

Tales Faria

Caso Master invade eleições estaduais

Vencidos os prazos de inelegibilidade de que o afastaram da política devido ao escândalo conhecido como Mensalão do PFL de Brasília, o ex-governador José Roberto Arruda, agora filiado ao PSD, disse à coluna que está “pronto e otimista” para concorrer a governador do Distrito Federal em outubro.

Fora possíveis exageros, como dizer que “o povo já desistiu” do governador Ibaneis Rocha (MDB), pré-candidato ao Senado, Arruda levanta um ponto importante. Perguntado se, no campo nacional, apoiará a reeleição do petista Luiz Inácio Lula da Silva, ou a candidatura do senador Flávio Bolsonaro (PL-RJ), ele respondeu: “Está tudo muito incerto. Depende do que rolar daqui para frente no caso BRB-Master.”

É exatamente assim que estão pensando quase todos os candidatos a cargos majoritários nas eleições pelos estados.

A Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Senado do Crime Organizado, por exemplo, já tem marcados para esta semana os depoimentos dos governadores do Distrito Federal, Ibaneis Rocha, e do Rio de Janeiro, Cláudio Castro. Ibaneis está previsto para terça-feira, 3, e Castro, para quarta-feira, 4, ambos às 9h.

A CPI tem como presidente o senador Fabiano Contarato (PT-ES) e como relator, o senador Alessandro Vieira (MDB-SE). Foi instalada em novembro do ano passado para apurar a atuação de organizações criminosas no país, especialmente as milícias, mas senadores já avisaram que pretendem fazer perguntas sobre o envolvimento de Ibaneis e Castro com o Banco Master.

Se forem permitidas perguntas sobre o escândalo envolvendo o banco, senadores de oposição também pretendem que sejam chamados gestores de outros estados,

como Amapá e Bahia.

Segundo a Polícia Federal, o BRB teria comprado R\$ 12 bilhões em carteiras do banco Master com créditos fictícios e o Rioprevidência teria aplicado quase R\$ 1 bilhão em papéis da instituição, contrariando alertas do Tribunal de Contas do Estado.

No caso do Amapá, sob o governador Clécio Luís (União Brasil), o fundo de pensão dos servidores ignorou alertas sobre as investigações de fraudes e investiu R\$ 100 milhões em títulos sem garantia.

E a Bahia, sob o governo de Rui Costa (PT), seria onde as fraudes teriam tomado vulto, a partir da compra da estatal Empresa Baiana de Alimentos (Ebal), responsável pela Cesta do Povo.

O governador editou decreto garantindo uma margem de consignação exclusiva de 30% para o programa Credcesta. Com isso, um negócio deficitário e vendido por

apenas R\$ 15 milhões foi transformado num portfólio bilionário de consignados, depois usado para alavancar a carteira de CDBs do Master.

As ligações do dono do Master, Daniel Vercaro, com políticos de peso dos maiores partidos do país fazem prever que o escândalo dominará os debates no Congresso neste primeiro semestre. Além desta CPI do Crime Organizado, já estão na fila outras três CPIs específicas sobre o banco.

A expectativa é de que o debate sobre o tema se espalhe para além do Congresso atingindo governadores de outros estados, além dos já citados nas investigações. Ou seja, que entre também na pauta das eleições municipais e presidencial.

Daí porque pré-candidatos como José Roberto Arruda considerem que “está tudo muito incerto”. Só decidirão sobre que lado ficar dependendo “do que rolar daqui para frente no caso BRB-Master”.

Vinícius Lummertz*

Turismo em alta, comemorar sem ufanismo

O Brasil fechou 2025 com 9,2 milhões de chegadas internacionais, recorde e sinal de retomada. É um resultado que merece aplauso ao trade, aos estados e municípios que melhoraram produto e infraestrutura, e à Embratur e ao Ministério do Turismo, que combinaram promoção, inteligência de dados e conectividade. O ponto é outro: celebrar sem transformar o bom momento em ufanismo e usar a onda para puxar o país para uma agenda de médio e longo prazo. O turismo já é um dos grandes exportadores de serviços do Brasil, ainda muito abaixo do seu potencial.

No entanto, quando se abre o dado, a história fica menos “linear” e mais curvilínea. Em 2025, a Argentina respondeu por 3,4 milhões de entradas; o Chile, por 802 mil; os EUA, por 760 mil; e seis mercados europeus (França, Portugal, Alemanha, Itália, Reino Unido e Espanha) somaram 1,27 milhão. É o retrato de uma força regional, bastante terrestre, e de retomada do longo curso. Mas também é um aviso: parte do pico argentino teve componente cambial e conjuntural, e 2026 já dá sinais de normalização. Em recortes divulgados neste início de ano, a participação de argentinos em Florianópolis caiu cerca de 38,5% e, no agregado de Santa Catarina, houve queda de 13% no volume de turistas argentinos. É possível que parte do fluxo tenha migrado para outros destinos, como Nordeste e Rio, mas só pesquisa e inteligência de dados (com granularidade) permitem gestão profissional: entender substituições, rotas, gasto, permanência e efeito em emprego e renda.

Há ainda um detalhe metodológico que raramente acompanha a manchete. O painel oficial trata de “estimativas de chegadas de turistas internacionais” e explicita que inclui estrangeiros e brasileiros residentes no exterior, classificados pelo país de residência permanente. Isso é legítimo, mas mistura dinâmicas diferentes: lazer, negócios e visita a amigos

e familiares (VFR). Sem separar essas categorias, a política pública perde em precisão, e a narrativa de “crescimento” pode esconder mudança de composição: aumenta o fluxo, mas não necessariamente aumentam o gasto, a permanência ou a dispersão pelo território.

E medir bem importa porque turismo é fluxo. Fluxo depende de assento aéreo, acesso terrestre, reputação, segurança e regras do jogo. Promoção é vital, mas não compensa gargalos de segurança nem o custo Brasil. Se a percepção externa é de insegurança, o visitante encurta estadia, reduz deslocamentos internos e se concentra em poucos “bolsões”. Já o custo Brasil, crédito caro, tributação confusa, burocracia e judicialização, afastam o investimento que traz escala, marcas e know-how. O turismo interno qualificado de hoje forma a base para o turismo internacional de amanhã.

Os recursos de promoção e conectividade ajudam a dimensionar o desafio, em dólares, como a comparação internacional exige. O PATI, Programa de Aceleração do Turismo Internacional, é uma iniciativa para atrair voos e assentos internacionais para o Brasil por meio de apoio e ações coordenadas com o setor aéreo e o trade. No programa, prevê-se R\$ 63,6 milhões (cerca de US\$ 11,5 milhões ao câmbio médio de 2025). Na Colômbia, a ProColombia registrou execução de US\$ 30,8 milhões pela média anual do dólar naquele ano. E a referência de escala fica ainda mais clara quando olhamos a Turquia: o programa oficial 2025–2027 indica, para 2025, € 128,3 milhões (orçamento combinado do Ministério e da agência TGA) destinados às atividades de promoção, o que equivale a cerca de US\$ 146 milhões pela média do euro/dólar. A lição não é “gastar por gastar”. É escala, foco e continuidade: promoção funciona quando está acoplada a assentos, calendário e produto e quando se sustenta por anos,

não por espasmos. Trata-se de subir nas prateleiras de oferta nos mercados internacionais. E isso valoriza o “made in Brazil” de forma geral.

No Brasil, há esforço morro acima, mas falta previsibilidade. Levantamentos indicam que o Ministério do Turismo está entre os mais dependentes de emendas para executar sua verba discricionária, em mais de 80 por cento, o que fragmenta prioridades e dificulta estratégia. Com poucas fichas na mesa, a União carrega pouco do que estados e municípios precisam para acelerar.

O mesmo vale para o turismo doméstico, que é o motor do setor. Uma proxy incontornável é a aviação: em 2024, foram 118,3 milhões de passageiros no total, sendo 93,4 milhões em voos domésticos. Isso reforça um ponto que costuma ficar fora do debate: companhias aéreas e aeroportos precisam ser menos onerados e mais incentivados a reinvestir, porque são a “indústria-meio” que move pessoas e, num país ainda deficitário em ferrovias e rodovias, também as cargas de maior valor. Daí a urgência de um plano de integração aérea que conecte melhor o Brasil, fortaleça aeroportos regionais e trate a aviação como meio de desenvolvimento, não como inimigo a ser tributado.

E aqui está o nó: investir em turismo no Brasil continua mais difícil do que deveria. Resorts, marinas, portos turísticos, parques temáticos e atrativos estruturantes esbarram em licenciamento lento e incerto, sobreposição de órgãos, judicialização e insegurança de prazos. Esse “imposto invisível” de carregar projeto por anos aparece na conta do investidor e no atraso do destino. Some-se a isso a falta de âncoras que puxem demanda em escala e elevem padrões, em vez de apenas redistribuir fluxo. No mundo — e a China é o exemplo contemporâneo — polos estruturantes (eventos, cultura, natureza bem equipada, marinas, parques e grandes centros de

convenções) são parte do motor econômico do turismo. Aqui, ainda tratamos isso como assunto lateral. Dubai fez do turismo a base de uma economia gigantesca.

Há, sim, motivos reais para comemorar. O WTTC projeta para 2025 uma contribuição do setor de Viagens e Turismo de US\$ 167,3 bilhões ao PIB do Brasil. Mas a régua global mostra o risco do autoengano: o WTTC fala em crescimento global anual de 3,5% na próxima década, enquanto para o Brasil projeta algo como 1,7% ao ano até 2035. Se o país não cresce na média do mundo, perde participação, e perde também empregos e renda, que tendem a se deslocar para regiões com políticas de Estado mais consistentes, especialmente Ásia e Oriente Médio. É assim que deixamos de encarar o desafio de frente: precisamos nos integrar às cadeias internacionais do turismo como meta e urgência, com ambição semelhante à que o país teve no agro.

Num momento em que a inteligência artificial redesenha o mercado de trabalho e exige qualificação, a economia do turismo pode ser rede de segurança: capilar, intensiva em trabalho e capaz de gerar oportunidade fora dos grandes centros. O paradoxo é que o Brasil tem a vocação, mas convive com riscos que ele mesmo fabrica. A reforma tributária, se encarecer a cadeia de viagens sem calibragem e transição bem desenhada, pode elevar custos para brasileiros e estrangeiros e reduzir competitividade.

Comemorar o recorde é justo. Achar que ele basta é o autoengano. A pergunta que deveria orientar 2026 é simples: o que o turismo pode realmente fazer pelo Brasil — se o Brasil resolver fazer o turismo fazer mais?

***Senior Fellow do Milken Institute, foi ministro do Turismo e secretário de Turismo e Viagens de São Paulo.**