

# **A diplomacia econômica do Brasil no Mercosul.**

Arrosa Soares Maria Susana.

Cita:

Arrosa Soares Maria Susana (2010). *A diplomacia econômica do Brasil no Mercosul. V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política. Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-036/765>

# DIPLOMACIA ECONÔMICA DO BRASIL NO MERCOSUL

Dra. Maria Susana Arroza Soares  
Postgrado en Relaciones Internacionales  
UFRGS

A diplomacia econômica brasileira tem sido objeto de diversas críticas, todas elas tendo em comum o fato de considerarem a atuação do Itamaraty, predominantemente, benevolente, ideológica, anti-americana e de um latino-americanismo de origem recente no Brasil. Por outro lado, afirma-se que a diplomacia econômica não teria evoluído da etapa puramente comercial para uma diplomacia mais ajustada à nova realidade da economia internacional, resultante das interdependências das economias e dos Estados.

A atividade diplomática, em consequência da globalização da economia que aprofundou e ampliou a interdependência entre os Estados e as economias nacionais, passou por profundas transformações. Potenciada pelo desenvolvimento e pela progressiva sofisticação das novas tecnologias de comunicação e informação, a interdependência entre as economias veio a confirmar que os Estados deixaram de ser os únicos atores no campo das relações econômicas internacionais e os diplomatas não são os únicos que podem representar os Estados. Outros atores passaram a integrar as negociações diplomáticas, como as empresas multinacionais ou transnacionais, os grupos de interesse e as Organizações Não-Governamentais (ONGs). Da mesma forma, o surgimento de organizações internacionais, quer regionais, quer multilaterais, também contribuiu para que os Estados perdessem o monopólio da política exterior e passassem a competir com outros atores no campo da diplomacia.

Sem dúvida, cada vez mais a economia desempenha um papel fulcral em todos os sectores da vida das sociedades, em geral, e dos indivíduos, em particular. A diplomacia não fica igualmente de fora. Com o fim da Guerra Fria, marcada pela queda do Muro de Berlim e pela conseqüente dissolução da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), as relações diplomáticas deixaram de se centrar única e exclusivamente em questões relacionadas com a política e a

segurança, passando a focar cada vez mais na vertente econômica da diplomacia. Significa isto que o conceito de diplomacia econômica ganhou preponderância, em detrimento das questões mais tradicionais da agenda diplomática, isto é, a diplomacia clássica ou “pura.”(GOMES, 2008).

Na nova economia, cumprem um papel de grande importância na diplomacia econômica as empresas, principalmente as multinacionais, que competem entre si na conquista de mercados externos, ONGs e outros grupos de pressão que condicionam a diplomacia econômica dos Estados.

Os diplomatas entraram, definitivamente, para o mundo dos negócios. Conhecidos no passado por tratar do bom relacionamento entre países, eles podem ser vistos agora defendendo empresas em grandes pejejas internacionais ou promovendo as exportações de sua terra natal. Também no Brasil. Hoje temos 80 diplomatas se especializando na área econômica porque nessas negociações é necessário conhecimento específico.

Atualmente, 15% dos mil diplomatas brasileiros estão voltados para assuntos econômicos. É um número que cresce a cada dia( CAPARELLI, 2000).

Os Ministérios de Economia se internacionalizaram, os Ministérios de Relações Exteriores perderam parte de suas atribuições no exterior, deixando de ser os únicos atores internacionais. Os Ministérios procuram tratar diretamente com exterior as questões ligadas a suas áreas de atuação. As empresas nacionais e multinacionais desenvolvem relações diretamente, sem a intervenção dos Ministérios de Relações Exteriores. Esta nova formas de negociação prévia entre os grupos empresariais é o que se denomina Diplomacia Empresarial. Chefes de Estado, cada vez mais abertamente, tentam influenciar seus homólogos para obter licitações e contratos vantajosos para as empresas de seus países.

No Brasil, como nos demais países, as delegações de empresários integram as comitivas presidenciais nas viagens internacionais. Eles necessitam do aval dos governos para ampliar seus negócios no exterior e aumentar suas possibilidades na concorrência com outras empresas.

A Diplomacia Empresarial é define o rumo para que os governos adaptem as políticas que favoreçam inserção das empresas no novo cenário globalizado. As empresas desencadeiam as negociações através de contatos e acordos prévios (diplomacia empresarial) e que condicionam os governos à criarem o marco institucional para elas compitam com êxito no mercado internacional. As negociações, agora, ocorrem entre Estado-Estado/ Empresa-Empresa e Empresa-Estado. A primeira se exerce através da diplomacia convencional e, as outras duas, através da Diplomacia Empresarial. (KRECKLER, 1997).

Em sintonia com a diplomacia empresarial, adotada por um numero cada vez maior de países, no início do Governo do o Presidente Lula, em 2003, foi criado o Programa de Substituição Competitiva de Importações (PSCI), para divulgar informações sobre empresas brasileiras, sobre oportunidades objetivas de negócios e a promoção de contatos entre os setores empresariais sul-americanos.. “Criado para fomentar o comércio e os investimentos na América do Sul e, em especial, para abrir mais espaço para os produtos da região no mercado brasileiro, o PSCI consolida-se como um exemplo de que a idéia de integração pode, e deve, ser traduzida em realizações práticas” (CIB, 2010).

Este trabalho à análise da diplomacia econômica do Brasil no MERCOSUL, apresentará algumas iniciativas adotadas pela diplomacia para estimular a internacionalização das empresas nacionais e abrir novos mercados para a industria nacional nos países que integram o Bloco e que tem trazido grandes benefícios econômicos tanto ao Brasil como a os países do Bloco.

Como afirma o físico ítalo-brasileiro o Ennio Candotti, o: “Brasil, si los otros lo dejan, será, sí, hegemónico. Las empresas brasileñas ya compraron un tercio de las empresas de América del Sur. El Sur ya no es la luz romántica del almacén. Los intereses económicos van a actuar como tales. No podemos suponer que van a ser menos agresivos que sus parientes en otras partes” (BRECHA, 2008).

## **A diplomacia econômica do Brasil no MERCOSUL**

Da mesma forma como está ocorrendo em vários países desenvolvidos, no Brasil as questões econômicas, também, passaram a ocupar um lugar central na agenda política externa e tendem a vertebrar a ação exterior do país (GÓMEZ, 1991).

O apoio diplomático às empresas nos países desenvolvidos, em geral, é feito através por organismos especialmente criados nos diversos Ministérios para dar suporte logístico a suas próprias empresas em suas negociações no exterior.. O Japão, a Inglaterra e os EUA criaram organismos especialmente destinados com quadros profissionais altamente qualificados para garantir a competitividade das empresas desses países.. (Idem.).

Na América Latina é um exemplo de sucesso.. O México age. Enquanto o Mercosul discute suas pendências, os mexicanos estão se tornando os maiores especialistas em diplomacia comercial da América Latina. Foram os diplomatas mexicanos no Brasil que ajudaram, a Sucos del Valle a instalar uma fábrica na cidade de Americana, interior de São Paulo, em um investimento de US\$ 100 milhões, o maior já feito no País. Em todo o processo, forneceram informações econômicas e setoriais para que os empresários pudessem escolher o melhor lugar e momento para instalar a fábrica.(CAPARELLI, 2000)

No Brasil a diplomacia econômica é de surgimento recente, e tem colaborado timidamente no processo de internacionalização das empresas brasileiras e, particularmente, sua instalação em países do MERCOSUL.

A diplomacia econômica do Brasil manifesta-se de diversas formas e em variados espaços. Nos Manifestos Presidenciais nas Reuniões do Conselho do MERCOSUL, quando a presidência cabe ao Brasil, na atuação internacional dos Ministérios de Relações Exteriores, Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, da ApexBrasil, do BNDES, do Banco do Brasil, da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e da Coalizão Empresarial Brasileira, do Encontro de Comércio Exterior (Encomex) do Mercosul. Analisando a atuação de todos estes atores fica claramente evidenciado o peso dos

interesses econômicos nas negociações que se desenvolvem no âmbito do MERCOSUL. Ou seja, é nítido o predomínio da diplomacia econômica sobre a diplomacia política.

*“En Brasil, el Mercosur había sido, en sus inicios, un proyecto de Gobierno – y, más específicamente, de la diplomacia nacional, que veía en la integración una oportunidad histórica para crear un nuevo marco de estabilidad, seguridad y desarrollo para el conjunto de América del Sur. Producto de esa evaluación, la Cancillería estuvo siempre al frente de la conducción del proceso, defendiendo posturas negociadoras que llevasen a una conciliación recíproca y equilibrada de intereses. La visión de largo plazo era más importante para Brasil que la contabilización inmediata de ganancias o pérdidas comerciales”* (Seixas Corrêa, 1999. IN: GIAMBIA GI e MARKWALD)

Posteriormente, os interesses econômicos adquiriram maior importância no Bloco e a diplomacia econômica sobrepôs-se às ações voltadas ao estabelecimento de uma política de integração regional e à criação das instituições correspondentes.. Os interesses das empresas argentinas e brasileiras tornaram-se explícitos e na agenda do Bloco as negociações comerciais passaram a ocupar o espaço anteriormente ocupado pelas negociações diplomáticas, principalmente voltadas à constituição do Mercado Comum do Sul. Nesta primeira etapa, os empresários estiveram ausentes das missões negociadoras ; posteriormente, eles adquiriram tal relevo que os diplomatas tiveram que reconhecer que não podiam dispensar sua contribuição nas negociações, cada vez mais de natureza comercial.

No Bloco as negociações passaram a ser predominantemente comerciais, passando para um segundo ou terceiro planos as questões de natureza institucional, sociais e culturais. os interesses econômicos sobre os político-institucionais, sociais e culturais.

Nos encontros presidenciais passaram a ficar mais explícitas as relações comerciais, isto é “ a diplomacia dos negócios”, “ diplomacia comercial” ou a” diplomacia empresarial”.. Acordos, tratados e parecerias comerciais passaram a ocupar um lugar central e de maior importância e urgência, na agenda das negociações dos quatro países membros, ficando ausentes os temas sociais, culturais. Somente em algumas raras ocasiões nos Manifestos Presidenciais ocorreram menções a tais temas.

Exemplos da diplomacia comercial adotada pelo Brasil em suas relações com os parceiros do Bloco ficam claros nos titulares dos jornais quando ocorrem visitas ou

encontros Presidenciais no MERCOSUL, em cujas delegações ocupam um papel de relevância os empresários.:

**1. Brasil - Uruguai: Lula y Vázquez discutirán sobre inversiones de empresas brasileñas en Uruguay-** "Empresas brasileñas tienen importantes inversiones en Uruguay, especialmente en las áreas de bebidas y energía, y existen significativas oportunidades de inversiones adicionales", según un comunicado divulgado por la cancillería brasileña” (El Economista.es. 24/02/2007)

## **2. Brasil-Uruguai- Brasil e Uruguai discute parceria para construção de porto**

“Brasil e Uruguai discutiram nesta segunda-feira uma possível parceria para a exploração de reservas uruguaias de minério de ferro e a construção de um porto de grande profundidade para escoar a produção da commodity ou aço, afirmou o assessor de Assuntos Internacionais da Presidência da República, Marco Aurélio Garcia.”(ESTADÃO.COM.BR,2010).

**3. Conexão elétrica entre Brasil e Uruguai integra agenda de visita de Mujica ao país .** A complementação de acordos na área de energia elétrica é um dos principais assuntos que traz ao Brasil o presidente do Uruguai, José Mujica. “El Pepe”, como José Mujica gosta de ser chamado em seu país, encontra-se no começo da noite de hoje (29) com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, enquanto a comitiva técnica que o acompanha tratará dos negócios bilaterais (JORNAL DA MÍDIA, 2010).

## **4. Brasil- Paraguai. Brasil busca consolidarse como potencia mundial a través de su banca estatal. Banco do Brasil proyecta crecer en Paraguay a través de agronegocios.**

El Banco habilitará más agencias y hará agresiva campaña de marketing luego de mantener un perfil bajo, adelantaron ejecutivos de la entidad. (La Nación.,. 2009).

## **5. Brasil-Paraguai: Paraguai quer atrair investimentos brasileiros**

O presidente do Paraguai, Fernando Lugo, esteve na sede da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), e defendeu a ampliação dos investimentos brasileiros naquele país. Segundo ele, o ambiente de negócios no Paraguai melhorou e os dois países devem consolidar uma agenda positiva em torno de novos projetos.

Fernando Lugo esteve com o presidente da Fiesp, Paulo Skaf, e cerca de 30 empresários paulistas nesta quarta-feira, 17. Para Skaf, a visita “abre novas frentes e dá início à uma nova fase na relação entre Brasil e Paraguai.(INFOREL,2008)

### **6 Brasil-Paraguai: Las empresas brasileñas avanzan en Paraguay**

Lejos de la polémica suscitada con la construcción de la presa Itaipu, sobre la que Brasil y Paraguay comparten responsabilidades y beneficios, las dos mayores empresas brasileñas han aprovechado el último periodo de crecimiento paraguayo para ampliar negocios e inversiones en dicho país. Petrobrás, que opera una red de 130 gasolineras comprada a Shell, es el quinto mayor contribuyente fiscal del Paraguay. Por otro lado, Unibanco es, bajo la marca Interbanco, la primera entidad financiera en territorio paraguayo. (ICEX, 2008).

### **8.Brasil-Argentina: Brasil ya manda en seis sectores clave de la economía argentina .**

Con la venta de Alpargatas a Camargo Correa, que podría definirse esta semana, los capitales de Brasil son líderes en los segmentos de energía, carne, bebidas, cemento, acero para edificios y textiles.(CLARÍN, 2007)

### **9..Argentina-Brasil:La internacionalización de las empresas brasileñas en Argentina.**

En los últimos años, algunas economías emergentes se han convertido en importantes inversores internacionales; en América Latina y el Caribe se ha originado aproximadamente una cuarta parte de estos flujos. En particular, las empresas brasileñas resultan las más dinámicas dentro de la región y, a su vez, Argentina aparece como un destino preponderante en el proceso de internacionalización productiva de estas empresas(CEPAL, 2010).

### **10.O apoio presidencial**

#### **Las transnacionales brasileñas descuentan el respaldo de Lula**

El protagonismo de Brasil es inseparable del poder y expansión de sus empresas, y del apoyo orgánico y sistemático de su gobierno (CASTRO, 2009)



## **ORGANIZAÇÕES DE APOIO DIPLOMÁTICO ÀS EMPRESAS BRASILEIRAS NO EXTERIOR**

1. **Ministério de Relações Exteriores: BrazilTradeNet.** Departamento de Promoção Comercial e Investimentos. Os objetivos da **BrazilTradeNet** - facilitar e incrementar as exportações brasileiras, por meio da utilização de tecnologia de ponta e da rede de Setores de Promoção Comercial (Secoms); oferecer informações estratégicas para fechamento de negócios entre empresas brasileiras e estrangeiras; ampliar investimentos de empresas estrangeiras no Brasil; e divulgar a imagem do Brasil e a qualidade de seus produtos.
  
2. **Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior**
  - 2.1- **Câmara de Comércio Exterior.** “A Câmara de Comércio Exterior - CAMEX, órgão integrante do Conselho de Governo, tem por objetivo a formulação, adoção, implementação e a coordenação de políticas e atividades relativas ao comércio exterior de bens e serviços, incluindo o turismo”.

### **2.2-Secretaria de Comercio Exterior**

#### **Competências**

- I - formular propostas de políticas e programas de comércio exterior e estabelecer normas necessárias à sua implementação;
- II - propor medidas, no âmbito das políticas fiscal e cambial, de financiamento, de recuperação de créditos à exportação, de seguro, de transportes e fretes e de promoção comercial;
- III - propor diretrizes que articulem o emprego do instrumento aduaneiro com os objetivos gerais de política de comércio exterior, bem como propor alíquotas para o imposto de importação, e suas alterações;
- IV - participar das negociações em acordos ou convênios internacionais relacionados com o comércio exterior;
- V - implementar os mecanismos de defesa comercial; e
- VI - apoiar o exportador submetido a investigações de defesa comercial no exterior.(BraziTradeNet)

3. **Agencia Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos, da ApexBrasil.**  
“Acordamos para a internacionalização” diz o Presidente Diretor da APEX

O presidente da Apex afirma que a internacionalização das empresas brasileiras se tornou uma política de governo. ( Apexrasil)

Criada em novembro de 1997 por Decreto Presidencial, a APEX funcionou como uma Gerência Especial do Sebrae Nacional até 6 de fevereiro de 2003. Nesta data, passou a ser denominada APEX-Brasil, constituindo-se em um Serviço Social Autônomo ligado ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Tem como missão promover as exportações de produtos e serviços, contribuindo para a internacionalização das empresas brasileiras, fortalecimento da imagem do país e potencializando a atração de investimentos

#### **4. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES)**

**Atuação internacional:** O desenvolvimento de um setor exportador mais dinâmico e integrado ao mercado mundial e o aumento da competitividade da produção econômica em escala global atendem ao objetivo do BNDES de fortalecer o mercado interno, pois funcionam como poderosos instrumentos para a elevação da produtividade e eficiência das empresas brasileiras.

Principal braço financiador do Governo Federal, o BNDES tem incentivado a área de comércio exterior e a internacionalização de empresas com custos e prazos diferenciados.

Entre as ações implementadas, destacam-se o aumento da competitividade internacional da produção brasileira de bens e serviços de maior valor agregado e o crescente estímulo à ação de empresas brasileiras na América do Sul, ampliando laços comerciais estratégicos. O BNDES vai apoiar multinacionais brasileiras no exterior, tendo sido dado o primeiro passo, em 2009, com a abertura da subsidiária em Londres.

No dia 5 de maio do corrente ano o Brasil Cia criou um banco para incentivar exportação. O Exim Brasil, banco de fomento ao comércio externo será comandado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES, 2010).

## **5. Banco do Brasil**

O Banco do Brasil tem presença em todo o Brasil e no mundo. No Brasil possui mais de 4 mil agências e mais de 40 mil caixas eletrônicos, localizados em quiosques, shoppings, aeroportos, rodoviárias etc.

Além disso, o Banco do Brasil vem ampliando sua presença internacional contando hoje com mais de 40 pontos de atendimento no exterior, divididos em agências, subagências, unidades de negócios/escritórios e subsidiárias.

Com larga experiência de mais de 65 anos em operações de comércio internacional, produtos e serviços a clientes no exterior, além de embaixadas e consulados, o Banco do Brasil é o parceiro ideal para apoiar seus negócios também fora do Brasil.

Banco do Brasil vai ajudar ApexBrasil a promover exportações. Acordo pretende oferecer novos mecanismos de promoção e vendas às empresas brasileiras interessadas em exportar ( PIB, 2010).

## **6. Federação das Indústrias do Estado de São Paulo.**

### **Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior**

O Departamento de Relações Internacionais e Comércio Exterior (Derex) da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) tem como objetivo atuar estratégica e ativamente no apoio, defesa e representação da indústria paulista no comércio internacional.

O Derex cumpre a sua missão por meio do trabalho articulado de suas áreas estratégicas: negociações internacionais e de defesa comercial. A área de promoção comercial e de investimentos foca a sua ação na promoção do comércio internacional e facilitação de investimentos, desenvolvendo missões comerciais, feiras e rodadas de negócios, tanto no Brasil como no exterior. A área de relações internacionais e institucionais é a porta de entrada de delegações empresariais e do setor público, tanto do Brasil quanto do exterior, para melhor compreender as atividades e serviços da Fiesp. A área de análise econômica do comércio exterior tem como missão fornecer um diagnóstico preciso da inserção internacional da indústria brasileira, monitorando as mudanças nos padrões de comércio e os seus impactos para o Brasil. (FIESP, 2010).

## **7. Coalizão Empresarial Brasileira**

Criada em 1996, a Coalizão Empresarial Brasileira (CEB) nasceu como uma resposta dos empresários à necessidade de maior participação e influência na definição das estratégias brasileiras de inserção internacional. Com a Secretaria Executiva a cargo da CNI, a entidade apresenta um modelo informal, aberto à participação voluntária de organizações empresariais e companhias de qualquer setor econômico. A CEB congrega, hoje, mais de 170 organizações empresariais. (CEB, 2010).

## **8. Encontro de Comércio Exterior (Encomex) do MERCOSUL**

Em 1997, com o objetivo de estimular a maior participação do empresariado brasileiro no comércio internacional e propiciar seu engajamento no processo exportador, a Secretaria de Comércio Exterior do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior – Secex/MDIC – criou os Encontros de Comércio Exterior: o Encomex. Ele é um evento institucional de caráter internacional e formato múltiplo que se consolida a cada edição como uma oportunidade de conhecimento e de convergência dos diferentes agentes públicos e privados interessados no mercado exportador brasileiro, promovendo, incentivando e fomentando o processo de exportação das empresas e ajudando no desenvolvimento de mercados.

“A ação é co-financiada pelo AI-Invest IV, programa de cooperação empresarial entre América Latina e União Européia que focaliza o desenvolvimento das pequenas e médias empresas” (ENCOMEX, 2010).

### **COMUNICADOS CONJUNTOS DE LOS PRESIDENTES DE LOS ESTADOS-PARTE DEL MERCOSUR Y DE LOS ESTADOS ASOCIADOS. PRESIDENCIAS BRASILEÑAS (MRE, 2010).**

As fontes de documentação julgadas mais representativas do predomínio dos interesses comerciais na diplomacia brasileira no MERCOSUL, foram os Comunicados Conjuntos dos Presidentes no encerramento das reuniões do Conselho do Mercado Comum, quando sob a Presidência do Brasil a Presidência do Bloco. Nas cinco oportunidades em que o Brasil foi o porta-voz dos Estados Parte, fica evidente no Comunicado Conjunto que as razões de ordem econômica têm clara prevalência sobre as jurídicas, institucionais, sociais e culturais, apesar destas serem mencionadas em diversas ocasiões.

Nas seis reuniões ocorridas entre 1991 e 2007, quando o Brasil apresentou as conclusões das reuniões do Conselho, os temas e metas mais reiteradamente mencionadas no discurso presidencial foram a natureza econômica. Em 2007, a preocupação central era aprofundar os acordos comerciais existentes e promover novos acordos comerciais entre os países da região e promover novos acordos entre os países da região para atingir um desenvolvimento econômico e social harmônicos.....

.Em 2004, na Declaração de Ouro Preto a prioridade era conseguir o apoio de organismos financeiros internacionais para o estabelecimento de mecanismos flexíveis e inovadores para a implementação de políticas que impulsionem o crescimento econômico sustentado, a atenção às demandas sociais insatisfeitas e o fortalecimento da governabilidade democrática..

Em 2002, na Declaração de Brasília, os Presidentes reafirmaram os compromissos de seus países com a construção do Mercosul, instrumento fundamental para assegurar o desenvolvimento sustentável de seis países e sua inserção na economia global, ressaltando sua contribuição para o fortalecimento da democracia em seus países. Em 1996, na Declaração de Fortaleza os Presidentes aprovaram diversos instrumentos necessários à consolidação da União Aduaneira; a aprovação do Regulamento Comum sobre Medidas de Salvaguarda, e o Protocolo de Defesa da Concorrência do MERCOSUL

Na Declaração de Brasília em 1991, os Ministros das Relações Exteriores e da Economia informaram sobre os avanços registrados nos trabalhos do Grupo Mercado Comum e dos Subgrupos de Trabalho.

Os Presidentes procederam à assinatura do Protocolo de Brasília para a Solução de Controvérsias, parte integrante do Tratado de Assunção. (MRE- 2010).

Da análise desses documentos chega-se à nítida constatação do predomínio da diplomacia econômica sobre a diplomacia convencional o Ministério de Relações Exteriores do Brasil.

Concordamos com Ricardo Gudynas que ele afirma:

“El reduccionismo economicista no logra generar articulaciones sostenidas entre los países, apenas mantiene adormecidas las tensiones en los campos no-económicos y no ofrece espacios de coordinación productiva. Estos problemas indican que es necesario volver a poner en primer plano la necesidad de un proceso de integración, que sea esencialmente político, y desde allí poder generar relaciones comerciales, así como en otros campos.

Los éxitos comerciales siempre son provisorios, y son justamente los acuerdos políticos los que pueden generar alternativas para enfrentar las crisis. Un comercio justo siempre es mucho más que el simple intercambio comercial, y es también una construcción política que se nutre del diálogo” (GUDYNAS, 2004)

## CONCLUSÕES

Uma das críticas mais frequentes dirigidas ao MERCOSUL é o predomínio das negociações econômicas sobre as político-institucionais, sociais e culturais. Tais críticas tem sua origem numa perspectiva da integração latino-americana que privilegia sua dimensão sócio-cultural e coloca como meta a ser atingida, o surgimento da união dos povos fundada em suas raízes comuns, numa matriz de valores compartilhados e numa comunidade de ideais.

Tal perspectiva parte de uma visão de mundo, de uma etapa histórica que já não existe. O processo de globalização, o impacto das inovações tecnológicas, o progresso das comunicações, o estabelecimento de um sistema financeiro global e a liderança das empresas multinacionais rompeu com as relações que permitiam imaginar a sobrevivência do sonho de um MERCOSUL integrado por povos que compartiam valores e projetos comuns e que acreditavam que as assimetrias que as separavam, algum dia desapareceriam.

No Brasil, na atualidade, os temas econômico-sociais tema maior presença na agenda internacional do que os relacionados ao desenvolvimento nacional, a melhoria das condições de vida de suas populações, com a valorização da cultura e o futuro das novas gerações.

De tal posição face à realidade que enfrenta o mundo, ao fim da Guerra Fria, à queda do Muro de Berlim chegamos a uma nova forma de encarar o presente e o futuro de nossos países e de nossa região. A prevalência dos interesses econômicos e comerciais na maior parte dos países transformou profundamente a concepção de integração latino-americana e, particularmente, o MERCOSUL que um dia imaginou-se resultaria do compromisso assumido pelos países que o assinaram em Assunção.

A diplomacia tradicional, antes comprometida em manter as boas relações entre os Estados, passou a ocupar-se mais da área econômica e dos negócios..Para desempenhar o novo papel de negociadores e promotores, os diplomatas estão aprendendo na escola o metiê dos empresários. Na atualidade, os os diplomatas necessitam especializar-se na área econômica para enfrentar os adversários nas negociações. “A época dos diplomatas generalistas ficou para trás.(CAPARELLI, 2000). Surge assim o “diplomata empresarial!

Este "diplomata empresarial" cada vez mais estará representando o País nos contextos de discussão e negociação externos.

O Itamaraty necessita deste profissional também como instrumento da Política Externa brasileira. Assim como os empresários precisam, e muito, do apoio da Chancelaria brasileira.

Os agentes privados e públicos terão, cada vez mais, de criar estratégias de atuação conjunta nas ações de âmbito internacional.

Não se espera que o "diplomata empresarial" tenha a formação teórica e acadêmica de um diplomata de carreira; mas se espera que o agente privado tenha o mínimo de conhecimento das questões que envolvem o papel do Estado, a dinâmica dos processos de integração regional e as variáveis da segurança internacional (Santos Filho, 2006)

A diplomacia convencional que o Brasil desenvolve no Mercosul, pois, esta supeditada pela diplomacia empresarial. O diplomata- executor da politica exterior- assumiu novas funções e tarefas,participandp nos processos de negociação, promovendo as exportações e estimulando investimnetos desde e para o pais, implementando políticas de apoio à competitividade de suas empresas.

## BIBLIOGRAFIA

ALEM, Ana Cláudia e CAVALCANTI, Carlos Eduardo. **O BNDES e o Apoio à Internacionalização das Empresas Brasileiras: Algumas Reflexões**. Revista do BNDES, Rio de Janeiro, Nº 24, dez. 2005. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/rev2403.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/revista/rev2403.pdf)>. Acesso em: 20 fev 2010.

APEX BRASIL. Disponível em: <<http://www.apexbrasil.com.br/>>. Acesso em: 25 fev 2010.

BrazilTradeNet.Ministério de Relações Exteriores . Disponível em: <<http://www.braziltradenet.gov.br/>>. Acesso em: 26 mai 2010

BNDES, 2010. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Areas\\_de\\_Atualizacao/Exportacao\\_e\\_Insercao\\_Internacional/index.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atualizacao/Exportacao_e_Insercao_Internacional/index.html)>. Acesso em: 25 fev 2010.

BNDES, 2010). **Brasil cria banco para incentivar exportação**. Jornal do Comércio. Disponível em: <<http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=27369>>. Acesso em: 18 mai 2010.

BRECHA.COM.UY. **Nuestro patio latinoamericano propio**. Disponível em: <<http://www.brecha.com.uy/index.php/archivo/558-nuestro-patio-latinoamericano-propio>>. Acesso em: 05 mar 2010.

CASTRO, Jorge (2009). **Las transnacionales brasileñas descuentan el respaldo de Lula**. Disponível em: <<http://www.clarin.com/diario/2009/05/31/opinion/o-01929966.htm>>. Acesso em: 05 mar 2010.

CAPARELLI, Estela. (2000) **Itamaraty S/A. Diplomacia brasileira muda para defender os interesses empresariais do País**. Ist É Dinheiro. Nº 153. 02/08/2000. Disponível em: <[http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/14056\\_ITAMARATY+SA](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/14056_ITAMARATY+SA)>. Acesso em: 05 mar 2010.

**Catálogo de Importadores Brasileiros ( CIB, 2010)**. Disponível em: <<http://cib.braziltradenet.gov.br/frmIntroducao.aspx> >. Acesso em: 15 mai 2010.

CEPAL (2010). Disponível em: <[La internacionalizacion de las empresas brasilenas en Argentina](http://www.bnamericas.com/research/es/CEPAL:La_internacionalizacion_de_las_empresas_brasilenas_en_Argentina)  
[http://www.bnamericas.com/research/es/CEPAL: La internacionalizacion de las empresas brasilenas en Argentina](http://www.bnamericas.com/research/es/CEPAL:La_internacionalizacion_de_las_empresas_brasilenas_en_Argentina)>. Acesso em: 05 mar 2010.

CHUDNOVSKY, Daniel e LÓPEZ, Andrés. **As multinacionais latinoamericanas. Evolução e Perspectivas de Empresas da Argentina, Brasil, Chile e México**. RBCE. Disponível em: <<http://www.funcex.com.br/bases/61-ESPECIAL-DCAL.PDF>>. Acesso em: 20 fev 2010.



**CLARIN.COM (2007). Brasil ya manda en seis sectores clave de la economía argentina** . Disponível em: <<http://www.clarin.com/diario/2007/02/26/elpais/p-01401.htm>>. Acesso em: 20 fev 2010.

COALIZÃO EMPRESARIAL BRASILEIRA (2010).. Disponível em: <http://www.cni.org.br/porta/data/pages/FF80808121B517F40121B54C1068470D.htm> >.Acesso em: 15 de mai 2010.

El Economista.es. 24/02/2007). : **Lula y Vázquez discutirán sobre inversiones de empresas brasileñas en Uruguay**.Disponível em:<<http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/170988/02/07/Lula-y-Vazquez-discutiran-sobre-inversiones-de-empresas-brasilenas-en-Uruguay.html>> Acesso em: 28 mai 2010

**ENCOMEX (2010). Encontro de Comércio Exterior do Mercosul**  
Disponível em: <<http://www.encomex.desenvolvimento.gov.br/mercosul/index/oque>>.  
Acesso em: 04 mar 2010.

**ESTADÃO.COM.BR,2010**. Brasil e Uruguai discutem parceria para construção de porto. Disponível em:<<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-e-uruguai-discutem-parceria-para-construcao-de-porto,531024,0.htm>>. Acesso em : 18 de mai 2010.

**FIESP (2010)**. Disponível em:< <http://www.fiesp.com.br/derech/default.aspx>. Acesso em: 04 mar 2010.

GIAMBIAGI, Fabio e MARKWALD, Ricardo. **A ESTRATÉGIA DE INSERÇÃO DO BRASIL NA ECONOMIA MUNDIAL: MERCOSUL OU “LONELY RUNNER”?** RBCE .Disponível em:<<http://www.funcex.com.br/bases/71-MERCOSUL-FGRM.pdf>>Acesso em: 18 de mai 2010.

**GLOBOBO.COM (15/03/2010). Brasil e Israel buscam ampliar comércio após acordo com Mercosul**  
Disponível em:<[http://g1.globo.com/Noticias/Economia\\_Negocios/0,,MUL1530292-9356,00.html](http://g1.globo.com/Noticias/Economia_Negocios/0,,MUL1530292-9356,00.html)>. Acesso em: 20 fev 2010.

GOMES Daniela Siqueira (2008). **Diplomacia Econômica: O que é?** Disponível em: <[http://209.161.99.110/conteudos/view\\_txt.asp?id=605](http://209.161.99.110/conteudos/view_txt.asp?id=605)>. Acesso em: 23 fev 2010.

GUDYNAS, Eduardo. **La diplomacia de los negocios es insuficiente**.Chile.El Observatório. N° 8, FEB.2004. Disponível em :<<http://www.integracionsur.com/americalatina/ChileBoliviaAcjrObsGudynas.pdf>>. Acesso em : 28 mi 2010.

ICEX (2008). **Las empresas brasileñas avanzan en Paraguay**. Disponível em: <[http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394\\_5519005\\_6366453\\_4097508\\_0\\_-1,00.html](http://www.icex.es/icex/cda/controller/pageICEX/0,6558,5518394_5519005_6366453_4097508_0_-1,00.html)>. Acesso em: 23 fev 2010.

INFOREL. : **Paraguai quer atrair investimentos brasileiros (19/09/2008)**. Disponível em: <<http://www.inforel.org/>>. Acesso em: 23 fev 2010.

JORNAL DA MIDIA (2010). **Conexão elétrica entre Brasil e Uruguai integra agenda de visita de Mujica ao país**. Disponível em: <[http://www.jornaldamidia.com.br/noticias/2010/03/29/Brasil/Conexao\\_eletrica\\_entre\\_Brasil\\_e\\_U.shtml](http://www.jornaldamidia.com.br/noticias/2010/03/29/Brasil/Conexao_eletrica_entre_Brasil_e_U.shtml)>. Acesso em: 23 fev 2010.

KRECKLER, Luis Maria (1997). **Los empresarios ante la integración econômica**. Disponível em: <<http://www.ccam.org.ar/libro.html>>. Acesso em: 23 fev 2010.

La Nación. **Brasil busca consolidarse como potencia mundial a través de su banca estatal. Banco do Brasil proyecta crecer en Paraguay a través de agronegócios**. Disponível em: <<http://www.lanacion.com.py/noticias-266142.htm>>. Acesso em: 28 mai 2010.

**Ministério das Relações Exteriores: BrazilTradeNet. Departamento de Promoção Comercial e Investimentos**.

Disponível em: <<http://www.braziltradenet.gov.br/frmPrincipal.aspx>>. Acesso em: 20 fev 2010.

**Ministério das Relações Exteriores. MERCOSUL (2010)**. Disponível em: <<http://www.mercosul.gov.br/comunicados>>. Acesso em: 04 mar 2010.

**Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior**. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=1&menu=1932>>. Acesso em: 20 fev 2010.

**Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior**. Disponível em: <<http://www2.desenvolvimento.gov.br/sitio/seceX/seceX/competencia.php>>. Acesso em: 20 fev 2010.

**Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior**. Disponível em: <<http://www.mercosul.gov.br/>>. Acesso em: 20 fev. 2010.

**PIB - Banco do Brasil vai ajudar ApexBrasil a promover exportações**  
**Acordo pretende oferecer novos mecanismos de promoção e vendas às empresas brasileiras interessadas em exportar**

[http://www.revistapib.com.br/noticias\\_visualizar.php?id=367](http://www.revistapib.com.br/noticias_visualizar.php?id=367)

**PORTAL EXAME. Brasil e Israel buscam ampliar comércio após acordo com Mercosul**. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/economia/noticias/brasil-israel-buscam-ampliar-comercio-acordo-mercosul-540600.html>>. Acesso em 20 fev 2010.

**Catálogo de Importadores Brasileiros ( CIB, 2010)**. Disponível em: <<http://cib.braziltradenet.gov.br/frmIntroducao.aspx>>. Acesso em: 15 mai 2010..

**REVISTA DO BNDES. V. 12, N. 24, P. 43-76, DEZ. 2005. O BNDES e o Apoio à Internacionalização das Empresas Brasileiras: Algumas Reflexões.** Disponível em: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes\\_pt/Galerias/Arquivos/Conhecimento/revista/rev2403.pdf](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/Conhecimento/revista/rev2403.pdf). Acesso em: 25 fev 2010.

**REVISTA PIB. (Dez. 2009/Jan. 2010) Alessandro Teixeira: “Acordamos para a internacionalização”.** Disponível em: [http://www.revistapib.com.br/noticias\\_visualizar.php?id=432](http://www.revistapib.com.br/noticias_visualizar.php?id=432)>. Acesso em: 25 fev 2010.

**REVISTA PIB (12/02/2010). BNDES vai apoiar multinacionais brasileiras no exterior.** Disponível em: [http://www.revistapib.com.br/noticias\\_visualizar.php?id=466](http://www.revistapib.com.br/noticias_visualizar.php?id=466)>. Acesso em: 25 fev 2010.

**REVISTA PIB (14/01/2010). Banco do Brasil é o principal financiador das exportações.** Disponível em: [http://www.revistapib.com.br/noticias\\_visualizar.php?id=424](http://www.revistapib.com.br/noticias_visualizar.php?id=424)>. Acesso em 04 mar 2010.

**SANTOS FILHO, Jose Luiz Niemeyer. Estado, integração e segurança: variáveis para pensar e fazer diplomacia empresarial. Gazeta Mercantil. 03/07/2006.** Disponível em: [http://www.mre.gov.br/portugues/noticiario/nacional/selecao\\_detalhe3.asp?ID\\_RESE\\_NHA=240405](http://www.mre.gov.br/portugues/noticiario/nacional/selecao_detalhe3.asp?ID_RESE_NHA=240405)>. Acesso em 23 fev 2010.