



Pedro Cabrita Carneiro, partner do Reputation Institute em Portugal

PAULIANA PIMENTEL-KAMERAPHOTO

Pedro Carneiro. “Basta uma sucessão de asneiras para deitar a reputação de um país por terra”

Portugal está no 19.º lugar no ranking do Reputation Institute: a economia afecta a imagem externa de um país valorizado e reconhecido pelo clima

ADRIANO NOBRE
adriano.nobre@ionline.pt

Os critérios não são apenas economicistas: o Reputation Institute avalia a percepção que os cidadãos estrangeiros têm de um conjunto de países, com base em critérios como o ambiente, a eficácia governativa ou o avanço económico do país. Pedro Carneiro, partner do Reputation Institute Portugal, recebeu o *i* para explicar quais as virtudes e os problemas do nosso país aos olhos do mundo.

Como se mede a reputação de um país?

Ao contrário de outros estudos, que analisam indicadores económicos ou sociais objectivos, estes estudos de reputação medem percepções, ideias e imagens que as populações de vários países têm dos países incluídos no inquérito. Neste trabalho específico avaliou-se junto do público dos países do G8 a imagem de 39 países, entre os quais Portugal.

E o nosso 19.º lugar nesse ranking diz o quê sobre a percepção que os países do G8 têm de Portugal?

A beleza natural, a cultura e o entretenimento são os aspectos mais valorizados na percepção do nosso país. Os critérios

que puxam um pouco para baixo a avaliação de Portugal são os relacionados com o avanço económico, como por exemplo a tecnologia, a inovação, as marcas e a qualidade de produtos e serviços. Convém sublinhar que este estudo não avalia o que são as coisas na sua realidade, mas sim a percepção que os outros têm de nós. Se no caso da beleza natural ou do clima é aceite que o nosso país é agradável, já nos aspectos económicos parece-me que o problema está mais na comunicação dos sucessos que temos tido, por exemplo na área tecnológica. Pelos vistos essa mensagem não está a ser transmitida aos cidadãos dos países do G8.

E como se combate o facto de Portugal viver constantemente sob o estigma de ser “a próxima Grécia” em matéria económica?

Tem de se combater a dois níveis: o nível do conteúdo e o da mensagem. Ao nível do conteúdo, o problema existe e é inegável. Estamos a falar ao nível do financiamento e do défice do Estado, onde têm de se tomar medidas concretas, económicas, para resolver os problemas. Mas além disso é preciso também ter uma estratégia que vá além do ajustamento pontual no momento conjuntural. E é preciso comunicar essa estratégia para melhorar a ima-

gem do país. Temos de ultrapassar esta fase do acordo sobre como fazer o ajustamento de curto prazo da situação macroeconómica e das finanças públicas e ao mesmo tempo reforçar a comunicação dos aspectos positivos.

O impasse na viabilização do Orçamento também afecta a reputação externa do país nestes estudos?

Com certeza. A dívida pública e privada aumentou a tal ritmo nos últimos anos que os agentes económicos que até agora têm servido para suprir a diferença entre o que gastamos e o que produzimos começaram a duvidar da nossa capacidade de pagar. Ora, além da questão do controlo das contas públicas, é preciso depois que se transmita a ideia de que o país tem uma estratégia de futuro que os leve a acreditar que temos capacidade de crescer e gerar receitas futuras para pagar as

“Seria preferível que fôssemos capazes de evitar que terceiros nos digam como remediar os problemas que criámos”

Reputação externa

PAIS	PONTUAÇÃO
1.º Suécia	76,3
2.º Canadá	75,6
3.º Austrália	75,6
4.º Suíça	75,3
5.º Noruega	74,4
[...]	
19.º Portugal	61,8

Auto-avaliação

PAIS	PONTUAÇÃO
1.º Austrália	88,3
2.º Finlândia	85,9
3.º Canadá	84,2
4.º Noruega	83,1
5.º Áustria	82,1
[...]	
32.º Portugal	62,6

Além do ranking de avaliação externa, o Reputation Institute produz também um ranking de auto-avaliação dos países. Nessa análise, Portugal cai do 19.º para o 32.º lugar. O hábito de “valorizar mais o que vem de fora”, aliado ao “pessimismo que os portugueses sentem em relação à situação do país”, ajuda a justificar este défice de amor-próprio.

(Escala de 0 a 100 pontos)

dívidas. A eventualidade de não conseguirmos pagar a quem nos emprestou dinheiro, comunicada de forma tão intensa nos *media* internacionais, faz com que a pressão e os acontecimentos se sucedam a uma velocidade estonteante. A maior parte das notícias que têm saído sobre nós na imprensa internacional não têm sido positivas. E todos sabemos que a reputação de um país, como de uma marca, demora anos a ser construída, mas basta uma sucessão de asneiras para a deitar por terra num instante.

Também por isso ganha importância acrescida a comunicação dos políticos portugueses nos *media* internacionais. Já tivemos entrevistas de Sócrates, Teixeira dos Santos, Passos Coelho...

Sem dúvida. Porque, como lhe disse, o país precisa de trabalhar ao nível das medidas que tem de aplicar, mas também precisa de cuidar muito a comunicação, transmitir as mensagens. Não serve de nada ter um discurso muito articulado e assertivo se depois chegarmos à conclusão de que os problemas não são resolvidos. Mas também não é bom ter eficácia na adopção de medidas para combater os problemas se formos fracos na respectiva comunicação. Porque a reputação de um país tem efeitos numa série de áreas importantes: atracção de investimento estrangeiro, diplomacia política, exportações, atracção de turismo...

A intervenção do FMI credibilizaria o país ou teria o lado perverso de pintar Portugal como um país que não se governa nem se deixa governar?

Seria preferível que fôssemos capazes de tomar as medidas de uma forma proactiva para evitar que fossem terceiros a vir dizer-nos como devemos remediar os problemas que criámos. De qualquer forma, se essa situação viesse a verificar-se, não seria a primeira vez em Portugal, como também já sucedeu noutros países, e isso não fere de morte a sua reputação.

19.º

Reputação.

**Na avaliação
dos estrangeiros
Portugal anda
pelo meio
da tabela**

// PÁG. 18