

Marcos Troyjo

Presidente da Wisekey-Brasil
e doutor em sociologia das
relações internacionais pela USP



Matéria

Rumo ao exterior

O governo de Dilma Rousseff se inaugura em meio a incertezas ante a economia global. A recuperação de EUA e Europa é lenta. A dependência no crescimento dos Brics, com ênfase na China, por demais arriscada. É com este panorama que a presidente deve dar sentido prático à expansão da economia brasileira e ao resgate da dívida social.

A opção pelo mercado interno por parte do Brasil tem sido cantada em prosa e verso. Seria a responsável pela maneira incólume com que passamos pela “grande recessão” de 2008. Isso leva alguns a concluir ser um erro a internacionalização da economia brasileira. Que não importa a pequena ênfase que o Brasil confere a mercados externos. Nada mais equivocado. A China também atravessou a crise de cabeça erguida — e ostenta 60% de seu PIB relacionado ao comércio exterior.

Muitos acreditam que a baixa participação do Brasil no comércio mundial (menos de 1%) e do comércio exterior no Brasil (17% do PIB) é fruto do protecionismo dos ricos. Tal injustiça só poderia corrigir-se por negociações do tipo “governo-a-governo”, como as tratativas União Europeia-Mercosul.

A assimetria internacional não deve representar “desculpa paralisante” para nosso esforço de comércio exterior

No entanto, há questões prévias, ainda mais importantes que o resultado das negociações. O Brasil quer fazer do comércio exterior sua principal via de inserção na economia global? Desejamos que o comércio exterior se torne ferramenta para a construção de poupança nacional e de recursos para investir? Países de maior êxito na progressão de seu PIB nos últimos 30 anos:

- 1 - lograram acesso privilegiado a grandes mercados mediante acordos bilaterais;
- 2 - implementaram parcerias público-privadas que combinam a atração de Investimentos Estrangeiros Diretos (IEDs) à capacidade exportadora, e
- 3 - efetivaram agressiva diplomacia empresarial articulando Estado e setor privado.

Coreia do Sul, China e Chile cresceram suas rendas nacionais de maneira dramática sem ênfase a negociações pluri ou multilaterais. Apostaram em acordos bilaterais. Montaram seus próprios exércitos de promoção comercial.

Temos de substituir noções simplistas, como “o mercado pode ser interessante para o Brasil se barreiras forem eliminadas”, por questões como “qual nossa estratégia mesmo num mundo protecionista?”

A história econômica ensina que a internacionalização traz mais êxito do que atrelar-se dogmaticamente ao mercado interno. Cabe aprender essa lição.

Para tanto, há um “quarteto” de prioridades:

- 1 - facilitação da legislação interna para empresas de vocação exportadora;
- 2 - ênfase nos aspectos logísticos a serem contemplados pelas PPPs;
- 3 - recursos humanos especializados na promoção comercial e atração de IEDs, e
- 4 - fortalecimento de micro e pequenas empresa mediante consórcios exportadores.

Eis os primeiros — e elementares — passos rumo à conquista do mercado global. ■