

Mineiridade é o diferencial turístico de Minas Gerais na WTM Latin America 2022

Qua 06 abril

Para valorizar a história, as tradições e os costumes do povo mineiro, a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo (Secult) lançou, em 2022, o Ano da Mineiridade, iniciativa que evidencia o sentimento de orgulho dos mineiros. E é com essa perspectiva que a pasta apresenta, na WTM Latin America seu principal produto turístico para promover o Destino Minas Gerais. O evento, que é realizado no Expo Center Norte, em São Paulo (SP), reúne mais de 500 expositores de 33 países e acontece entre os dias 5 e 7/4.

Na abertura do evento, na terça-feira (5/4), a equipe técnica da Superintendência de Marketing Turístico (SPT), da Secult, realizou uma série de capacitações com agentes e operadores do trade turístico. As ações foram baseadas em características típicas do turismo em Minas, que é voltado, principalmente, para atividades culturais. Entre os temas abordados durante os encontros, a Via Liberdade, os Destinos Impactados e a Mineiridade.

Segundo o superintendente de Marketing Turístico da Secult, Antonio Franciso, a presença da secretaria em um evento desse porte é fundamental para reforçar a imagem de Minas Gerais como destino. “Nosso maior diferencial é a Mineiridade, uma iniciativa que celebra Minas Gerais em sua essência. Ofertar esse jeito mineiro de ser é uma forma de dizer que essa é a assinatura de Minas e é por causa dela que os turistas querem nos conhecer”, disse.

Do turismo de experiência às belezas naturais do estado, a Mineiridade tem sido o principal produto ofertado ao trade presente na WTM. O jeito único pelo qual o povo mineiro é reconhecido em todo o país ganhou ainda mais destaque com as ações da Secult para promover o estado na rota de destinos turísticos. O estande da Secult conta com produtos típicos da cozinha mineira, como os queijos e os cafés do Sul de Minas, além das premiadas cachaças produzidas no estado.

Para os agentes de viagem e operadores de empreendimentos turísticos, a iniciativa de colocar o jeito mineiro como produto principal da feira é uma ação diferenciada. Para a proprietária de uma agência de turismo, Herika Ribeiro, a hospitalidade de Minas Gerais sempre foi reconhecida e buscada por outros viajantes. “Achei interessante usar a Mineiridade como uma atração turística. O estado de vocês é reconhecido por ser hospitaleiro, e ofertar algo assim é muito diferenciado. O “mineirês”, por exemplo, sempre chama a atenção de quem busca Minas como destino de viagem”, disse.

A transversalidade entre a cultura e o turismo mineiros também ganhou destaque na programação do primeiro dia da WTM, com uma apresentação que revela a força das tradições em Minas. A Associação dos Ternos de Congos e Caiapós de São Benedito de Poços de Caldas levou a tradicional celebração de Congado para o Center Norte e encantou os visitantes da feira.

Com a apresentação do grupo, a Secult promoveu, também, outra importante iniciativa para ofertar

o Destino Minas Gerais: as Afromineiridades. O objetivo é assegurar maior democratização das políticas públicas da cultura, celebrando, assim, a rica diversidade no estado. Ao longo do ano, serão realizadas uma série de ações para evidenciar a importância do povo negro na formação da identidade mineira.

Outro destaque na WTM é um tapete devocional produzido pela Fundação de Arte de Ouro Preto (FAOP) e que reúne, imagens feitas em serragem da histórica cidade mineira. Os tapetes decoram as ruas de diversas cidades durante o período da Semana Santa e conduzem o público pelo trajeto da Procissão da Ressurreição. O costume faz parte da história de Minas e é um forte atrativo do turismo religioso.

Sobre a WTM Latin America 2022

A WTM é um evento business-to-business (B2B) que traz o mundo para a América Latina e promove a América Latina para o mundo. É o evento no qual a indústria de viagens se reúne para negociar e fechar contratos que contribuem com o posicionamento da região como uma das áreas mais importantes da indústria mundial de viagens e turismo. A feira acontece em São Paulo, onde 15 mil profissionais de viagens e turismo e 500 empresas expositoras se encontram para fazer networking, negociar e descobrir as últimas novidades do setor.

Por meio de conexões na indústria e o incomparável alcance mundial, a feira cria oportunidades pessoais e comerciais, oferecendo aos clientes, contatos, e conteúdo de qualidade. Os visitantes também têm a oportunidade de descobrir o mundo em um único lugar e expandir o conhecimento por meio de palestras com grandes nomes da indústria.