



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



THALITA STEPHANIE TEIXEIRA

**ECONOMIA CRIATIVA EM PEQUENOS TERRITÓRIOS: UM ESTUDO
SOBRE SANTO ANTÔNIO DO LEITE, OURO PRETO, MINAS GERAIS**

OURO PRETO - MG
2024

THALITA STEPHANIE TEIXEIRA

**ECONOMIA CRIATIVA EM PEQUENOS TERRITÓRIOS: UM ESTUDO
SOBRE SANTO ANTÔNIO DO LEITE, OURO PRETO, MINAS GERAIS**

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

Orientadora: Profa. Dra. Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta

**OURO PRETO – MG
2024**

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

T266e Teixeira, Thalita Stephanie.

Economia Criativa em pequenos territórios: um estudo sobre Santo Antônio do Leite, Ouro Preto, Minas Gerais. [manuscrito] / Thalita Stephanie Teixeira. - 2024.
75 f.

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. Criatividade nos negócios. 2. Política pública. 3. Ouro Preto (MG). 4. Desenvolvimento econômico - Aspectos sociais. 5. Santo Antônio do Leite (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

Thalita Stephanie Teixeira

Economia criativa em pequenos territórios: Um estudo sobre Santo Antônio do Leite, Minas Gerais

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 06 de fevereiro de 2024.

Membros da banca

Dra. Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta- Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
Dra. Alissandra Nazareth de Carvalho (Universidade Federal de Ouro Preto)
Dr. Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp (Universidade Federal de Ouro Preto)

Dra. 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 04/03/2024.



Documento assinado eletronicamente por **Carolina Lescura de Carvalho Castro Volta, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 04/03/2024, às 13:54, 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 **0677119** e o código CRC **8A39E467**.

Com amor e gratidão, aos que de alguma forma se fizeram presentes ao longo desta caminhada.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, fonte de toda sabedoria, pelas bênçãos constantes ao longo desta jornada, por me conceder força e perseverança para superar todos os desafios. E por colocar pessoas incríveis em meu caminho, que foram instrumentos de Sua bondade ao longo deste processo.

À minha família, minha gratidão é imensa. Agradeço, em especial, aos meus pais e ao meu irmão pelo sacrifício, compreensão e incentivo. Mesmo que não entendam completamente o que faço ao estudar turismo, cada palavra de encorajamento e gesto de apoio fez toda a diferença.

Agradeço ao meu Restrito grupo de amigos e demais queridos oliveirenses. Obrigada por se fazerem presentes mesmo com toda essa distância, por entenderem os momentos de ausência e por celebrar cada conquista como se fosse a de vocês.

À Universidade Federal de Ouro Preto, meus agradecimentos pelas inúmeras oportunidades, pelo ensino público, gratuito e de qualidade. Especialmente, agradeço ao Centro Acadêmico de Turismo e à Completur Jr., por fornecerem um ambiente acadêmico estimulante, pelas experiências enriquecedoras e por ligar meu caminho a tantas pessoas incríveis.

Aos professores do Departamento de Turismo, que, para além dos ensinamentos em aula, me desafiam e inspiram, nossas trocas moldaram meu pensamento crítico. Deixo meu agradecimento especial a Solano pela orientação de pesquisa e à Ali e Marquinhos por compartilharem a paixão pela Economia Criativa. Enfatizo ainda meu agradecimento à Carol, pela orientação não só durante este trabalho, mas ao longo de toda a trajetória acadêmica no turismo. Sua paciência, carinho e apoio emocional tornaram a caminhada mais leve e foram um farol em muitos momentos.

Às pessoas que contribuíram como entrevistados, meu mais sincero obrigada. Suas experiências compartilhadas foram a base sobre a qual este estudo foi construído, e estou profundamente grata por sua participação.

Expresso minha sincera gratidão aos meus turismigos, cúmplices nesta caminhada. Obrigada pela Falazada Turística, por cada risada, cada fofoca, cada surto compartilhado e cada ombro amigo, vocês foram elementos essenciais para minha formação. Carregarei com carinho todas as nossas trocas e viagens maravilhosas.

Quero agradecer aos demais amigos de Ouro Preto, que se tornaram uma extensão da minha família e meu lar. Suas palavras de incentivo, conselhos valiosos e companhias tornaram essa jornada mais significativa

Ao concluir este trabalho, quero reservar um momento para expressar meu próprio agradecimento. Estou orgulhosa da minha dedicação, persistência e comprometimento.

Obrigada a quem quer que seja.

“O caminho mais curto que leva a si mesmo faz uma volta ao redor da Terra”.

Hermann Graf-Keyserling

RESUMO

A Economia Criativa é uma nova forma de organização econômica, que busca se beneficiar das novas tecnologias, da criatividade e do capital intelectual para oferecer soluções mais sustentáveis e transversais. Ao unir as raízes culturais com a capacidade de reinvenção, ela pode gerar diferentes impactos positivos em termos de ganho econômico, social e cultural. Nesse cenário, destacam-se atividades promissoras, entre elas o turismo criativo e suas potencialidades. Assim, o presente trabalho tem por objetivo compreender como a economia criativa pode contribuir para a inserção econômica e social da comunidade, por meio de ações desenvolvidas em Santo Antônio do Leite, distrito de Ouro Preto, cuja potencialidade gira em torno do artesanato, da gastronomia e da prata, elemento tradicional. Em termos metodológicos, a pesquisa se caracteriza como exploratória/descritiva, buscando entender o contexto e analisar os dados de maneira qualitativa. Para tal, foram conduzidas entrevistas com representantes da economia criativa no distrito, do poder público e participantes da iniciativa privada e do setor turístico, com o propósito de captar as perspectivas e experiências dos envolvidos. A economia criativa em Santo Antônio do Leite prospera, oferecendo inúmeras oportunidades de desenvolvimento. O potencial do território é evidente, contudo, apesar da colaboração entre a comunidade e o Estado, existem obstáculos significativos, sendo necessário investir em políticas públicas mais eficazes. É crucial que as atividades se desenvolvam de maneira sustentável, possibilitando à comunidade enxergar no turismo e na economia criativa não apenas fontes de renda, mas também oportunidades para preservação cultural e inclusão social.

Palavras-chave: Economia criativa; Políticas públicas; Ouro Preto - MG; Santo Antônio do Leite; Desenvolvimento local.

ABSTRACT

The Creative Economy is a new form of economic organization that seeks to benefit from new technologies, creativity, and intellectual capital to provide more sustainable and cross-cutting solutions. By combining cultural roots with the ability to reinvent, it can generate different positive impacts in terms of economic, social, and cultural gains. In this scenario, promising activities stand out, including creative tourism and its potentialities. Thus, the present work aims to understand how the creative economy can contribute to the economic and social integration of the community through actions developed in Santo Antônio do Leite, Ouro Preto district, whose potential revolves around crafts, gastronomy, and silver, a traditional element. Methodologically, the research is characterized as exploratory/descriptive, seeking to understand the context and analyze data qualitatively. For such, interviews were conducted with representatives of the creative economy in the district, public authorities, and participants from the private sector and the tourism industry, to capture the perspectives and experiences of those involved. The creative economy in Santo Antônio do Leite thrives, offering numerous development opportunities. The potential of the territory is evident, however, despite collaboration between the community and the state, there are significant obstacles, necessitating investment in more effective public policies. Activities must develop sustainably, enabling the community to see tourism and the creative economy not only as sources of income but also as opportunities for cultural preservation and social inclusion.

Key-words: Creative economy; public policies; Ouro Preto - MG; Santo Antônio do Leite; local development.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALMG - Assembleia Legislativa de Minas Gerais

ASN - Agência de Serviços Notariais

CAT - Centro de Atendimento ao Turista

CONSEC MG - Conselho Estadual de Política Cultural de Minas Gerais

DEE-PMOP - Diretoria de Estudos Econômicos da Prefeitura Municipal de Ouro Preto

FEC - Fundo Estadual de Cultura

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços

LeiC - Lei Estadual de Incentivo à Cultura

OTMG - Ordem dos Trabalhadores do Município de Guarulhos

PADE - Plano de Apoio à Diversificação Econômica

PEDCM - Plano Estadual de Desenvolvimento da Cozinha Mineira

PEDEC - Plano Estadual de Desenvolvimento da Economia Criativa

PIB - Produto Interno Bruto

PSEC - Plano da Secretaria de Economia Criativa

PPAG - Plano Plurianual de Ação Governamental

PMOP - Prefeitura Municipal de Ouro Preto

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SECULT - Secretaria Estadual de Cultura e Turismo

SEDE - Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SDEIT - Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia

SMCT - Secretaria Municipal de Cultura e Turismo

UFOP - Universidade Federal de Ouro Preto

UNCTAD - Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Origens e efeitos da Economia Criativa	21
Imagem 2 - Tipologias de habitats de inovação	22
Imagem 3 - Logo do Programa Minas Criativa	33
Imagem 4 - Emprego formal da economia criativa, por atividade CNAE.	37
Imagem 5 - Potenciais do distrito elencados durante entrevistas	48
Imagem 6 - Publicação da PMOP sobre cursos de capacitação	52
Imagem 7- Publicação da PMOP sobre Projeto Cidade Criativa - Convênio com UFOP	54
Imagem 8 - Publicação da PMOP sobre ações do PADE	55
Imagem 9 - Resultado de pesquisa no Tripadvisor	57

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Projetos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia 38

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
1 A ECONOMIA CRIATIVA EM PEQUENOS TERRITÓRIOS.....	16
1.1 Contextualização e conceitos da economia criativa.....	16
1.2 Distritos Criativos: a criatividade como alternativa de desenvolvimento.....	21
2 POLÍTICAS REGIONAIS DE DESENVOLVIMENTO DE TERRITÓRIOS CRIATIVOS EM MINAS GERAIS.....	27
2.1 Legislação de Economia Criativa em Instâncias Mineiras.....	27
2.2 A presença da Economia Criativa no Município de Ouro Preto.....	36
3 A CONSTRUÇÃO DO DISTRITO DE SANTO ANTÔNIO DO LEITE COMO POSSÍVEL DISTRITO CRIATIVO.....	43
3.1 Metodologia de pesquisa.....	43
3.2 Apresentação do distrito de Santo Antônio do Leite.....	45
3.3 Visão dos gestores: influência do poder público na construção do Distrito Criativo.....	48
3.4 Visão da comunidade: a percepção dos moradores sobre projetos	56
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	64
REFERÊNCIAS.....	68
APÊNDICES.....	73
Roteiro das entrevistas semi estruturadas com o poder público.....	73
Roteiro das entrevistas semi estruturadas com a comunidade.....	74

INTRODUÇÃO

A atividade turística é um setor de considerável fator de impacto no desenvolvimento econômico, logo, países e destinos turísticos implementam ações inovadoras e fomentam o desenvolvimento local ao impulsionar, e de certo modo valorizar como capital simbólico, aspectos culturais e criativos. Visando combater as crises sociais, econômicas, ambientais e culturais, recorrentes no cenário mundial, tendo em vista as contradições do atual modelo de desenvolvimento, apoiado na acumulação de riquezas, no crescimento econômico em detrimento do social, privilegiando as diferenças e desigualdades sociais, os municípios têm adotado potenciais recursos estratégicos de desenvolvimento, pautados na cultura e na criatividade. Isto posto, esses territórios têm se tornado ambientes dinâmicos e em constantes adaptações relativas à economia, à cultura, à qualidade de vida dos cidadãos e também no fomento ao turismo, de forma criativa.

A criatividade é indicada como elemento capaz de aprimorar as vantagens competitivas dos destinos, pois a capacidade individual do anfitrião e do visitante, associada ao contexto social de realização da atividade turística, proporciona visões conceituais e práticas que originam novos produtos, processos ou significados direcionados para a aplicação comercial do artefato cultural em produção (Muzzio; Paiva Júnior, 2018). A simbiose entre turismo e criatividade se concretiza no contato das pessoas com expressões culturais, sendo então a criatividade importante no turismo porque responde a uma necessidade de desenvolvimento pessoal que leva a uma ‘atmosfera’ única e a uma ligação privilegiada entre a cultura das populações de acolhimento e os visitantes, e combate a reprodução massiva da cultura (Richards, 2011, 2020). O turismo criativo foi definido como sendo um tipo de turismo que oferece aos visitantes a oportunidade de desenvolver o seu potencial criativo através de uma participação ativa em cursos e experiências de aprendizagem que são característicos do destino de férias onde estas são realizadas (Richards; Raymond, 2000).

Para Reis (2011), o histórico e desenvolvimento dos conceitos de indústrias criativas e economia criativa se firmam enquanto agregador de valor às cadeias de produtos e serviços, além de possibilitar a convergência de interesses públicos e privados. Assim, ela se apresenta como uma alternativa à exclusão de grupos marginalizados, se mostrando como oportunidade de desenvolvimento para territórios que saibam aproveitar da criatividade como ferramenta de inovação e fomento ao turismo. A criatividade é, portanto, indicada como um elemento capaz de aprimorar as vantagens competitivas dos destinos.

A ideia da economia criativa é trabalhar uma economia que se beneficia das novas tecnologias, da criatividade e do capital intelectual para oferecer soluções mais sustentáveis e transversais. O crescente interesse de gestores, pesquisadores e grupos produtivos na área vem compondo discussões acerca de seu potencial, atingindo atividades como o turismo criativo e suas possibilidades de influenciar localidades. Nesse sentido, o projeto de criação da Cátedra UNESCO – Economia Criativa e Políticas Públicas aponta que “os efeitos da economia criativa podem ser aprimorados por meio de práticas de gestão e políticas públicas eficazes, além de vínculos criativos com turismo, eventos e tecnologias de informação e comunicação” (Emmendoerder; Richards; Mediotte, 2020).

Evidentemente, por meio da Economia Criativa e de suas atividades, como o turismo criativo, pequenas localidades podem se revitalizar no contexto do modo de produção capitalista e alcançar posições destacadas no mercado. Contudo, para Bastos, Cardoso e Oliveira (2016), mesmo a criatividade sendo um recurso importante não é suficiente para o alcance do sucesso, assim, é necessário que haja uma boa gestão. “Por isso, pouco adianta falar de economia criativa e do reconhecimento do potencial econômico da cultura, se um passo ainda mais fundamental não tiver sido dado antes o desenho de uma política pública clara, com base no contexto local (Bastos; Cardoso; Oliveira, 2016, p. 1781).

Conforme Emmendoerfer (2018), um território criativo é capaz de promover bons níveis de qualidade de vida, colaborando para a elevação do nível de bem-estar da sua população, de modo que isso decorre da aplicação de políticas para o desenvolvimento sustentável que sejam capazes de abarcar todas as suas. Para alcançar esses benefícios, é imperativo uma atuação conjunta da sociedade civil, do setor privado e do poder público.

Tendo em vista a amplitude da atividade turística no município de Ouro Preto, ela se mostra como um ponto de investigação com potencial para entender como essas práticas de gestão e políticas públicas podem influenciar o território. No contexto do turismo em Minas Gerais, a cidade é um dos principais destinos do Estado, sendo considerado ainda um destino indutor do turismo brasileiro, ou seja, se caracteriza como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxo turístico (OTMG, 2019). Além disso, segundo Cifelli (2015), a cidade passou por um processo de reformulação do tombamento e assim, “deixou de ser vista apenas como obra de arte, transcendendo os seus atributos estéticos e estilísticos, para ser representada em todo o seu dinamismo social, como fruto de uma sobreposição de temporalidades expressas enquanto forma em sua paisagem característica” (p.179).

Apesar de todo esse potencial, o turismo no município se concentra no centro histórico e pouco se irradia para os doze distritos do município. Embora o turismo em si possa trazer benefícios econômicos e culturais, o turismo de massa, ou *overtourism*, pode ter várias consequências negativas, como esgotamento dos recursos naturais de um destino, sobrecarga de infraestrutura, degradação cultural e gentrificação. Segundo a Organização Mundial do Turismo, *overtourism* é “o impacto do turismo em um destino, ou em partes dele, que afeta excessivamente a percepção da qualidade de vida dos cidadãos e/ou a qualidade das experiências dos visitantes de forma negativa” (p. 4).

No caso de Ouro Preto, Ciefelli (2015) aponta que há uma concentração territorial de monumentos e de atrativos, sendo possível compreender que o uso turístico do território é espacialmente seletivo. Outrossim, o turismo ainda se concentra no segmento de turismo cultural e histórico, segundo os dados da última pesquisa de demanda turística realizada pelo Observatório de Turismo de Minas Gerais, mais de 80% dos visitantes têm como atrativo principal “visitar locais e festas de riqueza histórico-cultural”. Conforme Emmendoerfer e Fioravante (2021), a importância da dimensão cultural na cidade de Ouro Preto é evidente, sua rica base cultural, impulsionada por sua história, produtos, serviços, patrimônio material e imaterial, e manifestações únicas, a diferencia de outras áreas urbanas do Brasil. Sendo a oferta cultural um atrativo para turistas, pesquisadores, intelectuais e profissionais criativos, tornando-se um fator significativo para o desenvolvimento da região.

Assim sendo, o interesse pela investigação do presente tema surgiu a partir da motivação de identificar as potencialidades de Santo Antônio do Leite, pela necessidade de verificar os impactos positivos em termos de ganho econômico, social e cultural na referida localidade, uma vez que as discussões acerca do turismo criativo no Brasil têm crescido e avançado em um cenário internacional. O distrito foi intencionalmente escolhido por já possuir trabalhos encaminhados nesta temática, tendo a comunidade iniciado ações e diálogos no sentido de fomentar a temática do turismo criativo na localidade, juntamente com a atuação da Prefeitura Municipal de Ouro Preto.

Em relação a Santo Antônio do Leite, é possível observar a diversidade de atividades e profissionais envolvidos nesse setor. A economia criativa desempenha um papel fundamental no impulsionamento do crescimento econômico, da inovação e do empreendedorismo, além de contribuir para a formação da identidade cultural local. Dentro desse contexto, algumas inquietações motivaram o desenvolvimento dessa pesquisa, tais como: Quais são as potencialidades para o desenvolvimento da economia criativa em Santo Antônio do Leite e

como elas estão sendo aproveitadas? Quais as oportunidades e os ganhos (econômicos e sociais) que a economia criativa pode gerar para a comunidade? O que falta para que o território se desenvolva efetivamente como um território criativo? Quais os principais desafios? Como a comunidade se organiza para tais atividades? Como é a atuação do poder público local nesse contexto?

Assim, o presente trabalho teve como objetivo compreender como a economia criativa pode contribuir para a inserção econômica e social da comunidade, por meio de ações desenvolvidas em Santo Antônio do Leite. Como objetivos específicos, tem-se (1) analisar as políticas de fomento à economia criativa em Minas Gerais; (2) levantar o potencial do território para se tornar um distrito criativo; (3) identificar os possíveis ganhos econômicos e sociais relacionados ao turismo criativo.

Em termos metodológicos, esta pesquisa se caracteriza como descritivo-exploratória, utilizando pesquisa bibliográfica, trabalho de campo com aplicação de entrevistas com atores chave.

Dessa maneira, a pesquisa se estrutura da seguinte forma: na revisão de literatura foi apresentada uma discussão acerca da economia criativa, apresentando os conceitos de economia criativa e distrito criativo, bem como suas aplicações práticas com exemplos, a fim de contextualizar o leitor sobre o tema central da pesquisa. Buscou-se ainda reforçar a importância da atuação do Estado enquanto facilitador do desenvolvimento do território criativo, para tal, analisou-se o desenvolvimento de políticas públicas de fomento à Economia Criativa no estado de Minas Gerais, com foco no município de Ouro Preto, buscando entender quais as aplicações, seus objetivos e os atores atingidos. Além disso, explorou-se a história e o contexto de cada localidade, apresentando suas iniciativas e intenções de trabalho, voltados ao turismo criativo e a difusão cultural e social.

1 A ECONOMIA CRIATIVA EM PEQUENOS TERRITÓRIOS

Em um ambiente competitivo como o gerado pelo capitalismo, a busca pela inovação e pela criatividade como ferramentas de destaque tem se tornado uma realidade pertinente. Nesse âmbito, serão apresentados os conceitos de economia criativa e distrito criativo, a fim de contextualizar sobre o tema central da pesquisa, expondo a conexão entre criatividade e inovação, a origem do termo, seu objetivo e seus impactos. Espera-se que o leitor compreenda ainda as principais áreas da indústria criativa, o contexto atual da economia criativa no Brasil e como a economia criativa e o turismo criativo ajudam no desenvolvimento desses espaços.

1.1 Contextualização e conceitos da economia criativa

A criatividade diz respeito à criação e geração de novas ideias, ela está relacionada com a originalidade dos processos. A inovação, por sua vez, diz respeito à aplicação de novas ideias, a mesma está relacionada com a renovação ou criação de novas estratégias. Para Newbiggin, “a criatividade impulsiona a inovação e a inovação impulsiona mudanças”, assim, Reis afirma que

A criatividade pode ser associada como um “combustível” para a inovação, onde a primeira seria o motor das ideias e insights, enquanto a segunda seria a efetivação desta criação, gerando e agregando valor para as organizações como consequência. É comum associar ambos os conceitos, pois há uma retroalimentação entre estes temas (Reis, 2022).

De acordo com a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro - FIRJAN, a diferença entre as duas está no fato de que “usualmente a criatividade se refere a elementos estéticos e ao efeito de bens e serviços criativos sobre as emoções dos consumidores, enquanto inovação se refere às mudanças de funcionalidade e produtividade, decorrente do avanço científico e tecnológico” (FIRJAN, 2022, p. 76).

Como apresentado por Howkins (2001), a criatividade sozinha não possui valor econômico, ela precisa ser transformada em um produto. Dessa forma, ambos conceitos se conectam quando discutimos sobre a Economia Criativa, “a criatividade não é algo novo, tampouco a economia, mas a novidade está na natureza e na extensão da relação entre elas e como elas se combinam para criar valor e riquezas extraordinários” (Howkins, 2001). Logo, a ideia seria de uma economia que se beneficia das novas tecnologias, da criatividade e do capital intelectual para oferecer soluções mais sustentáveis e transversais. O surgimento de tal compreensão teve origem no termo “indústria criativa”, utilizado pela primeira vez em 1994,

na Austrália, com o programa Creative Nation, que trabalhava a ligação de objetivos culturais, sociais e econômicos. Porém, foi a partir de 1997 que o termo ganhou maior visibilidade, quando o governo britânico criou um programa para mensurar os impactos da criatividade enquanto ferramenta estratégica (Castro, Figueiredo, 2016; Ferreira, 2017; Reis, 2011; UNCTAD, 2022).

Nesse contexto, a indústria criativa pode ser vista como um conjunto de atividades que nascem e se desenvolvem com base na criatividade dos agentes envolvidos. Com base em conceitos apresentados por pensadores do tema, Bendassolli, et al. (2009) validou quatro componentes principais nas definições: a criatividade é o elemento central, sendo percebida como necessária para a geração de propriedade intelectual; a cultura é tratada na forma de objetos culturais; as indústrias criativas transformam tais pontos em propriedade intelectual e, portanto, em valor econômico; um pressuposto de convergência entre artes, negócios e tecnologia.

Para a UNCTAD (2022), as indústrias criativas se baseiam no conhecimento e possuem foco na cultura e no patrimônio, elas são os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam a criatividade e o capital intelectual como insumos primários e compreendendo produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis, sendo, portanto, o coração da economia criativa. Desse modo, por não haver um conceito definitivo sobre o termo, as empresas e setores que compõem esse conjunto de atividades são estipuladas por cada governo ou organização. O mapeamento brasileiro, realizado pela FIRJAN em 2022, por exemplo, considera e analisa 13 segmentos, separados em quatro grandes Áreas Criativas: Consumo (Design, Arquitetura, Moda e Publicidade & Marketing), Mídias (Editorial e Audiovisual), Cultura (Patrimônio e Artes, Música, Artes Cênicas e Expressões Culturais) e Tecnologia (P&D, Biotecnologia e TIC).

Conforme Richard Florida (2011), a dinâmica de utilizar a criatividade como um recurso essencial nas relações sociais e econômicas, bem como de impulsionar a mudança cultural da cidade contemporânea, está ligada à presença da classe criativa, compreendida como um grupo de profissionais de áreas multidisciplinares que tem o objetivo de inovar o espaço onde estão inseridos. A classe criativa é constituída por profissionais desde designers e arquitetos até profissionais de saúde e advogados, que, por meio da criatividade, propõem novas formas e conteúdo, projetam um novo produto, elaboram estratégias, e, através de hábitos culturais e sociais, buscam resolver questões de forma sistêmica e inovadora (Apud Ferreira, 2017, p. 69).

Por conseguinte, as indústrias criativas são expressões do valor cultural e econômico, proporcionando avanços na vida dos envolvidos, interpretando e fazendo aplicação criativa do conhecimento de forma inovadora, adotando tecnologias e novos modelos de negócio e de cooperação com facilidade, pensando em função de planos internacionais e utilizando a tecnologia para se aproximarem de seus clientes (Newbing, 2010).

Como afirma Reis (2008), a Economia Criativa está além de um apanhado de Indústrias Criativas, ela é a afirmação de um contexto formado pela convergência de tecnologias, globalização e a insatisfação com o atual quadro socioeconômico mundial, de forma a atribuir à criatividade o papel de motivar e embasar novos modelos de negócios, processos organizacionais e institucionais e relações que galvanizam um novo modelo. A autora acrescenta que “a economia criativa compreende setores e processos que têm como insumo a criatividade, em especial a cultura, para gerar localmente e distribuir globalmente bens e serviços com valor simbólico e econômico” (Reis, 2008, p. 24).

Portanto, é possível afirmar que a mesma inclui diferentes grupos de pessoas que estão marginalizados e também uni setores diversos da sociedade, favorecendo a diversidade cultural. Tal pensamento é confirmado por Deheinzelin (2008) ao apresentar que “o que distingue a Economia Criativa e a torna particularmente salutar do ponto de vista social e econômico é justamente seu caráter includente” (p. 27). Nesse sentido, Reis (2011) levanta quatro traços característicos da economia criativa: o reconhecimento do valor agregado dos ativos intangíveis; a complementaridade das políticas cultural, tecnológica e econômica e das ações com ou sem apelo comercial; a expansão do conceito de cadeia setorial para o de redes de valor integradas; a inserção das tecnologias digitais como espinha dorsal da criação, produção, circulação e/ou consumo criativo.

Segundo a UNCTAD (2022), o conceito de Economia Criativa está em evolução, é um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento com uma dimensão de desenvolvimento e ligações transversais em níveis macro e micro para a economia geral, ela abrange aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com a tecnologia, propriedade intelectual e objetivos turísticos, fomentando a geração de renda, criação de empregos e receitas de exportação, ao mesmo tempo que promove a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. De forma harmônica, Ferreira (2017, p. 46) demonstra que “a economia criativa é apresentada como um conceito subjetivo e em evolução, que possui sua base fundamentada nas políticas inovadoras e multidisciplinares que potencializam o

desenvolvimento econômico, cultural e social de forma viável”, para ele, é uma oportunidade de fomento a modelos de negócios alternativos e ao surgimento de novas profissões em redes integradas por processos colaborativos e pela valorização das singularidades locais.

O SEBRAE (2012) enumera como características e potencialidades da economia criativa: a produção não poluente; a inovação tecnológica; o vínculo às características regionais e locais; a geração emprego e renda.; a geração de tributos – impostos, taxas e contribuições; o estímulo às novas qualificações profissionais; o fomento a economia associada a outros segmentos produtivos.; a promoção da inclusão social e o reforço da cidadania; e a promoção da diversidade e do respeito. O documento apresenta ainda quatro princípios norteadores da economia criativa: a importância da diversidade cultural do País; a percepção da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional; a inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda; a inclusão produtiva com base em uma economia cooperativa e solidária.

De forma geral, a Economia Criativa se apresenta como uma alternativa à exclusão de grupos marginalizados, se mostrando como oportunidade de desenvolvimento para territórios que saibam aproveitar da criatividade como ferramenta de inovação. Para Reis (2011), o histórico e desenvolvimento dos conceitos de indústrias criativas e economia criativa se firmam enquanto agregador de valor às cadeias de produtos e serviços, além de possibilitar a convergência de interesses públicos e privados.

Pode-se conjecturar que a indústria criativa e, depois, a economia criativa buscam reconhecer a criatividade como ferramenta essencial no processo de produção, que valoriza as atividades com conteúdo intelectual, artístico e cultural, agregando valor a bens e serviços, e, no caso da economia criativa, o vetor tecnológico é um elemento constitutivo. Nessa dinâmica, a criatividade promete desempenhar um papel importante na economia global ao irradiar benefícios para diversas áreas (turismo, entretenimento, tecnologia, cultura, entre outros). (Ferreira, 2017, p. 46)

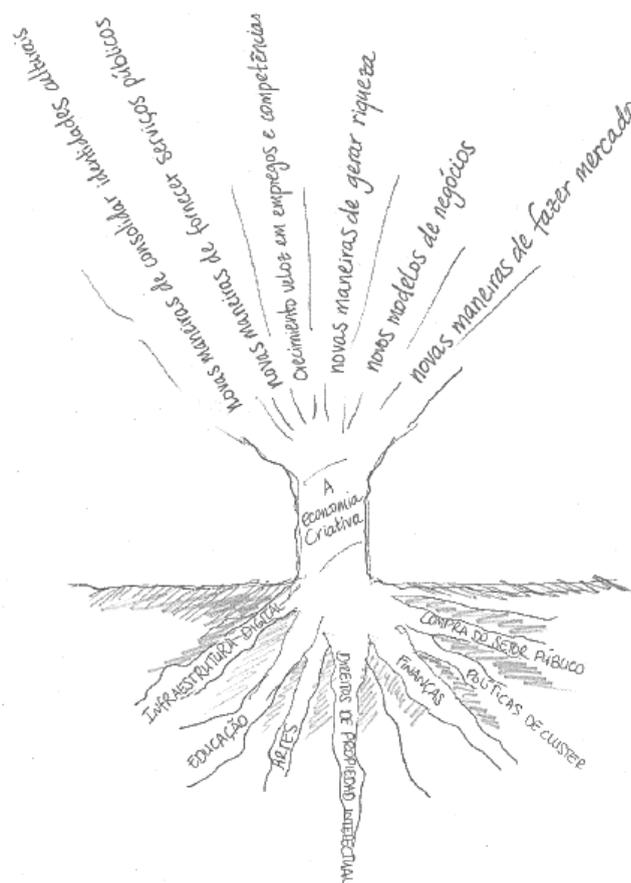
Diante do exposto, “a economia criativa parece apresentar de fato potencial significativo para promover o desenvolvimento socioeconômico, aproveitando um momento de transição de paradigmas globais para reorganizar os recursos e a distribuição dos benefícios econômicos” (Reis, 2008, p.47). Nesse sentido, podemos apontar alguns desafios e ameaças para tal oportunidade, em especial analisando o aspecto da governança, um dos maiores problemas “é a articulação de um pacto social, econômico e político entre os setores público, privado, a sociedade civil, a academia e as organizações multilaterais, no qual cada

um tem um papel muito claro” (Reis 2008, P. 36), afinal, por se tratar de uma economia transversal, faz-se necessário abarcar os diversos grupos sociais, afim de que todos sejam ouvidos, além disso, “para que as intervenções governamentais se tornem efetivas, elas devem focar e promover a sinergia entre os instrumentos de políticas que envolvem os ministérios das finanças, do trabalho, do comércio, da cultura, das relações exteriores, da tecnologia e do turismo (Santos-Duisenberg, 2008, p. 59). Também,

É preciso reconhecer que a criatividade é recurso necessário, mas não suficiente, para que a economia criativa se desenvolva. Governança, infraestrutura onipresente de tecnologia e comunicação e educação com um perfil diferenciado são elos fundamentais para sustentar um processo de desenvolvimento ancorado na economia criativa. (Reis, 2008, p. 143)

Para Trovão e Nunes (2021) “o uso da criatividade aliada à tecnologia num contexto econômico serve não apenas para dinamizar uma atividade, como também para reinventá-la, enquanto conteúdo simbólico. Essa perspectiva auxilia na compreensão de que indústrias criativas e sua economia podem se valer da economia criativa para enfrentar eventuais problemas ou crises que a indústria tradicional está suscetível” (p.23).

Imagem 1 – Origens e efeitos da Economia Criativa



Fonte: Newbing, John. 2010.

Isto posto, é importante que a Economia Criativa seja visualizada pela comunidade e seus governantes enquanto ferramenta estratégica para o desenvolvimento, englobando aspectos culturais, econômicos e sociais. Para tal, cabe fomentar a criatividade enquanto gerador de inovação para criação de produtos e soluções, de forma que setores diversos sejam contemplados, como por exemplo a educação, o turismo e o meio ambiente. Expressa-se, portanto, um aspecto fundamental buscar mecanismos de financiamento, valorização e adaptação a essa realidade.

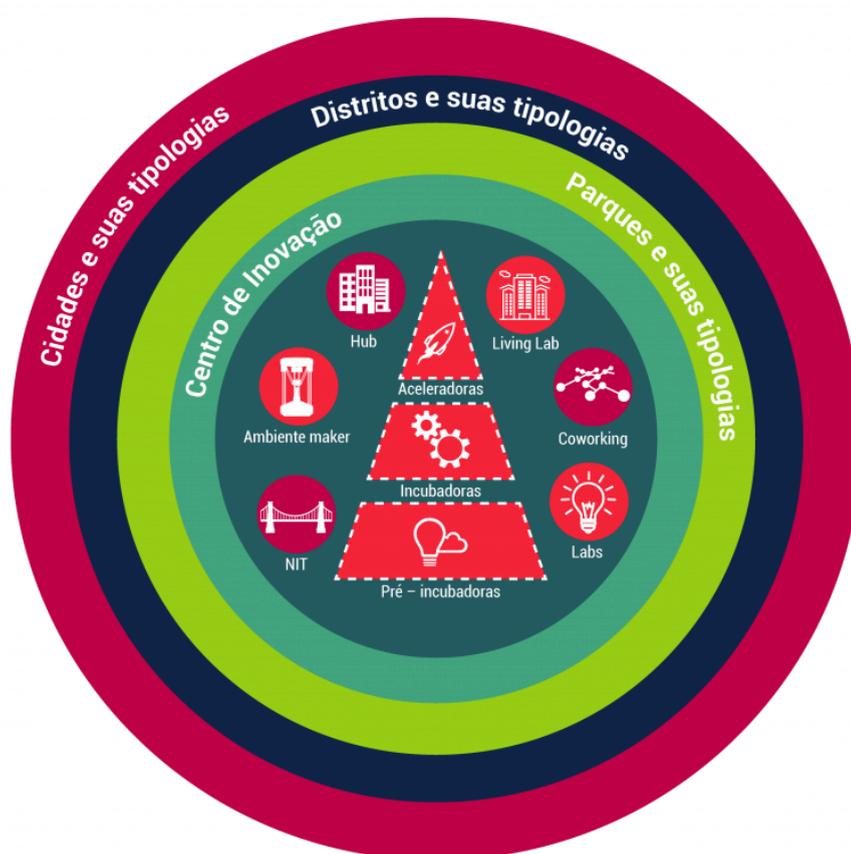
1.2 Distritos Criativos: a criatividade como alternativa de desenvolvimento

Diante do contexto de exploração da criatividade como recurso produtivo, cabe pensar os espaços de materialização dessa nova economia, onde a classe criativa está efetivamente atuando. Os habitats de inovação são bastante diversos e assim como os demais termos, suas definições estão em formação, dentre suas características congruentes está o fato de serem

áreas que atraem a criatividade e a transformação, sendo ambientes com alta presença da inovação.

Para Depiné e Teixeira (2018), os habitats de inovação “permitem a integração da tríplice hélice e procuram unir talento, tecnologia, capital e conhecimento para alavancar o potencial empreendedor e inovador”. Tais espaços acumulam o capital cultural e se apropria dessa atmosfera cultural criativa promovendo novos arranjos, novos produtos e novos consumos, eles transformam as preferências pessoais, provocam a valorização da produção e consumo fundados na cultura (Emmendoerfer; Ashton, 2014).

Imagem 2 - Tipologias de habitats de inovação



Fonte: Depiné; Teixeira, 2018.

A denominação de Cidade Criativa é a mais conhecida e divulgada atualmente, de maneira enxuta, é o espaço urbano onde acontece a produção da Economia Criativa. Para Reis (2011), são cidades que se caracterizam por processos contínuos de inovação, se baseiam em conexões e têm na cultura grande fonte de criatividade e diferencial social, econômico e urbano. Afim de “fortalecer a cooperação com e entre cidade que reconheceram a criatividade como um fator estratégico de desenvolvimento sustentável no que diz respeito aos aspectos

econômicos, sociais, culturais e ambientais” (UNESCO, 2014), a UNESCO criou em 2004 a Rede de Cidades Criativas.

Outra categoria desses habitats estão os Distritos Criativos, espaços das cidades que podem ou não ser classificados pela divisão territorial dos municípios. Souza e Teixeira apresentam que

De maneira geral, os distritos são pequenas áreas em uma parte da cidade, que podem ser estimulados por diferentes fatores. Estas áreas podem ser ruas, bairros, conjunto de bairros ou ainda regiões maiores. Os distritos estimulam um crescimento estável e, como tal, as cidades tentam estimular o seu desenvolvimento. (Souza; Teixeira, 2022, p. 27)

Segundo as autoras, “os distritos criativos agem com vistas ao desenvolvimento da economia criativa do território, da cultura existente no espaço urbano e dos talentos criativos que devem ser valorizados juntamente com a história local” (Souza; Teixeira, 2022, p. 29)

Enquanto as cidades criativas podem ser lidas pela delimitação formal da cidade e pela busca do retorno financeiro decorrente da sua utilização, e os polos criativos pela preocupação em considerar os aspectos humanos que marcam o território, bem como a relevância das formas de governança e interação dos atores que participam do território (Closs; Rocha-de-Oliveira, 2017), os distritos criativos são a junção de ambos os aspectos. Eles se formam em uma área territorial delimitada e pelo uso da criatividade como estratégia, mas também pela valorização do capital humano e cultural da comunidade inserida no contexto.

Segundo Testoni (2018), eles nascem como consequência de um processo orgânico e/ou planejado, onde o local é transformado em um ambiente atrativo e existe uma expressiva concentração de negócios e atividades criativas. A autora indica como características cruciais dos distritos criativos: a concentração da classe criativa; o uso misto dos espaços; a criatividade urbana, que surge da diversidade dos usuários do espaço; ser um meio propício às expressões humanas e ao surgimento de novas ideias; a valorização da história local, com a herança cultural, costumes e localidades típicas.

O Centro Gare, distrito criativo da cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, acrescenta ainda que,

Para um distrito criativo nascer é preciso ativar a colaboração entre diferentes setores, colocar as pessoas no centro, enxergar os problemas existentes sob diferentes óticas, exercitar a empatia, conectar o novo com a identidade local existente e aperfeiçoar a capacidade de agir de forma coletiva (Centro Gare, 2023).

Portanto, conforme Teixeira, Reis e Ferreira (2022), esses polos criativos são “agentes importantes para as cidades, tendo em vista que além de refletirem as evoluções históricas e culturais das sociedades, impactam na realidade atual das mesmas, valorizando o potencial criativo local” (p. 3).

Os atuais e novos Distritos Criativos devem ser ambientalmente responsáveis, procurar manter o patrimônio histórico que herdaram no território, mesclando de forma harmônica arquitetura antiga com contemporânea. Devem também preocupar-se com o aumento exorbitante dos preços dos locais, já que isso traz consequências negativas no longo prazo. É preciso integrar a comunidade que habita o território nos projetos inovadores, dando às pessoas melhores condições de vida e trabalho, oportunidades de capacitação e que se reconheçam como parte do projeto, não como grupos indesejáveis que ao final devem ser excluídos (Teixeira; Piqué; Ferreira, 2022, p. 24)

No contexto brasileiro, as autoras supracitadas discorrem que “os distritos criativos do Brasil possuem objetivos similares no que tange ao desenvolvimento de pólos urbanos movidos por meio da economia criativa e da inovação social” (Teixeira; Reis; Ferreira, 2022, p. 9). Complementando a importância desses pólos para o desenvolvimento, Deheinzelin (2008) mostra que através da Economia Criativa a diversidade cultural é favorecida, um aspecto fundamental para países em desenvolvimento, pois geralmente esses possuem recursos culturais pouco aproveitados, como saberes e fazeres originários. Tal qual citado por Trovão e Nunez (2021), o Brasil possui uma aptidão pela produção de economia criativa, em especial nas comunidades que se voltam para a realização de projetos. “As facetas da desigualdade ampliam o horizonte de possibilidades que são fecundadas e auxiliam no desenvolvimento dos nichos em que se desenvolve e dos que fazem parte da cadeia produtiva cultural” (idem, p.22)

De acordo com o *Guia Brasil-UK de prática Compartilhadas em Economia Criativa*, “a Economia Criativa brasileira se apresenta como um processo dinâmico de desenvolvimento cultural, respaldado pela proteção e promoção da diversidade de expressões culturais nacionais que entregam originalidade, singularidade e, assim, potencial de crescimento” (British Council, p.11). Da mesma forma, Trovão e Nunes

O que agrega à economia criativa é o seu valor cultural, que adicionado aos ganhos comerciais, possibilita que haja projeções no conceito da sustentabilidade, em setores diversos. A associação da economia criativa com a sustentabilidade, expressa na noção de desenvolvimento sustentável, e na atualidade, também alcança as cidades criativas como *locus*. (Trovão; Nunes, 2021, p. 29)

A British Council (2018) ainda acrescenta que, “no Brasil, a Economia Criativa está crescendo como uma prioridade política para o desenvolvimento territorial. Neste caso, o foco é apoiar uma diversidade de expressões culturais e posicionar a Economia Criativa como uma plataforma de estímulo à inclusão social” (p. 12). É indispensável enfatizar que para atingir tais objetivos de desenvolvimento os diferentes grupos de atores que integram o setor criativo devem ser ouvidos, assim, cabe ao poder público formular políticas de fomento que sejam pautadas na sustentabilidade e que se originem do coletivo. No entanto, apesar da importância do Estado, Trovão e Nunes (2021) também mostram que “o fomento ao desenvolvimento a partir de projetos criativos não precisa partir unicamente da indústria criativa, como pode também ser incentivada a surgir em outros empreendimentos, que podem se tornar criativos”, é necessário que a comunidade se sinta pertencente aos projetos e ações.

Ao analisarmos a atividade turística como uma indústria latente para a ampliação da Economia Criativa, vemos que a congruência entre ambas influencia efeitos positivos. Ademais, o turismo está diretamente relacionado com a concepção dos espaços criativos, visto que por meio dele é possível alcançar as almejadas sustentabilidades e inclusão social citadas como características dessa economia (Dazzi; Amorim; Queiroz, 2022). Nesse contexto, Richards (2018) mostra que dentre os aspectos positivos gerados pelo turismo criativo, ele atrai talentos criativos, aumentando a qualidade de vida e igualdade de oportunidades no turismo e nas demais indústrias criativas, bem como estimula a inovação adicionando impulsos criativos e novas tecnologias ao desenvolvimento, além de desenvolver conhecimentos e habilidades como resultado do aumento de contato entre profissionais das indústrias criativas e turísticas, entre produtores e consumidores e entre consumidores e residentes.

É possível então reforçar o potencial da Economia Criativa, pois assim como apresentado por Newbing (2010), “a única maneira de haver uma economia crescente, sustentável e capaz de oferecer melhor qualidade de vida para a maioria da população mundial está em cultivar a economia criativa e, especialmente, em utilizar o poder da criatividade em todas as fases da vida econômica” (p.19). Além disso, ela gera uma mudança nas estratégias de desenvolvimentos, que passam a buscar uma abordagem holística multidisciplinar, lidando com uma interface entre a economia, a cultura e a tecnologia, e com predominância de produtos e serviços com conteúdo criativo, valor cultural e objetivos de mercado (Duisenberg, 2008).

Logo, é notório que através da Economia Criativa e das atividades que a compõem, como o turismo criativo, pequenos territórios conseguem se restabelecer dentro do modo de produção capitalista e se colocar em lugares de destaque no mercado. É, portanto, uma alternativa às mazelas geradas pelo capitalismo, visto que parte de espaços que buscam valorizar a originalidade, os saberes e fazeres das comunidades locais, os processos colaborativos e principalmente a cultura e a diversidade.

2 POLÍTICAS REGIONAIS DE DESENVOLVIMENTO DE TERRITÓRIOS CRIATIVOS EM MINAS GERAIS

Desenvolver a economia criativa de forma sustentável requer uma abordagem colaborativa que envolve o setor privado, a sociedade civil e o poder público atuando de forma conjunta. Dessa forma, o presente capítulo busca descrever o desenvolvimento de políticas públicas de fomento à Economia Criativa no estado de Minas Gerais, com foco no município de Ouro Preto, buscando entender quais as aplicações e seus objetivos e os atores atingidos. Espera-se analisar de forma crítica as políticas públicas de fomento à Economia Criativa no estado de Minas Gerais e apontar como o poder público de Ouro Preto tem se organizado em relação ao tema.

2.1 Legislação de Economia Criativa em Instâncias Mineiras

Considerando as vastas oportunidades de crescimento proporcionadas pela Economia Criativa, é crucial concebê-la como parte integrante das políticas públicas. Nesse sentido, compreender o papel essencial do setor público como um dos principais impulsionadores na sociedade se torna fundamental.

Políticas públicas são ações e decisões tomadas pelos governos com o objetivo de solucionar problemas ou alcançar objetivos específicos que afetam a sociedade como um todo. Essas políticas são desenvolvidas e implementadas por governos em diferentes níveis, como governo federal, estadual e municipal. Saraiva (2006) as descrevem como um fluxo de decisões orientadas para manter o equilíbrio social ou introduzir desequilíbrios destinados a modificar essa realidade.

Conforme Araújo e Taschner (2012), são decisões do Estado em resposta às demandas sociais, orientadas para manter ou modificar o equilíbrio social. Essas intervenções estatais atingem diferentes questões que mobilizam a sociedade, refletindo a complexidade, natureza política e influência de múltiplos grupos e interesses. Segundo a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, a política pública é

o resultado de atividades políticas e de gestão pública na alocação de recursos e na provisão de bens e serviços públicos. Política pública pode ser entendida como um sistema de decisões públicas que visa manter ou modificar a realidade por meio da definição de objetivos e estratégias de atuação e de alocação dos recursos necessários para se atingir os objetivos estabelecidos. (ALMG, 2023)

O processo de formulação das políticas públicas deve envolver a identificação de um problema ou desafio, a coleta de dados e informações relevantes, a análise de alternativas e possíveis soluções, a definição de objetivos e metas, a elaboração de estratégias e planos de ação, a alocação de recursos e, finalmente, a implementação, monitoramento e avaliação dos resultados.

O processo de formulação e implantação de uma política pública envolve diversas fases, não necessariamente sequenciais e obrigatórias: Identificação de um problema e sua inclusão na agenda pública; Formulação de alternativas para o enfrentamento do problema e seleção daquela considerada mais conveniente; Planejamento e implementação; Monitoramento da implementação; Avaliação. (ALMG, 2023)

Portanto, o poder público desempenha um papel fundamental na construção e consolidação de um território criativo. Sua influência abrange desde o planejamento urbano e atendimento de necessidades básicas da população, até a implementação de políticas e programas específicos. Procopiuck e Frender (2013) apontam que a criação de políticas públicas para integrar a economia criativa estimula o crescimento econômico, promove a inovação, preserva a identidade cultural e contribui para o desenvolvimento social e comunitário.

Através dessa atuação, a comunidade consegue estabelecer diretrizes de planejamento urbano que promovam a criação de espaços adequados para atividades criativas. Ademais, ele é responsável por garantir infraestrutura básica como fornecimento de energia, água, saneamento e acesso à internet de qualidade, segurança, transporte e manutenção de vias.

Para Serra e Fernandez,

a emergência da economia criativa como atividade econômica de grande potencial de aplicação no campo das políticas públicas a inscreve em agendas governamentais nacionais e locais de forma permanente, amplificando o debate intelectual acerca de sua natureza e abrangência (Serra; Fernandez, 2014, p. 356)

Em consonância com tal pensamento, Emmendoerfer (2018) afirma que

No contexto da economia criativa, as políticas públicas passam a focar a organização e a inserção de bens e serviços culturais para além daquelas atividades clássicas, como forma de dinamizar a economia nacional com produtos e experiências de alto valor agregado, por meio do trabalho imaterial de diferentes (e de novas) ocupações profissionais, que valorizem a diversidade cultural (Emmendoerfer, 2018, p.127)

É importante considerar que a adoção das políticas de economia criativa varia de acordo com as características históricas e institucionais de cada território. Essas políticas

refletem uma mudança de paradigma na relação entre Estado e cultura, priorizando a valorização da criatividade e sua capacidade econômica. Quando o poder público atua de forma estratégica, colaborativa e comprometida, pode desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento de um ecossistema criativo próspero e sustentável.

Na medida em que as indústrias criativas são consideradas um meio para promover desenvolvimento, a perspectiva do Estado sobre a cultura muda: de locus da criação de solidariedade passa-se à percepção da cultura como recurso a ser explorado para aplicação tanto na indústria (bens, serviços e experiências) quanto na ciência (inovação). (Marchi, 2014, p. 212)

Fraga, Emmendoerfer e Mendes (2015) afirmam que as políticas culturais que se baseiam na criatividade têm um papel fundamental no desenvolvimento socioeconômico, transformando as indústrias criativas em um elemento forte nesse processo.

Adotadas políticas públicas eficientes, a economia criativa pode gerar ligações transversais com a economia global em níveis macro e micro. Assim, é possível a promoção de uma dimensão de desenvolvimento, oferecendo novas oportunidades para esses países saltar diretamente para setores de alto crescimento da economia mundial (UNCTAD, 2008, apud Marchi 2014:200)

Dentre as possibilidades de ações e decisões tomadas pelos governos para o fortalecimento da economia criativa podemos citar: o oferecimento de incentivos fiscais e financeiros para atrair empreendedores e investidores para o território; promoção de programas de formação e capacitação voltados para as indústrias criativas, incluindo a oferta de cursos, workshops, palestras e materiais; marketing do destino, tanto em âmbito local quanto nacional e internacional, com participação em feiras, eventos e festivais, a criação de campanhas de divulgação, a produção de materiais promocionais e o estabelecimento de parcerias com outros destinos criativos (Procopiuck e Frender (2013); Fraga, Emmendoerfer e Mendes (2015); Serra e Fernandez (2014)).

Outrossim, o poder público pode atuar como facilitador na articulação de parcerias entre os diversos atores envolvidos no território criativo, como empreendedores, instituições de ensino, organizações culturais e comunidade local. Segundo Reis (2011), “o agente catalisador de mudanças pode ser o governo (especialmente o municipal, mais próximo da sociedade), uma empresa privada ou uma organização da sociedade civil” (p.27). Essa colaboração é essencial para criar um ecossistema criativo vibrante, onde haja troca de conhecimentos, cooperação e sinergia entre os diferentes setores. É possível apontar ainda ações que viabilizem o acesso a espaços e equipamentos necessários para as atividades

criativas e a participação ativa da comunidade local na construção e consolidação do distrito criativo.

No Brasil, a discussão sobre economia criativa começou a ganhar mais destaque por volta dos anos 2000. Embora o termo possa ter sido utilizado em contextos anteriores, foi a partir dessa década que o país começou a explorar mais profundamente o potencial econômico dos setores criativos, como arte, cultura, design, mídia, tecnologia, entre outros. Conforme apresentado por Reis (2011), os debates sobre as indústrias criativas começaram em 2004, durante a 11ª edição do encontro quadrienal da UNCTAD em São Paulo.

Durante os anos 2003 e 2010, ocorreram iniciativas e discussões no âmbito das políticas públicas de cultura que culminaram num ambiente favorável (DE MARCHI, 2014, MADEIRA, 2014) para que a política de cultura tivesse um caráter nacional de forma mais ampla e participativa. Por iniciativa do Estado, retomou-se o diálogo entre os três níveis de governo no Brasil (municipal, estadual e federal) e a sociedade civil, por meio da realização da primeira, em 2005, e da segunda Conferência Nacional de Cultura, em 2010. (Emmendoerfer, 2018)

Nesse cenário, o governo começou a desenvolver políticas específicas para o setor, reconhecendo a importância da economia criativa para o desenvolvimento socioeconômico. Em 2010, o termo Economia Criativa apareceu pela primeira vez como um eixo indutor em um plano nacional e em 2011 foi criada a Secretaria de Economia Criativa (Emmendoerfer, 2018). No mesmo ano foi publicado o Plano da Secretaria de Economia Criativa com objetivo de “formular, implementar e monitorar políticas públicas para um novo desenvolvimento, fundamentado no estímulo à criatividade dos empreendedores brasileiros, assim como na inovação de seus empreendimentos” (PSEC, 2011).

Assim como outras áreas, as políticas de cultura e, por extensão, à economia criativa, enfrentam problemas de continuidade devido às mudanças governamentais e organizacionais. Atualmente, o Ministério da Cultura do Brasil está desenvolvendo planos para impulsionar a economia criativa, conforme discutido em uma audiência pública conduzida pela Comissão de Cultura da Câmara dos Deputados. Segundo o Ministério (2023), a meta é estabelecer até 2024 um Programa Nacional de Economia Criativa, colaborando com o governo e abordando a internacionalização cultural.

Desde o ano passado, está tramitando no Congresso Nacional o Projeto de Lei 2.732/2022 que cria a Política Nacional de Desenvolvimento da Economia Criativa. O projeto prevê, entre outras medidas, parceria entre empresas e universidades para qualificação profissional; desenvolvimento de infraestrutura para as dinâmicas econômicas dos setores criativos; promoção

e fortalecimento de ecossistemas de inovação em territórios criativos para o desenvolvimento local e regional. (Agência Brasil, 2023)

No âmbito de Minas Gerais, a economia criativa tem ganhado destaque como uma importante força impulsionadora do desenvolvimento econômico e cultural no estado. Minas Gerais, conhecido por sua rica herança cultural e histórica, tem explorado os setores criativos como uma maneira de diversificar sua economia e promover o crescimento sustentável. Em relação aos valores financeiros, a atividade turística, essencialmente cultural, movimentou cerca de R\$ 34 bilhões em Minas (Agência Minas, 2024). Segundo o secretário de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais, Leônidas de Oliveira, “a economia da criatividade é responsável por mais de 691 mil empregos em toda Minas Gerais. A meta dos programas Mais Turistas e Minas Criativa é criar 100 mil empregos até o final de 2024, e estamos no caminho certo” (Agência Minas, 2024).

O governo de Minas Gerais impulsiona a economia criativa através de incentivos fiscais, editais e financiamentos, espaços de coworking, apoio a eventos culturais, parcerias público-privadas, e programas de capacitação, visando estimular investimentos, inovação e desenvolvimento sustentável no setor. As políticas de Economia Criativa são ações de responsabilidade da Secretaria Estadual de Cultura e Turismo – Secult, que “tem como competência planejar, organizar, dirigir, coordenar, executar, monitorar e avaliar as ações setoriais a cargo do Estado relativas: [...] XIII – às políticas de fomento à economia da criatividade e à gastronomia” (Decreto nº 48.649, de 10/07/2023).

Dentro de sua organização, a Secult é composta pela Diretoria de Economia da Criatividade e Articulação Cultural, atrelada à Superintendência de Bibliotecas, Museus e Economia da Criatividade. Segundo artigo 14 do decreto em questão, a diretoria busca “propor, articular e desenvolver atividades voltadas à dinamização, à regionalização e à descentralização das políticas de cultura no Estado” (Decreto nº 48.649, de 10/07/2023).

A Diretoria desempenha um papel estratégico no fortalecimento da dimensão econômica da cultura no Estado, atuando no planejamento, promoção, implementação e gestão de ações essenciais para o desenvolvimento da economia da criatividade no estado. Ela desempenha um papel fundamental ao subsidiar as demais unidades da Secult na formulação de políticas públicas relacionadas à economia criativa.

A coordenação e apoio técnico ao mapeamento e monitoramento das cadeias produtivas da economia criativa também são competências atribuídas, visando identificar vocações, vulnerabilidades, oportunidades e desafios. A criação e apoio a programas de formação e qualificação, debates sobre políticas públicas, articulação para cooperação técnica

nacional e internacional, assim como a coleta e organização de informações culturais, demonstram a abrangência e importância estratégica da Diretoria. Além disso, a análise de propostas legislativas relacionadas à economia da criatividade, o estímulo à formação de redes culturais regionais e o apoio a atividades promovidas pela Secult regional também são focos essenciais da atuação da Diretoria.

Nos últimos anos o Governo de Minas Gerais, em parceria com diferentes entidades, realizou diversas iniciativas para promover a descentralização e democratização dos recursos culturais no estado. Freitas (2019), aponta que os principais problemas de atuação do estado em relação à economia criativa em Minas Gerais estão relacionados à concentração das ações na região metropolitana de Belo Horizonte. A autora acrescenta que existe ainda uma dificuldade por meio das empresas do setor para acesso ao crédito e que a rede de conexões é pouco desenvolvida devido à baixa articulação entre instâncias, mapeamento insuficiente de atores e pouca experiência do público em empreender.

Nesse sentido, algumas iniciativas podem ser apontadas como tentativas de sanar o problema. Os editais do Fundo Estadual de Cultura (FEC) refletem essa abordagem, destinando recursos a projetos culturais, com 86,46% das iniciativas aprovadas provenientes do interior, combatendo a centralização. Da mesma forma, a Lei Estadual de Incentivo à Cultura (LeiC), onde 42,73% dos 777 projetos aprovados eram do interior, facilitando o acesso a recursos para produtores e trabalhadores da cultura em municípios com dificuldades (Agência Minas,2024).

A Lei Paulo Gustavo e ações como o Minas Literária e a Noite Mineira de Museus e Bibliotecas, expandiram atividades do poder público para o interior, envolvendo a população de diversas cidades. O ICMS Patrimônio Cultural, ao repassar R\$106 milhões diretamente aos municípios, desempenha um papel crucial na preservação do patrimônio, destacando a descentralização das políticas públicas.

Em 2021, a Secult publicou o Plano Estadual de Desenvolvimento da Cozinha Mineira, instrumento de articulação e promoção de políticas públicas que fortalecem a gastronomia do estado (PEDCM, 2021). Sendo a gastronomia um dos segmentos da Economia Criativa, as estratégias do plano indicam um entendimento abrangente da gastronomia como um vetor de desenvolvimento econômico e cultural, alinhado aos princípios da economia criativa.

O plano fomenta a economia criativa através da valorização da autenticidade, reconhecimento da gastronomia como indústria criativa, estímulo à inovação e pesquisa, fortalecimento da cadeia produtiva, promoção internacional e criação de uma rede intersetorial. Essas medidas impulsionam a criatividade, preservam tradições e promovem sinergias entre diversos setores, gerando impactos positivos na economia local e regional. Embora ainda não tenha sido publicado um relatório de avaliação de resultados, conforme apontado no documentos, o plano estabelece 72 iniciativas, com o valor total estimado em R\$163 milhões, para serem executadas de 2021 a 2024.

Em 2023, o governo lançou programas como Minas Criativa e Mais Turistas, visando incentivar a cultura, fortalecer o turismo de forma sustentável e gerar empregos na economia criativa (ASN, 2023). O programa Minas Criativa prevê investimentos significativos, principalmente oriundos das leis mencionadas, e visa criar 100 mil empregos na economia da criatividade até dezembro de 2024. Seu objetivo é impulsionar a economia criativa e cultural do estado, criando um ambiente propício para o desenvolvimento de atividades criativas.

Imagem 3 - Logo do Programa Minas Criativa



Fonte: Minas Criativa, 2023

Já o programa Mais Turistas também conta com expressivo investimento, visando implementar a política de turismo para os próximos 4 anos, com ênfase em capacitação, infraestrutura, diversificação, e promoção turística. Ao diversificar as opções turísticas, o programa não apenas busca atrair visitantes para pontos tradicionais, mas também destaca experiências culturais e criativas. Valorizando a cozinha mineira, o turismo de natureza e outros aspectos culturais e históricos, a iniciativa promove a produção cultural e criativa local.

Ainda em 2023, por meio da Secult e do Conselho Estadual de Política Cultural de Minas Gerais (Consec-MG), o Governo de Minas Gerais elaborou o Plano Estadual de Desenvolvimento da Economia da Criatividade, que busca fornecer suporte à administração estadual na integração e ajuste do Plano Plurianual de Ação Governamental (PPAG) ao Plano Estadual de Cultura em Minas Gerais. O objetivo principal é potencializar a criatividade e a diversidade de expressões culturais, ao mesmo tempo em que fortalece as profissões de artistas e técnicos. O documento apresenta propostas de ação prioritárias para cada um dos 17 segmentos representados pelo Consec, facilitando a transparência e o acompanhamento da efetivação pela área técnica do Estado, pelo legislativo e pela sociedade.

Além das ações da Secult, o Governo do Estado de Minas Gerais realiza ações de fomento à economia criativa de forma direta e indireta através da Secretaria Estadual de Desenvolvimento Econômico. A Subsecretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação busca “planejar, coordenar, executar e fomentar políticas públicas relativas à ciência, à tecnologia e à inovação, ao desenvolvimento e ao fomento de pesquisa, tecnologia e inovação, ao fomento do ecossistema de inovação no Estado” (Decreto nº 48.678, 2023).

A SEDE define diretrizes estratégicas, promove a cultura de inovação, estimula o ecossistema de startups e fomenta a pesquisa aplicada. Por sua vez, a superintendência é responsável por coordenar programas e projetos que concretizam essas diretrizes, apoiando a infraestrutura tecnológica, incentivando a adoção de soluções inovadoras pelos municípios e monitorando a execução de projetos.

Dentre os programas podemos citar o Minas + Gerais, que objetiva fomentar a verticalização sustentável das cadeias produtivas, por meio da inovação tecnológica, de modo a agregar mais valor aos produtos, diversificando, fortalecendo e tornando a economia mineira mais competitiva de forma integrada e sustentável (SEDE, 2023); e o programa Compete Minas, que busca o aumento da competitividade e da inovação de empresas mineiras por meio do investimento público em projetos e inovação tecnológica que beneficiem o setor produtivo mineiro (SEDE, 2023).

Em 2023 a secretaria lançou o programa Cidades do Futuro, uma iniciativa estratégica para transformar os municípios mineiros em ambientes mais prósperos, inovadores e inteligentes. O programa busca estabelecer uma conexão eficiente entre o poder público estadual e municipal, e empresas de tecnologia, visando aumentar a eficiência das ações locais, simplificar demandas e acelerar processos. Focado na geração de emprego, melhoria

da qualidade de vida e diversificação do setor produtivo por meio da inovação tecnológica (SEDE, 2023).

De acordo com Freitas (2019), a baixa articulação entre instâncias de representação e o mapeamento insuficiente dos atores na rede podem dificultar a cooperação efetiva entre os diversos participantes do ecossistema da economia criativa no estado de Minas Gerais. Portanto, é fundamental que o poder público atue de maneira mais coordenada, promovendo melhorias no ambiente de negócios, simplificando legislações, facilitando o acesso a financiamentos específicos e reconhecendo a importância estratégica desse setor para o desenvolvimento econômico do estado.

Embora seja possível visualizar inúmeras ações diretas e indiretamente ligadas à economia criativa no estado, é necessário realizar um monitoramento das iniciativas e estabelecer índices de acompanhamento que gerem dados transparentes de resultados. O monitoramento permite avaliar o impacto das políticas públicas em diferentes setores da sociedade, ajudando a identificar se as políticas estão atingindo seus objetivos pretendidos e se estão beneficiando ou prejudicando determinados grupos ou regiões. A avaliação de impacto ajuda a tomar decisões informadas sobre a continuidade, modificação ou interrupção de políticas existentes. Outrossim, promove a prestação de contas por parte dos governantes e dos responsáveis pela implementação das políticas e ajuda a identificar falhas e lacunas nas políticas públicas.

Nesse sentido, o Plano Estadual de Desenvolvimento da Economia da Criatividade propõe um sistema integrado de mapeamento das políticas culturais. São considerados os eixos de investimentos do Estado, a atuação dos profissionais da área, a avaliação de emprego e ocupação criativa, as empresas de base cultural e criativa, a avaliação regular de formalização do setor cultural, o monitoramento de mostras e festivais artísticos e culturais de Minas e o levantamento de dados dos principais festejos populares do calendário cultural dos municípios (PEDEC, 2023).

A abordagem abrangente e estratégica adotada pelo governo de Minas Gerais na promoção da economia criativa destaca a importância do papel do setor público no desenvolvimento socioeconômico e cultural. A adoção de políticas específicas, programas de incentivo e parcerias demonstra o comprometimento em criar um ambiente propício para o florescimento das indústrias criativas. Ao reconhecer a economia criativa como uma força impulsionadora do desenvolvimento, Minas Gerais se destaca como um exemplo significativo

de como a integração de setores públicos e privados pode moldar um ecossistema criativo vibrante e sustentável.

2.2 A presença da Economia Criativa no Município de Ouro Preto

Ouro Preto é reconhecida por seu rico patrimônio histórico e cultural. Essa riqueza é uma fonte constante de inspiração para artistas, artesãos, escritores e músicos locais, assim, a economia criativa de Ouro Preto se baseia na valorização e exploração desse patrimônio cultural, transformando-o em produtos e serviços criativos. Há uma variedade de setores criativos que contribuem significativamente para a vitalidade cultural e econômica da região, incluindo patrimônio, artesanato, artes plásticas, música e gastronomia.

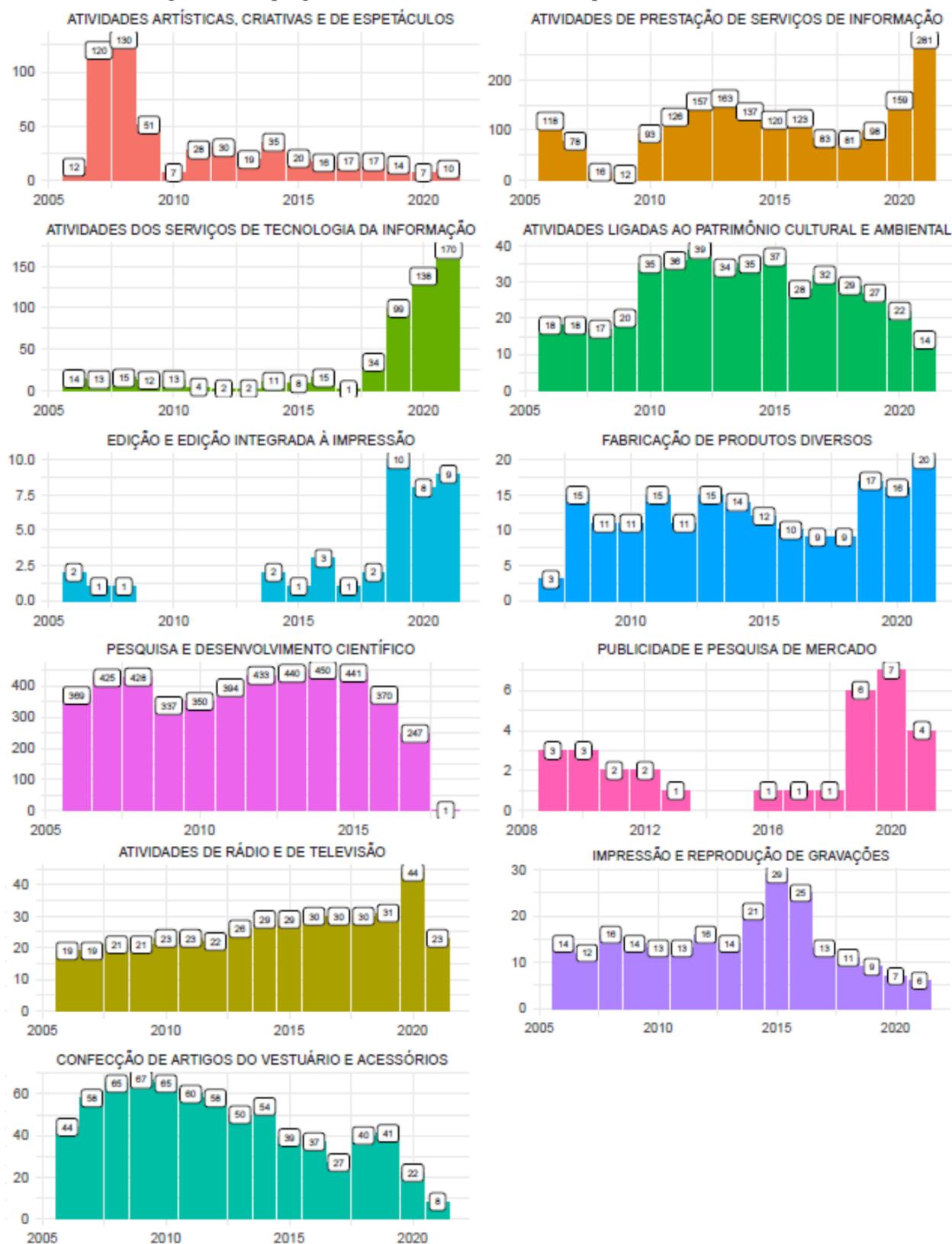
Segundo a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia (2023), a cidade se tornou um polo de criatividade de inovação, abrigando uma comunidade diversa de artistas, artesãos, músicos, escritores e empreendedores culturais. “O Território Criativo em Ouro Preto e seus distritos não só preservam a rica história da região, mas também a revitaliza, tornando-se um modelo inspirador de como a cultura e a criatividade podem impulsionar o crescimento econômico e sustentável em uma comunidade” (SDEIT, 2023).

Como no cenário nacional e mineiro, o setor da economia criativa em Ouro Preto vem se fortalecendo ao longo dos anos. Conforme relatório de Estimativa de empregos formais em Economia Criativa, desenvolvido pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia, houve um crescimento do número de empregos na economia criativa a partir de 2018, em termos percentuais, os empregos saltaram 113,7% de 2018 a 2021. Ao todo, o relatório aponta 545 postos de trabalhos formais, com crescimento registrado nas áreas de Fabricação de Produtos Diversos, Atividades de Serviços de Informação e Atividades dos Serviços de Tecnologia da Informação.

Nesse âmbito, Guerra et. al. afirmam que

A tríade cultura-patrimônio-turismo é responsável por movimentar a economia local do município, gerando empregos diretos e indiretos no setor de bens e serviços na área patrimonial e turística que por excelência são culturais. Entender esses setores como fundamentais para a economia local nos permite observar, através da ótica da economia criativa, como que a dinâmica socioeconômica está sendo tratada pelo setor público municipal através de políticas públicas que favoreçam e fomentem o setor produtivo criativo do município (p. 234)

Imagem 4 - Emprego formal da economia criativa, por atividade CNAE.



Fonte: Diretoria de Estudos Econômicos (SDEIT/PMOP, 2023).

Um ponto importante para discussão é entender que na economia de Ouro Preto, a indústria da mineração, conhecida historicamente na região devido à sua rica história de exploração de ouro, continua a ter um impacto relevante na economia local, mantendo-se como um dos pilares do Produto Interno Bruto (PIB) do município. No entanto, a notável dependência econômica da cidade nessa atividade torna-se um ponto de atenção, dado que ela se baseia na disponibilidade de um recurso mineral limitado.

De acordo com informações da prefeitura em 2021, essa atividade assume um protagonismo significativo, contribuindo com mais de 70% do total da arrecadação municipal. Essa alta dependência ressalta a necessidade de explorar alternativas para a diversificação econômica, e é aqui que a economia criativa emerge como uma solução viável e sustentável. Explorar as potencialidades da economia criativa pode ser um caminho para reduzir a vulnerabilidade econômica de Ouro Preto, criando oportunidades e fontes de renda que não estejam exclusivamente vinculadas à extração mineral. Esta abordagem diversificada não apenas reduziria a dependência da cidade em relação à mineração, mas também poderia impulsionar setores como turismo, artesanato, cultura e inovação, promovendo um desenvolvimento mais equilibrado e resiliente.

Por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia - SDEIT, a prefeitura municipal discute ações em prol da organização de uma estratégia de desenvolvimento local, com vistas a potencializar suas singularidades, trabalhadas dentro das vertentes do turismo criativo. O PADE, Plano de Apoio a Diversificação Econômica, por exemplo, é uma lei municipal de 2023, que objetiva fomentar oportunidades e gerar mais crescimento econômico na cidade, dentre seus eixos principais o turismo se destaca enquanto um fenômeno de aspecto social, cultural e econômico que contribui para a economia, preserva patrimônios e criar experiências, construindo relações entre diferentes lugares (PADE, 2023).

Isso posto, assim como no contexto mineiro, o município de Ouro Preto entende a necessidade de incluir a economia criativa em suas políticas públicas, essa iniciativa ocorreu por meio da Diretoria de Economia Criativa e Solidária dentro da SDEIT. Conforme Art. 172 da Lei Complementar nº 218/2023, são atribuições da diretoria a promoção do desenvolvimento econômico das localidades do município, valorizando as especificidades de cada território; a promoção de esforços para que as políticas públicas de economia solidária e cooperativismo se consolida como políticas de Estado; e a promoção do fortalecimento dos espaços de organização e de participação da sociedade civil e dos demais entes

governamentais, na formulação de políticas públicas para a economia solidária e o cooperativismo.

Embora as ações da diretoria em questão estejam ligadas diretamente ao setor criativo, Guerra et. al. (2023) evidenciam que “diversos são os projetos das mais variadas secretarias municipais que dialogam com as questões de produtores e indústrias criativas, com destaque as Secretarias de Cultura e Turismo, Desenvolvimento Social e Cidadania e de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável” (p.241). Em consonância, Fraga, Emmendoerfer e Mendes (2015) apontam que em Ouro Preto, “os gestores públicos se empenham em sistematizar e estruturar na cidade, os parâmetros da economia criativa e, articulam-na com a atividade turística, que é o que move, pois, a economia local e a geração de divisas” (p.11)

Dentre as ações e programas realizados pelo poder público, destacam-se os dados elencados pelo estudo sobre políticas públicas que contemplem a atividade no município, realizado por pesquisadores atrelados a SDEIT:

Quadro 1: Projetos da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia

Projeto de Lei que determina as diretrizes para a implantação de um Programa de Economia Criativa e Solidária no município de Ouro Preto;
Festival de Inverno de Ouro Preto;
Projeto Cozinha Criativa na Comunidade de Soares;
Programa de Qualificação - Agente de Turismo Rural;
Submissão de Ouro Preto à Candidatura na Rede de Cidades Criativas da UNESCO;
Projeto Economia Afro Criativa;
Ateliê Colaborativo;
Fórum de Economia Solidária;
Projeto Território Criativo;
Projeto Cidade Criativa - Convênio com UFOP;
Ouro Preto Film Commission;
Hub de Inovação - Francisca Mina;
Itacolomi: Moeda Digital de Ouro Preto;
Parque Tecnológico Mineiro-Metalúrgico de Ouro Preto;
Pesquisa Estimativa de Empregos Formais em Economia Criativa.

Fonte: Guerra et. al., 2023

Da lista supracitada, observou-se por meio dos instrumentos de comunicação oficial da PMOP, diferentes resultados esperados, atingindo tanto a sede quanto os distritos. Em especial, o Projeto Cidade Criativa, realizado em parceria com a UFOP, prevê a criação de diretrizes para implantação do Plano de Desenvolvimento da Economia Criativa, a partir das iniciativas e empreendimentos no município.

Espera-se com este projeto a construção de diagnósticos e diretrizes que possam estimular o poder público municipal a induzir políticas públicas de economia criativa e turismo criativo, utilizando das iniciativas e empreendimentos criativos já existentes, como vetores de desenvolvimento local. Acredita-se que os produtos entregues a partir dos referidos diagnósticos, estimulem a economia criativa e o turismo criativo de forma que possa remunerar todas as cadeias produtivas envolvidas. Somado a isso, espera-se promover o possível desenvolvimento socioeconômico proveniente da economia criativa e do turismo criativo, tendo como potencial público-alvo, consumidores de uma modalidade diferenciada de turismo e produtos criativos. (Documento não publicado)¹

¹ Documento do Projeto Cidade Criativa, fornecido por Alissandra Nazareth de Carvalho em 10 de novembro de 2023.

Evidencia-se ainda no documento do projeto as características ímpares dos distritos rurais do município, dentre elas, “Santo Antônio do Leite, com a arte da prata e do artesanato”.

Para além das iniciativas diretas, o município de Ouro Preto tem estabelecido parcerias estratégicas que fomentam o desenvolvimento do setor. Um exemplo é o Programa Corredores e Rotas Culturais e Naturais, realizado pelo Instituto Cultural Vale em parceria com a empresa GKS Inteligência Territorial, com foco em geração de renda e desenvolvimento territorial, e que reconhece o turismo e a economia criativa como vetores de desenvolvimento socioeconômico e de valorização local (Vale, 2022).

O programa busca contribuir para a valorização da cultura e do patrimônio cultural e natural a partir da criação, implementação e fortalecimento de ações orientadas para o turismo sustentável, contribuindo para a integração das cadeias produtivas e de valor dos setores que compõem a economia criativa em territórios identitários em que a Vale atua, estimulando o desenvolvimento socioeconômico.

Apesar do trabalho que vem sendo realizado, existem alguns pontos que carecem de atenção. Emmendoerfer e Fioravante (2021), afirmam que Ouro Preto precisa investir em inovação, não só tecnológica, mas também encontrar soluções criativas para problemas sociais e de infraestrutura urbana. Ademais, é necessário desenvolver projetos culturais que abranjam todos os setores da cidade, promovendo a colaboração e a interdisciplinaridade. Além disso, é fundamental conservar o patrimônio histórico, capacitar quem apresenta a cultura local aos visitantes e melhorar a organização dos serviços turísticos. Os autores também apontam a importância de fortalecer as conexões dentro da cidade, reduzindo a fragmentação do espaço urbano, e ampliar essas conexões para além dos limites da cidade, estabelecendo relações com a região do entorno e até mesmo internacionalmente. Por fim, é crucial promover uma cultura de inovação, abrangendo desde pesquisas tecnológicas até soluções inovadoras para questões sociais, criando um ambiente propício à imaginação, à criatividade e ao turismo sustentável.

Cabe ressaltar que para que os esforços do poder público local tenham resultados mais efetivos é imprescindível a articulação com outras instâncias governamentais. A ação conjunta permite uma abordagem coordenada, gerando o aproveitamento de recursos e competências complementares, bem como uma melhor resposta aos desafios regionais e

locais. Além disso, a articulação fortalece a prestação de contas e a transparência na governança.

Observa-se que, quando as políticas de economia criativa estiverem integradas, é preciso que haja um diálogo entre os objetivos dos entes federais, estaduais e municipais para que tais políticas possam constituir um fator de transformação social e de desenvolvimento territorial, possuindo o turismo e a criatividade como indutores relevantes. (Fraga, Emmendoerfer e Mendes, 2015, p. 11)

Segundo Emmendoerfer (2018),

Um dos maiores desafios para o fomento à economia criativa nos países em desenvolvimento é a articulação de um pacto social, econômico e político entre os setores público, privado, a sociedade civil, a academia e as organizações multilaterais, no qual cada um tem um papel muito claro (p.149)

Nesse sentido, o autor acrescenta ainda que “é necessário trabalhar de forma intergovernamental entre as esferas do governo e articulando ações com os demais atores envolvidos neste processo” (p.149)

A articulação entre as diferentes instâncias governamentais desempenha um papel crucial no cenário das políticas públicas, sendo fundamental para o desenvolvimento e implementação eficaz dessas políticas. Essa ligação permite a combinação de recursos e competências de cada esfera do governo, garantindo maior amplitude e abrangência. Além disso, a articulação contribui para o fortalecimento da democracia ao envolver múltiplos níveis de representação e participação na tomada de decisões. Isso resulta em uma governança mais inclusiva e transparente. A colaboração entre diferentes níveis de governo resulta em políticas mais alinhadas com as necessidades reais da população, levando a uma prestação de serviços mais eficaz.

3 A CONSTRUÇÃO DO DISTRITO DE SANTO ANTÔNIO DO LEITE COMO POSSÍVEL DISTRITO CRIATIVO

Dada a considerável importância da economia criativa no município, este capítulo tem como propósito apresentar o caso do Distrito de Santo Antônio do Leite como um território criativo em desenvolvimento. Utilizando uma abordagem metodológica qualitativa, a pesquisa adotou entrevistas semiestruturadas como principal meio de coleta de dados, permitindo a compreensão aprofundada das experiências e perspectivas dos diferentes atores.

Com base nas respostas obtidas, buscou-se compreender a visão da Prefeitura Municipal de Ouro Preto em relação à Economia Criativa, sua percepção sobre o potencial criativo do distrito, as estratégias de atuação adotadas e o apoio oferecido ao processo de reconhecimento. Além disso, a pesquisa visa entender o ponto de vista da comunidade, explorando os desejos da população, seus objetivos, suas formas de organização e, especialmente, a opinião sobre a atuação da prefeitura.

3.1 Metodologia de pesquisa

A pesquisa se caracteriza como exploratória/descritiva, que, segundo Dencker (1998), “Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral um levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares” (p.124), ao passo que a pesquisa descritiva “procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis, através de um levantamento que oferece uma descrição da situação no momento da pesquisa” (p.124).

A partir dessa definição, o estudo foi desenvolvido em duas etapas: pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo.

Os dois primeiros capítulos do presente trabalho são constituídos por uma pesquisa de caráter exploratório por meio de abordagem qualitativa. De acordo com Macedo (1996) o primeiro passo de uma pesquisa científica é a pesquisa bibliográfica, assim, na primeira etapa, a pesquisa bibliográfica foi realizada por meio de livros, artigos científicos, monografias, dissertações e teses, analisando conceitos sobre economia criativa, cultura e atuação do poder público nesse contexto, servindo como embasamento no contexto teórico para a análise dos dados coletados, uma vez que “sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto” (Lakatos; Marconi, 1999, p.73).

Já na segunda etapa, para além desta análise documental, também foram realizadas entrevistas com roteiros semi-estruturados, com propósito de levantar informações acerca da localidade de Santo Antônio do Leite, cujos trabalhos de investigação estão embrionários, ainda que a comunidade e o poder público já estejam lançando luz e somando esforços para tratar essa temática na localidade, tendo em vista sua potencialidade latente. O público entrevistado foi definido e escolhido pela pesquisadora com base em seus objetivos de pesquisa, sendo composto por 3 representantes do poder público e 11 atores da comunidade. O uso do efeito bola de neve na seleção dos entrevistados ampliou a variedade de perspectivas e experiências, enriquecendo significativamente a compreensão da pesquisa.

A escolha do roteiro semi-estruturado como instrumento de coleta de dados se justifica uma vez que ele permite ao pesquisador conduzir a entrevista da maneira que julga ser melhor, questionando as falas do entrevistado de forma a adquirir mais informações a respeito do assunto que está sendo investigado, criando um fluxo natural à entrevista.

O uso do roteiro semiestruturado, desde que pré-testado e tendo o pesquisador prévio entendimento dos objetivos de cada pergunta, permite que a entrevista flua pela ordem do discurso do entrevistado, possibilitando que o entrevistador lance mão de seguir um roteiro estruturado que, em geral, quebra a naturalidade e cria imposições restritivas tanto ao pesquisador como ao próprio sujeito da pesquisa. Ainda assim, a diretividade de cada pergunta aponta para um foco, o que limita o sujeito a responder dentro de um campo associativo bastante definido e previamente delimitado pelo próprio pesquisador. (Muylaert et al., 2014, p.197)

Para entender o contexto de Ouro Preto, o roteiro de entrevistas foi elaborado com perguntas relacionadas à atuação do poder público na cidade, visando compreender a interseção entre a Prefeitura Municipal de Ouro Preto e a comunidade de Santo Antônio do Leite. A partir das respostas obtidas, foram discutidos temas sobre iniciativas da prefeitura, potencialidades do território, benefícios da Economia Criativa, desafios e obstáculos, e planos da prefeitura. Paralelamente, foram realizadas entrevistas com agentes criativos do distrito, utilizando um roteiro semi estruturado que permitiu explorar quatro pontos-chave: o potencial turístico do destino, as limitações e desafios, os potenciais ganhos para a comunidade e a ação integrada do poder público. Após a realização das entrevistas, o conteúdo foi transcrito e analisado qualitativamente, buscando estabelecer um diálogo com a teoria explorada na construção deste trabalho e visando responder os objetivos previamente estabelecidos.

É importante ressaltar que nenhum entrevistado foi mencionado no presente trabalho e, por esse motivo, não foi necessário a elaboração e assinatura de um Termo de Consentimento entre as partes participantes do ato.

3.2 Apresentação do distrito de Santo Antônio do Leite

Com o desenvolvimento da exploração aurífera em Ouro Preto e o crescimento da relevância política e econômica da cidade, o governo construiu uma casa de férias para o Governador e um Regimento de Cavalaria em Cachoeira do Campo (um dos doze distritos). Tal expansão alavancou o crescimento de outros lugares, como o arraial do “Leite”, nome dado devido à grande produção leiteira.

O “Leite”, desde a sua formação, esteve ligado ao distrito vizinho de Cachoeira do Campo, sendo necessário o deslocamento dos moradores para resolver questões que se fizessem necessárias, pois no arraial não havia recursos disponíveis. Diante dessa situação, José Gonçalves da Silva trabalhou junto ao município para que se tornasse um distrito independente, fato concretizado em 7 de setembro de 1923, pela Lei nº 843. (Silva, 2021, p.17)

Segundo a SMCT, o nome "Santo Antônio do Leite" foi adotado em virtude da devoção a Santo Antônio e da construção da primeira capela dedicada ao santo em 1858.

Santo Antônio do Leite, por sua vez, deve seu nome às atividades agropecuárias que desenvolveu e à figura do português Antônio Gonçalves do Sacramento, um fervoroso devoto de Santo Antônio, que, em meados do século XIX, instalou-se na localidade e empreendeu campanha para arrecadar recursos e construir uma igreja, inaugurada em 1859 (Souza, p. 11)

Uma particularidade importante sobre a formação do distrito é a pluralidade da população. Devido às características do solo bom para plantio, o Leite foi formado majoritariamente por produtores rurais, diferente dos principais centros urbanos na região, que tinham a exploração do ouro como principal atividade econômica.

O distrito de Santo Antônio do Leite, em Ouro Preto, surge de duas mudanças quanto ao pensamento tradicional da região: formado em sua maioria por pessoas que tinha uma visão contra a mineração (ainda no século XIX), Leite, como é conhecido, abraçou outra quebra do status quo na década de 1980, quando viu surgir algumas comunidades hippie em sua área rural (Vale dos inconfidentes, 2023)

Ainda sobre tal característica, Kaminski apresenta que

Entre final dos anos 1970 e começo dos 1980, ocorreu a formação de comunidades alternativas em Santo Antônio do Leite, distrito de Ouro Preto. Portadores de uma estética diferenciada da tida como normal para época, os primeiros hippies/artesãos a chegar ao distrito passaram por um processo de

aproximação com a população local que reagiria ao choque cultural. Perseguindo formas auto-sustentáveis de vida, dedicaram-se à produção artesanal. Acabou-se tendo nesse ponto um dos principais laços que ligariam a população local e os que chegavam de fora. Mais tarde, essa localidade tornar-se-ia um importante pólo de artesanato em prata (Kaminski, 2010, p.1)

O distrito está localizado a 28 km de Ouro Preto, primeiro bem cultural brasileiro tombado pela UNESCO no Brasil e destino indutor do turismo brasileiro (MTUR, 2014). Conforme apresentado no capítulo anterior, os distritos de Ouro Preto, assim como a sede, não apenas conservam a valiosa história local, mas também a revitaliza, destacando-se como um modelo inspirador de como a cultura e a criatividade podem impulsionar o desenvolvimento econômico e sustentável de uma comunidade (SDEIT, 2023). No caso de Santo Antônio do Leite, o território é conhecido pela produção de joias em prata e pelo artesanato em porcelana e cerâmica, atividades de grande relevância para o cenário da economia criativa no município. Em relação ao turismo, o distrito possui vocação para o segmento de bem-estar e ecoturismo (SMCT, 2023), sendo cenário de diversas atividades holísticas, pousadas para descanso e espaços para aproveitar a natureza.

Nesse âmbito, o Leite apresenta bastante potencial de desenvolvimento, segundo Relatório de Pesquisa - Estimativas da Economia Criativa do Distrito de Santo Antônio do Leite, o distrito abriga 1705 pessoas, das quais aproximadamente 100 estão envolvidas em alguma atividade de economia criativa. Para tal análise, a pesquisa considerou como atividade de criação, produção e distribuição de bens e serviços criativos: Turismo Rural; produção de doces, queijo ou geleias; produção de óleos essenciais; produção de bebidas artesanais (cachaça, cerveja, licores); produção cultural/gestão; musicista/compositora; fabricação de joias; bordado/ costura/ crochê; artista plástico; e artesanato (arte em cimento, barro e papel ou pinturas).

As atividades artísticas, ligadas às expressões culturais tradicionais e às artes visuais e cênicas, representam 10% da economia criativa. O patrimônio cultural, incluindo eventos culturais, artesanato e pintura, corresponde a, aproximadamente, 50% das atividades. Já as criações funcionais, como moda, joias e gastronomia local, abrangem cerca de 37% dos trabalhadores nesse setor (DEE-PMOP, 2023).

Predominantemente, o grupo de produtores é composto de adultos entre 30 e 60 anos, majoritariamente do sexo feminino, e uma presença relevante de pessoas negras, principalmente no grupo feminino (66% negros entre as mulheres e 36% entre os homens). A

análise de renda e escolaridade destacam uma variação considerável nos estratos familiares, com diferentes grupos vivendo com 1 a 5 salários-mínimos e uma correlação entre maior escolaridade a maiores rendimentos familiares.

Tendo em vista a relevância da tecnologia, informação é inovação nesse contexto, a pesquisa aponta alguns dados importantes. No que diz respeito às fontes de informação, há uma clara preferência por plataformas digitais, especialmente a internet e redes sociais (65%), embora ainda se atribua relevância a fontes tradicionais. No entanto, a percepção desfavorável sobre a qualidade da internet por mais de um terço dos entrevistados indica limitações no acesso a informações e transações online.

Embora a maioria dos entrevistados tenha acesso a dispositivos móveis e à internet, a ausência de computadores pessoais por 24,13% dos entrevistados é um ponto a ser considerado. A alta informalidade (44,85%) contrasta com a presença de CNPJ em mais da metade das empresas, mostrando uma dualidade no cenário de formalidade e informalidade.

Ademais, este trabalho visa identificar os possíveis ganhos econômicos relacionados a economia criativa no distrito. Assim, é necessário compreender as perspectivas econômicas dos moradores. De acordo com o Relatório da PMOP, cerca de 27% dos entrevistados exercem mais de uma ocupação, o que sugere uma adaptação às adversidades do mercado artístico ou uma busca por estabilidade financeira. A perspectiva futura, predominantemente focada no crescimento dos negócios, contrasta com os desafios reportados, que incluem baixa demanda, mobilidade, comunicação e informalidade, sendo que 79,3% acreditam que seus negócios tendem a expandir.

O estudo adotou uma abordagem metodológica baseada em entrevistas semi-estruturadas, capturando as percepções dos moradores do distrito sobre as oportunidades a serem exploradas. De acordo com as entrevistas realizadas, o distrito apresenta diversas oportunidades promissoras. Além do patrimônio cultural e da riqueza histórica, destaca-se a produção de joias em prata, que é segundo Kaminski “peça fundamental de construção identitária tanto para os “estrangeiros” quanto para os “nativos” que se dedicam a este trabalho” (p.14).

O artesanato em cerâmica, macramê e outras expressões artísticas, reconhecidas como valiosas manifestações culturais locais, são outras atividades produtivas apontadas pelos entrevistados de grande relevância nos setores da economia criativa. Além disso, o local possui um rico patrimônio natural, incluindo belezas naturais e paisagens ideais para o

desenvolvimento do ecoturismo. Os moradores também mencionaram a presença de terapias holísticas, como yoga, massagem e aromaterapia, que podem atrair visitantes em busca de bem-estar e autocuidado. Adicionalmente, o distrito mostra potencial para a produção local de óleos essenciais, queijo, geleias, doces e cachaças, ressaltando a importância de valorizar e promover a gastronomia e os produtos locais.

A nuvem de palavras abaixo foi elaborada a partir das informações extraídas das entrevistas a fim de ser uma representação visual dos potenciais turísticos destacados pelos entrevistados. As palavras foram ponderadas com base em sua frequência de menção, proporcionando uma hierarquia visual que reflete a relevância de cada elemento.

Imagem 5 - Potenciais do distrito elencados durante entrevistas



Fonte: Elaboração própria, 2024

Ainda que de maneira incipiente, o destino busca trabalhar tais atividades enquanto potencial turístico. Como apresentado, o Leite tem sua própria identidade e características, mantendo aspectos históricos e culturais da região. Isso posto, unir tais aspectos da tradição com o potencial criativo viabiliza o reconhecimento do território de Santo Antônio do Leite enquanto um Distrito Criativo.

3.3 Visão dos gestores: influência do poder público na construção do Distrito Criativo

Conforme apresentado no segundo capítulo, o poder público desempenha um papel vital na construção de um território criativo, influenciando desde o planejamento urbano até a implementação de políticas para integrar a economia criativa de modo a estimular o

crescimento econômico, promover a inovação, preservar a identidade cultural e contribuir para o desenvolvimento social (Procopiuck e Frender (2013); Fraga, Emmendoerfer e Mendes (2015); Serra e Fernandez (2014)).

Delgado, Bonal e Leite (2007) afirmam que a questão do desenvolvimento territorial está ligada à forma como o Estado atua no espaço nacional, ou seja, como se articulam as decisões públicas em todas as escalas da organização administrativa.

Portanto, o poder público desempenha um papel vital na construção e consolidação de um distrito criativo. Sua influência abrange uma série de áreas fundamentais, desde o planejamento urbano até a implementação de políticas e programas específicos que impulsionam o crescimento das indústrias criativas. Esse setor é responsável por estabelecer diretrizes e criar incentivos financeiros, infraestrutura básica, programas de formação, qualificação e marketing. Seu objetivo é criar um ambiente propício ao desenvolvimento de um ecossistema criativo próspero e sustentável.

Para entender o contexto de Ouro Preto, no roteiro de entrevistas foram elaboradas perguntas que tratavam da atuação do poder público na cidade, a fim de entender como se dá a interseção entre a Prefeitura Municipal de Ouro Preto e a comunidade de Santo Antônio do Leite. Os entrevistados ocupam atualmente os cargos de Diretora de Economia Criativa e Solidária na Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Tecnologia; Turismóloga e Chefe de Departamento de Cultura Indígena da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Nesse cenário, cinco grupos de questões emergiram, delineando os desafios, as potencialidades e os esforços colaborativos que moldam a trajetória da economia criativa no território. O conjunto de respostas que formam este bloco originou um conjunto de cinco subcategorias de análise pensadas com o propósito de atingir os objetivos desta pesquisa: a) iniciativas da prefeitura; b) potencialidades do território; c) benefícios da Economia Criativa; d) desafios e obstáculos; e) planos da prefeitura.

Por meio da SDEIT, a prefeitura vem promovendo ações e projetos que objetivam o desenvolvimento da economia criativa no território. Essas iniciativas buscam atender às demandas variadas da comunidade, promovendo uma construção colaborativa.

É fundamental que as políticas públicas estejam alinhadas com as demandas e necessidades do setor da economia criativa. Isso envolve, entre outras coisas, a criação de um ambiente favorável, a simplificação de processos burocráticos e a facilitação do acesso a recursos e financiamentos específicos para os empreendimentos criativos (DEE-PMOP, 2023)

Como apresentado no segundo capítulo, a PMOP está adotando uma abordagem abrangente e estratégica para impulsionar a economia criativa e diversificar as fontes de receita, reconhecendo a necessidade de superar desafios e promover a inovação em vários setores.

Durante as pesquisas de campo os representantes entrevistados apontaram que a identificação da potencialidade do distrito enquanto território criativo surgiu de forma espontânea, partindo de ações da comunidade, como a criação da associação Viva o Leite, que foi anterior a criação da Secretaria de Desenvolvimento Econômico Inovação e Tecnologia e da pasta de Economia Criativa e Solidária. Mesmo diante de desafios na formalização, a comunidade mobilizou-se, iniciando um movimento coletivo para impulsionar suas potencialidades, contando com a posterior atuação do poder público por meio de políticas colaborativas.

Com base nas análises das potencialidades do território, os agentes do poder público identificam diversas áreas para a economia criativa, incluindo o turismo criativo. Ao analisar questões de infraestrutura básica, as características destacadas incluem a localização estratégica do distrito, próximo à capital mineira e integrado ao percurso entre Belo Horizonte e as cidades históricas. Além disso, a estrutura de hospedagem diferenciada, voltada para o relaxamento e descanso, destaca-se entre os demais distritos.

Quanto aos atrativos em potenciais, os principais pontos estão no artesanato, com a produção de joias em prata e o uso de matérias primas específicas como cerâmica e barro produzidos na região, também no ecoturismo e atividades na natureza, e nas práticas holísticas. Além disso, o distrito possui uma rica manifestação cultural e eventos locais como o Festival da Primavera e a Festa do Catete. É importante salientar que, as características ímpares do distrito são requisitos indispensáveis à criatividade e elaborar produtos originais e identificados com a cultura local torna-se uma vantagem competitiva (Nunes; Asthon, 2018).

Ao considerar os possíveis ganhos que a economia criativa pode gerar para a comunidade de Santo Antônio do Leite, os representantes enxergam oportunidades econômicas e sociais. Partindo do princípio de que as atividades do setor criativo busca a valorização dos saberes e fazeres locais, o fortalecimento do setor criativo pode contribuir para retenção da população no território, preservando a história, tradições e identidade cultural. Já em relação ao crescimento econômico, um dos objetivos da prefeitura é ampliar a

diversificação econômica do município, para que as pessoas consigam buscar alternativas mais sustentáveis para geração de renda.

Existem alguns desafios para que o território consiga se desenvolver efetivamente como um território criativo. Dentre eles está o fato de que a comunidade se encontra bastante dividida, dificultando a visualização de formas colaborativas de trabalho. Assim, muitas decisões que poderiam beneficiar o coletivo acabam se atrasando, como a formalização de uma associação ligada ao turismo. Isso se dá também pelo fato de que se dividem como comunidade local, estrangeiros e novos moradores, que vieram durante ou após a pandemia. Além disso, por muitos projetos do distrito não terem funcionado bem no passado, eles não se valorizam mais enquanto grupo e essa visão reverbera nas decisões atuais.

A falta de entendimento da comunidade sobre os princípios da Economia Criativa é um dos problemas na articulação com a mesma. É fundamental que haja um consenso coletivo sobre esses princípios para que os benefícios mencionados possam ser alcançados. Segundo Reis (2011), o principal fundamento para aproveitar as potencialidades é a necessidade de envolver fortemente a população nos ideais de Economia Criativa. Nesse sentido, as parcerias com outras instituições, como o convênio estabelecido com a UFOP, têm o objetivo de envolver a comunidade na construção participativa do território criativo, incentivando-os a compreender por que são criativos e por que é importante que reconheçam esse potencial.

Este engajamento de todos em volta de um sonho promove a mudança de mentalidade de quem ainda está pensando na era industrial e cria uma rede de pensamentos e ações coletivas que pode renovar a cidade. Para isso, a cidade precisa trabalhar sua identidade, que é sua vocação e fonte mais natural de criatividade sustentável (Nunes; Asthon, 2018)

A atuação do poder público no território do Leite ainda é bastante limitada, como foi percebido por meio das entrevistas com os moradores. Os entrevistados apontaram a falta de incentivo por parte da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. A ausência de um Plano de Economia Criativa e as deficiências no Plano Municipal de Turismo foram mencionadas como obstáculos para que as políticas públicas atendam às necessidades do distrito. É crucial que essas diretrizes busquem ações voltadas para a geração de emprego e renda, diversificação econômica, sustentabilidade, preservação ambiental, patrimonial e valorização da cultura local.

Na mesma linha, o investimento do poder público na qualificação da mão de obra para o setor, especialmente nas atividades relacionadas ao turismo, é insuficiente. Embora alguns cursos sejam oferecidos, como o curso de Condutores de Turismo Rural em parceria com o

SENAR, eles ainda são pouco explorados e não abrangem todos os públicos. Portanto, é necessário ampliar a oferta de cursos. Além dos aspectos técnicos, a prefeitura precisa envolver a comunidade em reflexões para identificar os problemas do destino e traçar estratégias assertivas. Uma demanda essencial é a realização de pesquisas sobre a demanda turística do distrito, uma vez que há um fluxo de turistas nas pousadas e hotéis, mas muitas vezes esses turistas não consomem outros espaços.

Imagem 6 - Publicação da PMOP sobre cursos de capacitação



Fonte: Instagram SDEIT, 2023

Um aspecto importante a ser considerado na análise da atuação da Prefeitura Municipal de Ouro Preto no território de Santo Antônio do Leite é a divisão entre as secretarias e diretorias. Embora diferentes setores reconheçam os potenciais benefícios para a comunidade e visualizem oportunidades semelhantes na região, os entrevistados percebem

apenas as ações de seus próprios departamentos, o que dificulta a realização dos objetivos propostos. É essencial que haja uma interligação e alinhamento das expectativas entre as áreas governamentais e a comunidade, a fim de impulsionar e acelerar os resultados.

O plano da prefeitura para o distrito de Santo Antônio do Leite inclui a elaboração de um plano de desenvolvimento da Economia Criativa em parceria com a UFOP. O objetivo é criar um território criativo abrangendo vários distritos, aproveitando o potencial turístico e descentralizando as atividades. Santo Antônio do Leite foi escolhido como distrito piloto devido à sua organização prévia em torno da economia criativa. Além disso, a prefeitura tem o objetivo de obter o reconhecimento da UNESCO para Ouro Preto como uma cidade criativa, embora isso ainda não tenha sido alcançado. A cidade já se considera criativa, e eventos como o Festival de Inverno têm abordado esse tema. A busca pela chancela da UNESCO não é apenas por um selo, mas também pelo reconhecimento e diversificação econômica.

Imagem 7- Publicação da PMOP sobre Projeto Cidade Criativa - Convênio com UFOP



Fonte: Instagram SDEIT, 2023

Outra ação de grande relevância é o PADE (Plano de Apoio à Diversificação Econômica), que tem como objetivo reduzir a dependência da mineração na economia local, e a Economia Criativa desempenha um papel crucial nesse esforço. Uma das oportunidades de investimento identificadas no eixo do turismo está “criar um centro cultural com foco na Economia Criativa” (Matriz de Oportunidade Identificadas, PADE, 2023), isso pode incluir o desenvolvimento de eventos culturais, promoção de artistas locais, estímulo à produção cultural, entre outros. Assim, o PADE pode integrar medidas que incentivem iniciativas culturais e artísticas, como a criação de espaços culturais, apoio a festivais locais, e programas de bolsas ou financiamentos para artistas e empreendedores criativos.

Imagem 8 - Publicação da PMOP sobre ações do PADE



Fonte: Instagram SDEIT, 2023

O desenvolvimento da economia criativa em Santo Antônio do Leite, distrito integrante de Ouro Preto, reflete um movimento conjunto entre a comunidade e o poder público. As ações coordenadas buscam alavancar potenciais em áreas como turismo, artesanato e manifestações culturais, reconhecendo a importância de promover um ambiente favorável para empreendimentos criativos.

Matriz de amarração dos pontos principais de respostas do poder público

Iniciativas da prefeitura	Segundo os representantes, as ações do poder público estão em sintonia com as demandas da comunidade. No entanto, eles observam uma falta de alinhamento entre as secretarias, resultando em falta de comunicação e colaboração entre os departamentos. Esta falta de integração impede que os esforços sejam combinados
---------------------------	--

	para alcançar resultados mais eficazes e precisos.
Potencialidades do território	Os representantes possuem uma visão estratégica do território, reconhecendo que suas características únicas são essenciais para a elaboração de produtos turísticos originais que proporcionem vantagens competitivas. Eles destacam pontos importantes, como a excelente localização e a infraestrutura de hospedagem bem desenvolvida, em comparação com outros distritos de Ouro Preto.
Benefícios da Economia Criativa	Quanto aos ganhos econômicos, destacam a geração de renda e a diversificação econômica para o município. Em relação aos ganhos sociais, enfatizam a valorização dos saberes e fazeres locais, a preservação das tradições e a oportunidade para que a população permaneça em seu território de origem.
Desafios e obstáculos	Os principais desafios identificados incluem a falta de articulação da comunidade, o que dificulta o trabalho coletivo; o baixo entendimento dos conceitos e princípios da economia criativa, resultando em uma falta de alinhamento; a ausência de um Plano de Desenvolvimento da Economia Criativa e as deficiências no Plano Municipal de Turismo, uma vez que esses documentos servem como diretrizes para as ações do poder público.
Planos da prefeitura.	Para o futuro, a prefeitura tem como objetivo a elaboração do Plano de Desenvolvimento da Economia Criativa e busca o reconhecimento externo do município como uma cidade criativa, por exemplo, pela Rede de Cidades Criativas da UNESCO.

Fonte: Elaboração própria.

Embora haja desafios, como a divisão na comunidade e deficiências na atuação do poder público, existe um forte reconhecimento do potencial transformador da economia criativa. As parcerias com instituições como a UFOP evidenciam a intenção de fortalecer esse setor, visando à preservação cultural, diversificação econômica e obtenção de reconhecimento internacional. Nesse contexto, a colaboração entre diferentes setores, a busca por políticas alinhadas com as demandas locais e a qualificação da mão de obra são pilares essenciais para impulsionar o crescimento sustentável e a valorização do território como um polo criativo.

3.4 Visão da comunidade: a percepção dos moradores sobre projetos

A participação ativa da comunidade no processo de identificação e desenvolvimento de uma economia criativa é crucial (Emmendoerfer, 2018; Reis, 2011). O envolvimento das pessoas locais desde o início cria um senso de propriedade e comprometimento, promovendo

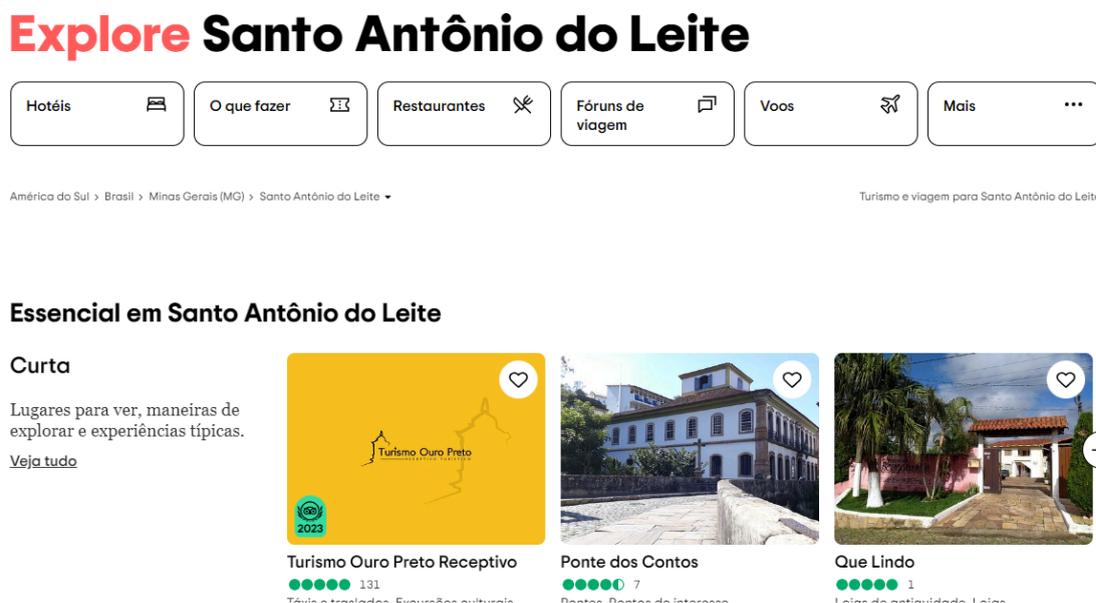
o sucesso sustentável das iniciativas criativas. A economia criativa pode ser uma ferramenta poderosa para preservar e promover a identidade cultural de uma comunidade, assim, o desenvolvimento de indústrias criativas que valorizem e celebrem as tradições locais pode ajudar a evitar a homogeneização cultural.

Em congruência ao objetivo geral do presente trabalho, foram realizadas entrevistas com diferentes agentes criativos do distrito. Do roteiro semiestruturado emergiram categorias de análise que permitem compreender quatro pontos: a) potencial turístico do destino; b) limitações e desafios; c) potenciais ganhos para a comunidade; d) ação integrada do poder público.

A comunidade de Santo Antônio do Leite reconhece a crescente demanda turística que o distrito recebe de diferentes localidades. A percepção desse potencial impulsiona a busca por explorar atividades como a produção de prata, terapias holísticas, agricultura, arte, artesanato, manifestações culturais locais e ecoturismo de maneira sustentável, visando benefícios locais. No cenário atual, os hotéis e pousadas exploram esses atrativos, contudo os visitantes tendem a se limitar às opções oferecidas internamente, falhando em explorar outros espaços e interagir com a comunidade. Assim, é necessário estruturar melhor os atrativos, formatar produtos mais abrangentes e investir em marketing e divulgação para expandir essas oportunidades.

Nesse contexto, ao consultar o site Tripadvisor, a maior plataforma do mundo na categoria viagens e turismo, poucas atividades são indicadas especificamente no distrito de Santo Antônio do Leite. Segundo o site da própria plataforma, o Tripadvisor é utilizado por 463 milhões de viajantes todos os meses, são mais de 859 milhões de avaliações e opiniões sobre 8,6 milhões de acomodações, restaurantes, experiências, companhias aéreas e cruzeiros, que auxiliam os viajantes a planejarem melhor suas visitas e consequentemente tendo melhores experiências (Tripadvisor, 2023). Portanto, a apresentação do distrito enquanto destino turístico consolidado é uma forma de mapear sua presença nas plataformas digitais de oferta.

Imagem 9 - Resultado de pesquisa no Tripadvisor



Fonte: Tripadvisor, 2024

A associação 'Viva o Leite' foi formada para impulsionar o turismo local de forma colaborativa. Entretanto, divisões internas têm dificultado o progresso do projeto, especialmente no que se refere à formalização, que impede a participação em editais, feiras e eventos essenciais para atingir seus objetivos. Cabe ressaltar que, a criação de um ecossistema criativo bem-sucedido depende da colaboração entre diferentes partes interessadas locais, como artistas, empreendedores, instituições educacionais, autoridades locais e a população em geral. Essa colaboração fortalece a infraestrutura criativa e promove a inovação.

Outro ponto recorrente durante as entrevistas foi a falta de valorização da própria comunidade. Os entrevistados destacaram que essa ausência de reconhecimento se manifesta de duas maneiras significativas. Primeiramente, muitos indivíduos não parecem compreender o valor intrínseco da cultura local, subestimando sua importância como um atrativo. Esta perspectiva limitada negligencia a riqueza que a diversidade cultural oferece, perdendo a oportunidade de transformá-la em um produto de ganho real para a comunidade.

Em segundo lugar, os entrevistados também ressaltaram a tendência de não atribuir o devido valor aos serviços e atrativos já identificados na região. A falta de precificação por esses recursos potenciais compromete a capacidade da comunidade de capitalizar plenamente em suas vantagens locais. Portanto, a falta de valorização da própria comunidade, tanto em termos culturais quanto econômicos, representa um desafio significativo que requer atenção e estratégias eficazes para promover o reconhecimento e a valorização adequados. Conforme

apresentado anteriormente, essas características ímpares do distrito são requisitos indispensáveis à criatividade e elaborar produtos originais e identificados com a cultura local torna-se uma vantagem competitiva (Nunes; Asthon, 2018), é preciso utilizar da diferença como inclusão, pois é essa ligação que cria produtos únicos.

Com base nas conversas, percebe-se o reconhecimento de que a integração da comunidade é crucial, além da percepção compartilhada de que as ações de desenvolvimento devem ser integradas entre a sociedade civil, o poder público e o setor privado. Tal realidade se estabelece como uma oportunidade facilitadora para a prefeitura em relação à mobilização. Ou seja, essa consciência coletiva sugere um terreno propício para a implementação de estratégias de mobilização que promovam a participação ativa de todos os setores envolvidos. A prefeitura pode se beneficiar dessa sinergia ao facilitar diálogos inclusivos, parcerias e iniciativas colaborativas que promovam o desenvolvimento sustentável.

As entrevistas realizadas com moradores do Leite revelaram perspectivas de ganhos tanto no turismo quanto na economia criativa. Essas áreas surgem como alternativas diante da escassez de oportunidades de trabalho, oferecendo uma visão de futuro para os jovens desfavorecidos e para os artistas locais. No entanto, a demanda ainda supera a oferta, mostrando-se como um caminho para desenvolver o mercado interno e atrair investimento externo, promovendo simultaneamente o comércio local. Além disso, a geração de renda proveniente dessas iniciativas contribui para reduzir o machismo na comunidade, oferecendo oportunidades empreendedoras para mulheres, que representam 66% dos participantes de atividades criativas, de acordo com pesquisa da prefeitura (DEE-PMOP, 2023).

Os entrevistados enfatizam que a economia criativa não apenas oferece oportunidades econômicas, mas também representa um caminho para preservar tradições, valorizar a cultura local e fortalecer o senso de pertencimento. A valorização da cultura, como destacada pelos entrevistados, não é apenas um ganho social, mas também serve como um impulsionador para a criação de produtos de maior qualidade. A percepção ampliada da importância da cultura local motiva as pessoas a se dedicarem com mais empenho e dedicação às atividades produtivas, uma vez que passam a enxergar um propósito mais profundo em seu trabalho. Essa conexão entre a valorização cultural e a melhoria na qualidade dos produtos não apenas beneficia a comunidade em termos econômicos, mas também contribui para o desenvolvimento de uma identidade local mais robusta.

Além disso, a valorização da cultura tem implicações diretas nas atitudes em relação ao consumo. Os entrevistados ressaltaram que, ao reconhecerem o valor intrínseco de sua cultura, as pessoas tendem a repensar suas práticas de consumo, levando a uma abordagem mais sustentável. Essa mudança de mentalidade implica em uma menor propensão ao consumismo desenfreado, com reflexos positivos na sustentabilidade ambiental. Ao perceberem a relevância e a singularidade de sua própria cultura, as pessoas passam a adotar comportamentos mais conscientes, contribuindo para a preservação do meio ambiente e para a construção de uma comunidade mais sustentável no longo prazo. Dessa forma, a valorização da cultura não apenas eleva a qualidade dos produtos, mas também promove práticas mais responsáveis, integrando aspectos sociais e ambientais de maneira sinérgica.

É evidente a necessidade de desenvolver atividades que atraiam os turistas para além dos limites dos hotéis, explorando todo o potencial da região. A falta de oferta de trabalho fora desses estabelecimentos leva muitos moradores a buscarem oportunidades em outras cidades, resultando na perda da experiência local. É crucial que a comunidade reconheça o potencial do distrito, ultrapassando a visão restrita de ser apenas um local para pernoitar. O turismo deve ser formalizado e mais valorizado, incentivando atividades coletivas que tenham o apoio da população

Captar turistas de passagem, principalmente nos finais de semana, quando há um grande fluxo na Estrada Real, é essencial. Nesse sentido, Santo Antônio do Leite pode explorar sua localização estratégica, conectada a outros distritos com potencial turístico, como São Bartolomeu, Cachoeira do Campo, Amarantina e Glaura. Uma ação estratégica apontada como necessidade é a criação de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT), um dos objetivos da Casa Amarela, para orientar e informar os visitantes. Dessa forma, estabelecer parcerias com instituições locais, como a UFOP, pode ser uma estratégia valiosa para estruturar e promover o potencial turístico do distrito de maneira mais abrangente.

Para otimizar os efeitos positivos e mitigar os negativos do turismo, é imprescindível uma atuação integrada e assertiva do poder público através de suas diferentes diretorias. Os entrevistados destacam a necessidade de fortalecer a Casa Amarela como um espaço coletivo, demandando apoio financeiro contínuo para sua manutenção. Facilitar a formalização de associações, como a "Viva o Leite", e da própria Casa Amarela pode ser um papel relevante da prefeitura, ao fornecer apoio financeiro e cursos de gestão. Investir em projetos educativos

voltados para a juventude local, como bolsas de estudo e cursos específicos de turismo, se mostra uma estratégia eficaz para envolvê-los na promoção da região.

Apesar das iniciativas relevantes em curso, a eficácia prática carece de maior impulso. É crucial que a administração municipal reconheça o turismo como prioridade, desvinculando-se da dependência da mineração e alocando recursos financeiros direcionados às necessidades específicas do distrito. Isso abrange a criação de programas focados na juventude, oferecimento de estágios remunerados, bolsas de estudo, promoção da inclusão digital e valorização das tradições locais.

Os relatos mostram que as ações do poder público podem ser realizadas também no apoio ativo ao marketing, divulgação e comercialização do distrito. Nesse sentido, a interrupção da feira semanal da venda de prata foi indicada como uma lacuna na promoção dos produtos locais, que poderia ser abordada por estratégias mais assertivas de marketing e eventos comerciais. Uma sugestão de posicionamento que a comunidade visualiza seria trabalhar o distrito como o "distrito do casamento", destacando a rica tradição de devoção a Santo Antônio e à igreja local. Esta ideia não apenas capitaliza sobre a identidade cultural já existente, mas também sugere uma narrativa envolvente que pode atrair visitantes interessados em experiências únicas e temáticas.

Ademais, é imperativo investir na expansão da infraestrutura turística, especialmente diante da escassez de opções em áreas como restaurantes e transporte. A colaboração entre setor público e privado se mostra vital para aprimorar a qualidade dos serviços, atraindo mais turistas e impulsionando o desenvolvimento econômico local.

O apoio ao setor artístico e artesanal é fundamental, demandando exposição, visibilidade e logística para eventos. Estabelecer parcerias eficazes com organizações como o SEBRAE e a UFOP é essencial para viabilizar as ações propostas. Injeção de capital, acompanhamento pós-cursos e promoção de eventos atrativos para turistas são etapas essenciais para garantir o êxito e a sustentabilidade das atividades turísticas no distrito. Reconhecer e valorizar a contribuição da comunidade local é fundamental para o poder público, fomentando ações que incentivem a organização comunitária e a busca coletiva por melhorias.

No capítulo dois destacou-se uma preocupação relacionada à percepção da comunidade em relação às ações da prefeitura. Os dados coletados nas entrevistas revelaram que, em grande medida, a comunidade não percebe com facilidade as iniciativas e políticas

públicas implementadas pelo governo local. Essa falta de clareza pode resultar em uma desconexão entre a administração municipal e os cidadãos, comprometendo a eficácia e o impacto das ações governamentais. É crucial ressaltar que a visualização e o monitoramento das políticas públicas são elementos fundamentais para fortalecer a participação ativa da comunidade no processo decisório. A transparência na comunicação das ações da prefeitura, juntamente com mecanismos eficazes de acompanhamento e avaliação por parte da população, é essencial para estabelecer um ambiente de confiança e cooperação entre os governantes e a comunidade.

Um desafio apontado no segundo capítulo nas políticas públicas de fomento à economia criativa é a questão da continuidade das ações. Essa mesma problemática foi identificada no contexto do distrito, sugerindo uma questão sistêmica que afeta a eficácia das estratégias de desenvolvimento local. A falta de continuidade nas ações pode ser atribuída a uma série de fatores, incluindo mudanças de gestão, falta de recursos contínuos e instabilidade política. Essa ausência de consistência compromete a capacidade de visualizar a longo prazo os benefícios das iniciativas, resultando em dificuldades para mensurar e avaliar o verdadeiro impacto das políticas implementadas.

Matriz de amarração dos pontos principais de respostas da comunidade

Potencial turístico do destino	Os moradores do distrito reconhecem o seu potencial turístico e demonstram entusiasmo em relação ao seu desenvolvimento. No entanto, eles observam que, até o momento, esse potencial tem sido principalmente explorado no interior dos meios de hospedagem, sem que haja um contato significativo entre os turistas e a comunidade local.
Limitações e desafios	As principais dificuldades identificadas incluem a dificuldade em atrair os turistas para além dos estabelecimentos de hospedagem, a fragmentação dentro da comunidade e a falta de coordenação entre os grupos locais. Além disso, nota-se uma subvalorização por parte da própria comunidade, tanto no reconhecimento do valor cultural local como um atrativo turístico, quanto na capacidade de transformar essa cultura em uma fonte econômica sustentável.
Potenciais ganhos para a comunidade	As principais dificuldades identificadas incluem a dificuldade em atrair os turistas para além dos estabelecimentos de hospedagem, a fragmentação dentro da comunidade e a falta de coordenação entre os grupos locais. Além disso, nota-se uma subvalorização por parte da própria comunidade, tanto no reconhecimento do valor cultural local como um atrativo turístico, quanto na

	capacidade de transformar essa cultura em uma fonte econômica sustentável.
Ação integrada do poder público	A comunidade espera ações mais efetivas da prefeitura, incluindo formatação de produtos turísticos que ofereçam experiências autênticas e diversificadas; a criação de um Centro de Atendimento ao Turista (CAT); fortalecimento dos grupos comunitários; e na divulgação e comercialização do distrito como destino turístico.

Fonte: Elaboração própria.

Portanto, no cenário dinâmico de Santo Antônio do Leite, a percepção do potencial turístico impulsiona a comunidade a explorar de forma sustentável uma gama diversificada de atividades, que vão desde a produção de prata até terapias holísticas, arte, artesanato e manifestações culturais locais. Apesar do fluxo turístico significativo, os visitantes muitas vezes se limitam às opções oferecidas internamente, deixando inexploradas oportunidades de interação com a comunidade. As entrevistas revelaram uma visão promissora, enxergando no turismo e na economia criativa alternativas para geração de renda, preservação cultural e inclusão social. Ainda há obstáculos a serem superados, como a necessidade de estruturar os atrativos, ampliar a oferta de trabalho fora dos estabelecimentos hoteleiros, explorar parcerias estratégicas com instituições como a UFOP e fortalecer a atuação do poder público de forma integrada e assertiva para impulsionar o desenvolvimento turístico e econômico local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira geral, um dos significados identificados no corpus de pesquisa é a potencialidade da economia criativa para promover a valorização da cultura e do modo de vida local. Ao analisar o contexto do distrito de Santo Antônio do Leite, podemos observar a diversidade de atividades e profissionais envolvidos nesse setor. A economia criativa desempenha um papel fundamental no impulsionamento do crescimento econômico, da inovação e do empreendedorismo, além de contribuir para a formação da identidade cultural local. Desse modo, o significado de criatividade como vetor de ganhos financeiros e econômicos é gradualmente deslocado para abranger outros modos de pensamento que consideram as esferas sociais interligadas à identidade cultural dos destinos turísticos.

Foi possível identificar, com o desenrolar da presente pesquisa, que o desenvolvimento da economia criativa em Santo Antônio do Leite está sendo impulsionado por uma colaboração entre a comunidade e o poder público. Essa abordagem coordenada visa explorar o potencial em áreas como turismo, artesanato e manifestações culturais, reconhecendo a importância de criar um ambiente favorável para empreendimentos criativos. Nesse contexto, a colaboração entre diferentes setores, a implementação de políticas alinhadas com as demandas locais e o desenvolvimento da mão de obra qualificada são fundamentais para impulsionar o crescimento sustentável e valorizar o território como um polo criativo.

Assim, elementos culturais e criativos presentes no cotidiano dos moradores locais, podem agregar valor simbólico e econômico à atividade turística (Richards, 2020; Pimenta; Ribeiro; Remoaldo, 2021). Na realidade de Santo Antônio do Leite, é possível pensar em atividades a serem realizadas com os produtores ou artesãos, um exemplo de estruturação seria a realização de uma oficina de joias com os ourives, a ser ofertada para casais de noivos que podem criar o design da própria aliança.

A atuação do poder público no território ainda é bastante limitada, como foi percebido por meio das entrevistas com os moradores. Os entrevistados apontaram a falta de incentivo por parte da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. A ausência de um Plano de Economia Criativa e as deficiências no Plano Municipal de Turismo são exemplos de obstáculos para que as políticas públicas atendam às necessidades do distrito. Sendo crucial que essas diretrizes busquem ações voltadas para a geração de emprego e renda, diversificação econômica, sustentabilidade, preservação ambiental, patrimonial e valorização da cultura local.

Na mesma linha, o investimento do poder público na qualificação da mão de obra para o setor, especialmente nas atividades relacionadas ao turismo, é insuficiente. Embora alguns cursos sejam oferecidos, eles ainda são pouco explorados e não abrangem todos os públicos. Portanto, é necessário ampliar a oferta de cursos e a comunidade em reflexões para identificar os problemas do destino e traçar estratégias assertivas.

Um aspecto importante a ser considerado na análise da atuação da prefeitura no território é a divisão entre as secretarias e diretorias. Embora diferentes setores reconheçam os potenciais benefícios para a comunidade e visualizem oportunidades semelhantes na região, os entrevistados percebem apenas as ações de seus próprios departamentos, o que dificulta o alcance dos objetivos propostos. É essencial que haja uma ligação e alinhamento das expectativas entre as áreas governamentais e a comunidade, a fim de impulsionar e acelerar os resultados. Ainda nesse contexto, a atuação do poder municipal precisa estar interligada as demais instâncias governamentais, de modo a potencializar os recursos e ampliar os aspectos positivos.

O plano da prefeitura para o distrito de Santo Antônio do Leite inclui a elaboração de um plano de desenvolvimento da Economia Criativa em parceria com a Universidade Federal de Ouro Preto, o qual está em execução no momento de finalização desta pesquisa. O objetivo é criar um território criativo abrangendo vários distritos, aproveitando o potencial turístico e descentralizando as atividades. Santo Antônio do Leite destaca-se como possível distrito piloto devido à sua organização prévia em torno da economia criativa, juntamente com outros territórios emergentes como São Bartolomeu, Glaura, Amarantina e Cachoeira do Campo, todos promissores para futuras investigações e desenvolvimento. Além disso, a prefeitura tem o objetivo de obter o reconhecimento da UNESCO para Ouro Preto como uma cidade criativa, embora isso ainda não tenha sido alcançado.

A percepção do potencial turístico motiva a comunidade a explorar de forma sustentável uma ampla variedade de atividades. Apesar do fluxo turístico significativo, os visitantes muitas vezes se limitam às opções oferecidas internamente, deixando oportunidades de interação com a comunidade inexploradas. As entrevistas revelaram uma perspectiva promissora, enxergando no turismo e na economia criativa alternativas para a geração de renda, preservação cultural e inclusão social.

Como propostas de melhoria, é necessário estruturar os atrativos turísticos, ampliar a oferta de trabalho fora dos estabelecimentos hoteleiros, explorar parcerias estratégicas e

fortalecer a atuação do poder público de forma integrada e eficaz para impulsionar o desenvolvimento turístico e econômico local.

O presente trabalho teve como objetivo compreender como a economia criativa pode contribuir para a inserção econômica e social da comunidade, por meio de ações desenvolvidas em Santo Antônio do Leite. Embora o objetivo tenha sido atingido, ressalta-se que existem algumas limitações de pesquisa. Deve-se destacar a dificuldade de definição dos principais conceitos apresentados, como economia criativa, distrito criativo e território criativo, pois interpretações errôneas podem gerar classificações inconsistentes.

Em relação à coleta de dados, deve-se considerar que o número de entrevistados representa 11% da classe criativa mapeada pelos estudos da prefeitura. Assim, seria necessário ampliar o número da amostra para concretizar dados de natureza quantitativa. Além disso, não foram entrevistados representantes de todas as atividades desenvolvidas no território, dificultando uma compreensão mais abrangente do contexto.

Outra limitação importante do presente estudo diz respeito à disponibilidade de dados em relação às ações do poder público, tanto do âmbito estadual quanto municipal. A maior parte das ações analisadas tiveram como base notícias e divulgações em canais oficiais de comunicação, contudo, não houve acesso a relatórios e documentos oficiais de resultados ou planos estratégicos.

Em termos de contribuição para à academia e para a sociedade, o presente estudo avança na compreensão dos elementos culturais relacionados ao turismo criativo enquanto prática sociocultural, ampliando o entendimento a respeito dos significados que permeiam e norteiam as atividades de turismo criativo. Dessa forma, contribui para o esforço de alinhamento dos objetivos a serem alcançados pelos atores que integram o setor turístico, tais como gestores públicos, empreendedores sociais, visitantes e população local, de modo a favorecer a efetividade das ações de fomento à economia criativa.

Todavia, verifica-se a necessidade de realização de estudos que se concentrem na formulação e implementação de indicadores de acompanhamento para políticas públicas culturais no setor da economia criativa, com especial atenção às ações de fomento realizadas em Minas Gerais e em esferas locais, como a atuação da Prefeitura Municipal de Ouro Preto. Ademais, espera-se que outras pesquisas possibilitem não somente aprofundar a compreensão quanto aos significados circulados acerca da relação entre criatividade e turismo, inclusive em outros contextos, mas também que busquem compreender as formas como essas

representações se articulam e são apropriadas pelos atores envolvidos no turismo criativo, ficando, portanto, tais sugestões para futuros.

CENTRO GARE. **Distrito Centro Gare**, 2022. Disponível em: <<http://www.districtocentrogare.com.br/index.php/pt/distrito/historico>>. Acesso em: 31 de jan. 2023.

CIFELLI, G. (2015). **Imagem, reorientação e o uso turístico do patrimônio mundial: uma análise de Ouro Preto (MG) e Salvador (BA)** (p. 377) [Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas].

CLOSS, LISIANE; ROCHA-DE-OLIVEIRA, SIDINEI. Economia Criativa e Territórios Usados: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 15, n° 2, Rio de Janeiro, abr. / jun. 2017.

DA, A.; SILVA, C. **INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS-CAMPUS OURO PRETO A IGREJA MATRIZ DE SANTO ANTÔNIO DO LEITE EM OURO PRETO: ASPECTOS HISTÓRICOS E TRANSFORMAÇÕES NO TEMPO**. 2021. Disponível em: <https://restauero.ouropreto.ifmg.edu.br/wp-content/uploads/sites/33/2023/08/Trabalho_de_Conclusao_de_Curso_Aline.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2024.

DAZZI, CAMILA; AMORIM, KEILA ASSIS; QUEIROZ, DÉBORA DA COSTA. Passagem de Mariana: o papel da extensão universitária na consolidação de um distrito criativo. In: **International Conference on Creative Economy & Public Policies** – UNESCO, 2022. Disponível em: <<https://zenodo.org/record/7436662#.ZBJ8eHbMLIU>>. Acesso em: 08 de fev. 2023.

DEHEINZELIN, LALA. Economia Criativa, Sustentabilidade e Desenvolvimento Local. In: REIS, Ana Carla Fonseca; DEHEINZELIN, Lala (org.). **Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local**. Vitória: SEBRAE e Secretaria de Cultura do Espírito Santo, 2008. p. 23 – 36.

DELGADO NELSON G., P. BONNAL, S. P. LEITE. Desenvolvimento Rural: articulação de políticas públicas e atores sociais. Convênio IICA – OPPA/CPDA/UFRRJ. Rio de Janeiro, dezembro de 2007.

DENCKER, ADA DE FREITAS MANETI. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998, p. 124

DEPINÉ, ÁGATHA; TEIXEIRA, CLARISSA STEFANI (ORG.). **Habitats de inovação: conceito e prática**. São Paulo: Perse, 2018. 294 p.

DIÁRIO DO COMÉRCIO. **Economia criativa ganha amplitude em MG**. Disponível em: <<https://diariodocomercio.com.br/negocios/economia-criativa-ganha-amplitude-em-mg/#gref>>. Acesso em: 15 jan. 2024.

DUISENBERG, Edna dos Santos. A Economia criativa: Uma opção de desenvolvimento Viável? In: REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008. p. 52 – 73.

EMMENDOERFER, M. L.; MENDES, J. Turismo, economia criativa e planejamento governamental em dois municípios do interior do Brasil. **TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible**, v. 8, n. 18, p. 21, 1 jan. 2015.

EMMENDOERFER, Magnus Luiz; MORAES, Werter Valentim & DE OLIVEIRA FRAGA, Brendow. Turismo criativo e turismo de base comunitária: congruências e peculiaridades. In: **Anais do XI Seminário Anual da ANPTUR**, 2014.

EMMENDOERFER, M. L.; FIORAVANTE, A. S. A. Os desafios para uma cidade ser criativa em uma sociedade (pós) pandêmica: um estudo sobre Ouro Preto, Brasil. **Brazilian Creative Industries Journal**, v. 1, n. 1, p. 194–219, 1 jul. 2021.

EMMENDOERFER, M. L. Territórios Criativos como objeto de políticas públicas no contexto brasileiro. *In*: ASHTON, M. S. G. **Cidades Criativas: Vocação e Desenvolvimento**. 1 ed. Novo Hamburgo/RS, 2018. p. 125 - 156.

FERREIRA, VICTOR MOURA SOARES. **A rede de cidades criativas da UNESCO: uma perspectiva das cidades brasileiras**. Dissertação (Mestrado em Projeto e Cidade) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017. (Orientadora: Dra. Adriana Mara Vaz de Oliveira)

FIRJAN - Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil / Firjan – 2022**. – Rio de Janeiro, 2022.

FRAGA, B. O.; EMMENDOERFER, M. L.; MENDES, J. C. Turismo, Economia Criativa e Planejamento Governamental em dois municípios do interior do Brasil. **TURYDES Revista Turismo y Desarrollo local**, v. 8, n. 18 (junio / junho 2015).

GUERRA, F. V. et. al. Cidade Patrimônio e Criativa: Estudo de caso sobre políticas públicas no município de Ouro Preto, MG. **Brazilian Creative Industries Journal**, v. 3, n. 2, p. 232–244, 5 dez. 2023.

HOWKINS, JOHN. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. books do Brasil Editora LTDA, 2013.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

MARCHI, L. DE. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 37, n. 1, p. 193–215, jun. 2014.

MINAS CRIATIVA. Disponível em: <<https://minascriativa.mg.gov.br/>>. Acesso em: 15 jan. 2024.

PROCOPIUCK, M.; FREDER, S. Políticas públicas de fomento à economia criativa: Curitiba e contexto nacional e internacional. **Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento**, v. 2, n. 2, p. 15, 28 out. 2014.

MUYLAERT, C. J; SARUBBI JR., GALLO, P. R.; Rolim Neto, M. L., & Reis, A. O. A. (2014). Entrevista narrativa: um importante recurso em pesquisa qualitativa. **Revista da Escola de Enfermagem**, 193-199.

NEWBIGIN, JOHN. **A economia criativa: um guia introdutório**. London: British Council, 2010.

NUNES, R. S.; ASHTON, M. S. G. Vocação: Tradição Criativa e Desenvolvimento. *In*: ASHTON, M. S. G. **Cidades Criativas: Vocação e Desenvolvimento**. 1 ed. Novo Hamburgo/RS, 2018. p. 31 - 58.

OURO PRETO. **Lei Complementar nº 218 de 24 de fevereiro de 2023**. Diário Oficial da Câmara Municipal de Ouro Preto. Disponível em: <https://ouropreto.mg.gov.br/pages/diario-cmop.php?page=diario-publicacoes-cmop&id=759>. Acesso em: 15 jan. 2024.

REIS, ANA CARLA FONSECA. **Cidades criativas: Análise de um conceito em formação e da pertinência de sua aplicação à cidade de São Paulo**. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011. (Orientador: Dr. Nabil Georges Bonduki)

REIS, ANA CARLA FONSECA (ORG.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008. 267 p.

_____. Evolução Histórica: da Indústria Criativa à Economia Criativa – Pequeno Panorama Global. In: REIS, Ana Carla Fonseca; DEHEINZELIN, Lala (org.). **Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local**. Vitória: SEBRAE e Secretaria de Cultura do Espírito Santo, 2008. p. 15 – 21.

_____. Transformando a criatividade brasileira em recurso econômico. In: REIS, Ana Carla Fonseca (org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural: Garimpo de Soluções, 2008. p. 126 – 143.

REIS, A. C. F; KAGEYAMA, P. (org). **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

REIS, DANISSON LUIZ DOS SANTOS. E o que seria Criatividade? **VIA Estação Conhecimento**, 2022. Disponível em: <<https://via.ufsc.br/e-o-que-seria-criatividade/>>. Acesso em 07 fev. 2023.

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

SARAVIA, E. (2006). Introdução à Teoria da Política Pública. In SARAVIA, E.; FERRAREZI, E. (Org.). *Políticas Públicas* (21-42).ENAP

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Termo de referência em Economia Criativa**. Brasília, 2012.

SECRETARIA ESTADUAL DE CULTURA E TURISMO. Plano estadual de desenvolvimento da cozinha mineira. 2021. Disponível em: <https://www.secult.mg.gov.br/programas-e-acoess/programas-e-acoess/cozinha-mineira>. Acesso em: 15 jan. 2024.

SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA E TURISMO. **Santo Antônio do Leite**. Disponível em: https://ouopreto.mg.gov.br/turismo/distrito/40_ Acesso em: 15 jan. 2024.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, INOVAÇÃO E TECNOLOGIA (2023). **Estimativa de empregos formais em Economia Criativa**. Diretoria de Estudos Econômicos. Disponível em: https://ouopreto.mg.gov.br/static/arquivos/menus_areas/economia_criativa2021.pdf?dc=2956. Acesso em: 15 jan. 2024

SEDE - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. Disponível em: <<https://www.desenvolvimento.mg.gov.br/competeminas>>. Acesso em: 15 jan. 2024.

SEDE - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. **Cidades do Futuro**. Disponível em: <<https://www.desenvolvimento.mg.gov.br/inicio/projetos/projeto/1141>>. Acesso em: 15 jan. 2024.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R. S. Economia Criativa: Da Discussão Do Conceito À Formulação De Políticas Públicas. **INMR - Innovation & Management Review**, v. 11, n. 4, p. 355–372, 2014.

SOUZA, J. V. A. **Formação Histórica Dos Distritos De Ouro Preto**. Disponível em: https://www.academia.edu/36519098/FORMA%C3%87%C3%83O_HIST%C3%93RICA_DOS_DISTritos_DE_OURO_PRETO. Acesso em: 15 jan. 2024.

TEIXEIRA, CLARISSA STEFANI; REIS, Danisson Luiz dos Santos; FERREIRA, Juliana Duarte. **Distritos criativos ibero-americanos: semelhanças e distinções**. In: Congresso Ibero-americano interdisciplinar de Economia Criativa. 2022.

TEIXEIRA, Stefani; PIQUÉ, Jorge; FERREIRA, Juliana Duarte. Volta ao mundo por meio dos Distritos Criativos. São Paulo: Perse, 2022. p. 243.

TESTONI, B. M. C. O que são Distritos Criativos?. **VIA Estação Conhecimento**, 2018. Disponível em: <<https://via.ufsc.br/o-que-sao-distritos-criativos/>> Acesso em: 03 de fev. 2023.

TROVÃO, Lidiana C. de S.; NUNES, Renato de S. Economia criativa, cultura e desenvolvimento sustentável. **Revista de Direito, Economia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 7, n° 2. Jul/Dez, 2021. p. 21-39.

UNCTAD. **Perspectivas da Economia Criativa 2022**. 2022. Disponível em: <<https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022>>. Acesso em: 10 mar. 2023.

UNESCO CREATIVE CITIES. **Mission Statement**. 2014. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/sites/default/files/uccn_mission_statement_rev_nov_2017.pdf>. Acesso em: 13 de mar. 2023.

UNWTO. **“Overtourism”?** – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary. 17 set. 2018.

VALE. **Balço da Reparação**. 2022. Disponível em: <https://vale.com/documents/d/guest/Revista_Balanco_Reparacao_FINAL_pgs_duplas%201>. Acesso em: 15 jan. 2024.

VALE DOS INCONFIDENTES. **O que são distritos criativos e quais são os principais de Minas**. Disponível em: <<https://valedosinconfidentes.com.br/cultura/o-que-sao-distritos-criativos-e-quais-sao-os-principais-de-minas/>>. Acesso em: 15 jan. 2024.

TRIPADVISOR. **Turismo e viagem para Santo Antônio do Leite 2024 - Férias em Santo Antônio do Leite**. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g3198897-Santo_Antonio_do_Leite_State_of_Minas_Gerais-Vacations>. Acesso em: 15 jan. 2024.

APÊNDICES

Roteiro das entrevistas semi estruturadas com o poder público

- Apresentação da entrevistadora
- Introdução sobre a pesquisa
- Autorização para gravação e identificação na pesquisa
- Apresentação inicial da entrevistada
- Perguntas:
 1. Como é a estruturação de Santo Antônio do Leite enquanto produto turístico?
 2. O que você enxerga de potencialidade em Santo Antônio do Leite?
 3. A identificação da potencialidade do distrito enquanto território criativo surgiu de uma demanda da comunidade ou por parte da prefeitura? Como foi esse processo?
 4. O que falta para o território se desenvolver efetivamente como um território criativo? Quais os principais desafios?
 5. Quais as oportunidades e os ganhos (econômicos e sociais) que a economia criativa pode gerar para a comunidade?
 6. Nesse contexto, quais são os planos para o distrito? Vocês pretendem conseguir alguma chancela de território criativo? (Próximos passos)

Roteiro das entrevistas semi estruturadas com a comunidade

- Apresentação da entrevistadora
- Introdução sobre a pesquisa
- Autorização para gravação e identificação na pesquisa
- Apresentação inicial da entrevistada
- Perguntas:
 7. Como você vê o turismo em Santo Antônio do Leite hoje? O que falta para desenvolver mais?
 8. O que você enxerga de potencialidade em Santo Antônio do Leite?
 9. Como a comunidade se organiza para receber o turismo?
 10. Você já ouviu falar na Economia Criativa?
 11. Você visualiza que a economia criativa pode gerar alguma oportunidade e ganho (social e econômico) para a comunidade?
 12. Qual sua opinião acerca da atuação do poder público no turismo criativo?