

Publicitários elogiam

O presidente Fernando Henrique Cardoso fez bonito com a imagem do Brasil no exterior, ao mostrar os aspectos positivos do país via CNN. A opinião é de publicitários brasileiros, que também reconheceram os méritos do canal como "marqueteiro"; por exibir esta semana uma série de reportagens sobre o país.

Para o diretor de planejamento da agência de publicidade Giovanni/FCB, Álvaro Esteves, Fernando Henrique foi o próprio *garoto-propaganda* do país. "A entrevista foi quase uma propaganda, de tão positiva, com o presidente falando com desenvoltura em inglês fluente", diz. "Fernando Henrique é o porta-voz da nação. Claro que a entrevista foi uma estratégia de propaganda, mas essa é uma das funções do presidente", explica o diretor carioca da Salles/MDB, Euler Matheus. Já o publicitário Roberto Dualibi, sócio-diretor da DPZ, destaca que

"o fato de a entrevista ter sido estável e coerente transmitiu confiança aos espectadores internacionais".

Segundo os publicitários, as reportagens da CNN, mesmo mostrando pontos negativos do Brasil, são importantes para que os estrangeiros conheçam o país. "O fato de o Brasil ser notícia sob seus vários aspectos e enfoques já é uma vitória", diz Dualibi. "O problema não é a má imagem do Brasil no exterior, é não ter imagem nenhuma."

Ele diz que as reportagens acabaram sendo benéficas até dentro do Brasil. "É um fenômeno constante, as coisas só acontecem quando vêm de fora. Quando as notícias repercurtem na imprensa internacional, as soluções se aceleram", acredita. "Essa cobertura vai alcançar muitas pessoas privilegiadas, inclusive financeiramente", prevê Euler Matheus, que identifica nas reportagens a chance de atrair investimentos externos.