

*Tribuna - Fernando Prado*

# Colombia, ante el reto de su reputación internacional

**Fernando Prado** - 07/08/2010

Creo que en ningún otro país del mundo se registra un distanciamiento tan acusado entre la realidad y su percepción internacional como en Colombia. En absoluto exagero si afirmo que Colombia es un caso paradigmático de necesidad de gestión de su reputación.

En los últimos años, y siempre por motivos profesionales, he visitado Colombia en varias ocasiones y he sido testigo de su profunda transformación. La victoria electoral de Álvaro Uribe en 2002 y el inicio de su "Estrategia Ciudadana" abrió el camino a esta recuperación nacional sobre la base de dos ejes de actuación política complementarios: por una parte, el acceso a una estabilidad política y una seguridad jurídica indispensables para asegurar la inversión y el desarrollo empresariales y, por otra, el reforzamiento de la capacidad de las fuerzas armadas en la defensa de la seguridad física y ciudadana ("seguridad democrática").

En la actualidad, Colombia tiene algunos de los mejores indicadores de Latinoamérica en crecimiento económico y nivel de educación. Una prueba, por otra parte, de que son las democracias no populistas las que mejor garantizan la consecución de mayores estándares de desarrollo económico y social. No sólo es el caso de Colombia, sino también de Perú, Chile o Brasil.

Todo parece indicar que su nueva realidad política, social y económica es un viaje sin retorno. Así se confirmó en su proceso electoral en el que los dos candidatos con posibilidades de victoria, el "oficialista" Juan Manuel Santos, elegido presidente y que asume su cargo este 7 de agosto, y Antanas Mockus, representaban distintos puntos de vista de la misma ortodoxia. Colombia evitó de esta manera, y puede que definitivamente, una regresión política que le acercara al populismo de Hugo Chávez o Evo Morales.

Sin embargo, por paradójico que resulte, los cambios acaecidos en el país sólo son percibidos por los propios colombianos. Más allá de sus fronteras es como si la percepción de su realidad se hubiera estancado en la víspera del triunfo electoral de Álvaro Uribe, en aquel lejano 2002. Por dar un dato difícil de discutir, en el estudio CountryRep 2010, elaborado por Reputation Institute, Colombia ocupa la penúltima posición en un ranking de reputación compuesto por 40 países analizados entre la población general de las naciones del G8, situándose sólo por delante de... Irán. En este estudio los ciudadanos de las naciones del primer mundo valoran el grado de admiración, respeto y confianza a que se hace acreedor cada país evaluado, así como otros atributos más específicos (en los que Colombia viaja, también, en el furgón de cola de los países peor valorados). Que Venezuela, un estado donde reina una temible inseguridad jurídica, sea mejor percibido que Colombia es, como poco, preocupante.

En el reparto de responsabilidades, las élites colombianas no pueden quedarse solas. Los medios de comunicación de todo el mundo han dado muestra de cierta miopía político-social. Han continuado viendo a Colombia de la misma manera que cuando la narcoguerra estaba en su apogeo o proyectando sobre el conjunto del país las pocas sombras de la Administración Uribe (algún caso de corrupción y connivencia de altos cargos con facciones paramilitares, etc.). Por muy densas que estas sombras puedan parecer, es injusto que se continúe sin reconocer los avances en convivencia democrática, en seguridad jurídica, en crecimiento económico o en creación de trabajo.

Colombia necesita un proyecto marca-país que emocione y motive a sus ciudadanos, que sea capaz de aunar esfuerzos tanto del Gobierno como de las empresas privadas. Frente a su penosa percepción internacional, el país tiene el deber de comunicar su esperanzadora realidad, lo que puede articular alrededor de diferentes ejes: una riqueza natural impresionante, una economía en constante crecimiento, una democracia sólida, una estabilidad jurídica envidiable... A diferencia de otros países de su entorno, Colombia es un valor seguro.

Quienes nos dedicamos a la gestión de la reputación decimos que hay que mantener un equilibrio entre realidades y percepciones. Uribe fue capaz de cambiar la realidad de Colombia. El gran reto del presidente Santos, además de consolidar el legado de su predecesor, será cambiar la percepción internacional de su país. Un reto cargado de simbología y de esperanza para las generaciones futuras de colombianos.

**Fernando Prado. Director general de Reputation Institute España de TE**