

O Brasil e a Copa

Abilio Diniz

Folha de S.Paulo, 11/05/2014

Sempre declarei meu amor pelo Brasil. Trabalho para ajudar a melhorar este país, gerando empregos, dando aulas, apoiando iniciativas nas áreas de educação e esporte e investindo em empresas que possam contribuir para o seu crescimento.

Como milhões de brasileiros, eu tenho o futebol como paixão. E não acho que protestando contra a Copa diante dos olhos do mundo ganharemos alguma coisa, pelo contrário. Devemos aproveitar a atenção mundial para mostrar a grandiosidade e as oportunidades do Brasil, não os nossos problemas. Estes, resolvemos nós.

A quase um mês da Copa do Mundo, vejo a bola rolando quadrada no país do futebol. A festa que se previa deu lugar à tensão e ao ceticismo. Pesquisa Datafolha aponta que hoje mais brasileiros rejeitam a Copa do que a apoiam. É possível que saia mais gente às ruas do país para protestar contra o torneio do que para celebrá-lo.

A intenção deste artigo não é desestimular ninguém a protestar. São muito justas as reivindicações por investimentos em educação, saúde, moradia, segurança e transportes. Com a nossa pesada carga de tributos, o Estado brasileiro deve, urgentemente, serviços mais eficientes e mais ética na gestão pública. Ter uma população mais engajada, exigindo serviços e gestão com a qualidade da nossa seleção e dos novos estádios, é saudável e legítimo.

Mas nós não podemos esquecer que a Copa do Mundo é uma das melhores oportunidades de projeção do país. Se a usarmos de forma eficaz na promoção da marca Brasil, ganharemos muito. E quanto mais ganharmos com a promoção global do país, menos a Copa nos terá custado. Num mundo cada vez mais globalizado, a imagem ou marca de uma nação pode ser mais importante do que o que ele produz e vende.

O Brasil não é só um país em construção, mas uma marca em construção. Uma marca que reflete tudo o que somos: um gigante em paz com os vizinhos, um país com enormes recursos humanos e materiais, uma das maiores democracias do mundo, uma economia de mercado de cerca de 200 milhões de consumidores, imprensa livre, Justiça independente, instituições sólidas. Quantos países têm essas credenciais?

O interesse das grandes empresas e dos grandes empresários estrangeiros pelo Brasil é enorme, vejo quando viajo para o exterior para promover nossos produtos e o nosso mercado. E não são apenas os empresários. Existem interesse

e simpatia generalizados por um país de povo tão criativo, alegre e empreendedor.

Durante a Copa do Mundo, um terço do planeta estará grudado nas telinhas para ver os jogos e, por tabela, o país que os sediará. Não tem cartão de crédito nem emissão de títulos da dívida pública que pague essa massiva publicidade global. Precisamos aproveitá-la ao máximo. O Brasil ainda é pequeno em comércio internacional e atração de turistas.

Atrairmos muito mais recursos realizando uma Copa ordeira, que revele um país dinâmico, alegre e capaz de se organizar. Isto trará frutos para todos os brasileiros.

Também acho que foram cometidos equívocos. Não precisávamos de tantas sedes e estádios tão caros em cidades sem torneios de futebol expressivo. As obras de mobilidade urbana poderiam ter sido entregues a tempo. Precisamos tirar todas as lições desses fatos lamentáveis.

Mas a bola, afinal, vai rolar. O Brasil, maior seleção da história, sediará uma Copa já especial pela presença de todas as grandes seleções e seus craques fabulosos. Que honra receber e, torçamos, derrotar Messi, Cristiano Ronaldo, Balotelli, Özil e Iniesta.

O Brasil é muito maior que as dificuldades que atravessamos. Está na hora de mostrar o nosso amor por este país – de começar a Copa cantando "sou brasileiro, com muito orgulho" e encerrá-la com "we are the champions".

ABILIO DINIZ é presidente do Conselho de Administração da companhia de alimentos BRF