

Talking Trade

with *wit*
Women Inside Trade

O Talking Trade deste mês (setembro de 2021) conversou com **Julia Dias Leite** sobre o papel dos think tanks hoje, inclusive nas discussões sobre política comercial do Brasil.

1. Como os think-tanks podem efetivamente influenciar a opinião pública e a formulação de políticas públicas?

Sendo independente e plural, conectando pessoas de pensamentos mais diversos e sendo capaz de construir uma ponte entre a produção deste conhecimento com rigor intelectual e o desenho de políticas públicas. Desta forma, a produção de pesquisa de alta qualidade se traduz em materiais e propostas concretas e acessíveis.

Para exercer essa influência e catalisar mudanças é preciso educar, informar os tomadores de decisão e a opinião pública, e fomentar o diálogo sobre os impactos de determinadas escolhas estratégicas.

O CEBRI, por exemplo, se prepara para fazer um intenso trabalho de pesquisa e debate nos próximos meses com o objetivo de entregar, em mãos, aos próximos candidatos à presidência, propostas pragmáticas para a formulação de políticas públicas nas temáticas com maior potencial para a melhor inserção do país na economia internacional.

2. Você assumiu ano passado a presidência do CEBRI. Qual conselho você daria para outras profissionais para ascensão na carreira na área internacional?

Apesar de a área de relações internacionais ainda ser predominantemente masculina, a presença feminina vem crescendo. Atualmente há vozes femininas muito fortes, no Itamaraty, em cargos executivos, nos conselhos de administração, e em importantes organismos multilaterais, como Ngozi Okonjo-Iweala, presidente da OMC.

No CEBRI, realizamos recentemente um curso sobre a História da Diplomacia Brasileira com uma leve predominância de mulheres. O perfil dos alunos também se revelou muito jovem, o que indica também uma renovação geracional interessante.

Estas novas líderes devem, sobretudo, desenvolver habilidades de liderança, observar e inspirar-se nestas grandes mulheres em posições de destaque e se fortalecer por meio da ampliação de uma rede de relacionamentos e conexões.

É um processo em curso. Esperamos que essas mudanças, se reflitam, no futuro próximo, em uma área de relações internacionais ainda mais plural.



Julia Dias Leite

Como nas edições anteriores, a ideia do Talking Trade é ouvir o que as WITs têm para dizer sobre os temas que importam na agenda do comércio internacional.

Julia Dias Leite é CEO do Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI), o principal think tank de relações internacionais do Brasil, e presidente do Conselho de Administração da Piemonte Holding. É formada em Direito pela Universidade Cândido Mendes e tem mestrado em Gestão de Negócios pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Boa leitura!

GT-COMEX WIT

Coti Negri, Líder
Tatiana Prazeres, Líder
Marina Carvalho, Líder Witcast
Carolina Matos, Coordenadora
Déborah Melo, Coordenadora
Milena Azevedo, Coordenadora



3.

Quais os focos da agenda do CEBRI na área de comércio internacional?

Na área de comércio internacional, o CEBRI tem como objetivo trazer um diagnóstico das principais tendências de comércio exterior e analisar, por meio de debates e reflexões, a dinâmica de inserção brasileira no comércio: seus pontos fortes, seus principais parceiros e suas expectativas, bem como suas debilidades e a estratégia e adaptações desejáveis para alcançar uma maior inserção brasileira no sistema internacional. Em particular, o trabalho do núcleo concentra-se em organismos-chaves para o comércio global, tais como a OMC, o G20 e a OCDE, assim como em regiões estratégicas para as exportações brasileiras, como o Mercosul, a UE e a Ásia. Além desses, também estão no radar do Núcleo pautas como a Economia Digital e as perspectivas para o comércio global no pós-pandemia.

4.

Como você vê a sustentabilidade na política externa e na política comercial do Brasil dos próximos anos?

Nos debates do Núcleo de Meio Ambiente e Mudança do Clima do CEBRI, enfatizamos a necessidade de compreendermos a sustentabilidade como uma pauta que não é oposta, mas sim aliada ao desenvolvimento econômico. O Brasil não só foi um dos líderes e promotores dos principais marcos do regime internacional de meio ambiente e clima, a exemplo da Rio 92 e da Agenda 2030, como possui vantagens comparativas para promover o tema tanto em sua política externa quanto comercial.

É necessário que haja uma conjugação de forças do setor público, privado e da sociedade civil. Já há movimentos de outros países e de empresas multinacionais para restringir ou limitar importações de locais onde não haja respeito às regulações de sustentabilidade. Com os dados alarmantes do último relatório do IPCC, se o Brasil não der ao tema a devida valorização, estaremos na contramão da tendência mundial.