realidade em âmbito local, especificamente dos impactos sofridos pelo setor de eventos de Ouro Preto/MG entre os anos de 2020 e 2021.

3.1. Breve contextualização da pandemia de COVID-19 no mundo

No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou como pandemia o surto de contaminação infecciosa causado pelo vírus Sars-CoV-2, que ficou popularmente conhecido como COVID-19 (ORGANIZAÇÃO PANAMERICANA DE SAÚDE, 2020¹¹; ONU NEWS, 2020;¹² BBC NEWS BRASIL, 2020¹³; PORTAL G1, 2020¹⁴). Tudo começou em dezembro de 2019, na cidade de Wuhan, província de Hubei, China, após o registro do primeiro caso de contaminação em um mercado de frutos do mar, e desde então novos casos passaram a ser registrados em todo o mundo, já que a transmissão do vírus é de fácil contágio através de tosse, espirro ou contato com superfícies contaminadas. Entre os sintomas mais comuns estão febre, fadiga, dor de cabeça, diarreia, entre outros (ROTHAN, BYRAREDDY, 2020; HUANG *et al.*, 2020).

O surto infeccioso global de COVID-19 foi considerado como emergência de saúde pública de importância internacional pela Organização Mundial da Saúde e causou transformações estruturais na vida em sociedade, exigindo que entidades, instituições governamentais e líderes de Estado das altas cúpulas, adotassem urgentemente as recomendações da OMS, na tentativa de conter a disseminação do vírus pelo mundo e minimizar os impactos na saúde pública, colapsada por altos índices de contaminação e óbitos

¹¹ OMS afirma que COVID-19 é agora caracterizada como pandemia - OPAS/OMS. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/news/11-3-2020-who-characterizes-covid-19-pandemic>>. Acesso em: 29 Mar. 2023.

¹² Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia. Disponível em: <<https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706881>>. Acesso em: 29 Mar. 2023.

¹³ BRASIL, BBC News. Coronavírus: OMS declara pandemia. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-51842518>>. Acesso em: 29 Mar. 2023.

¹⁴ G1. OMS declara pandemia de coronavírus. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 23/03/2023.

desenfreados. Medidas emergenciais de segurança passaram a ser adotadas, como o isolamento e o distanciamento social, uso de máscaras e equipamentos de proteção individual, normas e protocolos de biossegurança, fechamento de fronteiras e quaisquer espaços públicos e privados com aglomeração de pessoas, redução da mobilidade dos modais de transporte, dentre outras, foram algumas das ações adotadas na tentativa de conter a tragédia em escala sem precedentes na história da humanidade (ROTHAN, BYRAREDDY, 2020; HUANG *et al.*, 2020; AQUINO *et al.*, 2020; PEREIRA *et al.*, 2021).

Através de alianças, parcerias e financiamentos de pesquisas científicas e de produções farmacêuticas, o mundo vivenciou a corrida pelo desenvolvimento de vacinas contra a doença infecciosa de COVID-19, para que assim a vacinação em massa pudesse ocorrer e acentuar o martírio que era diariamente noticiado nos meios de comunicação (MOORE *et al.*, 2020; HAMBURG, POLAND, 2023). Era uma corrida contra o tempo, contra novas contaminações, mortes e o agravamento da saúde mental coletiva.

A vacinação era a esperança da volta ao normal, que claramente não seria mais o mesmo. O universo científico passou a desenvolver diferentes vacinas e então os países começaram os programas de vacinação nacional. Em junho de 2020, o Brasil recebeu o primeiro lote de vacinas contra a COVID-19 para testes em voluntários, desenvolvida pela Universidade de Oxford, na Inglaterra. Foi firmada uma parceria entre o Brasil, a referida universidade e a farmacêutica AstraZeneca para desenvolver e produzir vacinas através dos laboratórios da Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ) (PEREIRA *et al.*, 2021).

3.2. Breve contextualização da pandemia de COVID-19 no Brasil

O primeiro caso de contaminação por COVID-19 no Brasil foi registrado em fevereiro de 2020 na cidade de São Paulo (UNASUS, 2020)¹⁵. Em junho, o país já liderava o terrível *ranking* com o maior número de mortes diárias, com mais de 76 mil vítimas, sendo responsável por uma em cada quatro mortes pela doença nas Américas. Em novembro, o país recebeu 120 mil doses da vacina Coronavac, produzida pela biofarmacêutica Sinovac, em parceria com o Instituto Butantan (PEREIRA *et al.*, 2021).

¹⁵ Coronavírus: Brasil confirma primeiro caso da doença. Disponível em: <<https://www.unasus.gov.br/noticia/coronavirus-brasil-confirma-primeiro-caso-da-doenca>>. Acesso em: 29 Mar. 2023.

Segundo notícia publicada no portal oficial da Fiocruz (2020)¹⁶, somente no ano de 2020, 230.452 pessoas vieram a óbito por causa de complicações ocasionadas pela doença. Conforme revelou Cristiano Boccolini, coordenador do estudo financiado pelo Programa Fiocruz de Fomento à Inovação (Inova Fiocruz), o número de mortes por COVID-19 no Brasil foi 18,2% maior do que o registrado naquele período, pois as informações cedidas pelo Sistema de Informações sobre Mortalidade do Ministério da Saúde estavam discrepantes, devido “tanto à demora no registro de óbitos quanto à reclassificação das causas de morte, decorrente da investigação das esferas municipal, estadual e federal” (FIOCRUZ, 2020). Ainda, “o pesquisador destaca que o Consórcio de Veículos de Imprensa¹⁷ cumpriu um papel fundamental no monitoramento dos números de casos e mortes de Covid-19, trabalhando com as melhores fontes de dados disponíveis no momento” (FIOCRUZ, 2020).

A crise não foi somente sanitária, tampouco só na saúde pública. O colapso foi também: social, político, econômico, financeiro e, substancialmente, humanitário. Estávamos em um contexto de “guerra invisível”, onde o inimigo não se via e só nos restava a segurança do lar. Violentamente, num silêncio ensurdecador, vivenciava-se o registro histórico de uma enxurrada de demissões, desemprego, pobreza, desespero, desordem e desesperança. Escancarou-se, mais do que nunca, as desigualdades sociais, econômicas e, também, as divergências (e inconseqüências) políticas e comportamentais dos sujeitos, sejam estes cidadãos comuns ou, sobretudo, líderes políticos (GUIMARÃES, RISSATO, 2020).

Quanto mais crítico se encontrava o contexto pandêmico, mais as atividades econômicas estagnavam e o funcionamento pleno era cada vez mais impossível de ser retomado nos setores da economia brasileira. Medidas emergenciais eram adotadas pelos municípios com base nos protocolos sanitários e as orientações emitidas pelo Ministério da Saúde, que seguia as recomendações da OMS e demais entidades governamentais da cúpula mundial. Assim, num primeiro momento, as relações de trabalho passaram a ser adaptadas,

¹⁶ Estudo analisa registro de óbitos por Covid-19 em 2020. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/noticia/estudo-analisa-registro-de-obitos-por-covid-19-em-2020>>. Acesso em: 29 Mar. 2023.

¹⁷ O Consórcio de Veículos de Imprensa (CVI) foi uma parceria estabelecida por importantes veículos de imprensa brasileiros, a saber: O Estado de S. Paulo, G1, O Globo, Extra, Folha de S. Paulo e UOL, entre o período de 08 de junho de 2020 a 28 de janeiro de 2023. Os dados eram enviados pelas secretarias estaduais de saúde, com o objetivo de informar, democraticamente, os dados sobre a pandemia de COVID-19 no país, já que na época o Ministério da Saúde restringiu informações sobre o número de casos e óbitos decorrentes de COVID-19 no Brasil. A ação ressaltou a importância do acesso à informação de qualidade e direito à liberdade de imprensa (REVISTA VALOR ECONÔMICO, 2022. Disponível em: https://valor.globo.com/brasil/noticia/2022/06/07/veiculos-se-unem-em-acao-por-democracia-sembarreira_ghtmz Acesso em 23/03/2023).

com a suspensão e/ou flexibilização das cargas horárias e escalas de trabalho, que se alteravam (ou não) conforme o contexto pandêmico do momento. Os lares se tornaram ambientes de trabalho *home office*, em ambientes escolares com aulas de educação à distância em plataformas de aprendizagem digitais. Foi também um período marcado pelo alto consumo de conteúdos digitais como entretenimento e atividades físicas devido ao *boom* das *lives* e do conteúdo das plataformas de *streaming* em áudio e vídeo (SOUZA JUNIOR *et al.*, 2020; ARAUJO; CIPINIUK, 2020). Sem dúvida, a pandemia acelerou o desenvolvimento e, sobretudo o aprimoramento, do uso das tecnologias de informação e comunicação como ferramentas de trabalho e educação (PEREIRA *et al.*, 2021; AQUINO *et al.*, 2020).

No Brasil, considera-se como marco institucional de enfrentamento à COVID-19, a Lei Federal n. 13.979, de 06 de fevereiro de 2020, que dispõe sobre as medidas emergenciais e estratégias de combate ao vírus em todo o território nacional pelo Governo Federal, bem como o Decreto Legislativo n. 6, de 20 de março de 2020, que decretou o Brasil em estado de calamidade pública. Governos estaduais e locais se mobilizavam, adaptando as normativas e orientações de saúde às suas respectivas realidades. Em Minas Gerais, o marco se estabeleceu através do Decreto NE n. 11, de 12 de março de 2020, o qual declarou situação de emergência em estado de saúde pública e dispunha sobre as medidas de enfrentamento à pandemia de COVID-19 previstas na Lei Federal referida anteriormente. Em exatos oito dias depois, o Governador Romeu Zema Neto, reconheceu o estado de calamidade pública decorrente da pandemia causada pela COVID-19 (Decreto n. 47.891, de 20 de março de 2020) (FERREIRA *et al.*, 2021; OLIVEIRA *et al.*, 2021a; OLIVEIRA *et al.*, 2021b; DOMICIANO *et al.*, 2021).

Nesse sentido, as atividades econômicas do setor terciário ficaram gravemente estagnadas, dada sua característica de não estocabilidade da produção (COELHO; MAYER, 2020). Conforme estudo realizado em 2020 pela Fiocruz (2020), publicado em notícia no portal oficial da entidade, dados revelam que a distribuição de óbitos por tipo de ocupação aparece alarmantemente nos setores de produção de bens e serviços industriais (22%), seguido pelo setor de comércio (19%) e agropecuário, considerando atividades florestais e de pesca (18%). As classes mais pobres foram as que mais sofreram com os impactos da pandemia por estarem mais expostas aos riscos de contágio devido à atuação no mercado de trabalho informal, bem como pela falta de condições mínimas de higiene sanitária (PEREIRA *et al.*, 2021; AQUINO *et al.*, 2020).

3.3. Impactos da COVID-19 no setor de eventos a nível nacional

O turismo mobiliza toda uma cadeia produtiva de serviços de meios de transportes, hospedagens, alimentação, agenciamento, cultura, lazer e entretenimento, dentre outras atividades, com efeitos diretos e indiretos. O fenômeno necessita essencialmente do deslocamento para ocorrer e, conseqüentemente da aglomeração de pessoas, e estes vão ao encontro contrário das medidas de segurança de enfrentamento a COVID-19, fazendo que a própria atividade seja um meio potencializador de propagação do vírus (RÊGO, BARROS, LANZARINI, 2021).

Segundo o relatório da Fundação Getúlio Vargas (FGV) sobre os impactos da COVID-19 no turismo brasileiro (FGV, 2020), as perdas econômicas de 2020-2021 totalizaram R\$116,7 bilhões em comparação aos dados do PIB em 2019, representando 21,5%. Para tentar recuperar as perdas, estimou-se que seria necessário que a atividade crescesse, em média, 16,95% ao ano entre 2022 e 2023, correspondendo, respectivamente, a R\$303 bilhões e R\$355 bilhões.

Analisando as perspectivas para as atividades recreativas, culturais e desportivas, o que inclui o turismo de negócios e eventos, nota-se que houve estabilidade entre fevereiro a novembro de 2021 e esperava-se que partir de março de 2022 poderíamos registrar um crescimento gradual de suas atividades, o que pode ser explicado pela expectativa de retorno do Carnaval (FGV, 2020).

No ano de 2019, estimou-se que o setor havia crescido, em média, 6,5% ao ano, considerando o período de 2013 a 2019. E para 2020, 73% das empresas de eventos esperavam que seu faturamento crescesse (ABEOC BRASIL, 2019).

Mas diante de toda a conjuntura vivida pela pandemia, com seus efeitos na saúde, no social, no campo político e no econômico, empresários e trabalhadores de eventos viram sua fonte de renda simplesmente secar da noite para o dia. Segundo pesquisa realizada pelo SEBRAE, em parceria com a ABEOC e a UBRAFE, feita em abril de 2020, 98% do setor de eventos no Brasil foi impactado pela pandemia. Conforme esclarecem os entrevistados, 62,5% registrou queda de 76% a 100% no faturamento se comparado ao ano de 2019, sendo que no mês de março de 2020 a maioria simplesmente não teve nenhuma arrecadação. Em 2020, as preocupações de trabalhadores e empresários do ramo se voltaram para as medidas emergenciais de gestão de seus negócios e o resguardo à saúde dos indivíduos e suas famílias. Era preciso abraçar as soluções do momento para minimizar os impactos, para que no futuro a

retomada pudesse ser minimamente viável e menos catastrófica (SEBRAE; ABEOC; UBRAFE, 2020).

A pandemia de COVID-19 ocasionou uma enxurrada de adiamentos e cancelamentos de toda uma agenda a ser cumprida pela cadeia produtiva do setor de eventos (Sousa Junior *et al.*, 2020). Do grande ao pequeno evento, do internacional ao local, do corporativo ao social, das festas tradicionais brasileiras aos *shows*: todos se viram sem saída diante do adiamento e cancelamento total de suas agendas, buscando soluções emergenciais para resguardar seus negócios e suas vidas. Em abril de 2020, as principais preocupações eram adequar a empresa para continuar funcionando (47,8%), manter clientes (42,9%) e cortar custos (40%). No que diz respeito aos funcionários diretos das empresas do setor, nota-se que o *home office* (51,6%) e a dispensa dos funcionários (43,5%) foram as medidas mais adotadas para gerir os empregados, enquanto que os terceirizados tiveram redução de horas trabalhadas e dos valores a serem pagos (35%), seguido pelas ações de cancelamento/suspensão de contratos (14%), redistribuição das horas contratadas (13%) e desligamentos (11%) (SEBRAE; ABEOC; UBRAFE, 2020).

A cadeia produtiva do setor de eventos funciona como uma engrenagem. Por envolver uma série de prestadores de serviços de diferentes ramos, assim como os serviços indiretos que também se beneficiam das festividades, empregos, renda e impostos são gerados, atingindo todos os níveis da economia brasileira. Para se ter uma noção, os últimos dados disponíveis sobre a relevância econômica dos eventos em âmbito nacional são do “II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil”, realizado em 2013 pela Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a Universidade Federal Fluminense revelou que cerca de 60 mil empresas são responsáveis por mobilizar toda a cadeia de serviços, gerando R\$209,2 bilhões de faturamento, R\$48 bilhões em impostos e 1 milhão e 893 mil empregos diretos e indiretos. É importante destacar que 95,4% do total de empresas do segmento são caracterizadas como microempreendedores individuais (MEIs), microempresas e empresas de pequeno porte (ABEOC BRASIL, 2013).

O perfil da grande maioria das empresas do setor de eventos é formado por MEIs (Microempreendedor Individual), micro e pequenas empresas, e empresas de pequeno porte que atuam em âmbito regional e local, tendo em média 10 pessoas e de 1 a 2 sócios (ABEOC, 2019). Conforme mostra a reprodução da Figura 6, algumas trabalham somente com a função de organizar os eventos, outras são apenas fornecedoras ou prestadoras de serviço. Há

também aquelas que exercem as duas funções. Ou seja: o mercado de eventos brasileiro é composto, essencialmente, por uma gama de sujeitos que dependem desse efeito em cadeia dos serviços para se sustentarem.

Figura 6 - Perfil típico da empresa de eventos no Brasil segundo a ABEOC



Fonte: ABEOC BRASIL, 2019. Reprodução. Acesso em 30/08/2022.

3.4. Impactos da COVID-19 no setor de eventos de Ouro Preto/MG entre 2020 e 2021

No município de Ouro Preto, no estado de Minas Gerais, considera-se que o Decreto n. 5.657, de 17 de março de 2020, tenha sido a primeira medida adotada pelo Poder Executivo local para enfrentamento da pandemia de COVID-19, o qual previa medidas de prevenção, controle e contenção de riscos, danos ou agravos à saúde pública para evitar a disseminação do vírus no município. No que tange o setor de eventos, o art. 6 do referido decreto recomendava que os espaços públicos não deveriam realizar eventos que ocasionassem aglomerações de pessoas, o que obviamente incluía todo e qualquer tipo de encontro, seja ele de lazer, entretenimento, festas sociais em geral, desportivos, religiosos, culturais, artísticos, acadêmico-científicos, profissionais e afins. O Decreto Municipal n. 5.661, de 20 de março de

2020, dispunha da paralisação da atividade turística em Ouro Preto, dentre elas a medida de proibição da entrada e circulação de ônibus de turismo em qualquer território do município, composto por 12 distritos. Três dias depois, Ouro Preto declarou estado de calamidade pública (Decreto Municipal n. 5.666, de 23 de março de 2020) (FERREIRA *et al.*, 2021; OLIVEIRA *et al.*, 2021a; OLIVEIRA *et al.*, 2021b; DOMICIANO *et al.*, 2021).

O Decreto n. 5.665, de 22 de março de 2020, materializou o colapso no funcionamento da cidade. Todo e qualquer serviço, atividade, empreendimento público ou privado, que necessitasse de alvará de funcionamento e que, por conseguinte, gerasse aglomeração de pessoas, deveria ser proibido, por tempo indeterminado. Serviços essenciais e turísticos foram suspensos sem qualquer previsão de retorno ao pleno funcionamento.

Estudos preliminares começaram a ser realizados na intenção de mensurar os impactos socioeconômicos da pandemia de COVID-19 no turismo em Ouro Preto. A pesquisa de Oliveira *et al.* (2021a) investigou os impactos sofridos nos meios de hospedagem do destino através da aplicação de entrevistas com roteiros semiestruturados, questionários *online* e a comparação dos dados sobre o Imposto Sobre Serviço de Qualquer Natureza (ISSQN) dos anos de 2018, 2019 e 2020. Dentre as principais constatações dos pesquisadores, está a falta de instrumentos de gestão municipal voltados especialmente para períodos de crises e a retomada das atividades econômicas sem planejamento adequado. Nos meses de maio e junho de 2020, foram identificados terríveis declínios, sendo 80,23% e 89,61%, respectivamente, de queda no faturamento dos estabelecimentos do setor de hospedagem.

Conforme os resultados obtidos na pesquisa, os autores constataram que a retomada do turismo em Ouro Preto foi despreparada. Percebeu-se desespero e pressão por parte do empresariado local pela volta imediata das atividades do *trade* após a adesão do município ao Plano Minas Consciente, de autoria do Governo do Estado de Minas Gerais, cujo objetivo era promover a retomada de forma consciente e segura das atividades econômicas do estado de acordo com as orientações e normativas dos órgãos competentes da saúde mundial e nacional. Em Ouro Preto, essa adesão ocorreu apenas no mês de julho através do Decreto n. 5.711, de 02 de junho de 2020 e, deste modo, os representantes empresariais identificaram uma abertura para agilizar a retomada de suas atividades comerciais (OLIVEIRA *et al.*, 2021a).

O Plano Minas Consciente visava estabelecer uma retomada segura e gradual das atividades econômicas de Minas Gerais, promovendo a reabertura e flexibilização de serviços e comércios com base no monitoramento das curvas de contaminação e óbitos provocados pela COVID-19 e a adoção de protocolos de biossegurança nos estabelecimentos. O plano

obedecia o regime de ondas e fases do qual à época inicialmente foi classificado em: Onda Vermelha (Fase 1): atividades essenciais; Onda Amarela (Fase 2): atividades não essenciais; e Onda Verde (Fase 3): serviços não essenciais com alto risco de contágio. Ao passo em que se aumentavam os números publicados em boletins epidemiológicos, mais alterações ocorriam nesse regime de ondas e classificação dos municípios e regiões, visto que a tabela acompanhava a necessidade econômica, os impactos na cadeia produtiva e principalmente a realidade vivenciada pelo sistema de saúde de cada cidade e região (OLIVEIRA *et al.*, 2021).

A referida pesquisa data de 2021. Naquele momento, os resultados mostraram que a reabertura das atividades econômicas da cidade ocorreu sem um plano de reabertura, sem uma implantação mais rigorosa de barreiras sanitárias e o mais grave: começaram a retomar o turismo sem consultar o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR).

O COMTUR é um órgão responsável por articular debates, promover diálogos e discutir os rumos da atividade turística através da participação de representantes do *trade* local: membros da Prefeitura, gestores municipais, empresários, entidades de classe e também os moradores locais. Essa decisão (ou neste caso, a falta dela) foi extremamente prejudicial, pois “mesmo seguindo um protocolo estadual, cada município possui suas próprias fragilidades e especificidades” (OLIVEIRA *et al.*, 2021a, p. 9), e deste modo, não consultar as opiniões dos membros de um órgão que existe justamente para decidir-se em conjunto, só revela tamanha irresponsabilidade com os resultados consequentes desta decisão, prejudicando, assim, a promoção de uma retomada gradual, segura e socioeconomicamente sustentável.

É fato que as autoridades municipais agiram apesar das insuficiências. No dia 07 de dezembro de 2020, durante a Assembléia Extraordinária do COMTUR, a equipe técnica da Secretaria Municipal de Turismo, Indústria e Comércio (hoje nomeada como Secretaria Municipal de Cultura e Turismo) apresentou uma Cartilha de Boas Práticas e Orientações aos Segmentos Econômicos, elaborada com base na cartilha proposta pela cidade de Salvador. Entretanto, o documento não foi divulgado e nem colocado em prática, contribuindo parcialmente para o despreparo operacional das prestadoras de serviços e comércio da cidade, deixando-as à mercê de orientações que em partes não são direcionadas à realidade local e tampouco as especificidades dos estabelecimentos (OLIVEIRA, *et al.*, 2021).

As implicações da pandemia de COVID-19 no setor de eventos de Ouro Preto foi investigado na pesquisa de Ferreira *et al.* (2021). O objetivo era comparar o desempenho entre os anos de 2019 e 2020. Entre os procedimentos metodológicos estão a aplicação de

entrevistas semiestruturadas com representantes do setor público e de um questionário estruturado *online* voltado para o setor privado, cujos respondentes eram empresas locais prestadoras de serviços especializados em eventos.

Em 2019, Ouro Preto havia registrado 200 eventos, entre organizados, promovidos e apoiados, de acordo com a agenda de eventos do setor público municipal. Sobre o setor privado, os autores compararam o quantitativo da prestação de serviços das empresas respondentes, considerando também aqueles que seriam prestados nos eventos que foram adiados ou cancelados. É válido ressaltar que os procedimentos metodológicos adotados pelos autores não contabilizou o número de eventos realizados, mas sim os *serviços prestados* nos eventos em Ouro Preto, visto que os pesquisadores consideraram a hipótese de que um mesmo evento pode reunir várias empresas de diferentes ramos, fazendo com que a mensuração dos impactos sofridos fosse mais condizente à realidade estudada (FERREIRA *et al.*, 2021).

De acordo com a amostra analisada, em 2019, 2.347 serviços foram prestados pelas empresas do setor de eventos de Ouro Preto. Mas devido à pandemia, o ano de 2020 registrou uma queda de 93,3%, visto que apenas 168 serviços foram fornecidos, 1.174 contratos foram adiados e 1.012 não puderam acontecer devido ao cancelamento do evento. Ainda, toda a agenda de eventos do setor público municipal foi cancelada em 2020 (FERREIRA, *et al.* 2021, p. 55). Cabe lembrar que esses dados locais acompanham as tendências da pesquisa realizada pelo SEBRAE, em parceria com a ABEOC e a UBRAFE citada anteriormente, que constatou que 98% das empresas do setor de eventos do Brasil declarou ter sofrido com as implicações da pandemia de COVID-19 em seus negócios (SEBRAE; ABEOC; UBRAFE, 2020).

O avanço da cobertura vacinal no Brasil permitiu que a reabertura das atividades econômicas fosse gradativamente retomada, flexibilizando medidas e protocolos de biossegurança. Os dados disponibilizados pelo consórcio de veículos de imprensa no portal G1 mostram que, até o dia 27 de janeiro de 2023 (um dia antes do término do consórcio), o total de doses aplicadas era de 464.316.447 (84,81% das doses distribuídas para os estados brasileiros). 108.536.650 pessoas tomaram a dose de reforço, o que corresponde a 50,52% da população total e 60,41% da população vacinável (pessoas com 12 anos ou mais). Os totalmente imunizados (tomou duas doses ou dose única) contabilizaram 173.065.096 pessoas (80,56% da população total e 86,47% da população vacinável de 3 anos de idade ou mais). Ainda, 182.714.701 pessoas receberam somente uma das doses, sendo 85,05% da população total e 91,29% da população vacinável de 3 anos de idade ou mais. A vacinação de crianças de 3 a 11 anos totalmente imunizadas é de 11.128.967 (42,12% da população entre três e 11

anos), enquanto que 15.902.153 crianças da mesma faixa etária (60,18% da população) tomaram somente a primeira dose (G1, 2023)¹⁸.

Portanto, considerando o exposto, a segunda parte da presente pesquisa buscará investigar as possibilidades e desafios da retomada do setor de eventos de Ouro Preto no ano de 2022. Antes de tratarmos da análise e discussão dos resultados obtidos, apresentaremos os procedimentos metodológicos adotados.

4. IMPACTOS DA SUSPENSÃO DAS ATIVIDADES DO CENTRO DE ARTES E CONVENÇÕES DA UFOP EM 2022

Este capítulo apresenta detalhadamente os métodos adotados para elaboração desta pesquisa. Em seguida, tratamos da análise e da discussão dos resultados obtidos.

4.1. Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa possui abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo. Os instrumentos adotados para a coleta de dados foram pesquisa bibliográfica e documental, aplicação de entrevistas com roteiro semiestruturado e observação participante, que “consiste na participação real do pesquisador com a comunidade ou grupo. Ele se incorpora ao grupo, confunde-se com ele. Fica tão próximo quanto um membro do grupo que está estudando e participa das atividades normais deste (LAKATOS; MARCONDES, 2003, p. 194).

Foram consultados documentos de abrangência nacional, como o Relatório da Fundação Getúlio Vargas sobre o turismo brasileiro - edição 2020, e pesquisas setoriais realizadas pela ABEOC, em parceria com o SEBRAE e a UBRAFE.

Em termos de informações de abrangência local, foram consultados documentos norteadores da Universidade Federal de Ouro Preto: o Plano de Contingência para Ampliação das Atividades Presenciais e as orientações previstas no Protocolo de Biossegurança da instituição, estabelecidos pelo Comitê de Enfrentamento ao Coronavírus da UFOP. E

¹⁸ G1. **Brasil tem média de 77 mortes por Covid; tendência é de estabilidade.** Disponível em: <https://g1.globo.com/saude/coronavirus/noticia/2023/01/27/brasil-tem-media-de-77-mortes-por-covid-tendencia-e-de-estabilidade.ghtml#vacina>. Acesso em: 29 Mar. 2023.

especialmente do Centro de Artes e Convenções, foi analisado um relatório sobre o levantamento quantitativo de eventos realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP durante o período de 2018 a 2022, disponibilizado pela Entrevistada A. Também foram consultados alguns decretos relevantes emitidos pela Prefeitura Municipal de Ouro Preto, propondo uma análise mais direcionada, a saber:

- a) Decreto n. 5.657, de 17 de março de 2020: adota medidas de prevenção, controle e contenção de riscos, danos e agravos à saúde pública, a fim de evitar a disseminação do novo Coronavírus-COVID-19 no município de Ouro Preto;
- b) Decreto n. 5.661, de 20 de março de 2020: estabelece as medidas emergenciais de contenção ao coronavírus;
- c) Decreto n. 5.711, de 02 de junho de 2020: dispõe da adesão ao Plano Minas Consciente e dá outras providências

A motivação para elaborar este trabalho partiu da atuação profissional da autora no setor de eventos de Ouro Preto, especificamente no Centro de Artes e Convenções da UFOP, no qual atua desde o ano de 2019. Dada a oportunidade, optou-se por aproveitar as reflexões, questionamentos e o próprio conhecimento adquirido na prática, especialmente do setor operacional da área de eventos e sua dinâmica com o *trade* turístico local. Com isso, tornou-se possível a tentativa de propor uma análise mais assertiva e próxima da realidade.

A primeira etapa da pesquisa consistiu em levantamento bibliográfico em artigos científicos, monografias, livros, pesquisas setoriais, pesquisa documental e notícias. Pesquisou-se sobre a relação histórica da atividade turística com os eventos no Brasil. Em seguida, levantou-se bibliografias que tratam dos eventos realizados em Ouro Preto e seus impactos no destino, o qual contém um recorte específico sobre o breve histórico da inauguração do equipamento Centro de Artes e Convenções da UFOP em março de 2001, traçando sua possível relação com o contexto histórico das políticas públicas de turismo do final dos anos 1990 e início dos anos 2000, a fim de ressaltar sua importância para a infraestrutura turística de Ouro Preto e como uma proposta de inovação da época como fonte de dinamização econômica no município através da aposta no turismo de eventos.

Foi realizado levantamento bibliográfico em artigos científicos e pesquisas setoriais, sobre os impactos socioeconômicos da pandemia de COVID-19 no turismo brasileiro e no setor de eventos de Ouro Preto, considerando o período de 2020-2022, propondo um panorama dos acontecimentos vividos nos anos de 2020 e 2021, considerando que o ano de 2022 ficou a cargo das avaliações e contribuições realizadas pelos próprios agentes locais, colhidas através das entrevistas aplicadas.

A segunda etapa consistiu na pesquisa de campo, através de aplicação de roteiro de entrevista semiestruturado com 4 atores-chave do setor de eventos de Ouro Preto, sendo 3 do setor público e 1 do setor privado, sendo que a entidade é sem fins lucrativos. Dos entrevistados, 3 são turismólogos de formação, enquanto que 1 é empresário e possui atuação no mercado turístico ouro-pretano com mais de 15 anos de experiência. Os resultados obtidos foram submetidos a uma análise qualitativa com base no referencial teórico tratado neste trabalho. Para melhor compreensão sobre os entrevistados, elaborou-se o Quadro 2:

Quadro 2: Identificação dos entrevistados

IDENTIFICAÇÃO	CARGO DO ENTREVISTADO
Entrevistado A	Coordenadora do Centro de Artes e Convenções da UFOP (gestão 2018-presente).
Entrevistado B	Secretário de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia (gestão 2022-presente). Foi Secretário de Turismo, Indústria e Comércio (gestão 2016-2021). Foi presidente do Circuito do Ouro por dois mandatos.
Entrevistado C	Diretora do Departamento de Turismo da Secretaria Municipal de Turismo e Cultura de Ouro Preto (gestão 2021-presente). Servidora efetiva de carreira na Prefeitura Municipal de Ouro Preto há 13 anos.
Entrevistado D	Diretor-Executivo do Ouro Preto e Circuito do Ouro Convention & Visitors Bureau.

Fonte: elaborado pela autora. 2023.

O primeiro contato com os entrevistados foi feito através de *e-mail*, enviado para cada um deles solicitando a participação de livre escolha. Devido à demora no retorno, decidiu-se contactá-los via *WhatsApp*, o que garantiu mais agilidade nos agendamentos e na obtenção

dos resultados. Duas entrevistas foram realizadas presencialmente e duas foram feitas através do *Google Meet*, sendo que nas presenciais utilizou-se somente gravador de som e nas duas últimas foi feita gravação em áudio e vídeo, a fim de facilitar as transcrições. A duração média foi de 50 minutos e as entrevistas foram realizadas entre os meses de fevereiro e março de 2023. Todos os entrevistados leram e assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, o qual, dentre outras condições, informou que as entrevistas seriam gravadas e que os resultados obtidos seriam utilizados somente para fins deste trabalho monográfico.

4.2. Análise e Discussão de Resultados

para fins de melhor compreensão ao leitor, dividimos a apresentação dos resultados em duas subseções, a saber:

Segundo Queiroz (2019) e Queiroz e Faria (2019), Ouro Preto sempre manteve sua história atrelada à mineração, sendo ainda hoje uma atividade econômica da qual a cidade depende muito. Somente no ano de 2014, a receita do município ficou entre R\$ 27 a R\$ 30 milhões e em 2017 ficou abaixo dos R\$ 20 milhões, devido ao rompimento da barragem de Fundão, em 2015, na cidade de Mariana (QUEIROZ; FARIA, 2019).

Alguns entrevistados citaram a mineração e o turismo como algumas das principais atividades econômicas de Ouro Preto. Apesar da mineração ser responsável pela alta arrecadação de impostos para os cofres públicos, são as atividades do setor de serviços e o turismo que contribuem para a geração de emprego e renda para a população local e isso, para o Entrevistado B, não deve ser deixado de lado:

Ouro Preto hoje ainda depende muito da mineração no que tange aos impostos aos cofres municipais, mas o atividade turística do setor de serviços emprega muito mais que a mineração em Ouro Preto e nos últimos quatro, cinco anos, essa válvula inverte e hoje o turismo é o setor de serviços que emprega mais que a mineração (...) Eu contratei a empresa júnior de Turismo da UFOP numa época para fazer o INVTUR - Inventário de Turismo - para cortar também uma outra falácia que acontecia em Ouro Preto, que o turismo não era importante economicamente, porque quando você pegava os impostos da Prefeitura de Ouro Preto, o turismo estava lá, sete, oito por cento, e a mineração, 73%. Aí o pessoal botava uma lupa naquilo e falava: “aí, tá vendendo, turismo não adianta, turismo não é nada”. E aí eles esquecem que o potencial principal do turismo não é de geração de imposto, é de geração de emprego. (ENTREVISTADO B, 2023).

O turismo é um dos eixos abordados no recente Plano de Apoio à Diversificação Econômica (PADE), citado por alguns dos entrevistados, que por sua vez contribuíram com a estruturação das ações do plano, iniciadas em setembro de 2020. A proposta é de autoria da Samarco S/A, em parceria com a Plan Soluções, e visa fomentar a diversificação econômica de Ouro Preto e Mariana com a colaboração e participação de agentes do poder público, setor produtivo e entidades setoriais para promover o desenvolvimento econômico sustentável, melhorar as condições de vida da população e reduzir a dependência econômica da mineração nestes municípios. Os eixos abordados são: Agropecuária; Aproveitamento de Rejeitos; Empreendedorismo; Turismo e Tecnologia e Inovação.¹⁹

As ações do PADE são criticadas pelo Entrevistado D Para ele, as medidas são “para inglês ver” e diante de sua fala, fica evidente a descontinuidade das ações de planejamento a médio e longo prazo propostas para as atividades econômicas de Ouro Preto, o que resulta em retrabalho das mesmas demandas ainda que as necessidades mudem com o passar do tempo:

A questão é a seguinte: o processo do PADE em Ouro Preto ele é bastante complexo. Porque? Por que a Samarco não quis reconhecer os impactos ambientais em Ouro Preto. Aí o pessoal começou uma discussão, começou uma briga política e tal, aí parece que alguém entrou lá no Ministério Público e aí o Ministério Público pegou e falou: “Não, a Samarco tem que fazer alguma coisa lá por Ouro Preto (...) porque querendo ou não, a cidade foi impactada”. Aí a Samarco então, pressionada pelo Ministério Público, resolveu fazer um plano de diversificação econômica para Ouro Preto e Mariana. Ela ia fazer só para Mariana, resolveu estender para Ouro Preto também. Então é aí que o PADE surge, nessa perspectiva (...). O PADE é o quarto plano, tem três já. E inclusive é interessante, porque cada um começa do zero (...). Tem uma expressão que é muito usada no Brasil: “É pra inglês ver e para falar que fez” (...) Aí apresenta lá para o Ministério Público, o Ministério Público não vem aqui nem saber se fez ou se não fez (ENTREVISTADO D, 2023).

Algumas das ações do PADE - Eixo Turismo são voltadas inteiramente para o setor de eventos de Ouro Preto, por exemplo: a) elaboração de política de captação de eventos em parceria com o Convention & Visitors Bureau Ouro Preto e espaços de eventos; b) mapeamento dos tipos e capacidades dos espaços para eventos oferecidos no município; c) criação de material promocional do município específico para eventos (RELATÓRIO PADE PLAN SOLUÇÕES, 2023). Durante conversa com a Entrevistada C, ela nos contou que Ouro Preto não possui uma Política Municipal de Eventos e que com a intervenção do PADE, o interesse em estruturar uma lei tão necessária ficou em evidência:

¹⁹ Disponível em: <https://solucoesplan.com.br/padeouropreto/>. Acesso em 27 de março de 2023.

A gente tentou aqui ano passado fazer uma política municipal de eventos. A gente não conseguiu com a retomada [do turismo], sabe? É uma coisa que começou e morreu (...). A gente está tentando discutir no PADE, mas o PADE parou, está parado. Mas no PADE, o eixo do turismo eram duas ações: os eventos, que é tentar organizar os eventos para captar mais eventos, e a questão da capacitação. Mas eu acho que ele vai retomar com outro formato (ENTREVISTADA C, 2023).

A Entrevistada C também falou dos limites da cidade quanto à oferta de espaços para eventos, que reflete a carência de investimentos em infraestrutura. O assunto se manifestou devido a realização do Carnaval dos Blocos Universitários 2023 - a primeira edição pós-pandemia - que urgentemente precisou realocar o evento para outro espaço com capacidade de suportar a massa de foliões. A ação precisou ser adotada em virtude dos novos riscos de deslizamento do Morro da Força, que inviabilizou o acesso de veículos e pedestres ao Espaço Folia do Centro de Artes e Convenções - localizado na Praça da UFOP (área de estacionamento) e com isso, parte das dependências do equipamento foram interditadas. O evento da Liga dos Blocos aconteceu no Complexo Esportivo da Água Limpa e as demais festividades organizadas por repúblicas estudantis foram “desmembradas” para outros espaços em Ouro Preto. Conforme diz:

E quanto a espaços de eventos grandes, assim, é pouco, pouco. A gente viu aí no Carnaval a questão das festas, das repúblicas, do Bloco da Praia. A dificuldade que foi achar um espaço apropriado, graças a Deus, conseguiu. Mas foi luta, sim. Não tinha opção. Ou era aquele ou aquele, e foi o campo. São limitações para poder fazer coisas de grande porte (...) é falta de incentivo, investimentos de infraestrutura mesmo. É preciso que haja, que invista em infraestrutura com espaço apropriado à acessibilidade (ENTREVISTADA C).

Antes da pandemia ser oficializada em março de 2020, o Centro de Artes e Convenções da UFOP seguia com suas atividades normalmente. A Entrevistada A assumiu a gestão do equipamento turístico em 01 de outubro de 2018. Ela nos revelou que entre os anos de 2018 a 2020 (até o mês de fevereiro), o Centro de Artes e Convenções contava com uma taxa de ocupação anual de 80%, considerando os dias de montagem, dia de evento e desmontagem.

Os demais dias costumavam ser destinados à manutenções prediais, limpeza e preparação dos espaços entre um evento e outro, visto que o equipamento conta com 8 espaços internos e 2 áreas de estacionamento, que costumam sediar eventos quando não estão sendo utilizadas em sua função principal. Uma delas está localizada nas dependências do espaço interno do Centro de Artes e Convenções da UFOP e possui capacidade de 839m², costumando ser destinada para a realização de pequenos eventos ao ar livre, visto que se

integra aos demais espaços internos do equipamento. A segunda área é externa possui capacidade de 3.800m². Trata-se de um espaço destinado ao lazer e atividades físicas, aberto diariamente para uso da população quando não há eventos. É destinada para a realização de eventos de médio a grande porte, como *shows*, eventos culturais, Carnaval, dentre outros.

Entretanto, no dia 17 de março de 2020, a reunião extraordinária do Conselho Universitário da UFOP suspendeu as atividades presenciais. Conforme registrado, a revogada Resolução CUNI n. 2.337, de 17 de março de 2020, havia aprovado a “adoção do conjunto de ações e prevenção da disseminação do coronavírus no âmbito da comunidade da UFOP”. Via Boletim Administrativo, ano 30, n. 11, de 18 de março de 2020, foi informado que estava proibida “a realização de eventos de qualquer natureza em repúblicas e moradias estudantis, ainda que já autorizados” (p. 2), e que estavam suspensas “novas autorizações de uso dos espaços do Centro de Artes e Convenções da UFOP” (p. 2). Deste modo, o Centro de Artes e Convenções ficou impedido de receber eventos durante 2 anos, até poder voltar somente em março de 2022. A Entrevistada A fala deste momento tão difícil durante sua gestão, marcada por cancelamento de eventos importantes para o equipamento e, conseqüentemente, para a atividade turística em Ouro Preto:

Com a pandemia foi necessário o cancelamento ou adiamento de muitos eventos, né? Por exemplo: nós tivemos adiamento de vários congressos, várias feiras. Nós tivemos cancelamento do Festival de Turismo, cancelamento do SIMEXMIN, cancelamento de congressos importantes, tivemos cancelamento de Congresso do Ministério Público, cancelamento de congressos na área da Medicina, da Odontologia também. E esses eventos com o cancelamento têm uma implicação direta no turismo e na economia local, uma vez que são eventos onde a partir do momento em que eles são cancelados, as pessoas já não vêm mais para a cidade e cancelam suas reservas, cancelam os contratos feitos para a realização desses eventos. Grande parte dos eventos da cidade que acontecem aqui no Centro de Convenções utilizam mão de obra local, empresas locais, seja para limpeza, para segurança, som, estrutura, bandas, *buffet*. Então isso teve um impacto grande também para as empresas que estão ligadas de uma forma indireta às atividades do Centro (ENTREVISTADA A, 2023).

O Entrevistado B reconhece as conseqüências da pandemia nos dois maiores eventos de Ouro Preto:

É obviamente o setor mais afetado. Foi o primeiro a parar (referindo-se ao setor de eventos) e o último a retornar. Então, Ouro Preto sofreu muito durante os dois anos da pandemia. Sem a atividade turística, que inclui os eventos, que são uma grande fonte de movimentação econômica em Ouro Preto. Nós temos grandes eventos aqui e aí eu cito, por exemplo, o Carnaval que deu um giro de 40, 50 milhões, dependendo do público, mas é uma média dos últimos anos. E a Semana Santa de Ouro Preto tem um giro de 25 milhões. Então aí a gente já pode entender a

importância dos eventos para a economia de Ouro Preto como um todo e também com a geração de empregos temporários que acontece nesses eventos (ENTREVISTADO B).

Em contrapartida, o Entrevistado D propõe uma reflexão muito pertinente e mais ampla sobre o mercado de eventos de Ouro Preto. Para ele, o setor já era afetado muito antes da pandemia e que ela só escancarou os problemas estruturais do trade turístico local. Além disso, ele acredita que o empresariado local se adaptou a uma zona de conforto dos eventos já consolidados, uma vez que, segundo ele, o Município não possui um calendário de eventos, mas sim um conjunto de datas comemorativas onde 60% dos eventos são, na verdade, atividades paroquiais. Esse argumento já foi discutido por outros autores (FERREIRA *et al.*, 2021. DOMICIANO *et al.*, 2021), que explicam que essa é uma ideia falaciosa de demanda plena de fluxo turístico em Ouro Preto, além de contestarem que o destino “se vende sozinho”.

Ouro Preto já era impactada antes, porque Ouro Preto não tem um calendário de eventos, porém ele tem eventos que já se tornaram tradicionais ainda. Os devidos reforços de incentivo, vamos dizer assim, aquela certa acomodação ali de todos os anos ter sempre os mesmos eventos (ENTREVISTADO D).

Teberga (2021) realizou uma pesquisa, em caráter de análise imediata, sobre a incidência da COVID-19 nos trabalhadores formais e informais do turismo. Ao longo do estudo, é evidente o colapso causado pela perda de empregos diretos e indiretos ligados à atividade turística. Para ela, os trabalhadores informais do turismo (uma característica marcante da área de eventos) tendem a apresentar uma remuneração média muito baixa, com maiores jornadas de trabalho e baixa escolaridade. Assim, percebe-se que muito se diz, numa análise positivista dos entrevistados, que o setor de eventos possui um alto poder de geração de emprego e renda para a população local, porém, não se questiona sobre a qualidade dos serviços oferecidos que em sua maioria possuem caráter temporário. Teberga (2021) também defende que a crise gerada pela perda de empregos ligados ao turismo, não é de todo dela, mas sim um agravamento de uma conjuntura política e econômica:

Em um cenário de completo caos epidemiológico e barbárie social, o desemprego ou a falta de trabalho são agravados por políticas neoliberais nefastas: retira do trabalhador qualquer esperança de respiro. É negligenciado pelas políticas de amparo ao trabalhador, é esquecido nas políticas de seguridade social, é ignorado pelas políticas de saúde pública. As leis de “manutenção de emprego e renda” são, ao contrário do que o nome sugere, a pá de cal de um grito de desespero. Beneficiam os grandes empresários e deixam os trabalhadores, cujos contratos de trabalho

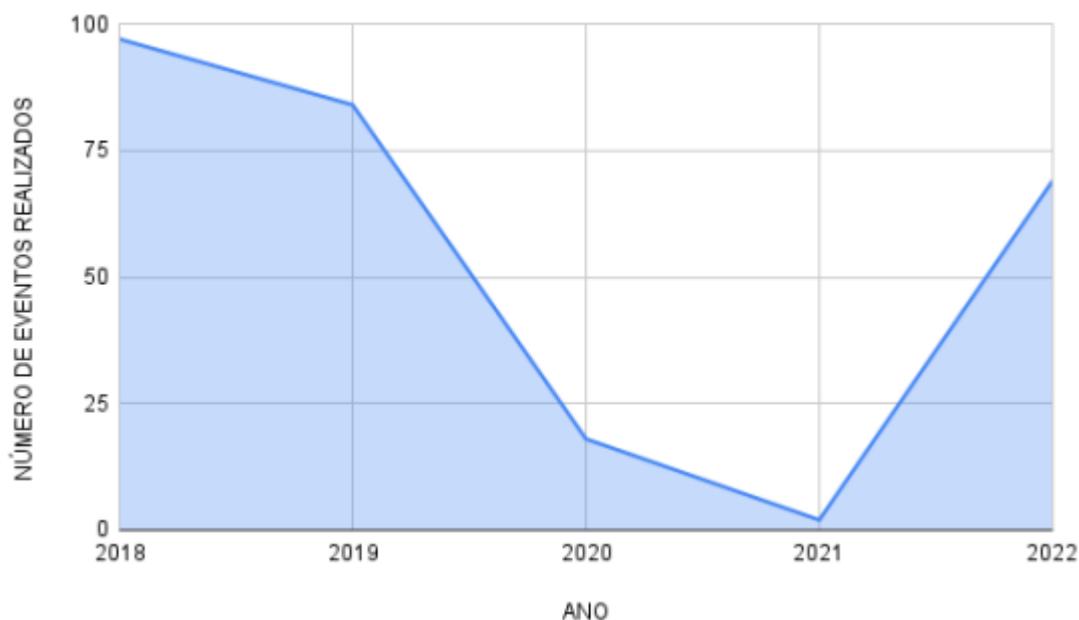
ficaram “suspensos” durante o ano de 2020 – como se a fome também pudesse ficar em suspensão – à míngua (TEBERGA, 2021, p. 17)

Segundo Silva, Bantim e Costa (2021), cerca de 71,1% dos trabalhadores do segmento de cultura e lazer são informais, caracterizando, assim, uma massa de trabalhadores sujeitos à insegurança econômica, dependentes de uma oferta sazonal de emprego, sendo muito comum a prestação de serviços *freelancers*. Alguns entrevistados citaram que a mão de obra local costuma ser de baixa qualidade, assim como a remuneração. E no caso dos eventos, isso se deve ao fato de que o setor possui uma alta mão de obra terceirizada e informal, “denotando assim um descompasso entre a posição estratégica do setor e a necessidade de garantir um serviço de qualidade com recursos humanos treinados para o exercício de suas funções (p. 4)”. No Brasil, isso foi potencializado quando o então presidente Michel Temer aprovou a Lei Ordinária 13.429 de 31 de março de 2017, permitindo que as empresas pudessem terceirizar todas suas atividades, agravando ainda mais a precarização do trabalho:

O contrato de trabalho sólido, com todos os direitos e obrigações previamente definidos e inalterados ao longo de sua duração, vem sendo trocado por modelos menos rígidos, a partir da chamada ‘reestruturação produtiva’, com postos de trabalho sem vínculos trabalhistas, perda de benefícios indiretos, extensão da jornada laboral além do estabelecido pela legislação e transferência para os trabalhadores das responsabilidades de toda e qualquer imprevisibilidade do processo produtivo (BUONFIGLIO & DOWLING, 2006 *apud* SILVA, BANTIM & COSTA, 2021, p.4).

A Entrevistada A disponibilizou um relatório interno contendo o quantitativo de eventos realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP no período de 2018 a 2022, disponibilizados no Gráfico 1:

Gráfico 1: Quantitativo de eventos realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP (2018-2022)



Fonte: elaborado pela autora. 2023.

Conforme o relatório, em 2018, foram realizados 97 eventos. Em 2019, o quantitativo permaneceu alto apesar de ter sido alterado, contabilizando 84 eventos. Já em 2020, a ocupação do Centro de Artes e Convenções despencou violentamente. Segundo Ferreira *et al* (2021), em 2020 haviam 27 eventos a serem realizados já com contrato fechado, porém, com a pandemia, 21 deles foram remarcados e 6 foram cancelados. O equipamento pôde permanecer recebendo eventos até o dia 13 de março de 2020, totalizando 15 eventos, sendo este o número total do ano. “Houve uma queda de 82,8% dos eventos que aconteceram neste espaço. Este contexto afetou também a arrecadação do Centro de Artes e Convenções da UFOP, que no ano de 2019 arrecadou R\$ 671.068,00, já no ano de 2020 arrecadou R\$ 261.477,33 o que representa uma queda de 61% na arrecadação (FERREIRA *et al.*, 2021, p. 56). Hoje, a Entrevistada A relembra o que fez naquele momento para gerir toda uma agenda a ser cumprida:

Foi um período que o Centro não arrecadou nada. E os custos de manutenção e do Centro ser mantido, são custos muito elevados. Então a gente não teve essa

arrecadação, né? O que aconteceu de forma geral que eu consigo perceber é que as festas, as refeições de grau, os casamentos, de forma geral, eles foram adiados, alguns cancelados e vários adiados para quando voltasse o presencial. Então, o que aconteceu é que a gente foi adiando aos poucos, adiaava por seis meses, adiaava mais seis meses, até o Centro poder ser reaberto (ENTREVISTADA A).

Os eventos de fluxo turístico são aqueles capazes de gerar deslocamento de pessoas cuja motivação de viagem é o próprio evento como atrativo. Esses eventos também são identificados como *acontecimentos turísticos*, pois muitas vezes estão relacionados às atividades culturais, lazer e manifestações religiosas, populares e afins (CARNEIRO; FONTES, 1997. MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Nesse sentido, o tradicional carnaval dos blocos universitários organizado por estudantes de repúblicas estudantis, representados pela Liga dos Blocos (atualmente formada pelos blocos Caixão, Cabrobró, Praia e Chapado), não ocorreu nos espaços do Centro de Convenções no ano de 2021.

A perspectiva dos organizadores da folia privada naquele momento era a de que ainda seria possível realizar o Carnaval 2021 e continuar com o planejamento do evento mesmo que este estivesse comprometido (o evento começa a ser organizado 10 meses antes). Havia se passado somente um ano de pandemia, mas a esperança era de um retorno breve e não mais tão prolongado. A realidade não havia sido consumada totalmente de que o ano de 2021 ainda não seria para retornar aos grandes festejos, já que, se a folia fosse permitida, o vírus seria disseminado através do grande número de foliões, trazendo-o para o local do evento ou levando-o para o local de origem dos turistas (DOMICIANO *et al.*, 2021).

Segundo Domiciano *et al* (2021), houveram queixas de que a Prefeitura de Ouro Preto demorou a se posicionar quanto à decisão de realizar ou não o maior evento do calendário da cidade, devido a troca de gestão do governo municipal. Foi sugerido a realização de um “carnaval fora de época” na cidade, assim como em outros municípios brasileiros, mas sem sucesso. As autoridades e os agentes da atividade turística locais já estavam cientes de que se o Carnaval 2021 fosse adiado, isso não garantiria que as pessoas não fossem festejar e se aglomerar, mas sim que iriam aproveitar as duas datas, tanto a cancelada quanto a de fora de época.

Segundo Soutto Mayor (2012), a cidade possui o carnaval de rua, dos blocos (caricatos e universitários) e o das repúblicas. Nenhum dos três tipos de carnaval ouropretano foi permitido acontecer presencialmente em 2021 e novamente, em 2022, o evento também não

aconteceu de forma plena.

A Associação das Cidades Históricas de Minas Gerais havia decidido não realizar a folia nas cidades históricas²⁰. Em 14 de dezembro de 2021, a Prefeitura Municipal de Ouro Preto decretou o cancelamento das atividades do Carnaval pelo segundo ano consecutivo e proibiu aglomerações de pessoas sem adoção de medidas de biossegurança, estando sujeitas à fiscalização. Porém, o Município permaneceu aberto aos visitantes e às atividades culturais e esportivas, mas dentro dos protocolos sanitários.

Oliveira *et al* (2021) avaliam que a retomada, ainda que tímida, do turismo em Ouro Preto foi precipitada, que ocorreu sem um plano de reabertura mais eficaz das atividades econômicas da cidade e sem uma implantação mais rigorosa de barreiras sanitárias. No âmbito do turismo, a gestão do executivo local havia sido pressionado pelo empresariado local para agilizar a retomada do fluxo turístico, além desta ser ocorrido sem consulta ao COMTUR. Por outro lado, o Município adotou medidas e estratégias de *marketing* para enfrentamento ao Coronavírus “seja apenas elaborando meios para estabelecer a confiança necessária com o turista em potencial, seja com respostas às ações oriundas da mídia externa que impactam em sua imagem (OLIVEIRA *et al.*, 2021, p. 15)”, que contribuíram para “um recomeço para atividade turística no município: explorando suas potencialidades, estreitando seu relacionamento com instituições privadas, e mantendo-se indubitável quanto sua atuação frente às adversidades (p. 16)”.

O Entrevistado B comentou sobre a realização do carnaval *online* promovido pela Prefeitura Municipal de Ouro Preto nos anos de 2021²¹ e 2022²². Para ele, foi uma estratégia de *marketing* para não deixar o destino “cair no esquecimento” durante o hiato causado pela pandemia:

A retomada só veio na Semana Santa de 2022. A gente ainda não teve o Carnaval, ele teve problema. O Carnaval foi de uma maneira *online* (...). A Prefeitura

²⁰ EM, Nivia Machado - Especial para o. Prefeitos de 30 cidades históricas de Minas anunciam cancelamento da folia. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2021/12/10/interna_gerais.1330185/prefeitos-de-30-cidades-historicas-de-minas-anunciam-cancelamento-da-folia.shtml#62. Acesso em: 29 Mar. 2023.

²¹ O Carnaval Ouro Preto 2021 pode ser assistido sem restrição de acesso ao público através do *YouTube*. *Live* do dia 14/02 - Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vpy0WxNGeiQ>. Acesso em 27 de março de 2023. *Live* do dia 15/02 - Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Rjb5-JTgdnA>. Acesso em 27 de março de 2023.

²² Dessa vez o Carnaval virtual de Ouro Preto 2022 apresentou um concurso de fotografias (Mais informações em: <https://ouropreto.mg.gov.br/noticia/2379>) sobre o bloco caricato Bandalheira Folclórica (Mais informações: <https://ouropreto.mg.gov.br/noticia/2373>.) Acessados em 27 de março de 2023.

Municipal de Ouro Preto durante os anos da pandemia, ela trabalhou com os eventos de forma *online*, para justamente ter um marketing da cidade, do destino, que ele continuasse. Então teve o carnaval *online*, por exemplo, nos dois anos. Isso foi transmitido através das mídias da Prefeitura, com parceria com alguns meios de comunicação, que foi uma maneira que a gente teve de fomentar a cultura, os grupos culturais de Ouro Preto. Cito, por exemplo, o Zé Pereira, as bandas, as escolas de samba... Mas também como estratégia de *marketing* turístico do destino, para deixar Ouro Preto sempre na mídia, para que, quando houvesse então uma retomada da atividade turística de maneira geral, Ouro Preto saísse um pouco na frente, (...) para que existisse uma retomada mais forte (...) além das visualizações nas redes sociais da Prefeitura, houve também várias matérias vinculadas nos principais jornais do Brasil... Estado de Minas, saiu na Globo, nos meios de comunicação. Eles não transmitiram, mas a notícia de que Ouro Preto estava ali, vivendo a cultura e o turismo, era importante para que a gente consiga deixar sempre o nome de Ouro Preto na mídia nacional (ENTREVISTADO B).

No caso dos eventos recebidos no Centro de Artes e Convenções da UFOP, a tendência da adaptação dos eventos presenciais durante a pandemia também foi percebida:

Aconteceu muito com os congressos, a transformação deles para eventos *online* e eventos virtuais, e então toda aquela estrutura que é feita no evento presencial ela deixou de ser necessária, então isso teve um impacto muito grande (ENTREVISTADA A).

Neste caso, nota-se os limites da adaptação dos eventos em formato *online* na cadeia produtiva do setor de eventos. De acordo com Rêgo, Barros e Lanzarini (2021), durante o período pandêmico crítico, “o mercado de eventos passou a buscar formas alternativas de se manter em funcionamento (parcial) e se reestruturar para atender às novas demandas sanitárias (p. 92)”, adotando a grosso modo três modalidades de eventos:

1) eventos online, em que não há aglomerações e deslocamentos, sendo prioritários durante o período de pandemia e limitados em termos de atividades e tecnologias disponíveis; 2) eventos híbridos, que envolvem atividades remotas e presenciais, de modo que seja possível potencializar o público consumidor e diminuir ou controlar o aglomerado de pessoas; e 3) eventos presenciais, que envolvem um novo comportamento social e protocolos de segurança sanitária (MARTIN, 2020 *apud* RÊGO, BARROS, LANZARINI, 2021, p. 92).

Os eventos digitais foram uma saída parcial e/ou temporária do mercado, ainda que tenham se tornado uma tendência que hoje já está consolidada graças ao uso das tecnologias de comunicação. Porém, é uma estratégia muito limitada devido à carência ao acesso à tecnologia por parte da população (neste caso os participantes dos eventos). Além disso, os eventos digitais (ou até mesmo os híbridos) não geram a mesma produção de receita para os

municípios e aos fornecedores de serviços especializados que compõem a cadeia produtiva do setor de eventos, nem sustenta inteiramente o mercado turístico por não ser viável a todos os tipos de eventos. Ademais, os eventos digitais não produzem o mesmo nível de experiência aos participantes/turistas se comparado aos encontros presenciais (RÊGO, BARROS, LANZARINI, 2021).

No ano de 2021, os espaços do Centro de Artes e Convenções foram ocupados por um “grande evento especial”: a campanha municipal de vacinação contra a COVID-19. Numa parceria importante com a Secretaria Municipal de Saúde, o Centro de Artes e Convenções foi um dos espaços que abrigou a campanha de vacinação. Conforme explica a entrevistada A, a parceria foi estabelecida em virtude da própria necessidade emergencial da cobertura vacinal em massa da população ouro-pretana, estimada em 74.824 pessoas no ano de 2021 (IBGE, 2023)²³. Devido à sua capacidade (que é um fator deficiente de grande parte dos espaços para eventos em Ouro Preto) e localização privilegiada, o CAC pôde contribuir com a viabilização da cobertura vacinal, agilizando a retomada ao “novo normal”:

Com a vacinação, o Centro de Convenções foi um espaço que recebeu a campanha de vacinação contra COVID na cidade. Então, durante a campanha de vacinação, o Centro abriu suas portas e milhares de pessoas da cidade vacinaram a primeira e a segunda dose aqui. E aí teve uma adesão muito boa na cidade, na campanha de vacinação. Então, os números da pandemia caíram drasticamente, principalmente no que diz respeito ao número de mortes que caiu drasticamente. Então, isso pôde permitir uma certa agilidade no retorno dos eventos de uma forma mais acelerada, né? (...) A vacinação foi muito importante e o Centro de Convenções foi muito importante para a cidade durante o período da vacinação, porque teve dia que a gente chegou a vacinar 3.000 pessoas, 3.500 pessoas num dia em nossos espaços (ENTREVISTADA A, 2023).

O Entrevistado B também falou da importância da cobertura vacinal para viabilizar a retomada segura do turismo em Ouro Preto, bem como do trabalho realizado pelas instâncias de saúde pública do Município:

Primeiro, a segurança. Nós aqui sempre prezamos durante todo o tempo. Claro que a economia é importante (...) A gente se importava com a economia, mas o primeiro lugar sempre foi a saúde, né? Então a gente só retomou os eventos quando a gente tinha uma tranquilidade que a população estava segura. Que estavam vacinados, que a vacina chegou, que tinha um ciclo vacinal eficiente na cidade de Ouro Preto. Que o mundo, a pandemia, já tinha diminuído em termos mundiais. Então, quando a gente teve a segurança do setor de saúde, que trabalhou muito inclusive a nossa equipe médica, a Santa Casa, a Secretaria de Saúde e a UFOP se aliaram e fizeram várias

²³ Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/ouro-preto/pesquisa/21/28134>>. Acesso em: 29 Mar. 2023.

coisas juntos no que tange respeito à pandemia. Então a gente teve essa segurança municipal, estadual e nacional. A gente se sentiu à vontade para essa retomada dos eventos em Ouro Preto, começando ali com a Semana Santa, que foi até icônico nessa volta, logo no momento de fé, de devoção. E a gente dá um passo à frente para esquecer esse período triste que o mundo viveu (ENTREVISTADO B).

A Entrevistada A esclarece que 2021 foi um ano em que o Centro de Artes e Convenções priorizou a parceria estabelecida com a Secretaria Municipal de Saúde e o aproveitamento do período ocioso (impedido para realização de eventos) para fazer manutenções prediais e preparar os espaços para a retomada mais segura dos eventos, naquele momento aguardada para o ano de 2022:

Durante o período da pandemia, principalmente no ano de 2020, até mais ou menos metade de 2021, nós aproveitamos que a gente utilizou um período para vacinação sim, mas paralelo a isso, nós tivemos algumas manutenções importantes aqui no Centro de Convenções, né? Reforma da fachada, manutenção em telhado, manutenção no sistema de refrigeração do ar condicionado. Várias intervenções nos sanitários e na estrutura do espaço. Era um período que, como já não eventos, então a gente aproveitou para essas intervenções, né? Não foram feitas todas que foram solicitadas, algumas acabaram ficando em fase de estudo e aí, por questão mesmo financeira, não foi dado continuidade, mas foi um período importante para isso também, até para preparar o Centro para a volta dos eventos. É uma coisa que eu acho que tem que ser destacada, né? Essas manutenções (ENTREVISTADA A).

Além disso, a Administração Central da UFOP e o Conselho Gestor do Centro de Artes e Convenções decidiram adotar uma gestão mais cautelosa, consciente e responsável do equipamento mesmo que fosse necessário adiar o retorno das atividades por mais um ano, a fim de evitar um novo surto de contaminação e óbitos decorrente de uma reabertura precipitada:

A UFOP não queria ser responsável, mas também o Centro não queria ser responsável, por um *boom* maior ainda da doença na cidade, né? A gente não podia voltar antes de ter uma segurança sanitária, porque a permissão, por exemplo, da execução do Carnaval em 2021, ou de *shows* ou de grandes congressos e festas, isso poderia acarretar numa explosão ainda maior de casos na cidade e de mortes consequentemente, e isso trazer uma responsabilidade para a Instituição. Então a UFOP foi mais comedida na retomada e eu acho que foi o certo. Foi o certo no sentido de que a vacinação sendo ampliada e as pessoas aderindo a vacinação, até com o nosso apoio também. Ela [a vacinação] nos permitiu que na hora da gente voltar, a gente voltasse com mais segurança. É isso que ocorreu e foi positivo (ENTREVISTADA A, 2023).

A adesão à vacinação contra a COVID-19 em Ouro Preto foi a grande responsável por viabilizar a volta gradual ao “novo normal” na cidade, aliada aos protocolos de biossegurança

e as medidas de controle e proteção contra a disseminação do coronavírus.

No início do ano de 2021, haviam sido administradas 5.753 vacinas para 1ª dose de imunização, e 1.995 vacinas para 2ª dose de reforço²⁴. No mês de dezembro, o número havia crescido disparadamente, totalizando incríveis 70.733 vacinas administradas para 1ª dose e 65.222 para 2ª dose²⁵. Entretanto, o número de casos de contaminação notificados era alto no primeiro semestre de 2021. O mês de junho liderou o *ranking*, contabilizado 717 novos casos, seguido pelos meses de: janeiro (712 casos); março (695 casos); abril (644 casos); maio (575 casos); fevereiro (526 casos) e julho (482 casos)²⁶.

Deste modo, nota-se que os maiores números coincidem com feriados (Carnaval e Semana Santa) e período de férias, que tradicionalmente são conhecidos por apresentarem maiores fluxos de turistas em Ouro Preto. Entretanto, o andamento da vacinação da população ouro-pretana no mês de julho apresentou boa cobertura, contabilizando 43.784 vacinas administradas para 1ª dose e 15.644 para a 2ª dose²⁷.

O número de novos contaminados no primeiro trimestre de 2022 são alarmantes. O Município contabilizou 7.158 casos²⁸, sendo que uma das justificativas poderia ser a retomada do calendário de eventos da cidade. Mesmo que as festividades do Carnaval não tenham ocorrido em seu formato original, a essa altura, a retomada ao “novo normal” já estava devidamente consumada de maneira segura, uma vez que a cobertura vacinal da população ouro-pretana com a 1ª dose integralizou-se em 100%, ao passo que a 2ª correspondia a 99,33%²⁹.

Assim como em outros setores e unidades acadêmicas, o Centro de Artes e Convenções é submetido à Administração Central da UFOP, portanto, seguiu todas as normas

²⁴ SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE OURO PRETO. Portal da transparência da vacinação - edição de 29 de março de 2021. Ouro Preto, 2021.

²⁵ SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE OURO PRETO. Portal da transparência da vacinação - edição de 27 de dezembro de 2021. Ouro Preto, 2021.

²⁶ SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE OURO PRETO. Portal da transparência da vacinação - edição de 20 de dezembro de 2021. Ouro Preto, 2021.

²⁷ SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE OURO PRETO. Portal da transparência da vacinação - edição de 21/07/2021. Ouro Preto, 2022.

²⁸ SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE OURO PRETO. Portal da transparência da vacinação - edição de 21/03/2022. Ouro Preto, 2022

²⁹ SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE OURO PRETO. Portal da transparência da vacinação - edição de 14/03/2022. Ouro Preto, 2022

do Plano de Contingência para Ampliação das Atividades Presenciais e orientações do protocolo de biossegurança, estabelecidos pelo Comitê de Enfrentamento ao Coronavírus da UFOP. O Centro de Artes e Convenções também seguiu as normas do programa Minas Consciente, que entrou em vigência em julho de 2020 no Município.

A reabertura do Centro de Convenções ocorreu em março de 2022. Os novos eventos presenciais passaram a ser adaptados de acordo com um conjunto de diretrizes que com o passar do tempo foram sendo flexibilizados. Para facilitar a compreensão dos resultados, foi elaborado o Quadro 3 que reúne as principais medidas de biossegurança e gestão adotadas no CAC que possibilitaram a reabertura segura do equipamento:

Quadro 3: Principais medidas de gestão e biossegurança adotadas no Centro de Artes e Convenções da UFOP

EIXO	MEDIDAS
GESTÃO	<ul style="list-style-type: none"> ● Adaptação dos eventos presenciais de acordo com normas e orientações estabelecidas pelo Comitê de Enfrentamento ao Coronavírus da UFOP e pelo programa Minas Consciente (adotado em Ouro Preto através do Decreto n. 5.711, de 02 de junho de 2020); ● Gestão cautelosa, consciente e responsável do equipamento ao optarem por postergar o retorno das atividades no ano de 2021, a fim de evitar um novo surto de contaminação e óbitos decorrente de uma reabertura precipitada; ● Aproveitamento do período ocioso para realizar manutenções prediais e preparar o espaço para a retomada mais segura dos eventos;

BIOSSEGURANÇA	<ul style="list-style-type: none"> ● uso obrigatório de máscara por visitantes e funcionários; ● utilização de tapete sanitário; ● optar pelo uso de ventilação natural ao invés de ar condicionado nos eventos; ● flexibilização gradual da permissão de consumo de alimentos e bebidas nos eventos e uso de bebedouros no local conforme as recomendações de biossegurança. ● instalação de totens de álcool em gel e protetores de espirro em acrílico transparente em bancadas de atendimento e similares;
----------------------	---

Fonte: elaborado pela autora. 2023.

O retorno pleno dos eventos em Ouro Preto aconteceu com força total, quer seja aqueles sediados pelo Centro de Artes e Convenções da UFOP, quer seja pelas iniciativas da Prefeitura. A Entrevistada C esclarece que a Secretaria de Cultura e Turismo começou a incentivar, realizar e captar eventos no município, ao entender que estes estariam agindo como uma “turbina” na promoção da retomada do turismo em 2022. Houve incentivo na organização de eventos tradicionais de distritos, como São Bartolomeu, Lavras Novas e Antônio Pereira. Foram realizados eventos como a Festa da Padroeira e a Festa da Jabuticaba, em Cachoeira do Campo, Festa de Nossa Senhora dos Prazeres, apoio aos eventos promovidos por equipamentos culturais de Ouro Preto, como a Casa da Ópera e o Museu Bouliou e demais iniciativas que tipicamente ocorrem na cidade. Quanto à esse processo, a Entrevistada C diz que:

“Tava” todo mundo só esperando. Sabe aquela coisa ansiosa? Porque tem produtores de evento, tem pessoas que vivem, empresas que produzem eventos e fazem eventos incríveis, casamento, formaturas, shows particulares e tal. Essa demanda já estava reprimida, sabe? Só “tava” ali esperando. Você já viu (...) quando você está no sinal parado, está ali no vermelho, os motoqueiros vão todos para a frente, só esperando o sinal abrir? Essa era a galera de eventos, entendeu? Só “tava” esperando. E assim, a coisa foi chegando de todo mundo, era proposta de eventos, as pessoas, os produtores procurando. E foi uma coisa assim, parecendo que abriu as portei- ras (ENTREVISTADA C).

O Centro de Artes e Convenções da UFOP contabilizou 69 eventos realizados após a

reabertura. O calendário de 2022 do Centro de Artes e Convenções foi composto majoritariamente por eventos sociais, podendo ser justificado como uma resposta à demanda reprimida dos eventos que não puderam ocorrer nos anos de 2020 e 2021. Acredita-se que isso se deve tanto pela própria proibição dos eventos quanto pela inviabilidade de adaptação dos eventos sociais para o formato *online*, por serem eventos essencialmente afetivos e de caráter simbólico únicos para as pessoas:

A agenda [de 2022] estava muito tomada por eventos de 2020 e 2021, os que sobraram nesses adiamentos. Então a gente teve alguns congressos, alguns eventos do tipo científico, né? Mas a grande maioria dos eventos eram eventos de formatura, de casamento, que eram eventos que não tinham como acontecer remotamente, né? Então tivemos aí um calendário muito cheio de festas, principalmente, né? E nos momentos vagos, alguns eventos da Universidade, do município, alguns congressos e tudo mais. Já no fim de 2022, nós tivemos eventos maiores, congressos maiores, mais importantes, né? (...) E aí a gente já volta a ver o Centro de Convenções como um espaço que traz o apoio e a colaboração junto à economia do município, junto à ocupação hoteleira, ocupação dos restaurantes. A gente vê a volta dos eventos de shows, que também tem um impacto grande na cidade e tudo mais (ENTREVISTADA A).

Ao longo da análise das entrevistas, também foi percebido uma grande influência da própria Universidade em gerar e sediar eventos acadêmico-científicos, que por sua vez é reconhecida pelos entrevistados como carro-chefe do equipamento, sendo o principal responsável pela captação e oferta desse tipo de evento em Ouro Preto. Muitos dos eventos realizados no Centro de Artes e Convenções são iniciativas promovidas pelos próprios servidores públicos lotados na Universidade Federal de Ouro Preto, sobretudo docentes, e que os congressos científicos costumam ser realizados em dias de semana, sendo que os eventos sociais ocorrem nos finais de semana (considerando sexta, sábado e domingo).

Por ser um espaço vinculado à uma instituição de educação de nível superior, logo, que agrega atividades científico-acadêmicas de ensino, pesquisa e extensão universitária, o professores-organizadores podem contar com um espaço propício para a realização de congressos, seminários, workshops, conferências, dentre outros, já integrado em sua própria instituição de ensino, o que por sua vez facilita a organização de eventos acadêmico-científicos feitos em parceria com outras instituições, entidades de classe e grupos de pesquisa. Nesse sentido, pode-se dizer que um dos objetivos ideológicos da implantação do Centro de Artes e Convenções, finalizada em março de 2001, segue se fazendo presente e necessária, contribuindo para a formação de uma agenda com eventos de tipo acadêmico-científico na cidade, já que o turista/congressista muitas vezes são um

público-alvo de grande interesse dos atores envolvidos na gestão local do turismo, seja ela pública ou privada, pois costumam despender um gasto médio maior se comparado aos demais tipos de turista, além de prolongar sua permanência na cidade.

Em contrapartida, esse acúmulo de eventos sociais gerou incômodo aos moradores que residem no entorno do Centro de Artes e Convenções:

A gente sempre tenta trabalhar junto aos organizadores para que esses impactos sejam minimizados, mas eles existem. Então a gente percebeu uma sensibilidade maior através de reclamação, de comentários, seja pessoalmente, seja por telefone ou pela internet, rede social, às vezes de som, de incômodo no trânsito, às vezes de incômodo, de barulho, né? Que está mais ligado ao volume de som, às vezes de uso do espaço próximo ao Centro de Convenções por flanelinha, por pessoas que cercam os participantes de uma forma inconveniente. E aí a comunidade ficou mais sensível, né? Eu acho que há muito tempo sem evento, cidade mais parada, menos barulho, né? Mais fácil de ir ao supermercado, à padaria, farmácia, não está tudo lotado. Os restaurantes mais tranquilos também. Eu acho que as pessoas notaram mais a volta dos eventos também pela parte que não é positiva (ENTREVISTADA A).

A percepção da Entrevista A é comprovada pelos argumentos de Marujo (2012;2015), pois devemos discutir esse “outro lado da moeda” dos eventos, para além da visão usual destes como instrumento de maximização dos benefícios da atividade turística. Questões como as que foram levantadas pela Entrevistada A refletem a influência dos equipamentos na dinâmica dos municípios que são turísticos. Volume de lixo, comportamentos indesejados, poluição, mobilidade e qualidade do atendimento e dos serviços prestados geram insatisfações ao longo da experiência dos visitantes, reclamações dos moradores, o que impacta na imagem da cidade e resultam em repercussões negativas. Os eventos devem ser preocupações de organizadores, promotores, agentes do poder público, patrocinadores e demais envolvidos para que se tenha uma gestão mais qualificada dos municípios, estimulando uma prática mais sustentável dos eventos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho buscou investigar a suspensão das atividades do Centro de Artes e Convenções da UFOP e a retomada da realização de eventos em seus espaços, em março de 2022.

Os entrevistados reconheceram a relevância da reabertura do equipamento, principalmente por ele ser responsável por captar um tipo específico de evento, de cunho acadêmico-científico, que são de interesse dos gestores públicos locais devido ao maior gasto médio e taxa de permanência na cidade.

A parceria estabelecida com a Secretaria Municipal de Saúde contribuiu para a viabilidade de execução do plano de cobertura vacinal, em virtude da própria capacidade e localização estratégica do equipamento, o que influenciou positivamente em sua imagem pública. Somado a isso, a adoção de medidas mais cautelosas na gestão do Centro de Artes e Convenções em 2021, viabilizaram uma reabertura consciente, responsável e com mais segurança no ano seguinte. Além disso, o período ocioso proporcionado pela proibição dos eventos permitiu que a gestão atual pudesse implementar melhorias através de manutenções prediais nos espaços, tornando-os mais aprazíveis aos novos eventos.

A agenda de eventos do ano de 2022 do Centro de Artes e Convenções da UFOP é o resultado dos eventos adiados entre 2020 e 2021. Notou-se que na retomada predominou os eventos sociais (sobretudo formaturas universitárias e casamentos), o que por sua vez gerou reclamações por parte dos moradores que residem próximo ao equipamento, visto que esses eventos não podem ser adaptados ao formato digital.

Os entrevistados reconheceram a relevância dos empregos diretos e indiretos impactados pelos eventos, predominando um discurso positivista que não se debruça muito sobre a precarização do trabalho no setor.

Mesmo o Carnaval, maior evento de fluxo turístico e arrecadação do município, não tenha ocorrido nos anos de 2021 e 2022, a oferta de eventos seguiu diversificada e até com certo excesso, contando com o apoio, organização e incentivo das Secretarias de Cultura e Turismo e a de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia, que reconhecem a importância dos eventos culturais para o *trade* local.

As principais dificuldades encontradas para a realização desta pesquisa foram a falta de informações disponíveis em fácil acesso ao público sobre o processo de implantação do Centro de Artes e Convenções, demonstrando baixo número de referencial teórico com

abordagem qualitativa sobre a história do equipamento e sua relação com o patrimônio industrial e ferroviário de Ouro Preto. Outra dificuldade encontrada foi a de sistematizar todas as informações colhidas, especificamente os dados epidemiológicos e demais alterações legislativas, que se deve pelo próprio fluxo de alterações diárias sobre o assunto.

Por fim, espera-se que este trabalho tenha contribuído com novos estudos sobre os impactos da pandemia na cadeia produtiva de eventos de Ouro Preto e que as reflexões feitas aqui tenham contribuído para um olhar mais valoroso e respeitoso às trabalhadoras e trabalhadores deste ramo tão popular e comum no Brasil.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABEOC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **II Dimensionamento Econômico da indústria de eventos no Brasil**. 2013. Disponível em: <https://abeoc.org.br/2014/10/ii-dimensionamento-economico-da-industria-de-eventos-no-brasil/>. Acesso em 29 de março de 2023.

ABEOC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **Raio X das empresas de eventos no Brasil**. 2019. Disponível em: https://abeoc.org.br/wp-content/uploads/2019/12/RELATÓRIO-RX-DO-SETOR_RESUMO.pdf. Acesso em 19 de junho de 2022.

ABEOC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **IMPACTOS RECENTES DO CORONAVÍRUS NO SEGMENTO DE TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS**. 2020. Disponível em: https://abeoc.org.br/wp-content/uploads/2020/05/Pesquisa-impacto-do-coronav%C3%ADrus-UGE-e-Competitividade_v28_4f.pdf. Acesso em 29 de março de 2023.

AGUIAR, L. B. Cidade morta, cidade monumento, cidade turística: a construção de memórias sobre Ouro Preto, p. 177-195. In: CASTRO, C; GUIMARÃES, V. L; MAGALHÃES, A. M (orgs.). **História do turismo no Brasil**. [s.l.]: Editora FGV, 2013.

ALBUQUERQUE, S. S. **Turismo de eventos: a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo**. Monografia (Especialização em Gestão e Marketing do Turismo). Universidade de Brasília, 75p, 2004.

ALVARES, D. F. **Avaliação de Planos-Processo em Áreas de Desenvolvimento Turístico**. Tese de Doutorado. Pós-Graduação em Engenharia Civil/Planejamento Urbano. Universidade do Minho. 2008. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/9028>. Acesso em 12/02/2023.

ALVARES, D. F. LOURENÇO, J. M. B. B. Inovações com incidência direta na atividade turística: uma análise dos destinos de Ouro Preto-MG e Salvador-BA. **Revista Cultura e Turismo**, v.5, n.1, 2011. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/267/381>. Acesso em 12/03/2021.

ALVARES, D.F. PAULA, L.B. Gestão Patrimonial e competitividade turística: os desafios do turismo cultural em Ouro Preto (Brasil) e Cusco (Peru). **Revista Espacios**, v.40 (n. 27), 2019. Disponível em: <http://es.revistaespacios.com/a19v40n27/a19v40n27p06.pdf>. Acesso em 19/02/2023.

ARAÚJO, M. T. M.; CIPINIUK, A. O Entretenimento Online - A Sociedade Espetacular das Lives nos Tempos de Pandemia. **Art&Sensorium**, v. 7, n. 2, p. 193–206, 2020.

ASSUMPÇÃO, A. L. CASTRAL, P. C. Olhares sobre Ouro Preto: da patrimonialização ao cenário turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, v.19,n.1, 2019. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115459473007>. Acesso em 19/02/2023. DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.19n1.2019.1354>.

BARBOSA, F. S. Planejamento estratégico para eventos: um estudo de caso das estratégias de marketing utilizadas pela Oktoberfest de Santa Cruz do Sul/RS. **Revista de Cultura e Turismo**, ano 7, n. 1, 87-104, 2013.

BARBOSA, F. S. SCAVARDA, A. J. Cadeia de valor de megaeventos: um estudo de caso de uma feira de negócios agropecuários. **Revista de Gestão e Produção**, v. 25, n. 3, 626-644, 2018.

BORELLI, E. Economia do turismo: São Paulo como capital do turismo de negócios. In: **VIII Ciclo de Debates em Economia Industrial, Trabalho e Tecnologia**, PUC/SP, São Paulo, 2010.

BRAMBILLA, F. R. PEREIRA, L. V. PEREIRA, P. B. Marketing de relacionamento: definição e aplicações. **Revista INGEPRO: inovação, gestão e produção**, v. 2, n. 12, 1-9, 2010.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Glossário do Turismo**: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos. 1ª EDIÇÃO. Brasília, 2018

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de Negócios e Eventos**: orientações básicas. 2ª edição. Brasília: Ministério do Turismo, 62p., 2010.

BRUSADIN, L. B. SILVA, R. H. T. da. O uso turístico do patrimônio cultural de Ouro Preto. **Revista Cultura e Turismo**, ano 6, n.1. 2012.

CAMELO, P. M. COSTA, E. R. C. CORIOLANO, L. N. M. Moda, eventos e turismo: contribuições do Festival de Moda de Fortaleza para o turismo de eventos na capital cearense. **Revista Turismo em Análise**, v. 27, n. 1, 131-152, 2016.

CARNEIRO, J. B.; FONTES, N. D. Turismo e eventos: instrumento de promoção e estratégia de marketing. **Revista Turismo em Análise**, [S. l.], v. 8, n. 1, p. 65-74, 1997.

CARVALHO, B. R. S. **As chácaras de aluguel como equipamento turístico em Juiz de Fora-MG: dinâmicas e perspectivas**. 2019. 86 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

CARVALHO, W. L. de; REJOWSKI, M. Tecnologia em eventos da Faculdade Hotec, São Paulo: proposta de formação versus atuação profissional de egressos. **Revista Hospitalidade**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2012.

CERQUEIRA, L. R. O segmento do turismo de negócios e eventos como estratégia competitiva para os destinos turísticos do Brasil: perspectivas e desafios. In: **V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, Belo Horizonte/MG, 2008.

CHUVA, M. Fundando a nação: a representação de um Brasil barroco, moderno e civilizado. **Revista Topoi (Rio de Janeiro)**, v. 4, n. 7, p. 313–333, jul. 2003.

CIFELLI, G. Imagem, representação e dinâmica territorial do turismo em Ouro Preto e no Pelourinho – Salvador. **e-cadernos CES**, n. 15, 2012. URL: <http://journals.openedition.org/eces/982> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/eces.982>.

CIFELLI, G. **Turismo, Patrimônio e Novas Territorialidades em Ouro Preto-MG** . Dissertação de Mestrado - Instituto de Geociências. 220f. Universidade Estadual de Campinas. 2005. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/296839479.pdf>>. Acesso em: 20/03/2023.

COELHO, M. F. MAYER, V. F. GESTÃO DE SERVIÇOS PÓS-COVID: O QUE SE PODE APRENDER COM O SETOR DE TURISMO E VIAGENS?. **Revista Eletrônica Gestão & Sociedade** v.14, n.39, p. 3698-3706. Especial COVID-19. 2020

COUTINHO, H. P. M. COUTINHO, H. R. M. Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística. **Revista Eletrônica Aboré** - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo, edição 03, 2007.

CRISTINA DA SILVA, F. **A formação de agenda de políticas públicas de turismo em âmbito local: os casos de Ouro Preto (MG) E Paraty (RJ)**. Tese de Doutorado (Escola de Administração de Empresas de São Paulo). 226f. 2015. Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, 2015. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13649/TESE%20FERNANDA%20CRISTINA%20DA%20SILVA%20-%20ENV.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 12/02/2023.

DOMICIANO, L. G. de O. *et al.* O IMPACTO DA PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS NO CARNAVAL DE OURO PRETO -MG. **Revista Turismo Estudos e Práticas - RTEP/UERN**, v. 10, n. 1, p. 1–26, 2021.

DORES, R. M. das. **A economia do turismo e o artesanato em Ouro Preto**. 2018. 72 f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2018.

FERREIRA, A. da G; *et al.* O impacto da pandemia do novo coronavírus no setor de eventos de Ouro Preto (MG). **RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 11, n. 2, p. 42–68, 2021.

FERREIRA, *et al.* O impacto da pandemia do novo coronavírus no setor de eventos de Ouro Preto (MG). **RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 11, n. 2, p. 42–68, 2021.

FLECHA, A. C. Os Eventos e sua Relação com a Imagem de uma Localidade: O caso de Ouro Preto. **IV SEMINTUR - Seminário de Pesquisa Em Turismo Do Mercosul**. Caxias do Sul/RS. 15f. 2006. Disponível em: https://www.ucs.br/ucs/tplSemMenu/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_4/arquivos_4_seminario/GT11-C1.pdf. Acesso em 20/03/2023.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Impacto Econômico do Covid-19 - Propostas para o Turismo Brasileiro. 1ª EDIÇÃO. FGV PROJETOS. 2020. Disponível em: <https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/1a-edicao-impacto-economico-do-covid-19-propostas-para-o-turismo-brasileiro-abril-2020>. Acesso em 29 de março de 2023.

GABRIEL, J. M. IKEDA, R. M. Centro de convenções e o turismo de negócios. **Revista Eletrônica de Ciências Empresariais**. Ano I, n.1, jul./dez. 2007.

GALDINO, L. C. F; COSTA, M. L. Análise das principais políticas públicas de turismo no Brasil, da década de 1990 à atualidade. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica**, vol. VI, n. 4, 2011.

GRAMMONT, A. M de. Ouro Preto: problemas de um patrimônio histórico no início do século XXI. **Revista Turismo - Visão e Ação** - vol. 8 - n.3 p. 455-467 set. /dez. 2006.

HAMBURG, Margaret; POLAND, Gregory A. The Time is Now for Committed and Comprehensive Action to Attain More Broadly Protective Coronavirus Vaccines: The Coronavirus Vaccines R&D Roadmap. **Vaccine**, 2023. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264410X23001962>. Acesso em 23/03/2023.

HUANG, Chaolin et al. Clinical features of patients infected with 2019 novel coronavirus in Wuhan, China. **The lancet**, v. 395, n. 10223, p. 497-506, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0140673620301835>. Acesso em 23/03/2023.

JOSÉ, M. C. de A.; RIBEIRO, G. S. Produção científica sobre eventos: análise bibliométrica entre 2000 e 2019. **Revista Turismo em Análise**, [S. l.], v. 31, n. 3, p. 518-537, 2020.

KNUPP, M. E. C. G; CASTRO, C. L. de C.; NAVARRO, R. A. D; CONDÉ, R. A.. Os festivais e seus impactos para os destinos turísticos: O caso do Festival de Inverno de Ouro Preto/MG. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 15, n. 1, p. 1–21, 2021.

KNUPP, M. E. C. G; VOLTA, C. L. de C. C. GOMES, M.; PETRINA, P. P.; OLIVEIRA, L.; SABINO, S. O impacto socioeconômico dos eventos sediados no Centro de Convenções da UFOP como fator de desenvolvimento do turismo. **Relatório de Iniciação Científica PIVIC/IS**. Universidade Federal de Ouro Preto. 48p. Ouro Preto, 2019.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. [s.l.: s.n.], 2005.

LIMA FILHO, M. F. Espelhos patrimoniais em Ouro Preto: museus e passado afro-brasileiro. **Revista TOMO**, n. 16, p. 197–220, 2010.

MAIA, L. R. G. DIAS, R. A recuperação do patrimônio industrial ferroviário e as percepções da comunidade: um estudo sobre o Trem da Vale x moradores de Ouro Preto (MG). **Revista Patrimônio: Lazer & Turismo**, v.76, n.9, 2010, p.01-16. Disponível em:

https://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo1_v7_n9_jan_fev_mar2010_Patrimonio_UniSantos.pdf. Acesso em 12/03/2023.

MAIOLI, M. R. ROSSINI, D. O Calendário de Eventos como estratégia de marketing turístico do estado do Paraná. In: **Fórum Internacional de Turismo do Iguassu**, Foz do Iguaçu/PR, 2016.

MARQUES, J. Trabalho, lazer e turismo de negócios. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**, n.º 2, 139-163, 2012.

MARUJO, N. O contributo do turismo de eventos para o desenvolvimento turístico de uma região. **Revista Desarrollo Local Sostenible**, n. 13, 1-12, 2015.

MATIAS, M. **Organização de Eventos: procedimentos e técnicas**. 6ª edição. São Paulo: Manole, 2013.

MEDEIROS SILVA, V. R. L. **É festa: eventos culturais como alternativas para o desenvolvimento turístico local para a cidade de Currais Novos – RN**. 2013. 128f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo), Departamento de Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013.

MIGUEZ, P. As festas em múltiplas dimensões. **Revista Observatório Itaú Cultural**, n.14. São Paulo, 2013.

MOORE, Kristine A. et al. A Research and Development (R&D) Roadmap for Broadly Protective Coronavirus Vaccines: A Pandemic Preparedness Strategy. **Vaccine**, 2023. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264410X23001676>. Acesso em 23/03/2023.

OLIVEIRA, E. dos S. *et al.* ESTRATÉGIAS DE MARKETING PARA ENFRENTAMENTO DA COVID-19: O MUNICÍPIO DE OURO PRETO - MG. **Revista Turismo Estudos e Práticas - RTEP/UERN**, v. 10, n. 2, 2021b.

OLIVEIRA, E. dos S. *et al.* Impactos da Pandemia da COVID-19 no Turismo de Ouro Preto–MG. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos**, p. 1-18, 2021a.

PAIVA, R. A. Eventos e megaeventos: ócio e negócio no turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 479–499, 2015. DOI: 10.7784/rbtur.v9i3.890.

PEREIRA, E. Patrimônios, tempos e "tradições de Ouro Preto". **Artigos do Centro Lucio Costa/CLC-IPHAN - Centro de Categoria 2**. 19p. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Produto%203%20aprovado_BR15.pdf. Acesso em 19/02/2023.

PEREIRA, E. S. Eventos estratégicos no composto da comunicação integrada: marketing e relações públicas no fortalecimento de marcas. **Caderno Profissional de Marketing**, v. 3, n. 2, 48-58, 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE OURO PRETO. **Decreto nº 5.657, de 17 de março de 2020**. Adota medidas de prevenção, controle e contenção de riscos, danos e agravos à saúde

pública, a fim de evitar a disseminação do novo Coronavírus-COVID-19 no município de Ouro Preto. Ouro Preto, 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE OURO PRETO. **Decreto nº 5.661 de 20 de março de 2020.** Estabelece no município de Ouro Preto medidas de contenção ao coronavírus COVID-19. Ouro Preto, 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE OURO PRETO. **Decreto nº 5.711 de 02 de junho de 2020.** Dispõe sobre a adesão do Município de Ouro Preto ao Plano Minas Consciente e dá outras providências. Ouro Preto, 2020.

QUEIROZ, L. M. A de. FARIA, D. M. C. P. A festa de Nossa Senhora do Rosário e Santa Efigênia, o Congado e a economia do turismo em Ouro Preto. **XV ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura.** Salvador, 2019. Disponível em: <http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/111437.pdf>. Acesso em 19/02/2023.

QUEIROZ, L. M. A de. **Turismo Cultural e Desenvolvimento: Cachoeira & Ouro Preto.** Editora UFRB, 2019.

RÊGO, G. C. DE B.; BARROS, A. G. A. L.; LANZARINI, R. Turismo de eventos e Covid-19: Aportes dos protocolos de segurança e estratégias para a retomada do setor. **Ateliê do Turismo**, v. 5, n. 1, p. 89-118, 24 fev. 2021.

REJOWSKI, M. (org). **Turismo no percurso do tempo.** São Paulo: Aleph, 2002.

REVISTA DA ESCOLA DE MINAS. **Memória: Professor Augusto Barbosa.** Vandico Alexandre da Silva, 56(4), p. 225-230, 2003.

RODRIGUES DA SILVA, R. A. Ouro Preto: caminhar por itinerários industriais na Cidade Patrimônio Cultural da Humanidade. **Colóquio - O Patrimônio Industrial: dos objetos ao território.** Caderno de Resumos. Portugal, 2013. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/265851151_Ouro_Preto_Caminhar_Por_Itinerarios_Industriais_na_Cidade_Patrimonio_Cultural_da_Humanidade . Acesso em 12/03/2013.

ROTHAN, Hussin A.; BYRAREDDY, Siddappa N. The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. **Journal of autoimmunity**, v. 109, p. 102433, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0896841120300469?via%3Dihub#sec2>. Acesso em 23/03/2023.

SANDOVAL, C. da G.; ARRUDA, J. S.; SANTOS, N. C. OURO PRETO - IMPACTOS DA ATIVIDADE TURÍSTICA EM UMA CIDADE TOMBADA. **Revista Itinerarium**, [S. l.], v. 2, 2009. Disponível em: <http://seer.unirio.br/itinerarium/article/view/398>. Acesso em 19 de março de 2023.

SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO DE OURO PRETO. **Plano Municipal de Turismo de Ouro Preto 2017-2027.** Consulta particular.

SILVA, Marcella de Oliveira; BANTIM, Natasha; COSTA, Maria Angélica Maciel. Precarização do trabalho no setor de eventos: um estudo inicial sobre os impactos para os trabalhadores e empresas. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 9, n. 1, p. 1–23, 2021.

SOUSA JÚNIOR, J. H. *et al.* “#FIQUEEMCASA E CANTE COMIGO”: ESTRATÉGIA DE ENTRETENIMENTO MUSICAL DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19 NO BRASIL. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, v. 2, n. 4, p. 72–85, 2020.

SOUTTO MAYOR, S. T. As Transformações do Carnaval Ouro-Pretano na Década de 1980: O Papel das Iniciativas Mercadológicas na Configuração de um Novo Formato para a Festa. **LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, [S. l.], v. 18, n. 1, p. 188–224, 2015. DOI: 10.35699/1981-3171.2015.1081. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/1081>. Acesso em 19/02/2023.

SOUTTO MAYOR, S. T. **O carnaval de Ouro Preto: mercado e tradição (1980-2011)**. 2012. 203f. Dissertação de Mestrado (Pós-Graduação em Estudos do Lazer) - Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1843/BUOS-8UDK9D>. Acesso em 12/02/2023.

TEBERGA, A. Trabalhadores sem destino: uma análise preliminar dos impactos da pandemia à classe trabalhadora do turismo. **REVISTA DO CENTRO DE PESQUISA E FORMAÇÃO**. 2021. Disponível em: <https://portal.sescsp.org.br/files/artigo/2a69f5e5/7574/4cd8/a5a8/f4466ac696fd.pdf>. Acesso em 29 de março de 2021.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

VARGAS, H. C., LISBOA, V. S. Dinâmicas espaciais dos grandes eventos no cotidiano da cidade: significados e impactos urbanos. **Cadernos Metrôpole**, v. 13, n. 25, 145-161, 2011.

VIANA, A. L. B. Gestão de eventos no turismo: abordagens além da econômica. In: **Anais do II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul**, 2004.

VIANA, L. C. A.; BRUSADIN, L. B. O TURISMO ÉTNICO NA MINA DU VELOSO EM OURO PRETO (MG): um estudo do equipamento interpretativo do patrimônio afro. **Revista Turismo & Cidades**, [S. l.], v. 3, n. 6, p. 122–145, 2021. Disponível em: <https://periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/turismoecidades/article/view/16344>. Acesso em: 19/01/2023.

VIRGINIO, D. F.; MOREIRA, Y. S.; LIMA, P. M. da P. de; CHACON, L. S. Interface entre Municípios, Turismo e Eventos: Um olhar para a Microrregião do Litoral Sul Potiguar e impactos possíveis. **Revista de Turismo Contemporâneo**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 49–70, 2019. DOI: 10.21680/2357-8211.2019v7n1ID16931. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/16931>. Acesso em: 28 mar. 2023.

APÊNDICES

APÊNDICE I - Roteiro de Entrevista Semiestruturado



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO



ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADO

1. Nome, cargo, tempo de ocupação no cargo.
2. Fale sobre o início, o desenvolvimento e a situação nos dias de hoje do processo de retomada as atividades econômicas de Ouro Preto, sobretudo dos eventos.
3. Fale sobre o cancelamento dos principais eventos de fluxo turístico de Ouro Preto e suas implicações na economia.
4. Aponte e comente os fatores que possibilitaram a retomada do calendário de eventos de Ouro Preto.
5. Explique como foi o início, o desenvolvimento da pandemia e como se encontra hoje o processo de retomada das atividades do Centro de Artes e Convenções da UFOP. *(somente Coordenadora)*
6. Quais foram as causas que impediram a realização de eventos no Centro de Artes e Convenções da UFOP em 2021? *(somente Coordenadora)*
7. Fale sobre as políticas, medidas e estratégias de enfrentamento, fiscalização e protocolos de biossegurança adotados para viabilizar a retomada dos eventos nos espaços do Centro de Artes e Convenções da UFOP. *(somente Coordenadora)*
8. Quantos eventos foram realizados no Centro de Artes e Convenções da UFOP em 2022? Destes, quais foram mais relevantes para o turismo de Ouro Preto? Por quê? *(somente Coordenadora)*
9. Aponte e comente sobre a relevância da reabertura do Centro de Artes e Convenções da UFOP em março de 2022.
10. O que a pandemia trouxe de aprendizado para o setor de eventos de Ouro Preto?
11. Você acha que tudo o que aconteceu na pandemia influenciou na captação de novos eventos e nos que já são tradicionais da cidade?
12. Fale sobre suas expectativas e aponte as principais tendências para a atividade turística no destino Ouro Preto, sobretudo para o turismo de eventos.

ANEXOS

ANEXO I - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistada A



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto
Escola de Direito, Turismo e Museologia
Departamento de Turismo



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa sobre o impacto da pandemia da COVID-19 nos eventos de Ouro Preto, em especial aqueles que ocorrem no Centro de Artes e Convenções da UFOP.

Para a realização deste trabalho, coletaremos informações, por meio de uma entrevista, com profissionais que atuam nesta área. Se você não quiser participar, pode recusar a qualquer momento, sem ônus algum. Caso aceite, contribuirá com reflexões importantes para a academia e o mercado de eventos.

A entrevista será gravada, de modo que a entrevistadora não perca os detalhes do que será informado. Mediante autorização e consentimento dos entrevistados, o conteúdo será analisado e publicado em um trabalho de conclusão de curso do bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto.

Ouro Preto, 24 de fevereiro de 2023

Nome do entrevistado: Júnia Pena Fagundes

Cargo: Coordenadora do Centro de Artes e Convenções da Universidade Federal de Ouro Preto

Assinatura do entrevistado: *Júnia Pena Fagundes.*

Responsáveis pela pesquisa:

Bárbara Honório dos Santos (graduanda em Turismo - UFOP)

Profa. Dra. Carolina Lescura (orientadora – UFOP)

ANEXO II - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistado B



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto
Escola de Direito, Turismo e Museologia
Departamento de Turismo



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa sobre o impacto da pandemia da COVID-19 nos eventos de Ouro Preto, em especial aqueles que ocorrem no Centro de Artes e Convenções da UFOP.

Para a realização deste trabalho, coletaremos informações, por meio de uma entrevista, com profissionais que atuam nesta área. Se você não quiser participar, pode recusar a qualquer momento, sem ônus algum. Caso aceite, contribuirá com reflexões importantes para a academia e o mercado de eventos.

A entrevista será gravada, de modo que a entrevistadora não perca os detalhes do que será informado. Mediante autorização e consentimento dos entrevistados, o conteúdo será analisado e publicado em um trabalho de conclusão de curso do bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto.

Ouro Preto, 07 de março de 2023

Nome do entrevistado: Felipe Vecchia Guerra
Cargo: Secretário Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia de Ouro Preto

Assinatura do entrevistado:

Responsáveis pela pesquisa:

Bárbara Honório dos Santos (graduanda em Turismo - UFOP)
Profa. Dra. Carolina Lescura (orientadora - UFOP)

ANEXO III - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistada C



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto
Escola de Direito, Turismo e Museologia
Departamento de Turismo



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa sobre o impacto da pandemia da COVID-19 nos eventos de Ouro Preto, em especial aqueles que ocorrem no Centro de Artes e Convenções da UFOP.

Para a realização deste trabalho, coletaremos informações, por meio de uma entrevista, com profissionais que atuam nesta área. Se você não quiser participar, pode recusar a qualquer momento, sem ônus algum. Caso aceite, contribuirá com reflexões importantes para a academia e o mercado de eventos.

A entrevista será gravada, de modo que a entrevistadora não perca os detalhes do que será informado. Mediante autorização e consentimento dos entrevistados, o conteúdo será analisado e publicado em um trabalho de conclusão de curso do bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto.

Ouro Preto, 28 de fevereiro de 2023

Nome do entrevistado: Fabiana Aparecida dos Santos Nonato
Cargo: Diretoria de Turismo - Secretaria Municipal de Turismo e Cultura da Prefeitura de Ouro Preto

Assinatura do entrevistado:

Fabiana Nonato
Diretora de Turismo
Secretaria de Turismo

ANEXO IV - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido - Entrevistado D



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto
Escola de Direito, Turismo e Museologia
Departamento de Turismo



Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa sobre o impacto da pandemia da COVID-19 nos eventos de Ouro Preto, em especial aqueles que ocorrem no Centro de Artes e Convenções da UFOP.

Para a realização deste trabalho, coletaremos informações, por meio de uma entrevista, com profissionais que atuam nesta área. Se você não quiser participar, pode recusar a qualquer momento, sem ônus algum. Caso aceite, contribuirá com reflexões importantes para a academia e o mercado de eventos.

A entrevista será gravada, de modo que a entrevistadora não perca os detalhes do que será informado. Mediante autorização e consentimento dos entrevistados, o conteúdo será analisado e publicado em um trabalho de conclusão de curso do bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto.

Ouro Preto, 07 de fevereiro de 2023

Nome do entrevistado: Willian Magalhães Adeodato

Cargo: Diretor-Executivo do Ouro Preto e Circuito do Ouro Convention & Visitors Bureau

Assinatura do entrevistado:

Responsáveis pela pesquisa:

Bárbara Honório dos Santos (graduanda em Turismo - UFOP)

Profa. Dra. Carolina Lescura (orientadora – UFOP)