

NOTÍCIAS ZECA DIRCEU

Exportação brasileira ganha mais apoio diplomático

10/10/2011

O governo brasileiro lançou nesta segunda-feira (10) um conjunto de medidas para ampliar a atuação da diplomacia na defesa da produção nacional de bens e serviços, tomadas num contexto de acirramento da disputa por mercados devido à crise econômica internacional. O ministro das Relações Exteriores, Antonio de Aguiar Patriota, anunciou que haverá um contato mais estreito entre os diplomatas e os empresários para identificar eventuais barreiras impostas por alguns países ao mercado nacional.

“Viabilizaremos encontros regulares com lideranças empresariais brasileiras, do setor manufatureiro ao agronegócio, a fim de que sejam melhor mapeadas as dificuldades específicas que os diferentes setores porventura enfrentem em seu esforço exportador”, afirmou o ministro.

De acordo com Patriota, a rede de 218 representações no exterior (embaixadas, missões e consulados) terão um papel mais intenso na defesa dos interesses comerciais do Brasil em meio à crise. Os representantes no exterior irão elaborar estudos analíticos sobre barreiras comerciais ao produto nacional, tanto no acesso aos principais parceiros comerciais atuais como também na busca de novos mercados. “O resultado desse trabalho permitirá que os diplomatas brasileiros atuem de maneira mais informada, em diferentes foros internacionais – bilaterais, regionais ou multilaterais –, em defesa de interesses comerciais brasileiros específicos”, disse o ministro.

O Itamaraty firmou acordos com a Advocacia-Geral da União (AGU), para ajudar a formação jurídica dos negociadores brasileiros, e com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) para elaborar estudos sobre o comércio internacional. Haverá também uma aproximação com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento para qualificar diplomatas para a promoção de produtos agropecuários. “Serão chamados a Brasília os chefes dos setores agrícolas das Embaixadas brasileiras em 25 países identificados como estratégicos e prioritários pelo agronegócio brasileiro”, informou o ministro.

OMC - A estratégia brasileira prevê manter a importância dada historicamente aos organismos multilaterais, como a Organização Mundial do Comércio (OMC). Esse enfoque começará pela

formação profissional no Instituto Rio Branco, que contará com uma disciplina sobre os contenciosos. No sistema de controvérsias da OMC, dos 104 contenciosos negociados, o Brasil aparece em 25 casos como demandante, 14 na condição de demandado e 65 como terceira parte interessada.

De acordo com o ministro, há uma continuidade entre a ação diplomática de caráter político e a de caráter econômico-comercial. Patriota relacionou o crescimento dos fluxos de comércio e a diversificação de parceiros comerciais com a abertura de embaixadas na África, no Oriente Médio e na Ásia Central.

Medidas de diplomacia comercial

Duplicação do número de diplomatas na Coordenação-Geral de Contenciosos (CGC), que reforçará sua função consultiva e terá novo sítio na internet.

Contratação de banca de advogados especializada em comércio internacional em Washington.

Criação da Força-Tarefa sobre a China na Subsecretaria-Geral de Assuntos Econômicos e Financeiros do Itamaraty

Aumento do número de missões comerciais apoiadas pelo Departamento de Promoção Comercial do Itamaraty, que também ampliará a participação em feiras no exterior (de 130, em 2010, para 190, em 2015) e no Brasil (de 12, em 2010, para 25, em 2015); e editará 100 estudos anuais sobre investimento e comércio e pesquisas de mercado (hoje, são 35).

Itamaraty amplia cooperação técnica com Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e a Advocacia-Geral da União (AGU)

Ampliação das oportunidades de capacitação oferecidas pela Missão do Brasil junto à OMC e a inclusão de disciplina “OMC e Contenciosos” no currículo do Instituto Rio Branco

Embaixadas brasileiras farão estudos analíticos sobre barreiras comerciais a produtos brasileiros

Nova edição do “Programa de Imersão no Agronegócio Brasileiro”.

50% mais *roadshows* para atrair investimentos para obras de infraestrutura, megaeventos esportivos, economia verde e inovação.

Ampliar em 40% a base de importadores cadastrados na rede BrasilGlobalNet.

Expansão do número de Setores de Promoção Comercial (SECOMs), em quatro anos, de 100 unidades em 78 países para 134 unidades em 101 países.

Capacitação dos operadores do sistema de promoção comercial brasileiro.