

Em 2014, Copa do Mundo no Rio

O Rio deve começar a se preparar agora para poder ser uma das sedes da copa do mundo de 2014, copa que tem muitas chances de se realizar no Brasil. Visão estratégica é se antecipar às cidades (e aos países) competidores, aproveitar as nossas vantagens competitivas, estabelecer etapas a serem cumpridas nos próximos oito anos, mobilizar aliados municipais, estaduais e federais, empolgar e envolver a iniciativa privada e se impor aos políticos. A copa do mundo da Alemanha e as eleições presidenciais deste ano são o grande momento para o lançamento da idéia: depois do PAN, a Copa do Rio.

As nossas vantagens competitivas são evidentes: o Rio foi o centro do campeonato mundial de futebol em 1950, para isto construímos o Maracanã, estádio que se tornou um símbolo do esporte em todo o mundo. Aqui estão situadas as sedes dos clubes mais famosos em todo o planeta, ainda que hoje eles estejam em fase de recuperação de seu prestígio. Além disso, temos uma natureza deslumbrante, uma das melhores, senão a melhor, infra-estrutura turística do Brasil, excelentes hotéis, empresas de turismo receptivo e restaurantes adequados.

As etapas a serem cumpridas até 2014 devem começar com a realização do RIO-PAN 2007, mas precisam ser desdobradas como a nossa candidatura para as Olimpíadas 2012. Entre estes cinco anos é preciso desenvolver espetáculos e eventos internacionais comparáveis aos nossos carnaval e reveillon. O exemplo do show dos Rolling Stones em Copacabana ainda está vivo em todos os brasileiros e ainda repercute em vários locais do mundo. A cidade do Rio tem que ter um calendário de eventos internacionais que preencha todos os vazios e que dê uma demonstração para o mundo de sua capacidade de organização.

As próximas eleições para a Prefeitura devem incorporar esta questão do turismo e dos espetáculos como uma questão central para uma cidade como o Rio.

É preciso mobilizar aliados nos outros diversos municípios que se beneficiam dos eventos realizados no Rio de Janeiro. Búzios, Petrópolis, todas as nossas praias e montanhas ganham com o que fazemos aqui na capital. A campanha eleitoral para o governo do Estado também deve aproveitar este tema. O estado tem exemplos de eventos que beneficiaram a todos, sendo o maior deles o Earth Summit, que aqui tomou o nome de Eco-92. A imagem ecológica até hoje beneficia estados e municípios. A federação também ganharia com a marca do Rio de Janeiro. É por aqui que chegam todos os turistas internacionais, ainda que boa parte dos vôos tenham sido retirados do Aeroporto Tom Jobim.

A iniciativa privada não pode depender da condução política, ao contrário, os empresários devem pautar as agendas dos políticos com os interesses que beneficiam a todos nós, cariocas. E estes benefícios vão além da indústria turística, dos hotéis, restaurantes e agências. O exemplo da copa da Alemanha e da última olimpíada na Grécia são suficientes para que os empresários compreendam que espetáculos desta natureza são alavancas de desenvolvimentos para todas as atividades.

Mas temos que lançar o Rio já, não temos tempo a perder. Mesmo antes que comece o Rio-Pan 2007 já temos que estar pensando na Copa do Mundo de 2014.