

Os desafios dos megaeventos para o Brasil

A Conferência Internacional em Turismo trouxe debates sobre legados e desafios dos megaeventos. Por ser sede da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016, o Brasil estuda casos de sucesso para conseguir legado internacional



A Conferência teve a participação de representantes do trade turístico brasileiro e terminou ontem na Capital (GABRIEL GONÇALVES)

Planejamento urbano pensando nos cidadãos e no turismo. Jeanine Pires, ex-presidente da Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo) e palestrante do último dia da Conferência Internacional em Turismo, explica que os megaeventos servem de aprendizado para o turismo. “São dois jogos (Copa e Olimpíadas) em um curto espaço de tempo (2014 e 2016), o que permite um legado de imagem muito maior. O momento é propício, pois leva em conta a posição do Brasil no cenário internacional”, destaca.

Legados são as principais consequências de eventos desse porte. Especialmente para a população local, que para Jeanine estará fazendo parte de um momento simbólico da identificação nacional. “É um país jovem, com grandes oportunidades”, diz. O legado físico e institucional é outro exemplo.

A expectativa com os megaeventos é dobrar o número de turistas estrangeiros e triplicar a receita deles no país. Com cinco seleções de países sul-americanos competindo, são esperados quase 40% de torcedores desses países.

O Brasil já tem experiência em eventos de grande porte, como o carnaval. “É uma estratégia a médio e longo prazo para o turismo”, diz. Jeanine cita o exemplo de Londres, sede dos Jogos Olímpicos de 2012. Lá, é esperado o aumento de 57% no turismo, mas apenas depois do evento.

Fortaleza já é uma cidade com consistência no turismo. “Se (o Brasil) não tivesse capacidade, não seria escolhido”, diz. Mas explica que esse projeto para a Copa e os Jogos não vai resolver os problemas do país. Jogos são momentos pontuais. E servem para acelerar procedimentos, como a modernização de aeroportos.

Para Manuel de Forn, comissário do Conselho da Cidade de Barcelona para os Jogos Olímpicos 1992, a parceria público-privada é fundamental, pois o setor público não pode investir em tudo. “O setor privado é o mais interessado e beneficiado no pós-jogos”, diz. Áreas como telecomunicação e tecnologia devem ser pensadas como investimentos permanentes.

Diversificar os produtos turísticos para atender a demanda dos megaeventos. Para Héctor Malarin, representante do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) no Brasil, além de fortalecer o turismo de “sol e mar”, é preciso potencializar outras áreas. No Rio de Janeiro, o financiamento do BID é de U\$ 110 milhões, que também deverão ser aplicados na restauração dos patrimônios cultural e histórico da cidade.

Em Fortaleza, serão U\$ 150 milhões, “que devem ser planejados desde agora”, diz Héctor. “Transporte urbano, saneamento, manejo de lixo são fatores que precisam estar no planejamento da cidade-sede. Também é preciso trabalhar para que os cidadãos não sofram com os impactos (também ambientais) dos projetos”.

Como

ENTENDA A NOTÍCIA

Aprender com erros e sucessos das demais cidades-sede é fundamental para ter eventos de grande porte bem-sucedidos. É preciso pensar um planejamento urbano que foque no cidadão, e não apenas no turismo.

Desafios

Estudos que comprovem o retorno dos investimento

Integrar roteiros turísticos

Ter uma equipe para organizar os megaeventos (independente do governo).

Qualificação de equipamentos turísticos

Preço e valor de produtos e serviços.

Informação de qualidade para acesso global.

Acesso internacional e mobilidade interna.

Planejamento de marketing internacional a longo prazo.

Sustentabilidade e tecnologia.

Ingrid Baquit