

Nordic Light: as percepções comerciais da Suécia sobre o Brasil

Leonardo Mèrcher¹

RESUMO

Analisando as publicações da revista Nordic Light, elaboradas pela Câmara de Comércio da Suécia no Brasil, de 2004 até 2013, pode-se identificar, através de suas chamadas de capa, ou seja, das matérias principais, uma percepção do Brasil na agenda desse país como relevante nas áreas de transportes e recursos energéticos.

Palavras-chave: Comércio Exterior; Suécia; Brasil.

A revista *Nordic Light* é uma publicação trimestral em conjunto das câmaras de comércio da Suécia e da Noruega ao Brasil. A revista *Nordic Light* “é publicada trimestralmente em mais de três continentes e circula entre todos os associados e entre executivos de negócio e outros formadores de opinião” (Câmara de Comércio Suécia, 2013) interessados nas relações entre Brasil e os dois países escandinavos. A revista, fundada em 1989, conta com quatro edições por ano e uma média de tiragem de seis mil exemplares. Segundo dados da própria Câmara de Comércio da Suécia no Brasil (2013), os leitores da revista seriam “influentes tomadores de decisão, formadores de opinião e estudantes universitários informados; a maioria com pós-graduação e alto poder de compra. Os leitores da revista estão na faixa dos 30 aos 55 anos, a época aquisitiva da vida executiva” e “90% dos leitores estão intimamente relacionados com os serviços de exportação e importação” (Câmara de Comércio da Suécia, 2013).

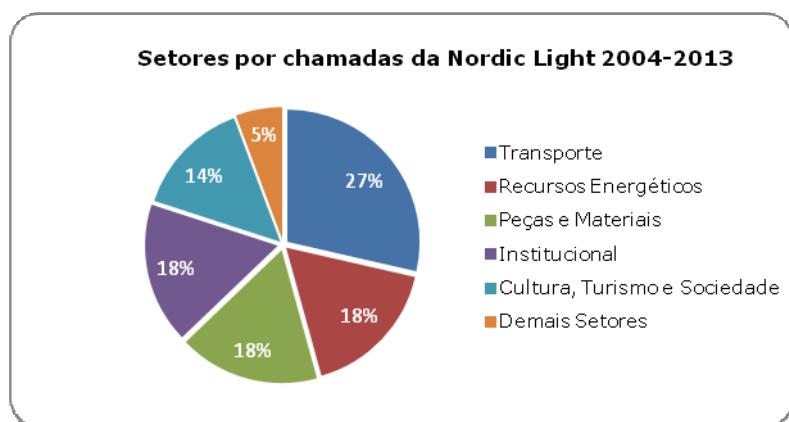
Disponibilizadas fisicamente a organizações associadas e, em suas formas virtuais, nos portais das duas câmaras, as revistas contam com um conteúdo voltado basicamente ao campo das negociações internacionais e comércio exterior. As edições digitalizadas constam a partir de setembro de 2004, ainda com o antigo nome – *Brazil &*

¹ Mestre pela linha de Organizações Internacionais do Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná. Pesquisador do Núcleo de Relações Internacionais da UFPR (NEPRI). *Conjuntura Global*, Curitiba, Vol. 2, n.1, jan./mar., 2013, p. 24-28.

Sweden / Norway – que se altera na edição de dez.-fev. de 2011-2012, passando a chamar-se pelo atual nome. Apesar de financiadora, a Noruega apenas participa das matérias de capa nos temas políticos. Observou-se que todos os demais temas comerciais, que são predominantes, relacionam-se a empresas de capital sueco.

De um modo geral, ao analisar todas as edições disponibilizadas, contabilizando 35 no total (2004-2013), percebe-se um peso maior nas áreas de recursos energéticos e transportes. As chamadas de capa, que seriam as matérias principais de cada edição, dividem-se: em 9 capas na área de transportes e automotores; 6 em recursos energéticos; 6 em peças e materiais destinados à indústria e setores de produção; 6 em notícias institucionais, diplomáticas e políticas; 5 em cultura, turismo e responsabilidade social; e 2 nos demais setores, representadas pelas empresas nórdicas Ericsson (tecnologia e telecomunicações) e Veracel (papéis e celulose).

A seguir têm-se o gráfico dessa distribuição com base na análise das capas de todas as 35 edições publicadas entre 2004 e 2013:



A revista, como uma produção mista dos governos e seus empresários – representados por suas câmaras comerciais – contribui para uma definição dos interesses nórdicos em relação ao Brasil. De uma maneira geral demonstrou-se que as matérias estampadas nas capas da revista, nesses últimos dez anos, permite identificar os maiores interesses e investimentos suecos e noruegueses diante do mercado brasileiro: transportes e automotores. Esse setor, liderado por empresas como a Volvo,

Scania e Svenska Aeroplan Aktiebolag – todas de capital sueco – participam do mercado brasileiro através de altos índices de investimento. Segundo a revista (NORDIC LIGHT, jun.-ago. 2007), a Scania – empresa de caminhões – completou 50 anos de seus investimentos no Brasil, reconhecendo-o como um importante apoio ao seu mercado internacional, bem como sendo o seu maior mercado no mundo (NORDIC LIGHT, dez.-fev. 2009-2010).

A Volvo do Brasil também ampliou seus investimentos e lucros para além do mercado brasileiro, alcançando bons resultados na exportação de seus carros fabricados no Brasil ao mercado internacional (NORDIC LIGHT, jun.-ago. 2010). O Brasil, portanto, mostra-se um ator internacionalmente importante, no setor de transportes, aos interesses da Suécia. Relacionado diretamente a esse setor também está o setor de recursos energéticos, sobretudo referentes à expansão do setor de petróleo. O evento *Rio Oil & Gas (Rio Petróleo e Gás)*, nos mesmos moldes da maior feira de petróleo e recursos energéticos de Houston, Texas (EUA), a partir de 2010, sempre garantiu seu lugar nas capas da revista. Mas, além desse setor fundamental na manutenção dos modelos produzidos e exportados no Brasil, a tecnologia desenvolvida pelo governo brasileiro e por iniciativas privadas, como a bioenergia (NORDIC LIGHT, dez.-fev. 2004-2005), também mereceu destaque na *Nordic Light*.

Essa preocupação com o setor energético, ainda que possam existir outras motivações, deve-se também ao futuro das tecnologias de combustível no mercado brasileiro que interfeririam diretamente na adaptação dos investimentos suecos no país, bem como novos planejamentos de produção no Brasil para atingir os mercados internacionais. Empresas de produção de peças e materiais, como rolamentos, vedantes e lubrificantes – Sandvik, Skanska e SKF – também dão suporte a esses setores. Entretanto, os investimentos públicos e privados do governo sueco, registrados na *Nordic Light*, demonstram preocupação com a responsabilidade social (NORDIC LIGHT, abr.-maio 2006), inclusão da mulher no mercado de trabalho (NORDIC LIGHT, mar.-maio 2007) e com as trocas culturais no desenvolvimento social (NORDIC LIGHT, jun.-ago. 2006). Pode-se dizer que a relação dos investimentos suecos no Brasil pensa de forma mais ampla do que o mercado, englobando a sociedade e as relações políticas e estratégicas no cenário internacional.

A revista *Nordic Light*, elaborada pelas câmaras de comércio da Suécia e Noruega, identifica o Brasil como um parceiro internacional estratégico dentro do mercado automotivo e de transportes, tornando os demais setores diretamente vinculados ao mesmo – como o de recursos energéticos, peças e materiais – e fundamental no desenvolvimento das relações comerciais bilaterais entre esses Estados. A preocupação comercial, entretanto, não vem sozinha, trazendo consigo preocupações culturais e de responsabilidades juntamente ligadas ao desenvolvimento social. De forma breve, pode-se defender que, ao analisar as chamadas de capa correspondentes às principais matérias da revista, de 2004 até 2013, o Brasil é percebido pelos Estados nórdicos como um mercado positivo aos investimentos e consumo de produção nos setores de transportes e recursos energéticos, bem como ponto de apoio à expansão comercial da Suécia no mercado internacional.

Referências Bibliográficas

CÂMARA DE COMÉRCIO DA SUÉCIA. Disponível em www.swedcham.com.br. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT. Disponível em <http://www.swedcham.com.br/magazineindex.asp>. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT 2004-2005, dez.-fev. Disponível em <http://www.swedcham.com.br/magazineissue.asp?id=79>. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT 2006, abr.-maio. Disponível em <http://www.swedcham.com.br/magazineissue.asp?id=497>. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT 2006, jun.-ago. Disponível em <http://www.swedcham.com.br/magazineissue.asp?id=546>. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT 2007, mar.-maio. Disponível em <http://www.swedcham.com.br/magazineissue.asp?id=796>. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT 2007, jun.-ago. Disponível em http://www.swedcham.com.br/magazine_article.asp?id=859. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT 2009-2010, dez.-fev. Disponível em http://www.swedcham.com.br/pdf/BS&N_Dec2009_Feb2010.pdf. Acessado em 13 de fev. 2013.

NORDIC LIGHT 2010, jun.-ago. Disponível em http://www.swedcham.com.br/pdf/B&SN_Jun2010_Aug2010.pdf. Acessado em 13 de fev. 2013.