



**Tom Pires** | Painel: Inspirações para Inovação das Experiências Turísticas

## **Belo Horizonte, uma cidade criativa que sonha ser um destino surpreendente**

Tom Pires, consultor da Unesco para candidatura e designação de Belo Horizonte à Rede de Cidades Criativas

Sim, Belo Horizonte é uma cidade criativa. Arte, cultura, design e arquitetura, urbanidade, eventos ao ar livre, esportes, parques, compras e moda, Clube da Esquina, Sepultura, Skank, o tradicional bairro de Santa Tereza, Grupo Galpão, Corpo, Giramundo, botecos, Copo Lagoinha e o bairro, claro, polos gastronômicos, opções diversificadas de lazer e uma noite movimentada, com gente bonita e hospitaleira, rede hoteleira de qualidade, dentre outras coisas que caracterizam Belo Horizonte como um destino turístico atrativo e criativo.

Dados que subsidiaram a designação de Belo Horizonte à Rede de Cidades Criativas da UNESCO davam conta de que a cidade concentrava, à época da candidatura, mais de 30% dos trabalhadores do setor criativo de todo o Estado, destacando-se em nível nacional como a terceira cidade brasileira com maior número de profissionais atuando em atividades criativas. Participação observada em algumas atividades de destaque, como todo o grupo de Tecnologia e Inovação, com mais de 45% dos trabalhadores do estado. Situação semelhante também se verifica nos segmentos de arquitetura, publicidade, software e conhecimento. Em atividades de Design, Patrimônio Cultural, Audiovisual, Edição/Editorial e Música, Belo Horizonte concentrava mais de 30% dos profissionais do estado. Na gastronomia, especialidade que credenciou a cidade à chancela da UNESCO, segundo a Abrasel, Belo Horizonte movimentava cerca de 4,5 bilhões de reais a cada ano, impulsionada por mais de 45.000 empresas do segmento e pelo maior número de bares e restaurantes por habitante do Brasil, cerca de 18.600 empreendimentos, concentrados em mais de 10 polos gastronômicos, o que propiciou à cidade a alcunha de “Capital Mundial dos Botecos”.

Acompanhando as tendências mundiais, Belo Horizonte está entre as cidades que mais investem em soluções inteligentes para melhorar a qualidade de vida da população, ocupando o 4º lugar geral em 2017 entre as cidades mais inteligentes e conectadas do Brasil, de acordo com o ranking *Connected Smart Cities*, elaborado pela [Urban Systems](#) a partir da avaliação de mais de 500 cidades brasileiras. Atualmente Belo Horizonte possui mais de 250 startups e diversas empresas de tecnologia como Google, Facebook e Apple.

Todo esse acervo, patrimônio da coletividade belo-horizontina, credenciou a cidade em 2019 a ser reconhecida pela Unesco como cidade criativa da gastronomia, num emocionante movimento coletivo e colaborativo, com ampla sustentação do setor produtivo, mediada pela Frente da Gastronomia Mineira,

e com orquestração exemplar da BELOTUR.

Embarcar toda essa criatividade em produtos de vivência e experiências turísticas, incrivelmente surpreendentes, é o passo a ser dado e o desafio que se apresenta na era do conhecimento, na economia da experiência e na sociedade dos sonhos que posicionam o turismo como o “negócio da felicidade” e os operadores de mercado como produtores de emoções.

*“A Sociedade dos Sonhos se baseia em contar histórias. A maioria dos destinos atualmente tem boas camas e uma equipe educada. Nós precisamos de algo extra para atrair turistas nesta indústria cada vez mais global. Eu lhes digo: as melhores histórias vencerão! (...) E, por favor, não as invente: você já as tem!”* (Rolf Jensen, 2009).

Assim, **“Belo Horizonte se apresenta como polo turístico relevante no Estado e no Brasil. Causa fascínio, supera expectativas, impressiona por sua versatilidade, por sua capacidade de renovação promovendo impactos positivos em moradores e visitantes o ano todo”**. Esse é o posicionamento de mercado ambicionado. Fazer dele um lugar conquistado é um trabalho diário, que exigirá de todos nós entusiasmo, convergência de pensamento, assertividade de ações, atitudes empreendedoras e protagonismo privado. Assim, seremos capazes de realizar o sonho e concretizar a máxima **“de uma cidade boa para quem mora e surpreendente para quem visita”**. Agentes de viagens e receptivos turísticos, promotores e organizadores de eventos, hoteleiros, empreendedores da gastronomia, Chef’s, artistas, produtores culturais, professores, pesquisadores, entidades privadas e poder público, trabalhadores da cadeia de hospitalidade, essa é a missão que partilhamos no presente e o legado que temos como responsabilidade de produzir.

A partir dessas breves reflexões, acredito que o diálogo propositivo e franco com os atores privados do trade turístico, com os promotores de cultura e criativos da cidade, aberto pela Belotur durante a pandemia no Programa Dialoga Turismo, agora amplificado na I Conferência Municipal de Turismo, é um movimento importante e potente, que se consolidará definitivamente como cultura, uma forma coletiva de fazer um destino cada vez criativo e surpreendente, pois potencializa a criação colaborativa e a inteligência coletiva, resultando em inovação, diferenciação e competitividade.

A estratégia para isso nos ensinou Henry Ford: *“unir-se é um bom começo, manter a união é um progresso, e trabalhar em conjunto é a vitória”*.

Desejo a todos uma ótima Conferência e que, juntos, sejamos capazes de gerar muitas e novas **Inspirações para Inovação das Experiências Turísticas**.