

## ATA DA AUDIÊNCIA PÚBLICA SOBRE OURO PRETO E A COPA DE 2014, REALIZADA EM 07 DE ABRIL DE 2010

Aos sete dias do mês de abril de dois mil e dez, deu-se início à oitava Audiência Pública no Plenário desta Casa, referente à Copa de dois mil e quatorze, sob a Presidência do Vereador Flávio Andrade. Vereador Flávio Andrade: ""Bom, boa noite o Presidente da Câmara ainda não chegou, nós vamos já iniciar os trabalhos, sou Flávio Andrade, sou Vereador, primeiro Secretário da mesa da Câmara, a Câmara tem usado com muita riqueza esse instrumento da Audiência Pública, que o próprio nome já fala, é para ouvir a comunidade, nós temos feito cerca de duas Audiências Públicas por mês para poder discutir os mais variados assuntos, tem sido uma prática rica e constante para essa Casa, e a gente fica satisfeito de ver a Casa cheia, e nós temos conversado há algum tempo sobre a Copa do Mundo, um evento planetário que acontece no Brasil em dois mil e quatorze; nós temos discutido muito na Casa a questão de geração de emprego e renda, a questão do Turismo. Então, entendemos que seria interessante conversarmos sobre a Copa de dois mil e quatorze, o que está sendo feito nesse planejamento, e como que Ouro Preto pode participar desse evento. Eu quero convidar para estar comigo na mesa os dois Secretários Municipais que estão presentes, tem haver com a área, o Secretário Chiquinho de Assis, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, seja bem vindo Chiquinho; e o Secretário Paulo Xavier, o Pilita, Secretário Municipal de Esporte Lazer e Parques, obrigado pela presença Pilita por favor, e convidar nossos dois palestrantes da noite, nós convidamos a Silvana Nascimento que é Gerente do Projeto Copa dois mil e quatorze, da Secretaria do Estado e Turismo de Minas Gerais; e o Jornalista Mauro Verquema, ex-Secretário de Cultura e Turismo de Ouro Preto, que hoje também trabalha na Secretaria do Estado. Registrar as presenças, nós convidamos algumas entidades e a comunidade em geral, estamos contando a com a participação da Luciana Ribeiro, Coordenadora da Agência do Governo de Ouro Preto, O Sidnei morador do Morro Santa Cruz, William Leonardo do Circuito de Ouro de Ouro Preto (inaudível) representado a Polícia Militar, o Tenente Giovane Mendes, e o Tenente Bonacorse, Odair Gomes representado o Fórum da Igualdade Social, e também membro do Conselho de Ouro Preto, O Industrial Futebol Clube, Presidente Amilton da Rocha, Professor Artur Versiani, Diretor Geral do Campus de Ouro Preto, IFMG, Representante Lucas Magalhães, Esporte Clube Tabajara Antônio Mendes da Silva, conhecido Negão, Aluminas Esporte Clube, Presidente Eli Brás de Paiva, O Coimbra Futebol Clube, Presidente Fernando César Guimarães, Nelson Marques que preside a Associação de Guias de Ouro Preto. Temos aqui a representação de algumas pousadas e hotéis: Hotel Solar de Maria, Pousada Tiradentes, a Joalheria Brasil Gemas, a Joalheria Joias de Minas e outras empresas de turismo de Ouro Preto, a participação custou muito caro, professor Doutor Aloísio Finásio Porto, professor de Turismo da UFOP, e que trouxe essa turma bonita que está aqui hoje, enriquecendo nosso trabalho, obrigado por vocês estarem presentes, essa interação com a UFOP a gente procura sempre, muito bom vocês estarem aqui, agradecemos a presença também formados pela UFOP, nossa comunidade também está presente hoje. O nosso esquema de Audiências Públicas, a gente tem um sistema de abertura rapidíssimo oficial...está presente também o Jurandir do bairro São Cristóvão, depois da fala dos nossos Secretários presentes Chiquinho de Assis e o Paulo Xavier, nós vamos passar a palavra para a Silvânia, para que ela possa nos apresentar o projeto copa dois mil e quatorze Minas Gerais. Registrar também a presença do Secretário Municipal de Patrimônio e Desenvolvimento Urbano, seja bem vindo Gabriel, vou passar a palavra. E depois da fala da mesa nós abrimos um bate papo com a comunidade presente para tirar dúvidas, apresentar sugestões, ver o grande evento da Copa do Mundo, eu estava até olhando uma nota da Folha de São Paulo, o Ministério de Esportes prevê uma geração de trezentos e nove mil novos empregos, entre dois mil e dez e dois mil e quatorze, e outros quatrocentos mil empregos temporários só durante o mês da Copa e com poder e conhecimento ativo que Ouro Preto tem nós vamos conseguir atrair um pouco desse investimento para Ouro Preto; vou passar a palavra para o nosso Secretário de Cultura e Turismo, o nome dele oficial é Francisco de Assis Gonçalves Gonzaga Silva, todo mundo conhece como Chiquinho de Assis, recém empossado na Secretaria de Cultura e Turismo, a mensagem para Chiquinho por favor." Chiquinho de Assis: ""Boa noite a todos, caro amigo Vereador Flávio Andrade,

companheiro de partido Verde, saúdo todos os componentes dessa mesa, os Secretários presentes, companheiros. Acho que é um momento muito importante para Ouro Preto a gente pensar que Ouro Preto, com seu destaque dentro da Cultura e do Patrimônio Mundial, são adjetivos que irão fazê-lo um dos destinos da Copa dois mil e quatorze, há corrente que citam Ouro Preto como um dos destinos pilotos desse grande evento, que vai marcar com toda a certeza o Brasil por parte da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. A gente vêm tentando fazer algumas ações, embora há bem pouco tempo eu assumi a Secretaria, foi agora logo após a Semana Santa. Tiago Teófilo com a Cecília que é a nossa Assessora de Promoção Turística, Tiago é Diretor do Departamento de Turismo, e muito articulado com a sociedade. O quê que a gente está buscando? Há primeiro momento tem um grupo de Gestores que vem tentando dar vazão à essa competitividade, dos sessenta e cinco, destinos indutores dos quais Ouro Preto é um desse destino, a gente hoje está vindo de uma reunião de revitalização, onde se busca se reestruturar de uma forma mais participativa, Concelho Municipal de Turismo, há esse ano um fundo Municipal de Turismo que está na porta de ser implantando através do Projeto de Lei, e vamos ter esse ano três grandes Fóruns: o Fórum Municipal de Turismo Ecológico, Fórum Municipal de Negócios e o Fórum Municipal Histórico Cultura, esses três Fóruns visa levantar propostas, irão conduzir a uma Conferência Municipal de Turismo, e o acordo firmado nessa conferência vai ser o nosso caminho de políticas públicas para o turismo na cidade. E eu acredito que a reflexão, e o preparar nossa oferta, e os nossos equipamentos para a copa de dois mil e quatorze, com toda a certeza vai ser o marco de toda essa trajetória. Então, eu dou boas vindas a Silvânia do Nascimento, meu companheiro Marco Verquema; saúdo o Professor Aloísio Porto com essa iniciativa de trazer os alunos; a porta da Secretaria de Cultura e Turismo, através do departamento de turismo estão sempre abertos. Tudo isso para que a gente possa construir política para o turismo o lado acadêmico; saúdo os empresários, aqui presentes, e a todos desejo uma ótima conferência. Só um detalhe, porque eu já havia falado com o Flávio, eu tinha um compromisso marcado há mais tempo, então nós vamos fazer um pit stop daqui a algum tempo e o Tiago vai assumir no meu lugar aqui, nem o jogo eu vou ver, estou triste por isso." Vereador Flávio Andrade: "Agradeço ao Chiquinho, passar a palavra ao nosso Secretário Municipal de Esporte, Lazer e Parques Paulo Xavier." Paulo Xavier: "Quero Também cumprimentar o Vereador Flávio Andrade pela iniciativa, acho que além da importância que ela tem, ela também se faz em um momento muito oportuno, já que nós estamos antecedendo, as iniciativas, ainda estamos no pensar sobre tudo que haverá de acontecer, na construção, na preparação do País, e realização da copa de dois mil e quatorze. Eu quero inicialmente cumprimentar todo o plenário, a gente está vendo representantes de vários segmentos, da nossa comunidade Ouro Pretana, o setor hoteleiro, o setor de turismo, o setor dos esportes, e quero cumprimentar aqui os amigos de Ouro Preto, representado a Secretaria de Turismo do Estado, Doutor Mauro Verquema, analista e morador de um dos nossos distritos, lá em Soares em Casa Branca, Glaura; e a colega Silvana Nascimento, que é gerente de Projetos da Copa de Dois Mil e Quatorze, da Secretaria de Turismo. Nós ficamos felizes em estar recebendo-os, e queremos estar na verdade nos inteirando do pensar da Copa dois mil e quatorze, sob o foco do Governo de Minas, e como nós estamos estruturando, e para que uma perspectiva já definida de que Belo Horizonte é uma das sedes da competição, certamente em torno desse eixo, de Belo Horizonte e Ouro Preto, pela sua imponência, pela sua importância, não podemos ficar a margem desse processo. A iniciativa do Flávio, ela é pertinente porque precisamos nos prepararmos para nos engajarmos nesse processo de preparação, onde Ouro Preto por todo o seu valor histórico e toda a sua estrutura já construída, e todo um processo que haverá de se conceber até que cheguemos em dois mil e quatorze, a gente possa ter uma partilha nos benefícios que nos traz à realização de um evento de tamanha grandeza, tanto para que diz respeito a locação, para os recursos, para investimentos, infraestrutura para o Município, ai vai ouvir uma série de segmentos dentro do Município; quanto especificamente ao esporte, nós estaremos acompanhado e compartilhando com a sociedade e com os atores do processo nessa construção, eu espero que a gente tenha um bom momento, um bom proveito, que possamos a partir desse instante estar mais inteirados; enquanto devemos estar participando desse processo, eu agradeço ao Flávio pela oportunidade de estarmos aqui discutindo esse tema, e esperamos contribuir uma fala que possa trazer esclarecimento, e também obter informações daqueles que vem honrosamente nos visitar, muito obrigado." Vereador Flávio Andrade: "Passar a palavra para os nosso dois visitantes Mauro Verquema, Mauro nosso companheiro, como disse bem o Melita, morador de Ouro Preto, nós somos companheiros partidários, o Mauro já foi o Secretário de Cultura e Turismo no primeiro mandato do Prefeito do Ângelo Osvaldo, a pessoa tem todo o conhecimento não só da questão Ouro Pretana inteira, no

turismo cultural, pedir que o Mauro introduza o assunto, para que depois a gente possa ouvir a Silvana, Mauro por gentileza." Mauro Verquema: ""Boa noite a todos, em nome da Secretária Érica Drummond que representamos, que determinou que viéssemos, a partir de uma convocação feita pela Câmara de Ouro Preto, saúdo a todos, eu gostaria apenas de fazer uma primeira apresentação, uma introdução a esse tema dizendo a sua oportunidade, da sua relevância em função de ser Ouro Preto que está discutindo, como pode participar da Copa, tem condições excepcionais para isso, e eu acho que é absolutamente fundamental, inadiável isso, algo oportuno que comece e aprofunde logo essa discussão, claro que pessoas da Prefeitura, da Secretaria Estadual de Cultura e Turismo, o pessoal do... já tem feito alguns contatos, conversas informais Flávio. Mas, acho que essa reunião com a presença da Câmara, com os Secretários Municipais, pode construir objetividades e parcerias que são fundamentais, que sejam construídas a partir de agora como a Silvana Nascimento vai dizer, no contexto desse segmento que se chama de turismo contemporâneo, um segmento que é o mais procurado, demandado, disputado, que é o chamado turismo de eventos e negócios; hoje se diz que ele mobiliza sete por cento dos recursos gerais que essa atividade mobiliza; atividade em situação crescente no mundo. O turismo, mesmo com as atividades que às vezes paralisa um pouco a atividade, tipo onze de setembro, tipo gripe suína, tem mantido um crescimento, entre variações entre seis e oito por cento, é hoje como diz o Ministro Walfrido, o Ministro quando começava qualquer reunião ele começava assim: - Gente, turismo hoje é o maior negócio do mundo, passou a indústria mobilística, a corrida armamentística, a indústria petroquímica, e geralmente começa a circular uma série de números que não tem sentido desfilarem novamente, dizendo que essa atividade é o maior negócio do mundo, e que hoje pelo conceito expandido, qualquer comunidade seja aonde for pode participar desse negócio, pode aproveitar a grande capacidade que tem essa atividade, estimular o consumo de bens desse serviço, e portanto gerar emprego e renda, com boa velocidade. Tem sido discutido ultimamente, na estratégia de eventos e negócios, esses chamados grandes acontecimentos, tipo Copa do Mundo, tipo as Olimpíadas, tipo eventos diplomáticos, são extremamente disputados no Mundo hoje, claro que é uma disputa que envolve posicionamentos estratégicos, envolve qualificação dos destinos, e o Brasil tem agora a felicidade de ter a Copa do Mundo, e ter as Olimpíadas, como eu estava dizendo a Silvana, uma inclusive amarra a outra. A preparação que o Brasil tem que fazer para a Copa do Mundo, com já fez para aqueles jogos do Rio de Janeiro são absolutamente fundamentais para que possam, inclusive se qualificar internacionalmente, no sentido de dar a dimensão, aprimorar os benefícios devidos das olimpíadas de dois mil e dezesseis; o exemplo mais famoso disso, e eu penso que nos cursos de turismo tem sido estudado, é um exemplo de Barcelona, a famosa olimpíada de mil novecentos e noventa e dois, Barcelona se preparou, se qualificou, e a partir daí se transformou um destino turístico internacional, de alta competitividade, que é até hoje, tem casos aí de doutorado, mestrado em Barcelona, que tem gerado muitos exemplos pelo mundo; eu acho que no ponto de vista reflexionado de estudo acadêmico é absolutamente importante. Então essa é a questão que se coloca, eu gostaria de ler aqui, combinei com Silvana algumas coisas que é para situar o quê é a intenção desse evento, e o que ele representa para nós. Em abril de dois mil e oito o Ministério do Turismo, com a presença inclusive da delegações da África do Sul, do Japão da China, e da Alemanha, Espanha que já tem experiências maiores, fez um seminário e tirou um documento que aqui está, que se chama caderno de propostas, estratégicas, de organizações Turísticas da Cidade sede da Copa do mundo, de Futebol de dois mil e quatorze. Esse evento é importante, rapidamente fazer uma colocação da sua dimensão, na primeira Copa do Mundo realizada no Brasil em mil novecentos e cinquenta, competira, treze seleções, disputando vinte e três jogos em seis estádios, com um público estimado em um milhão espectadores; a edição de dois mil e seis, sediada na Alemanha, contou com trinta e duas seleções, portanto sessenta e quatro jogos em doze estádios, e atraiu três vírgula três milhões de espectadores, aos estádios, além se ter gerado dezoito milhões de visitas, aos conjuntos dos atrativos da Alemanha, e com um número aproximado de vinte e seis vírgula vinte nove bilhões de telespectadores do Mundo inteiro, que é um dado extremamente importante, que é o dado da mídia que eu penso que a Silvana enfatizar daqui a pouco. Da mesma forma a Copa de dois mil e quatorze, para trinta e duas seleções, disputando um total de sessenta e quatro jogos, podendo resultar em uma excelente oportunidade para o País, na respectiva Cidade sede, também Cidades Satélites; Ouro Preto tem tudo para ser uma cidade Satélite, é um conceito que ela escorre daqui a pouco, evidentemente aproveitando um evento como esse para se consolidar como um destino turístico, isso que é importante, não são só os jogos e as delegações que viram, mas sobretudo a mídia, e outros eventos que ocorrem preparatório, organizativos desse evento, mas sobretudo a mídia, de repente Ouro Preto

como a Cidade Satélite, umas cidades que vão sediar eventos, seja jogos, seja outros eventos, estarão na mídia internacional, milhões e milhões de pessoas. O Brasil espera receber entre quinhentos e seiscentos mil estrangeiros, turistas focados no mega evento Copa do Mundo, e movimentar algumas dezenas de brasileiros, pelas Cidades Satélites, com um impacto evidentemente muito grande, direto nas atividades turísticas, gerando emprego, e promovendo a responsabilidade social, econômica, e ambiental. Um dado importante também é esse relativo à sustentabilidade dessa qualificação, da Cidade sede, vou dar um exemplo: Belo Horizonte hoje tem quinze novos hotéis em discussão, sendo que cinco ou seis estão em obras. Bom, vão está lá e receber a Copa do mundo, mas e depois? O pessoal vai embora, eles vão ficar, então o quê é importante é isso, e essa discussão é absolutamente adequada, e imprescindível em função disso, você qualifica a cidade, faz investimento, os equipamentos vão ficar lá, passa a Copa do Mundo, mas você tem que direcioná-los estrategicamente numa captação de outros eventos, para que aquilo tenha continuidade e sustentabilidade; esse que é o eixo principal que envolve Ouro Preto, e finalmente antes de passar a palavra para a Silvana, eu diria que temos falado isso daí, agora há duas semanas atrás, estivemos em Caxambu, São Lourenço, Silvana agora na semana passada, em Sete Lagoas em várias outras cidades, a infraestrutura para a realização dos eventos elencados é complexa, compreende não apenas estádio, as cidades que vão receber seleções tem que ter estádios adequados, tamanho oficial, deve se adequar com as especificações da FIFA, como o futuro de tecnologia informação em cada cidade sede, centro de mídia internacionais com qualificações para isso, instalações de academias, hotelaria adequada, e sobretudo aeroporto. Eu gostaria para exemplificar um pouco isso que eu falei, há poucas semanas nós tivemos uma reunião com as cidades, estâncias sediadas de Caxambu, Caxambu que está ali próximo do eixo principal, quer sediar pelo menos uma das seleções porque lá tem tranquilidade para sediar uma das seleções, Parques das Águas etc e tal. Mas nós alertamos de que é preciso que Caxambu caia na real, porque lá não tem um campo de futebol adequado, não tem um aeroporto adequado, tem uma hotelaria mais ou menos adequado, mas enfim é preciso dizer isso, porque é preciso cair na realidade. Na verdade a FIFA exige e tem exigências, especificações técnicas, de poder e não poder abrir mão, não é questão do Governo Brasileiro, Governo de Minas, é uma exigência internacional. O Governo Brasileiro neste momento está sediando um escritório na África do Sul para acompanhar tudo detalhadamente, enfim eu estou dizendo isso porque não é uma coisa fácil, uma coisa gratuita, meramente de vontade, exige esforço qualidade, investimento, preparo, planejamento. Bom, é isso, eu gostaria de passar a palavra para a Silvana, antes apenas dizer quem é a Silvana; Silvana, nós estávamos aqui na Prefeitura de Ouro Preto, a Silvana foi a primeira gerente de turismo do SEBRAE, nos ajudou extraordinariamente, ajudar a pagar o primeiro recurso, com que pagamos o anteprojeto do Centro de Convenções de Ouro Preto, eu era gerente na época do Sebrae, Silvana foi portanto Gerente de Turismo do SEBRAE, foi Gerente de Turismo da FHIEMG, trabalhou na EMBRATUR com chefe de escritório em Londres, agora é Assessora Especial, consultora da Secretária Érica Drummond, para a organização de Turismo e Negócios; em Minas Gerais há uma rede de construção, setor Público privado, um glastern, e ela é a coordenadora desse trabalho, já traz os primeiros resultados: Ouro Preto está incluída nessas cidades, não é só porque é destino nacional da EMBRATUR, mas tem o programa rede. Eu acho que é importante que ela possa falar um pouquinho hoje, e agora está encarregada pelo governo de Minas, como Gestora do Programa da Copa dois mil e quatorze, muito obrigado." Vereador Flávio Andrade: ""Registrar a presença do Vereador Luiz Gonzaga, vice Presidente dessa Casa, e também moradores da Associação da Barra." Silvana Nascimento: ""Boa Noite a todos, eu queria principalmente para quem está aí discutindo e conversando com todos um tema tão bom como esse, de uma oportunidade tão boa que vem aí pela frente para uma Cidade como Ouro Preto, e que eu gosto sempre de estar de volta aqui, eu estava falando com o Mauro, que é uma Cidade, um destino perfeito, a gente viaja muito, e está sempre promovendo o Brasil e Minas Gerais e exterior; a gente vê nos olhos do turista o encantamento com esse destino; então é realmente um destino abençoado, e o que precisa ser feito é muito pouco. A gente, gostaria de estar apresentando as ações, fazer da Secretaria de Turismo uma vez que hoje, nós temos um Comitê Gestor, que é um comitê gestual, também trabalhamos com Comitê Municipal, tendo em vista que Belo Horizonte é uma Cidade sede, que vai estar recebendo uma série de jogos. Além disso, na verdade eu gostaria de estar passando para vocês toda experiência, tudo que eu tenho aprendido, até pessoalmente, até pelo ato de estar participando desse Comitê Executivo, do Comitê Gestor da Copa; muitas lições a gente tem aprendido com a Copa, acredito também que agora com a Copa de dois mil e dez, na África do Sul nós vamos aprender mais ainda, e é esse aprendizado

que nós vamos tentar passar para vocês, nessa troca de experiência mesmo, para que a gente faça do evento da Copa uma oportunidade, mas acho que tem ser uma coisa muito clara para todos nós: a Copa do Mundo não é Copa que vai acontecer, ela é uma causa para o destino, ela é uma oportunidade, o Mauro bem colocou aqui, um mega evento. Mas com certeza ela será uma oportunidade, a gente tem vários exemplos que eu vou citar aqui de cidades que aproveitam essa oportunidade para criar um grande legado; cabe à cidade decidir que grande legado é esse: se é um legado de infraestrutura, se é um legado de informação da imagem da cidade no mercado nacional, internacional, quer dizer tudo isso é um trabalho conjunto que vocês vão ter que estar fazendo, e definir que legado é esse que Ouro Preto quer conseguir a partir desse mega evento. Mas nós não vamos fazer nada diferente do que a gente já vem fazendo, questão de trabalho de capacitação, trabalho de promoção, o quê vai ser feito é um trabalho voltado com um olhar melhor para a Copa, para um atendimento voltado para o turista, que tem um perfil já detalhado, e que a gente já conhece um pouco desse turista, o quê que ele espera em um mega evento. Então, nós vamos estar enfatizando um trabalho, para que esse trabalho seja direcionado para esse mega evento; acho que tem alguns pontos muito importantes, que a gente está destacando aqui: primeiro deles é essa coisa do legado, não vamos passar no evento, para uma coisa que vai acontecer e acabar; alguns exemplos de legado é o próprio Londres, a experiência que agente está vivendo aí das olimpíadas dois mil e doze, como que eles estão trabalhando isso, de transformar a cidade, de vender a imagem, de uma cidade que oferece hospitalidade. Então não sei se alguém aqui já teve alguma oportunidade de uma coisa facilíma de ver até em sites, o próprio movimento da comunidade, e esse movimento é tão grande para poder receber o turista que o próprio comercial de candidatura que eles fizeram quando eles venderam pelas olimpíadas serem recebidas por Londres, eles misturam a prática de esporte ao dia a dia da vida das pessoas. Então, quem vê o comercial vai poder perceber um operário que usa a pá para fazer dela uma coisa de golfe, a pessoa que está construído o prédio, ela usa alguma coisa para fazer uma coisa de esporte, é exatamente para mostrar o envolvimento da comunidade. Então, foi um legado que eles decidiram que iriam mostrar para o mundo, para ganhar uma candidatura, e foi através disso que eles ganharam. Um outro exemplo muito interessante é o exemplo da Alemanha, que talvez muitos de vocês sabem que é o legado da imagem: a Alemanha pós guerra passou por uma estigma muito pesado, e os Alemães tinham aquela coisa...foi feito uma pesquisa, e demonstrou-se assim apesar da Copa acontecer na Alemanha, o Alemão tinha uma imagem de uma pessoa mal humorada, muito...então eles fizeram um trabalho de mudança de comportamento Alemão, mesmo que eles fossem mal humorados, teria que parecer que não era. Então, foram feitos diversos treinamentos, e aí entra um trabalho muito importante da Universidade...que é um outro item que eu quero abordar aqui, para mostrar a importância de um evento desse, para mostrar a imagem lá fora, tanto que o lema da campanha da Alemanha era Time to make friends, para receber todos os turistas, e isso aconteceu de verdade, quem vai na Alemanha hoje, quem tem a oportunidade de ir literalmente eles mudaram o humor. Então, isso é um legado, uma coisa, força para um mega evento; então um legado para a mudança de um comportamento, de uma comunidade que se volta, se abre para o turismo, esse talvez possa ser um dos maiores legados que a gente possa deixar depois de um a Copa do Mundo, principalmente para quem tem um destino como o de Ouro Preto. Aí entra o trabalho da Universidade, porque ela serve como centro de pesquisas, centro científico que vai apoiar seja o poder público ou seja o poder privado, nesse tipo de pesquisa e vai poder monitorar todas essas ações, para que essas ações sejam continuadas, não só durante a Copa do Mundo, mas como a pós Copa, da Universidade especificamente se alguém quiser ter um pouco de conhecimento, ter um trabalho muito bom que foi desenvolvido pela Universidade de Londres, em que os Universitários, eles acompanharam toda a parte de pesquisa, de impacto de meio ambiente, na construção dos estádios para as olimpíadas. Então nenhuma construção era feita sem olhar a questão de sustentabilidade posterior ao evento, e para isso eles contaram com a equipe da Universidade; então é um outro fator que a gente tem que pensar aqui, o quê nós queremos para Ouro Preto é simplesmente assim, é encher os hotéis, trazer um monte de turista para cá, nós queremos que depois da Copa Ouro Preto seja realmente um destino, que vai estar no catálogo das operadoras internacionais, realmente vão continuar vendendo para Ouro Preto, por quanto tempo, que tipo de turista que nós queremos, como que nós vamos manter essa ocupação na rede hoteleira, nos bares, nos restaurantes? E esse tipo de planejamento que nós temos que ter aqui; ou seja primeiro era um legado que nós temos que planejar. Segundo item que é a sustentabilidade: nós não podemos fazer nada disso se a gente não tiver gerando sustentabilidade para a cidade, seja ela por meio do meio ambiente, a sustentabilidade

social, principalmente porque nós podemos gerar empregos durante a Copa e depois deixar as pessoas desempregadas; mas temos que pensar a longo prazo, na medida que nós mostramos competentes para receber os turistas no mega evento. Com certeza nós teremos o Centro de Convenção cheio de bons eventos internacionais para os próximos dez anos, é isso que nós temos que garantir. Nós não temos que nos preocupar só com a Copa, nós temos que preocupar que o turista que vem aqui, seja ele a pessoa da imprensa, ou jornalista, ou empresário, ou um possível investidor, que serão turistas que estarão aqui, eles vão de uma vez, já definiu o próximo evento que vai acontecer, que pode acontecer em Ouro Preto, vamos aproveitar para mostrar o Centro de Convenções; inventar novos eventos, sejam eles esportivos ou não, podem ser eventos culturais. Então isso daí é uma definição da cidade, definição estratégica da cidade dito aí por meio do Conselho de Turismo, onde o governo operou, dos instrumentos que vocês tiverem para poder fazer essa definição, e uma outra coisa que é a grande oportunidade de fazer o que eles chamam de City Branding, é uma coisa muito simples para a gente: por que é que quando a gente pensa assim: Paris, eu acho que tudo mundo pensa assim a Torre Eiffel, provavelmente. E o quê está sendo detectado no Brasil é que poucas cidades possuem essa identidade; hoje se a gente pensar, a gente tem o Rio de Janeiro, foi feito uma pesquisa e Rio de Janeiro significa diversão, se você pensar em São Paulo significa negócio, se você pensar em algumas cidades do Nordeste significa um pouco dessa coisa de sol e mar, diversão. Mas a maioria das cidades brasileiras não tem identificação clara de que o turista pensa e deseja uma única coisa, nós estamos trabalhando num sentido, porque nós estamos juntos com EMBRATUR, trabalhando no Plano Aquarela para dois mil e vinte, em que a EMBRATUR está trabalhando a imagem do Brasil como um todo, mas é uma grande oportunidade de Ouro Preto estar trabalhando City Branding dela. Também definindo através de volume de marketing, e de uma discussão aí de qual é o elemento de que vocês querem divulgar, e que esse elemento seja um elemento claro, objetivo e aproveitar para se construir esse elemento, e isso tem um pouco a ver com que eu acabei de falar, que eles pegaram o City Branding da Alemanha, ele tinha um pouco dessa coisa de modernidade com a questão do Time to Make Friends, que eles trabalharam a receptividade, a hospitalidade dos Alemães. Então, essa questão do City Branding é uma coisa a ser questionada e conversada, não acredito que isso exija plano de marketing fundo demais, até porque nós teremos acesso do Plano Aquarela Vinte e Cinco, as cidade terão acesso a isso, a gente já tem um caderno da EMBRATUR sobre o quê o turista estrangeiro pensa. Então essas coisas todas estão disponíveis mais detalhadas mais para vocês trabalharem isso, com o turista que vocês vão receber, que cara que nós queremos dar de Ouro Preto, o quê que nós queremos oferecer; a gente sabe que a cidade é internacionalmente reconhecida, é impressionante todos os lugares que a gente vai, as feiras que a gente visita, a gente chega nos stands de operadores internacionais tem a cidade de Ouro Preto simbolizada pelo barroco, e com roteiros para Ouro Preto. Então a gente vê que a oportunidade de ampliar isso é muito grande, e entra no nosso programa da Secretaria, de estar oferecendo também todo o programa de educação, que não é diferente do quê a gente faz hoje, só mais intenso para as cidades se preparem, uma outra oportunidade que a gente pode identificar é Belo Horizonte. Belo Horizonte à Cidade sede, nós vamos receber os jogos, e para quem que nós vamos oferecer Ouro Preto, com certeza Ouro Preto não é uma cidade para ser um Basic Camp, ou seja, para receber um time, ela não atende os padrões FIFA e eu acho que até esse fato de estar muito próxima de Belo Horizonte, que é o caso que Sete Lagoas vai se candidatar a ser um Basic Camp, em função até da reforma do campo, que eles estão fazendo agora em função da reforma do Mineirão. Então Sete Lagoas vai usar desse posteriormente para os treinamentos, e para poder receber times. Como os critérios FIFAS eles não atendem a Ouro Preto, mas claramente a gente vê, isso é uma discussão que a gente teve inclusive com o próprio Paul, que já esteve aqui da Med, que Ouro Preto é uma forte Cidade Satélite, o quê é uma Cidade Satélite? É como se fosse uma Cidade suporte da Cidade sede, inicialmente essa Cidade, ela servirá como apoio na rede hoteleira, e com certeza nós não conseguiremos mesmo com a construção de novos hotéis, novos investimentos, nós não conseguiremos atender a necessidade de todos os jogos. Todas essas informações de jogos, só pra vocês entenderem melhor, só teremos após a Copa dois mil e dez, nada de informações quanto a jogos, quantos jogos serão em Belo Horizonte, quantos jogos serão no Rio, nada disso pode acontecer antes do término da Copa de dois mil e dez, você não pode divulgar nenhuma Copa; aliás Copa do Mundo FIFA, a FIFA exige que seja falado assim, nada disso pode acontecer para atrapalhar uma promoção de uma Copa que já está para acontecer. Então tudo isso vai ser divulgado após a Copa, agora que na África do Sul é que eles começam a sortear os jogos essas coisas todas. Então vocês me perguntaram quantos jogos vão ter em

Belo Horizonte, se o Brasil vai jogar? Essas informações a gente não tem ainda, mas a gente sabe que terão bons jogos em Belo Horizonte pelo fato de ser Cidade Sede, e que com isso Ouro Preto tem muito a ganhar, primeiro como uma Cidade Satélite, que vai dar apoio na questão da hotelaria. Para que isso aconteça o quê precisa ser feito? Os hotéis tem que estar totalmente preparados, com relação a uma reserva da FIFA, parece que o Paul já esteve aqui com alguns hotéis(alguém falou fora do microfone)o Paul é da Med, Paul é responsável hoje...a FIFA tem uma empresa responsável, que vende no mundo inteiro, eles fazem a venda casada de tickets com hotel; essa empresa é responsável para venda para cento e cinquenta operadoras no mundo inteiro. Então normalmente eles vão nas Cidades sedes, eles já estiveram aqui em Ouro Preto, e fecham-se assim um pré contrato com os hotéis, que oitenta por cento da ocupação seja da Med, isso porque a Med precisa para que quando ela for divulgar para esses cento e cinquenta operadores deles para vender no mundo inteiro, eles precisam ter certeza que aqueles quartos estão disponíveis para eles; então essas operadoras fazem esse trabalho internacional, cada país tem a sua operadora já credenciada à FIFA. Então ele vende o ticket e vende também a parte de hotelaria, se vocês entrarem no site da própria Copa do Mundo da África isso vai ficar muito claro para vocês, isso chama-se hospitality, aí vocês vão ver que tem, você pode comprar o ticket e o hotel, com algumas das cento e cinquenta operadoras, que tinha uma grande chance, que se repita para a Copa de dois mil e quatorze, pode mudar uma ou outra operadora aí, mas eu acredito que essas operadoras internacionais, poucas mudanças podem ocorrer, acho que a maioria delas vão permanecer as mesmas. Então, o quê eles fazem hoje um número de hotéis, um número de quartos, na Cidade sede, eles estão fazendo isso nas duas Cidades sede para a delegação FIFA, isso é obrigatório então, em a outras Cidades para esse suporte, o fato dele já ter vindo aqui, e já ter começado esse trabalho é um ótimo sinal que indica que Ouro Preto tem tudo para ser uma Cidade satélite, ou seja eles estão contando com esse apoio, com esse suporte nessa hotelaria, e além disso, além de fazer esse trabalho com essas cento e cinquenta operadoras e ser uma Cidade satélite, vocês tem essa oportunidade junto com essa operadora, anteriormente a essa Copa de dois mil e dez, de fazer um trabalho de que eles chamam de uma Cidade base para o turista, porque a gente pode receber um turista, por exemplo um turista Frances, que quer vir para Ouro Preto, e aqui ser a Cidade base dele, para ele ver todos os jogos porque ele tem interesse de ver todos os jogos, os jogos são no Brasil inteiro, e ele fica baseado em visitas em lugares que queira viajar, volta sempre para Ouro Preto, ver os jogos e volta, porque a gente tem que entender que entre um jogo e outro tem um período vago, e é esse período vago que nós precisamos aproveitar para o turista permanecer com a gente, isso daí nós vamos disputar com o Brasil inteiro, essa é a grande coisa. Sei por exemplo que Gramado já está fazendo um planejamento para ser a uma Cidade base de turista, ou seja o quê que significa isso, gente? Significa um grande investimento na iniciativa privada, o tarifário, hotelaria, é quem vai oferecer maior pacote, não é quem vai oferecer melhor serviço, porque eles vão ser disputados a tapas por essa operadoras, se não houver um planejamento da hotelaria, receptivos dos bares, dos restaurantes, de que aqui nós vamos oferecer uma coisa muito melhor que Gramado tem para oferecer, as operadoras vão estar buscando os melhores pacotes, o Brasil vai ter, para poder oferecer para o turista. Então esse é um ponto muito interessante que deve ser avaliado, planejado com uma certa urgência porque nós não estamos só falando de Copa dois mil e quatorze, mas nós não podemos esquecer que nós temos a Copa das Confederações em dois mil e treze, e o tempo nosso é menor para isso. A outra oportunidade que eu acho que Ouro Preto tem também, e que aí é uma questão também de um estudo, de um planejamento pelo fato de ser uma Cidade suporte de Belo Horizonte nessa questão de hotelaria, e eu acredito que Belo Horizonte além de Cidade sede, também será a Cidade que também receberá um time, a gente tem essa oportunidade, nós vamos tem um número muito grande de jornalistas, e esses jornalistas também tem o período deles, em que eles vão estar sem nenhuma atividade entre os jogos, e com certeza esses jornalistas vão querer visitar Ouro Preto. Então eu acho que para mídia e para a imprensa tem que existir um trabalho redobrado porque Ouro Preto é a menina dos olhos de Minas Gerais internacionalmente falando, que o Mundo quer conhecer Ouro Preto. Vocês tem que estar muito atentos com a imprensa, com a mídia, muito preparado para isso porque com certeza, porque quando eu vou para a Alemanha, se eu vou assistir uma Copa do Mundo, um jogo em Franco, vou dar um belo exemplo para vocês o quê que é Heidelberg. Foi uma Cidade que saiu ganhando maravilhosamente em termos de imagens, e os jogos eram em Franco, e aí todo mundo queria ir para Heidelberg, e olha que agora eu fui lá conhecer, é um lixo perto de Ouro Preto, tem um castelo lá e não tem mais nada, e todo mundo quer ir para Heidelberg. Eu falei: - Gente, se eles vierem para Ouro Preto eles vão amar, porque é lixo a Cidade, assim tem castelo lá, é uma cidade

bonita, bem organizada, tem sinalização, um treinamento, um frio do cão, um frio gelado, no final da tarde as pessoas ficam nos barzinhos, assim meio que uma coisa comunitária, familiar, nas mesas grandes tomando vinho ou comida, e é um sucesso. Eu tenho certeza que para nós, vamos sair lucrando muito mais de mostrar uma cidade como Ouro Preto para jornalista que poderão vir para cá, porque gente, eles vão estar escrevendo sobre esporte o tempo inteiro, no dia de folga deles é que eles vão demandar para o Mundo inteiro, e aí é um olhar nosso, que já assistiu uma Copa pela televisão sabe, na folga as pessoas escrevem sobre destino. Quantas vezes a gente assistiu televisão, que parecia aquela cidades e tal, agora o time tal está visitando a cidade tal, assim, assim então é a mesma coisa que vai acontecer para a gente, quando não estiver havendo o jogo, o quê que vai acontecer, a mídia vai estar voltada para cidades como Ouro Preto, e aí você tem que estar preparado para a imprensa. A preparação para imprensa, ela exige um outro tipo de capacitação, estou falando não só em línguas que é só básico, mas também em termos de recepção desses jornalistas de ter um Centro de Convenções que vocês possam estar disponibilizando, com uma internet maravilhosa, com tudo que eles precisarem porque a gente tem que lembrar que essas pessoas vão estar passeando, mas se eles forem chamados imediatamente, assim manda uma matéria no centro de imprensa, ou Business Center, para passar com emergência, um fax, um e-mail, essas coisas tem que ser muito rápido assim, vão acontecer rapidamente, são esquemas tecnológicos que vocês vão ter que ter prontos para poder ter esse atendimento, para esses jornalistas e para imprensa toda que vier; a imprensa pode chegar aqui e fazer uma matéria e falar assim: - Eu preciso mandar agora, ele não vai para Belo Horizonte para fazer essa matéria. Então você tem que ter um Business Center, com muita tecnologia, de última geração para que chegue a matéria; essa matéria não vai acontecer, a verdade é essa, e então legado sustentabilidade, a formação de uma imagem, de uma cidade, a importância da participação de uma Universidade ser uma Cidade satélite, e por último é uma questão de também aproveitar essa questão aqui que vamos aproveitar o legado, para nos tornarmos uma Cidade turística pronta, treinados, capacitados quem sabe a comunidade aproveita, quem sabe a gente tenha muita dificuldade de envolver uma comunidade para ela entender que aqui é uma Cidade Turística, quem sabe essa não é a oportunidade que as pessoas vão estar na rua, ter todo um trabalho voluntário, porque elas vão precisar se envolver. É o legado de infraestrutura, bem comentado por Mauro, essas estradas precisam melhorar porque como na Europa as pessoas vão querer sair de Belo Horizonte de carro para vir e voltar para o jogo, não vai existir outra forma principalmente estrangeiro. Então a estrada tem que estar boa, ampliada, tem que ter sinalização, tem que ter todas as informações da estrada para que o turista possa ir e vir de Belo Horizonte com rapidez, pegar seu avião, ver os jogos em outras cidades, e voltar para Ouro Preto. Então essa facilidade, nós temos que oferecer muito bem, não tem jeito, ela atende a gente mas não atende o turista internacional, e aí a gente está falando de legado porque a Copa é uma oportunidade que a gente tem de mudar a nossa história, se não tivesse a Copa a gente não estava pensando nas estradas, é isso que a gente chama de legado, essa é nossa chance de pleitear melhor as nossas estradas, de mudar o destino; quem sabe a partir da Copa a gente consegue aumentar número de turistas, porque nós teremos uma estrada melhor, essa história do legado, vamos pensar só na Copa, será que a gente pode melhorar a estrada, e que aí a gente pode trazer mais evento internacional para Ouro Preto. Os voos internacionais descem em Belo Horizonte, e ali mesmo de Confins as pessoas mesmo podem alugar os seus carros e vir para Ouro Preto, para congresso, convenção. Então, esse pensamento que a gente tem que ter, e se organizar para isso, acho que cabe ao poder público essa coisa de política mesmo da estrada, e a iniciativa privada é um grande dever de casa do investimento, seja na hotelaria, seja no transporte, e na oportunidade do novo negócio. Eu até brinquei lá em Sete Lagoas, estava conversando com Prefeito falando que a oportunidade dele começa agora, alguns jogos do Mineirão vão ser transferidos para a Arena: - Gente, é tudo que eu queria, porque eles já vão começar a fazer a imagem de Sete Lagoas agora, mesmo que nacionalmente, o Campeonato vai para lá! Então acho que é um pouco de oportunidade. Agora eu queria passar para vocês o quê que está previsto ali do Comitê (alguém falou fora do microfone) eu queria mostrar para vocês, isso aqui é um plano básico que foi feito da Secretaria de Turismo, juntamente com o Comitê Executivo. Na verdade vai haver um lançamento por parte do Comitê Gestor do Estado, no qual fazem parte a Secretária Érica, e os demais Secretários de um planejamento da Copa de dois mil e quatorze. Mas aqui estão alguns planejamentos que nós colocamos nas nossas ações, através do turismo que nós julgamos extremamente importante, e tem algumas ações ali que vocês vão ver, que são mais para Belo Horizonte que vocês vão ver, Cidade sede, mas ela serve como exemplo também, e nós vamos usufruir. Enfim, Minas



Gerais como um todo está usufruindo dessas ações, pode passar. Bom, o primeiro projeto, ele está baseado ao atendimento ao turista, aí vocês vão ver que eu não estou falando nenhuma novidade, então são melhorias para informação com foco no atendimento ao turista, levando em consideração demandas que nós vamos ter. O subprojeto, nós temos uma parte ali que é de Belo Horizonte, que é a intervenção de um novo terminal rodoviário porque o nosso terminal rodoviário hoje realmente carece um pouco a demanda e adequar à legislação para o serviço turístico, para Copa dois mil e quatorze, porque nós temos alguns problemas com o Aeroporto de Confins, em Belo Horizonte a questão de vans; então nós vamos estar modificando isso. E a capacitação e adequação de locais para atendimento ao turista, isso já é para vocês pensarem o quê que nós vamos fazer em Ouro Preto, o atendimento ao turista, com pelo menos duas línguas, o inglês e o espanhol, levando em consideração que nós teremos com certeza, um grande número de turistas da América do Sul, isso vai acontecer normalmente. E uma outra coisa, uma outra lógica que a gente tem que pensar, com relação a permanência do turista, que é o seguinte: quando a Copa, ela acontece na Europa pelo fato dos Países serem muito próximos, questão de uma hora, uma hora e meia, você sai de um país e já chega em outro, eles não tiveram a oportunidade de divulgar tantos destinos, porque e quando você ia na Alemanha por exemplo ver um jogo, você ia na Alemanha e voltava no outro dia, e você morava na Inglaterra, dependendo do lugar você ia e volta de trem, e nem precisava de pegar avião, como o Brasil é considerado um long distance destination, as pessoas que vem vão vir para ficar trinta dias, ou pelo menos vinte dias, assistirem os jogos que eles querem, aí vai depender das finais dos times deles, isso vai fazer com que eles permaneçam mais tempo, e com essa permanência, tem duas observações muito interessantes que a gente tem que perceber: primeiro, ele provavelmente vai programar férias e não vem sozinho, vem com a família ou com amigos; segundo, nem todos eles virão para ficar em um hotel cinco estrelas, até pelo fato que ele não veio para ficar sozinho. Então é uma oportunidade de negócio para todos os tipos de empreendimento, não é só para hotel cinco estrelas, até que provavelmente todos os cinco estrelas estarão todos ocupados com delegação de FIFA, mas é uma oportunidade para as pequenas pousadas, para outros estabelecimentos, que vão estar oferecendo seu estabelecimento para famílias que vem o pai, a mãe e duas crianças por exemplo não tem jeito, vai ter que ficar numa pousada porque o custo é muito alto, o próprio custo da passagem e que é uma oportunidade bacana: o próprio europeu, ele tem esse hábito dessa viagem, as vezes as gente não tem tanto hábito quanto eles tem, de vir e ficar em uma pousada mais barato, que não significa gente serviço ruim, que não significa, não ter bom atendimento, que não significa ter boa qualidade, mas que significa sim um bom preço, e bom serviço. Então, voltando aqui a questão do atendimento ao turista, temos que pensar aí, um dos focos preparar a Cidade para o atendimento ao turista, o quê que vai ser feito, voltar talvez com nossas informações que a gente tinha aqui; acho que isso é fundamental, e isso implica termos um bom site, antes disso muito rápido está nos planos da SETUR, termos um portal, essa é a meta da Secretária Erica, porque termos que sermos acessados pela internet urgentemente, para que as pessoas conheçam o destino em Minas Gerais. Então, a Secretária Erica colocou como meta, encerrar a gestão dela mas entregando um portal, mas a gente tem que pensar que Ouro Preto, tem que ter um link ou alguma coisa assim, para que vocês possam ser visualizados pelo mercado internacional, a informação turística começa lá, eu visitei uma feira que eles estavam vendendo pequenas Cidades na Espanha, e o nível de tecnologia deles assim é tão simples, mais ao mesmo tempo tão atualizado, que a única coisa que se recebia quando chegava no instante, era um folheto de tamanhozinho assim, com vários roteiros, e você levava para a sua casa e escolhia o roteiro que você queria, e fazia o download no seu MP3, não precisa nem conversar com ninguém você já põe aquilo no ouvido, e faz a visita toda com o MP3, então é com esse mercado que a gente está disputando. Então, quer dizer fazer um portal a SETUR vai fazer, mas eu acho que vocês tinham que pensar assim, roteiros em inglês, não precisa treinar todos os guias, mas no mínimo os museus tem que ter esses roteiros em inglês, na internet para alguém fazer download, para que na hora não precise ser traduzido, é um mínimo de uma coisa que a gente tem que ter. Bom, como no projeto citei para vocês Belo Horizonte, mas acho importantíssima a gente ter essa questão da informação turística em Ouro Preto, em mais de uma língua, máximo de tecnologia possível, uma tecnologia simples, nada complicado, um site simples em que você faz um download, blackberry, para um MP3, porque vão vir pessoas jovens que tem iphone, ipod essas coisas que vão fazer download, o importante é ter a informação, e enfim algumas diretrizes que nós estamos buscando, no caso de Belo Horizonte com a Prefeitura de lá, para o estado junto ao Governo Federal, toda a parte de capacitação. Nós, vamos fazer capacitação, e a base dessa capacitação, são oito destinos, Ouro Preto está incluída ser

destino do tur, e já reconhecido com excelência internacional. Então, toda a parte de capacitação da Copa, a gente vai estar fazendo nesses dezoito destinos indutores além da Cidade sede que é Belo Horizonte. Essa capacitação, nós vamos fazer um planejamento, a partir de agora nós temos no salão de turismo, no dia dezesseis de abril, uma tarde inteira de duas a sete, o grande seminário da Copa do Mundo, que a gente está trazendo da Alemanha, uma pessoa que de Berlim, consultor, estamos trazendo Marcelo Pedrosa da EMBRATUR, e uma pessoa responsável pela capacitação do Ministério do Turismo, nós queremos fazer algumas reflexões, e a partir daí ver a capacitação, que nós podemos estar oferecendo para as Cidades, todos estão convidados, mas obviamente tem que fazer inscrição, e na hora se não tiver lugar fazer em um lugar maior. Então, acho interessante quem já quiser participar, para conhecer o programa de capacitação, mesmo porque eu ministério já vai, dentro do programa dele, mostrar assim quais são os incentivos, quais são as principais profissões serem qualificadas para a Copa, porque é muito claro assim... não adianta qualificar a Camareira, porque ela não vai ter acesso direto ao turista. Então, são determinadas profissões que tem acesso e contado direto com o turista, que serão priorizadas, porque não dá para capacitar todo mundo. Bom, a questão do bem scamp, aqui o trabalho da Secretaria, e que nós vamos buscar, dentro de editores que são oito, infelizmente Ouro Preto não é o caso, mas a gente tem alguns outros destinos aí, como Caxambu principalmente aqueles de águas minerais, a gente tem grandes hotéis, o aeroporto para pousar jatos e tal, a gente vai tentar candidatar essas Cidades, para serem bem scamp, que para nós é ótimo também, para todo mundo pra o Estado, porque em uma Cidade dessa você consegue trazer um time da Itália. Então, além da Cidade ganhar muito com isso em termos de imagens, porque mais uma vez no treinamento, porque a imprensa está presente até o próprio time reconhece, fica muito exposta na mídia, também serão pessoas que estarão em Minas também, e terão oportunidade de visitar outras Cidades, por exemplo se Sete Lagoas for uma Cidade com Bem scamp, para Ouro Preto é ótimo, porque no dia de folga ele não vai querer ficar em Sete Lagoas, porque ele já ficou a semana inteira, ele vai fazer essas trocas. Então, quando mais a gente ganhar aqui melhor. O outro Projeto é o que a gente chama de entretenimento ao turista, que é promover uma série de ações que faça que o turista permaneça no estado, em função de que ele... a gente vai está disputando a tapa mesmo, com os outros estados, e tem muita gente que não gosta de praia, então para nós é ótimo, alguns exemplos que eu coloquei ali, de Belo Horizonte a implantação do Memorial Esportivo no Mineirão, ampliação do Expominas que é um legado, que a gente quer deixar, se Belo Horizonte como uma Cidade de Turismo e Negócio, exatamente porque a gente quer mostrar para os investidores, em fim, os empresários que estarão presentes, a possibilidade de trazer eventos internacionais e a questão da revitalização dos espaços públicos, com potencial turístico, acho que é a mesma coisa válida aqui, para Ouro Preto de vocês fazerem um trabalho de revitalização, do aspecto de que forma que nós vamos mostrar definitivamente para esse turista, que esse Museu que essa Igreja, que essa Cachoeira, eles não vão encontrar em lugar nenhum, perfeito, o serviço é perfeito, e não precisa ser tudo, vamos escolher legal alguns produtos, alguns atrativos finais, para que a gente possa fazer isso, e a diretriz para esse trabalho, é que cada infraestrutura para cada, deve ser articulada no nosso caso lá em Belo Horizonte, desenvolvido o plano de entretenimento, com o foco na utilização permanente dos espaços, o que a gente não quer é que seja utilizado no período da Copa, e depois não seja mais utilizado. Então, isso vale muito para vocês criarem uma oportunidade, de estenderem aumentarem a ocupação do Centro de Convenções. Aqui também nós vamos fazer um trabalho de construção, ou seja a EMBRATUR faz um Plano Aquarela, o Estrado faz um plano de construção de estado, e a Cidade vem junto com a gente fazer a construção da imagem dela. Do City Brand de vocês, construção de imagem do Estado, Minas Gerais no Contexto Nacional e Internacional, o Objetivo então é promover essa imagem, do Estado de Minas Gerais, com o foco no turismo nacional e internacional. Nós já estamos olhando a contratação de um agente de turismo nacional e internacional, nós já estamos olhando a contratação de uma empresa especializada, e eu estiver agora nessa viagem olhando a contratação de uma empresa internacional, que possa estar fazendo esse trabalho nos próximos anos, não só de RP, mas também de entender mais detalhadamente, nós vamos garantir o apoio de comercialização de que o nosso produto vai estar, na mão desses cento e cinquenta operadores, ou de possíveis novos operadores, que estarão de fato comercializando Minas Gerais, e por isso nós precisamos, dos hotéis dos receptivos, enfim toda a área comercial de Ouro Preto esteja preparada, com os tarifários na mão, por que sem isso não tem jeito de fazer essa venda. A implantação de divulgação de Minas Gerais, porque nós já fazemos participamos de uma série de feiras nacionais e internacionais, e Ouro Preto é sempre a

capa de tudo, o nosso Stand é sempre o toter de Ouro Preto, que tem imagens de Ouro Preto. Então quer dizer a gente já faz essa promoção, mas na medida que a gente tiver um material pronto, material em outra línguas, ai isso já facilita bem essa parceria entre o Município e o Estado, para que a gente possa fazer uma divulgação maior, uma promoção maior da Cidade, Nós vamos estar participando do evento na África do Sul agora em dois mil e dez, em junho e julho, é um evento que chama casa Brasil, em parceria com a APECS e com a EMBRATUR,na verdade eles vão ter um Stand muito pequeno, de cada uma das Cidades sede, eles vão ter um projeto Arquitetônico muito bacana, muito moderno mostrando os grandes recursos que o Brasil tem, e que não tem lugar nenhum na parte da alimentação, na parte de abundância em água,das riquezas do Brasil, e nesses dia nesse um mês, vão haver novas noites temáticas, nós vamos ter uma noite temática da região sudeste, e uma noite de Minas Gerais, em que a gente vai também promover, esse destinos edutores, e com certeza Ouro Preto estará dentro dessa promoção. Além disso é uma grande oportunidade, de se fazer contato com grandes investido