Ирина ВАСИЛЕНКО

Имиджевая стратегия современной Бразилии: слагаемые успеха, проблемы и перспективы

«Бразилия – страна будущего, и останется ею надолго».
Жорж Клемансо

«Если ты чего-нибудь хочешь, вся Вселенная будет способствовать тому, чтобы желание твое сбылось».
Пауло Коэльо

В последние годы успехи Бразилии по продвижению своего позитивного имиджа впечатляют: сегодня она опережает другие страны БРИКС по использованию «мягкой силы»*, а в 2012 г. эта страна впервые вошла в топ-20 ведущих национальных брендов С. Анхольта**.

Каким образом этой, вчера еще безнадежно отсталой стране с низким уровнем жизни, удалось так значительно продвинуться вперед?

Во многом секрет успеха имиджевой стратегии Бразилии состоит в концептуальном подходе: имиджевые проекты здесь тесно переплетаются с экономическими и социальными планами. Дилма Роуссефф – нынешний президент Бразилии, для сплочения нации и укрепления ее самосознания сделала ставку на социальные проблемы, заботу о людях: здравоохранение, общественную безопасность, образование. В результате сегодня Бразилия является страной с самым высоким качеством жизни в Южной Америке. Бразильцы сумели ощутимо повысить эффективность основных государственных институтов, консолидировать демократические порядки, начали последовательную борьбу с бедностью и преступностью, повысили реальные доходы основной части населения. Все это нашло отражение в существенном улучшении ключевых социальных показателей (**таблица 1**), что реально отразилось на образе жизни бразильцев и значительно улучшило образ страны на мировой арене.

* В мировом рейтинге по использованию «мягкой силы» (публичной дипломатии) 2012 г. лидирует Великобритания, Бразилия на 17-м месте, опережая Австрию и Бельгию. Индия занимает 23-е, а Россия – 26-е место. http://www.dailymail.co.uk/news

** Рейтинг и методология глобального исследования национальных брендов разработаны британским ученым Саймоном Анхольтом. Главный вопрос, на который отвечает исследование: «Как люди воспринимают бренды различных стран?». В рейтинге С. Анхольта за 2011 г., где исследовались 50 стран мира, Бразилия заняла 20-е место, а Россия – 22-е. http://nation-branding.info.

Таблица 1. Основные социальные показатели Бразилии

Показатель	1990	2010
Доход на душу населения по ППС, долл.	4859	10607
Средняя продолжительность жизни, лет	66	73
Детская смертность (на 1 тыс. новорожденных)	60	23
Доля бедных в составе населения, %	48,0	25,0
Доля лиц, страдающих от голода, %	12,0	7,0
Государственные расходы на образование, % от ВВП	3,9	4,8
Уровень грамотности, %	81,0	90,0
Средний уровень образования, годы обучения	3,9	6,5
Государственные расходы на здравоохранение, % от ВВП	3,9	4,8
Число медицинских учреждений, тыс.	35,7	70,0

Источник: Human Development Report 1990, 2010.

Ирина Василенко, доктор политических наук, профессор факультета политологии МГУ им. М.В. Ломоносова (119991, Москва, ГСП-1, МГУ, Ломоносовский проспект, д. 27, корпус 4). E-mail: vasilenko.irina@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются основные направления современной имиджевой политики Бразилии. Автор подчеркивает, что имиджевая стратегия этой страны имеет системный подход и прочные социокультурные основы, поэтому, несмотря на объективные трудности, страна имеет шансы добиться успехов.

Ключевые слова: имидж Бразилии; национальный брендинг; имиджевая стратегия.

BRAZIL'S IMAGE BUILDING: PROBLEMS AND PROSPECTS

Irina Vasilenko, Doctor of Political Science, Professor, Russian Policy Department, Faculty of Political Science, Lomonosov Moscow State University (Russian Federation, 119991, Moscow, GSP-1, Moscow State University, Lomonosovsky Av. 27, bld. 4). E-mail: vasilenko.irina@mail.ru

Summary: The article provides the analysis of the main aspects of Brazil's image policy. The author stresses the importance of the fact that Brazil's image policy should have cultural basis. However, despite all the difficulties the country had encountered, Brazil has a good chance to succeed.

Keywords: image policy; foreign image of Brazil; state branding.

Таблица 2. Основные экономические показатели Бразилии в 2010 г.

Показатель	2000	2005	2008	2010
Население, млн человек	170,7	184,2	189,6	193,3
ВВП, млрд долл., текущие цены	645,0	882,4	1650,7	2089,8
Душевой ВВП, долл., текущие цены	3766	4812	8706	10814
Темпы роста ВВП, %	4,3	3,2	5,2	7,5
Уровень инфляции, %	8,2	5,7	5,9	5,9
Экспорт, млрд долл.	55,1	118,3	197,9	201,9
Импорт, млрд долл.	55,8	73,5	173,1	181,7
Прямые иностранные инвестиции, млрд долл.	32,8	15,1	45,1	48,4
Валютные резервы, млрд долл.	33,0	53,8	206,8	289,1
Внешний долг, млрд долл.	216,9	188,0	262,9	277,6
Внешний долг/ВВП, %	33,6	21,3	15,9	13,3

Источник: Banco Central do Brasil. URL: http://www.bcb.gov.br/

Бразилия сегодня является влиятельной латиноамериканской страной, восьмой по счету экономической державой мира. Она на равных конкурирует с США по части отношений с другими странами Латинской Америки (Мексика, Чили, Никарагуа, Гондурас, Колумбия) и способствует развитию Африки и Азии.

Бразилия демонстрирует также высокие темпы экономического роста на мировой арене: растет внутренний валовой продукт, снижаются темпы инфляции, развивается внутренний рынок, ведется более активная борьба с криминалом. Постепенно страна становится настоящим региональным лидером на территории Латинской Америки. Эксперты отмечают, что серьезные внешнеполитические козыри Бразилии – стратегические природные ресурсы, которые обеспечивают ей видное место в мировой экономике: продовольствие, энергоносители, горнорудное сырье. По численности населения (более 193 млн человек) она занимает пятое место в мире, и к середине текущего столетия по прогнозам этот показатель возрастет до 250 млн человек. Важную роль в условиях мирового экологического кризиса играют огромные запасы пресной воды и крупнейшие в мире лесные массивы [4].

В последние годы сделан большой шаг вперед в экономическом развитии: в 2000–2010 гг. ВВП вырос в 3,2 раза и превысил 2 трлн долл., экспорт увеличился почти в 4 раза, валютные резервы – в 9 раз, а внешняя долговая нагрузка на экономику снизилась с 33,6 до 13,3% ВВП (**таблица 2**).

Во внешней политике ставка была сделана на расширение присутствия страны в международных организациях, и сегодня Бразилия активно участвует в 73 международных структурах: играет ведущую роль в МЕРКОСУР и УНАСУР, вошла в БРИКС, «Большую двадцатку», является членом Ибероамериканского сообщества наций и Содружества португалоязычных стран, установила отношения Стратегической ассоциации с Европейским союзом и придала контактам с лидерами ЕС характер регулярных консультаций на высшем уровне по актуальным международным вопросам. Все это позволяет экспертам сделать вывод о том, что современная Бразилия занимает в системе международных отношений своеобразное место: это крупная региональная держава с формирующимися глобальными интересами и устремлениями [4].

Ощутимые успехи в социально-экономической области способствовали улучшению международного имиджа Бразилии, повышению авторитета страны на мировой арене. В 2011 г. в рейтинге 100 самых дорогих брендов мира были названы три бразильские компании: нефтегазовый концерн «Petrobras», коммерческие банки «Itaú» и «Bradesco». Уровень глобального присутствия Бразилии помогает также увидеть исследование, проведенное экспертами испанского Королевского института Элькано. На базе эмпирических данных 54 ведущих государств ученые разработали Индекс глобального позиционирования отдельных стран, учитывающий ряд важных факторов, среди которых: экономическая и военная мощь, способность к развертыванию во-

Таблица 3. Индекс глобального позиционирования (2010 г.)

№	Страна	Индекс	№	Страна	Индекс
11	США	1000,0	16	Норвегия	99,0
22	Германия	387,6	17	Швейцария	92,7
33	Франция	334,9	18	Индия	89,5
44	Великобритания	329,7	19	Швеция	78,7
55	Китай	291,2	20	Мексика	71,5
66	Япония	273,3	21	Австрия	67,9
77	Россия	255,3	22	Малайзия	67,8
88	Италия	192,4	23	Турция	64,0
99	Испания	189,4	24	Ирландия	58,7
110	Канада	176,7	**25**	**Бразилия**	**58,1**
111	Нидерланды	172,2	26	Дания	57,6
112	Саудовская Аравия	161,3	27	Польша	48,7
113	Австралия	130,7	28	Таиланд	47,8
114	Бельгия	118,1	29	Индонезия	46,4
115	Южная Корея	113,3	30	Иран	43,4

Источник: El Índice Elcano de Presencia Global (IEPG).

оруженных сил в периоды кризисов, доля страны в мировой торговле и международных инвестициях, энергетическая безопасность, развитие туристического сектора, роль в миграционных процессах, научно-технологический и культурный потенциал, эффективность образовательной системы, спортивные достижения. В рейтинге 2010 г. (**таблица 3**), Бразилия по данному индексу заняла 25-е место.

Пока скромное место Бразилии в мировом рейтинге глобального позиционирования говорит о том, что стране еще только предстоит развить свой потенциал международного влияния. Поэтому сегодня основная задача правительства Д. Роуссефф – эффективно использовать экономические возможности в интересах внутреннего развития и решения внешнеполитических задач, чему должна способствовать и эффективная имиджевая стратегия. Бразилия хочет расстаться с имиджем страны карнавалов и «сексуального туризма» и стать настоящим мировым лидером с репутацией серьезного экономического партнера, страны высоких культурных и спортивных достижений.

В 2012 г. бразильцы запустили рекламную имиджевую кампанию с акцентом на многообразие культуры и дружелюбие своего народа. Кампания «Мир встречается в Бразилии. Приходите праздновать жизнь!», презентованная во время Олимпиады в Лондоне в 2012 г., была создана Министерством туризма Бразилии. Одна из основных целей мероприятия – содействовать продвижению Бразилии как страны, принимающей в ближайшие годы сразу несколько крупных спортивных мероприятий – Чемпионат мира по футболу (2014 г.) и Олимпийские и Параолимпийские игры (2016 г.).

Имиджевая кампания позиционирует Бразилию как страну с уникальной культурой, которая предлагает разнообразные возможности для всех посетителей. «Мы делаем акцент на дружелюбие и открытость, являющиеся основными чертами бразильского народа», – отмечает президент Бразильского института туризма (Embratur) Флавио Дино, президент Embratur: «Ритмы Бразилии, тепло объятий, традиционная кухня, работы местных мастеров, бразильский народ – это и есть наша культура, которую мы предлагаем узнать туристам».

На церемонии открытия кампании в Лондоне присутствовали представители международных туристических организаций, президент Бразилии Дилма Роуссефф и члены бразильского правительства. Они подчеркивали важность этого стратегического момента для очередного продвижения туристической Бразилии на международном рынке. «У нас много амбиций относительно будущего страны, – подчеркивает министр туризма Бразилии Гастао Виейра. – К 2022 году мы хотим войти в тройку туристических держав мира» [1]. Для достижения этих целей Embratur собирается инвестировать $40 млн в продвижение имиджа страны до конца 2014 г. Рекламная кампания будет проводиться, в частности, через печатные, онлайн и телевизионные СМИ.

Во время Олимпиады в Лондоне бразильские туристические власти провели ряд мероприятий, которые должны были укрепить имидж Бразилии и показать, что страна обладает большими возможностями для развития туризма и готова быть площадкой для крупных международных встреч.

Много внимания продвижению позитивного имиджа страны власти Бразилии уделяли во время Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию, которая прошла в июне 2012 г. в Рио-де-Жанейро. Исследование восприятия Бразилии иностранцами на Рио+20, проведенное по заказу Бразильского Института туризма (Embratur), имело целью выявление мнения официальных делегаций и журналистов из 42 стран Европы и Америки о Бразилии как приоритетном рынке для туристов. Результаты исследования показывают, что красота природы, неповторимая индивидуальность и гостеприимство народа южноамериканской страны – национальные особенности, которые стали наиболее заметными для тех, кто приехал на саммит Рио+20.

На вопрос о качестве туристических услуг и инфраструктуры, предоставляемой страной, 81% иностранных туристов заявил, что они считают, что «Бразилия готова принять у себя мега-мероприятия, запланированные на ближайшие годы», отметил Флавио Дино, президент Бразильского института туризма (Embratur). Полученные результаты указывают на позитивное восприятие [2]: 68% респондентов заявили, что их надежды были оправданы или даже превысили ожидания, 59% заявили, что визит позволил увидеть настоящую Бразилию во всей красоте, а 97% сказали, что намерены повторить визит (54% в качестве туристов и 57% – в целях бизнеса). Среди позитивных впечатлений отмечены: хорошая санитария (62% опрошенных), безопасность (72%), услуги такси (63%), телефон и Интернет (46%), услуги ресторанов (75%) и отелей (53%). Международный аэропорт Галеадо в Рио-де-Жанейро стал воротами в страну для 84% респондентов, услуги аэропорта были оценены как хорошие 56% и посредственные – 39% респондентами. 58% опрошенных журналистов сказали, что легко найти информацию о поездке в Бразилию.

Однако были высказаны и негативные замечания, среди которых языковые трудности и высокие цены. 81% оценил отрицательно регулирование трафика, 31% – отметил недостатки дорожной сигнализации, а посредственно ее оценил 41% опрошенных. Президент Embratur подчеркивает: «На данном этапе важно иметь инструменты для оценки проделанной работы и определить, в каком направлении

мы должны продолжать работу, чтобы еще лучше обслуживать туристов. Бразилия имеет обширный план работы на период подготовки в 2014 году к чемпионату мира по футболу, Олимпийским и Параолимпийским играм в 2016 году. Имидж страны, который останется после этих спортивных мероприятий, будет одним из наших величайших примеров в мире» [2].

Известно, что международные спортивные события дают хорошую возможность странам, которые желают подчеркнуть свой новый имиджевый статус экономического гиганта, показать себя в полную силу. Хороший пример – Олимпийские игры в Пекине в 2008 г., когда благодаря этому спортивному празднику в течение нескольких месяцев о Китае с восторгом говорил весь мир. Бразилия также хочет использовать свой исторический шанс. По оценкам Университета Сан-Паулу, расходы на инфраструктуру перед Чемпионатом мира 2014 г. составят приблизительно 18 млрд долл., из которых 14 млрд будут получены из карманов бразильских налогоплательщиков. Ожидаемые расходы на проведение Олимпийских игр добавят в смету еще 15 млрд, в результате чего оба мероприятия обойдутся примерно в 33 млрд долл.

Помимо впечатляющих расходов, эксперты называют и преимущества: в процессе подготовки к этим двум крупным спортивным мероприятиям в год будет создаваться по 120 тыс. рабочих мест. По результатам исследования, проведенного Университетом Сан-Паулу, общий экономический эффект от проведения Олимпийских игр предположительно составит 51,1 млрд долл. По оценкам аналитической компании Ernst & Young, общий вклад как прямых, так непрямых инвестиций в Чемпионат мира по футболу будет равен 70 млрд долл. В целом проведение двух этих мероприятий окажет влияние на экономику в размере свыше 120 млрд долл. [3]. Но это пока только оптимистичные прогнозы, сбудутся ли они – покажет время.

Сегодня же президент Бразилии Дилма Роуссефф обещает потратить 66 млрд долл. на долгосрочные инфраструктурные проекты. План рассчитан на 15 лет, т. е. он не привязан исключительно к проведению упомянутых спортивных мероприятий. Тем не менее, такое обещание дает четкий сигнал, что Бразилия готова потратиться ради обеспечения будущего экономического роста. Ожидается, что до, во время и в промежутке между мероприятиями в стране резко возрастет туризм, в особенности в Рио-де-Жанейро. Рио уже является популярным туристическим местом, которое ежегодно посещают свыше 1,4 млрд туристов. В свете грядущих спортивных событий поток гостей увеличится более чем в два раза и достигнет 3,3 млрд человек в год. Посещаемость такого масштаба, безусловно, благоприятно отразится на гостиничной и розничной отраслях. Помимо этого, ожидается рост телекоммуникационного сектора и информационных технологий, где также планируются рост рабочих мест и повышение спроса со стороны иностранных посетителей.

В целом эксперты полагают, что влияние Чемпионата мира и Олимпийских игр в краткосрочной перспективе будет незначительным, и вряд ли эти события будут способствовать повсеместному подъему экономики. Тем не менее, очевидно, что инвестиции в инфраструктуру в Бразилии послужат движущей силой экономического роста в более отдаленной перспективе. Страна сделает шаги в сторону модернизации, станет более эффективной и привлечет иностранные инвестиции. Благодаря появлению более современных автомобильных, железных дорог и портов эффективность страны увеличится, и она станет более привлекательным местом для ведения бизнеса, а ее ключевые экспортные товары – железная руда, соевые бобы и кофе станут пользоваться еще бóльшим спросом за рубежом.

Литература

1. Бразилия рекламирует себя. 2012. 31 июля. http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/17908.html
2. Бразилия представила положительный имидж страны во время Рио+20. 2012. http://www.caribbeannewsdigital.com/ru/noticia/braziliya-predstavila-polozhitelnyi-imidzh-strany-vo-vremya-rio20
3. *Сверриссон С.* Влияние Чемпионата мира по футболу-2014 и Олимпийских игр-2016 в Бразилии на экономику // РБК daily. 2012. 3 сентября. http://www.rbcdaily.ru/world/opinion/562949984641072
4. *Яковлев П.П.* Бразилия Дилмы Роуссефф: преемственность и перемены в международных делах. 2011. 19 мая. URL: http://www.perspektivy.info/oykumena/amerika/brazilija_dilmy_russeff_prejemstvennost_i_peremeny_v_mezhdunarodnyh_delah_2011-05-19.htm

References

1. Brazil touts itself, 2012. Available at: http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/17908.html
2. Braziliya predstavila polozhitel'nyy imidzh strany vo vremya Rio+20 [Brazil presented a positive image of the country during the Rio +20], 2012. Available at: http://www.caribbeannewsdigital.com/ru/noticia/braziliya-predstavila-polozhitelnyi-imidzh-strany-vo-vremya-rio20
3. Sverrisson S. Vliyanie Chempionata mira po futbolu-2014 i Olimpiyskikh igr-2016 v Brazilii na ekonomiku [The influence of the FIFA World Cup 2014 and Olympic Games 2016 in Brazil's to the economy]. *RBK daily* Publ., 2012. Available at: http://www.rbcdaily.ru/world/opinion/562949984641072
4. Yakovlev P.P. Braziliya Dilmy Rousseff: preemstvennost' i peremeny v mezhdunarodnykh delakh [Brazil of Dilma Rousseff: Continuity and change in international affairs], 2011. Available at: http://www.perspektivy.info/oykumena/amerika/brazilija_dilmy_russeff_prejemstvennost_i_peremeny_v_mezhdunarodnyh_delah_2011-05-19.htm