

# Os batedores do mercado externo

por Miriam Leitão  
de Brasília

A manhã do dia 18 de julho encontrou quarenta brasileiros cercados pela polícia tanzaniana, na cidade de Morogoro. Eles eram técnicos, engenheiros e administradores da Cicol, empresa do Rio Grande do Norte, que está construindo uma barragem no país do presidente Julius Nierere, onde, há exatamente um ano, o chanceler Saraiva Guerreiro iniciava sua visita oficial à África. A ocupação do canteiro de obras pela polícia, decretada pelo ministro de Águas e Energia, foi consequência dos sucessivos atrasos nas obras, provocados, segundo a empreiteira brasileira, por dificuldade de importação de equipamentos necessários e falta de liberação dos pagamentos por parte do governo. A Tanzânia prefere culpar a empresa brasileira de ineficiência, mas ao Itamaraty coube providenciar dois tipos de ação: assegurar a liberdade dos cidadãos nacionais no exterior e neutralizar o impacto que o caso pudesse ter na exportação de serviços brasileiros para os países do Terceiro Mundo.

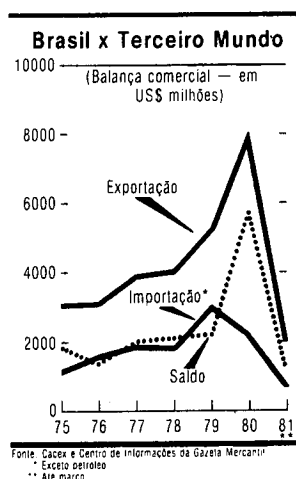
Tem tido suas agruras o caminho empreendido pelo governo e empresários brasileiros de procurar — sob o pomposo rótulo de Cooperação Sul/Sul — a saída para o impasse provocado pela necessidade urgente de exportar mais num contexto econômico mundial de crise. Mas a diplomacia brasileira continua convicta de que a estratégia está correta e mostra alguns resultados positivos: no ano passado, pela primeira vez, os produ-

tos industrializados superaram os básicos na pauta de exportações; em 10 anos as transações com o Terceiro Mundo passaram de oito para quarenta por cento de todo o comércio exterior brasileiro; e, em 1970, apenas 35 países compravam bens e serviços brasileiros, hoje o número de compradores já é 89.

O alargamento da presença comercial brasileira no exterior depende hoje fundamentalmente da ação coordenadora do Estado, segundo a convicção ainda presente no Itamaraty. E é sob este prisma que se explicam as 10 viagens internacionais do presidente João Figueiredo em dois

## No Terceiro Mundo, o governo é o principal interlocutor

anos de governos, as viagens do chanceler Guerreiro e a promoção de missões comerciais de outros países no Brasil ou na ida de delegações ao exterior. "É difícil quantificar, de forma imediata, os resultados comerciais e econômicos das visitas presidenciais, mas os encontros empresariais, feitos à margem da visita, têm servido no mínimo para permitir um primeiro contato das classes produtoras dos países", explicou um diplomata. Prova de que esses encontros estão atendendo aos interesses dos empresários foi o caso da visita oficial à Alemanha.



Não se pensava em promover a ida de uma delegação de empresários e o Itamaraty mudou de idéia depois dos pedidos insistentes das entidades de classe.

A idéia no Itamaraty é que atualmente nos países do Terceiro Mundo as decisões na área de importação de serviços, equipamentos de alta tecnologia e armamentos são tomadas pelo Estado. E, por isso, o próprio governo tem de se apresentar como o interlocutor. Não têm sido raras as viagens a países latino-americanos feitas pelo embaixador Paulo Tarso Flecha de Lima, chefe do Departamento de Promoção Comercial da Chancelaria, em épocas de concorrências internacionais para obras. Há menos de um mês ele esteve no Panamá, onde o governo está estudando a implantação de um grande projeto de exploração e processamento de cobre conhecido como Cerro-Colorado. Como a industrialização do cobre demanda grandes

quantidades de energia elétrica, o governo panamenho terá de iniciar a construção de algumas hidrelétricas. Preparando-se para a concorrência está a empresa Andrade Gutierrez.

E foi o mesmo embaixador quem esteve em Caracas levando uma carta pessoal do presidente Figueiredo ao presidente Herrera Campins, permeada de apelos à Cooperação Sul/Sul, quando o "lobby" da empresa americana Guy Atkinsons ameaça a participação do consórcio Cetenco-Camargo Correia na construção da hidrelétrica de Guri. Um negócio de um bilhão de dólares. A solução dada pelos governantes venezuelanos foi incluir a empresa americana no projeto, diminuindo, mas não acabando, a participação do consórcio brasileiro.

O mais sério fracasso entretanto ocorreu no Chile, e o Itamaraty ainda não consegue esconder sua irritação pela decisão do governo do general Pinochet de dar a firmas francesas a construção da hidrelétrica de Colbun-Machicura, um projeto de 700 milhões de dólares. "Os critérios técnicos apresentados pelo governo para afastar a Norberto Odebrecht não foram convincentes", explicou um diplomata. Comenta-se que a decisão do governo chileno foi uma forma de garantir a venda pela França de armamentos — principalmente aviões Mirages — hoje dificultada pela vitória do partido socialista. A irritação da diplomacia brasileira é maior porque o caso se deu no Chile, país no qual o Brasil apostou política e comercialmente, numa época em que o governo Pinochet enfrentava um duro isolamento na comunidade internacional.

Relacionadas como sucessos decorrentes de opções políticas estão, por exemplo, o caso do comércio com Angola que passou de cinco para 120 milhões em seis anos, ou o caso da diversificação das compras de petróleo. Quando começou a guerra Irã/Iraque o Itamaraty conseguiu, com suas gestões junto a outros fornecedores, o aumento da



Saraiva Guerreiro

compra de petróleo venezuelano de 20 para 100 mil barris diários, ou mexicano de 20 para 60 mil barris. "Moçambique é outro caso", exemplificou um diplomata. O governo já realizou três grandes operações de compras de locomotivas no Brasil quando poderia comprar o mesmo produto na Europa ou na sua vizinha África do Sul".

## A preocupação maior é ocupar espaços vazios

Esses sucessos, aparentemente esparsos, mas que em seu conjunto fazem do Terceiro Mundo o principal mercado de destino das exportações brasileiras, convenceram o governo de continuar nesta "paciente e perseverante procura de identidades e contatos". A preocupação maior da diplomacia brasileira hoje é ocupar alguns vazios ainda existentes apesar da diversificação da presença brasileira. Foi isto que levou o embaixador Paulo Tarso, e uma grande comitiva de empresários, a uma visita a cinco países da Associação Econômica do Sudeste Asiático, em abril deste ano. A descoberta do caminho que leve produtos, empresas e serviços brasileiros à China

Popular e a Índia é outra grande preocupação da Chancelaria. Como meta, a médio prazo, a diplomacia quer aproximar-se dos fundos árabes não só para investirem no Brasil, mas também para financiarem a atuação das firmas brasileiras de venda de serviços nos países em desenvolvimento, principalmente islâmicos. Isto é que trouxe o diretor do fundo da Organização dos Países Exportadores de Petróleo (OPEP), em junho, Ibrahim Shihata, ao Brasil e que trará o próximo mês o presidente desse fundo, Manhsoun Jalal.

Caso à parte é o esforço brasileiro em relação aos mercados do Leste europeu, porque não se trata de ocupar um vazio, mas de resolver um impasse que comprometia a continuação do comércio, em consequência da persistência de altos saldos favoráveis ao Brasil.

A preocupação do Itamaraty com os mercados dos países em desenvolvimento não significa, necessariamente, a negação da importância dos mercados tradicionais. Só o comércio com a Comunidade Econômica Européia (CEE), significa oito bilhões de dólares, e os Estados Unidos não deixaram de ser, isoladamente, o principal mercado brasileiro. É que com os países industrializados a atuação se dá em outro tom. O comércio continuará a fluir normalmente independente de troca de governos como a que houve em Washington, e a preocupação central é enfrentar o protecionismo de todas as formas que se puder enfrentar. Neste mês de agosto, por exemplo, os diplomatas estarão ocupados defendendo das pressões protecionistas, dois importantes itens na exportação brasileira para a comunidade européia: farelo de soja e calçados, ameaçados de direito compensatório. E, em outubro, o presidente Figueiredo estará no México, com outros 22 chefes de Estado, discutindo a reformulação da ordem econômica internacional, que será uma outra maneira, mais política e conceitual, de defender as exportações brasileiras.