

"Brasil ya no es un pasajero, ahora somos conductores"

VERÓNICA CALDERÓN - *Madrid* - 05/11/2010

Hace un año, en Copenhague, el presidente brasileño Luiz Inácio Lula da Silva rompió en llanto cuando escuchó la decisión del Comité Olímpico Internacional de otorgar la sede de los Juegos Olímpicos de 2016 a Río de Janeiro. "Río se lo merece. Brasil se lo merece. Los brasileños se lo merecen", afirmó entonces.

"El mundo ha reconocido que era hora de venir a Brasil". El presidente del Instituto Brasileño de Turismo (Embratur, en portugués), Mario Moysés, es el encargado de organizar todo lo necesario para que Brasil esté preparado para esa tarea. "Somos un país que construye su futuro", asegura en entrevista durante una visita a Madrid. Con la tarea de organizar la Copa del Mundo de fútbol en 2014 y, además, los primeros juegos olímpicos en Sudamérica en 2016, Brasil tiene mucho futuro por construir.

El desarrollo de la infraestructura turística en Brasil ha experimentado un significativo despegue en los últimos seis años. Lula promovió la creación de un Ministerio de Turismo en 2004, que entonces contaba con un presupuesto de 400.000 reales (unos 169.000 euros), maneja ahora más de cuatro millones de reales (cerca de 1,7 millones de euros). "Ése fue el punto de partida", explica Moysés, que añade que uno de los principales logros del Gobierno de Lula fue consolidar el turismo doméstico en el enorme país sudamericano (el quinto más grande del mundo), aprovechando el crecimiento económico del país. De mantener un crecimiento del PIB de un 7%, Brasil se podría convertir en la quinta economía del mundo en 2016 (actualmente es la octava). Los visitantes nacionales representan, pues, un 85%. El resto (solo un 15%) son extranjeros. La mayoría, Moysés matiza, proviene de los países vecinos. "La meta es conseguir que los extranjeros vengan a Brasil y descubran que somos un país listo para mostrarse al mundo". El país sudamericano, explica Moysés, recibe a cinco millones de turistas al año. No obstante, el turismo representa una parte menor del PIB brasileño: solo un 2,6%, frente al 12% que representa para el PIB español.

Y la ocasión para crecer está a la vuelta de la esquina. "El plan estaba hecho. Faltaba la coyuntura", comenta. Moysés se refiere a la próxima organización de las justas deportivas, que serán una de las principales tareas del nuevo Gobierno encabezado por la ganadora de las elecciones del pasado 3 de noviembre, Dilma Rousseff. "No habrá mucho cambio en la estrategia [de turismo]. La meta rebasa las diferencias políticas", apostilla Moysés. "La

estrategia turística de Brasil es una política de Estado".

Primera prioridad: transporte. La modernización de los aeropuertos brasileños es una prioridad. Brasil es el segundo país de mundo con mayor número de aeropuertos (el primero es Estados Unidos), pero la mayoría tienen más de medio siglo de construidos. La remodelación de los dos principales, en Río de Janeiro y Sao Paulo se llevará más de la mitad del presupuesto destinado. Sobre el tren de alta velocidad entre Río y Sao Paulo, que había sido prometido originalmente para la Copa del Mundo en 2014, Moisés reiteró que, en su totalidad, "estará listo en 2016" pero matizó que se contempla que importantes tramos de vía estén funcionales para el Mundial de fútbol.

Otro de los retos consiste en cambiar el rostro de las ciudades, principalmente de Río de Janeiro. El proyecto Porto Maravilha busca renovar la bahía carioca y darle un rostro "cosmopolita, que refleje la vida diversa que tiene la ciudad", explica. Además de los fondos federales, los estímulos del Gobierno incluyen reducciones y exenciones de impuestos. "Es muy importante que tanto el Gobierno, como la iniciativa privada, se involucren de igual manera", afirma.

Moisés, sin embargo, es firme para definir la meta a largo plazo de Brasil. "Queremos mostrar que somos un país orgulloso de construir su futuro. Ya no somos pasajeros, ahora somos conductores. Eso sí, es muy importante para Brasil demostrar que no somos un país arrogante". ¿El impulso de Brasil lleva a Latinoamérica consigo? "Por supuesto. En turismo, los países más cercanos son de nuestros principales mercados. No hay socio, grandes ni pequeños". A propósito, Moisés cita una frase del músico brasileño Chico Buarque, pronunciada en un mitin a favor de la campaña de Dilma Rousseff que se traduciría así: ***"Brasil no baja la voz con los más grandes ni la alza con los más pequeños"***.