

## Os verdadeiros legados da Copa

08-Jul-2014

Por Henrique Mol Muitos têm sido os indicativos de que o saldo da Copa é positivo, e, de fato, por ora, o é. Para falar em números, algumas cifras me vêm em mente. A Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) acredita que a demanda por voos domésticos deve crescer 5% neste ano sobre 2013. Uma projeção realizada pela BDO indica que a Copa do Mundo renderá à Fifa a maior arrecadação da história: US\$ 5 bilhões (cerca de R\$ 12 bilhões). Por se ater demais aos números, entretanto, desvia-se o olhar do que não se pode contabilizar. À margem de todo o investimento em merchandising que tem sido realizada, a maior exposição global (e a mais frágil, também) se volta à marca Brasil. Os olhos do mundo e dos próprios brasileiros, mais do que nunca, estão voltados a nós. E eles têm constatado os excepcionais estádios, sistema de segurança e logístico bem estruturados e aeroportos eficientes, além da inigualável hospitalidade brasileira. No entanto, os analistas apontam que a visibilidade internacional pode ser maculada devido às manifestações nas ruas. Como primeira regra de bom anfitrião, devemos aprender que problema de casa se resolve em casa, não escancarado às visitas. Os legados da Copa para o setor do turismo são palpáveis. Nas grandes capitais, a exemplo de São Paulo, onde a capacidade dos aeroportos já estava saturada, os investimentos realizados nos mesmos trará menos atrasos e maior oferta de voos, além de maior capacitação dos funcionários que estiveram engajados à Copa, para atender ao maior fluxo de turistas durante e após o evento. Um quadro providencial, dada as projeções que mostram que em 2017, seremos o terceiro mercado aéreo do mundo, segundo o Ministro do Turismo, Vinícius Lages. Nesse setor, a Gol contará com a vantagem de ter se tornado a patrocinadora oficial da seleção brasileira de futebol, no lugar da TAM, e se beneficiará da exposição da marca. O fluxo turístico, não só às cidades sedes, ocasionará uma entrada significativa de divisas aos setores de hotelaria, transporte, comunicação, cultura, lazer e comércio varejista. Um cenário que assume moldes de causação cumulativa, com impactos diretos e indiretos, como por exemplo, a geração de empregos permanentes e temporários, injetando bilhões em consumo e aumento do comércio e prestação de serviços. Além do impacto econômico, é preciso considerar o legado social, consubstanciado no efeito feel good, que uma Copa do Mundo bem projetada pode gerar. Sediar um evento de tais dimensões e ovacionado pela mídia internacional, aumenta a autoestima e orgulho nacional de um povo que se acostumou a um "complexo de vira-lata", termo cunhado pelo dramaturgo e escritor Nelson Rodrigues para designar a postura de inferioridade assumida no futebol a partir de 1950, quando o Brasil perdeu a Copa do Mundo para o Uruguai, no Maracanã. Para Rodrigues, o brasileiro só começou a se curar desse complexo em 1958, quando ganhou a Copa pela primeira vez, mas apenas nesse esporte. A postura permaneceu em relação a outros temas. Por "complexo de vira-lata", entendeu-se a inferioridade em que o brasileiro se coloca, voluntariamente, em face do resto do mundo. Acredito que isto aumentará o interesse do povo brasileiro por conhecer o próprio país, não só restrito às cidades sedes, embora estas, pela maior visibilidade ocasionada pela Copa do Mundo, tenham maior atração. Isso dependerá da capacidade das demais cidades em divulgar as suas festividades típicas, eventos culturais e artístico - além de criar tours que direcionem os turistas às suas cidades, respaldados por pessoal capacitado, boa infraestrutura hoteleira e de transporte. Quanto mais soubermos promover a marca Brasil, menos terão sido os ônus das obras da Copa. Ganham brasileiros, ganham turistas e ganha o Brasil no reconhecimento de uma marca cujas credenciais de belezas naturais, povo acolhedor e clima agradável não se encontrará em outra parte. Henrique Mol é especialista em turismo e sócio-fundador da Encontre Sua Viagem, franquia de turismo. Site de vendas da Encontre sua Viagem: [www.encontresuaviagem.com.br](http://www.encontresuaviagem.com.br) Central de Atendimento: 0800 603 1232 Fonte: InformaMídia Comunicação. Arena CorinthiansFoto: Eduardo Martellotta Itália no Itaquerao Foto: Eduardo Martellotta Torcedores do Uruguai. Foto no CorinthiansFoto: Eduardo Martellotta