

**LIP**  
**Laboratório**  
**da Imagem de Portugal**





**LIP**  
Laboratório  
da Imagem de Portugal





## Objectivo

Monitorizar a Imagem de Portugal em  
Perspectiva Multidimensional.

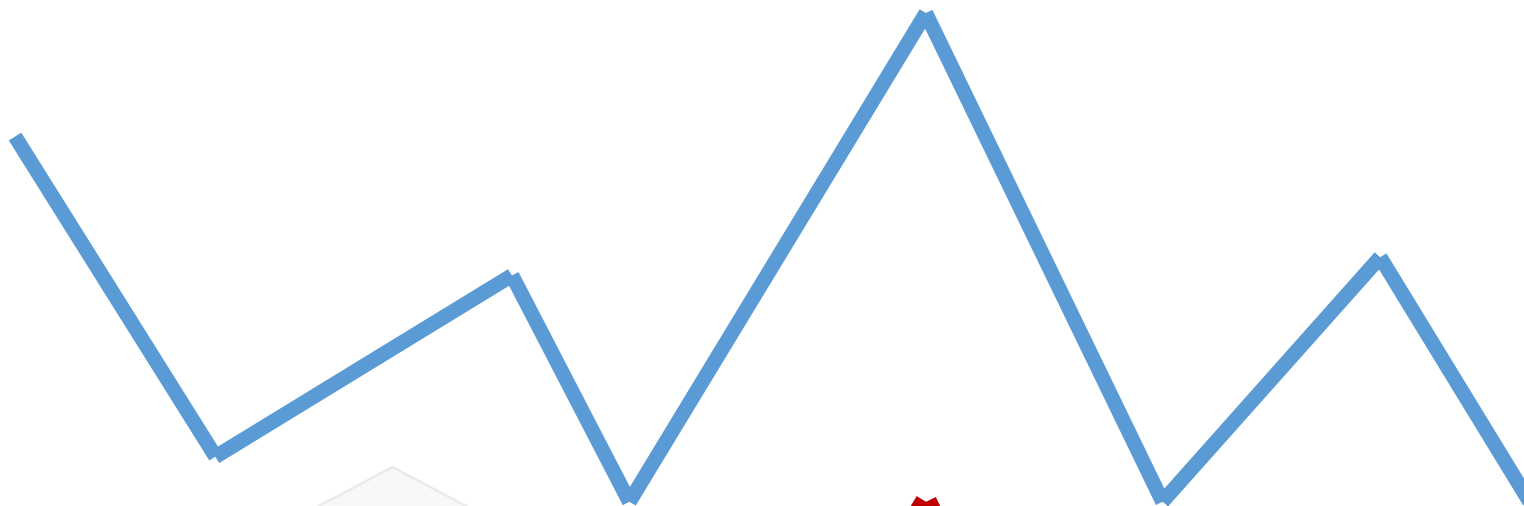


# Barómetro da Imagem de Portugal (BIP)

Instrumento científico de monitorização  
da imagem de Portugal

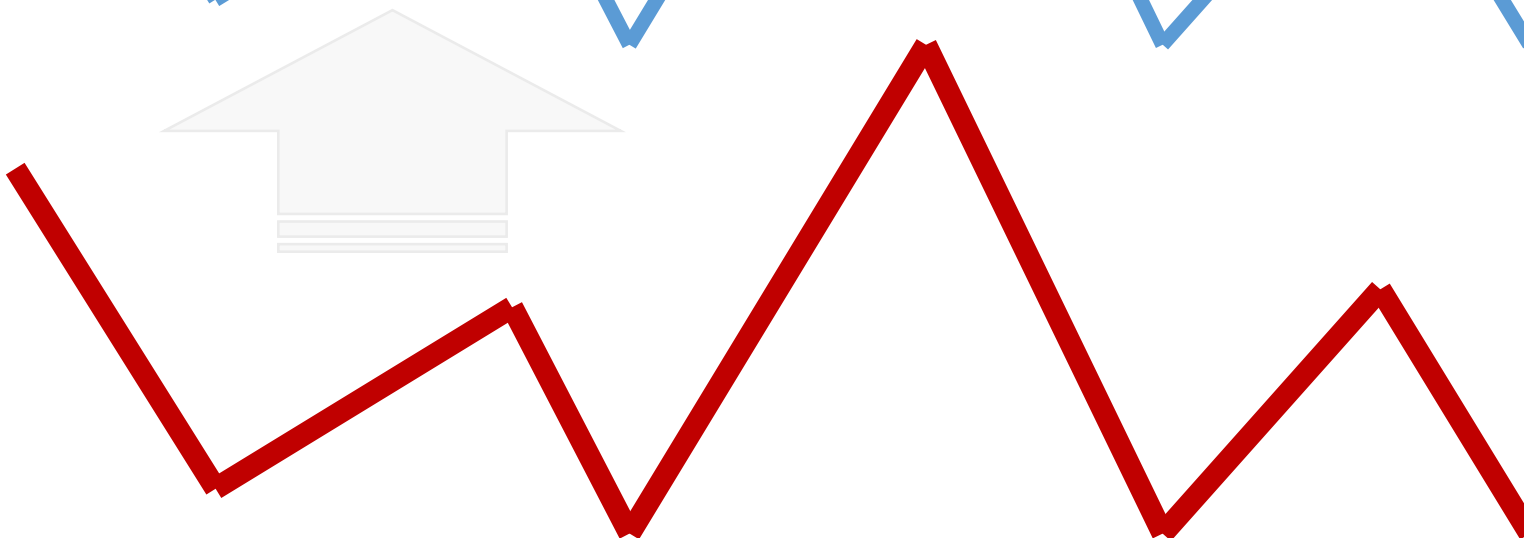
**Imagem**

**Nacional**



**Contexto**

**Histórico**



**Imagem**

**Nacional**



**Contexto**

**Histórico**



# Imagem Nacional

Instrumento

Diplomacia Económica

Política Externa

Recurso imaterial  
para o  
desenvolvimento

# Imagem ?

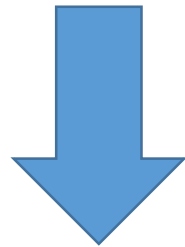
Representação mental

Depende da experiência e dos estereótipos do sujeito

Estereótipos construídos por categorização social



# **Imagem Nacional / Diplomacia Económica**



**Processos Cognitivos  
e Discursivos**

Relações Internacionais

Ciência Política

Psicologia Social

Linguística

Ciências da Informação

Ciências da Comunicação

Imagem  
Nacional

Auto-imagem

Imagem percebida

Imagem projetada

Imagem Percecionada



Simon Anholt

Nation Brand

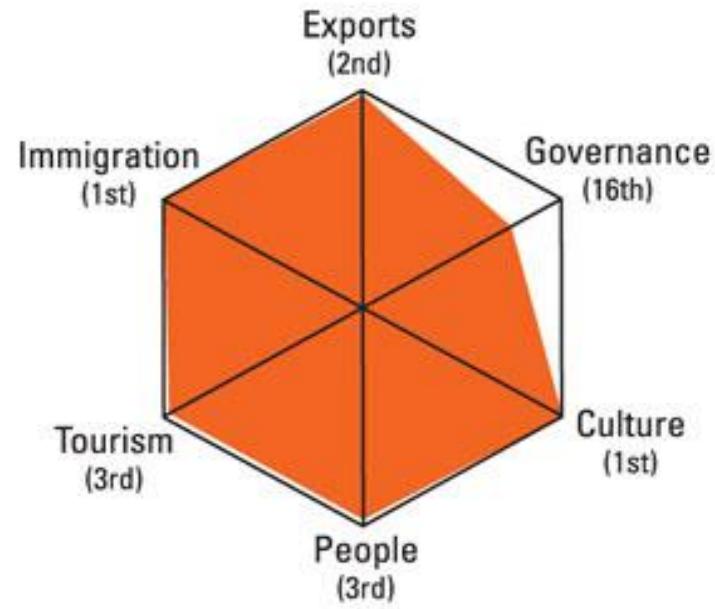
## Nation Brand Hexagon



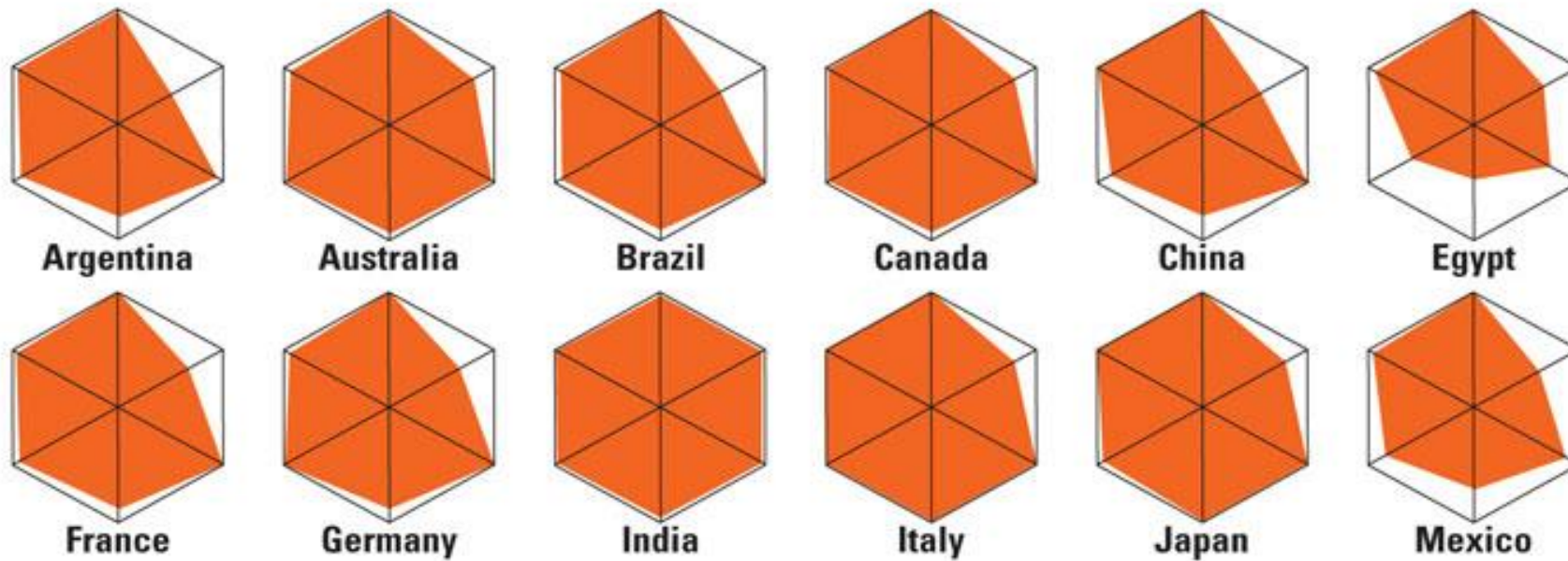
The Nation Brand Hexagon  
© 2000 Simon Anholt

*Fig. 1*

**America's global image in 2011**



*Fig. 2*



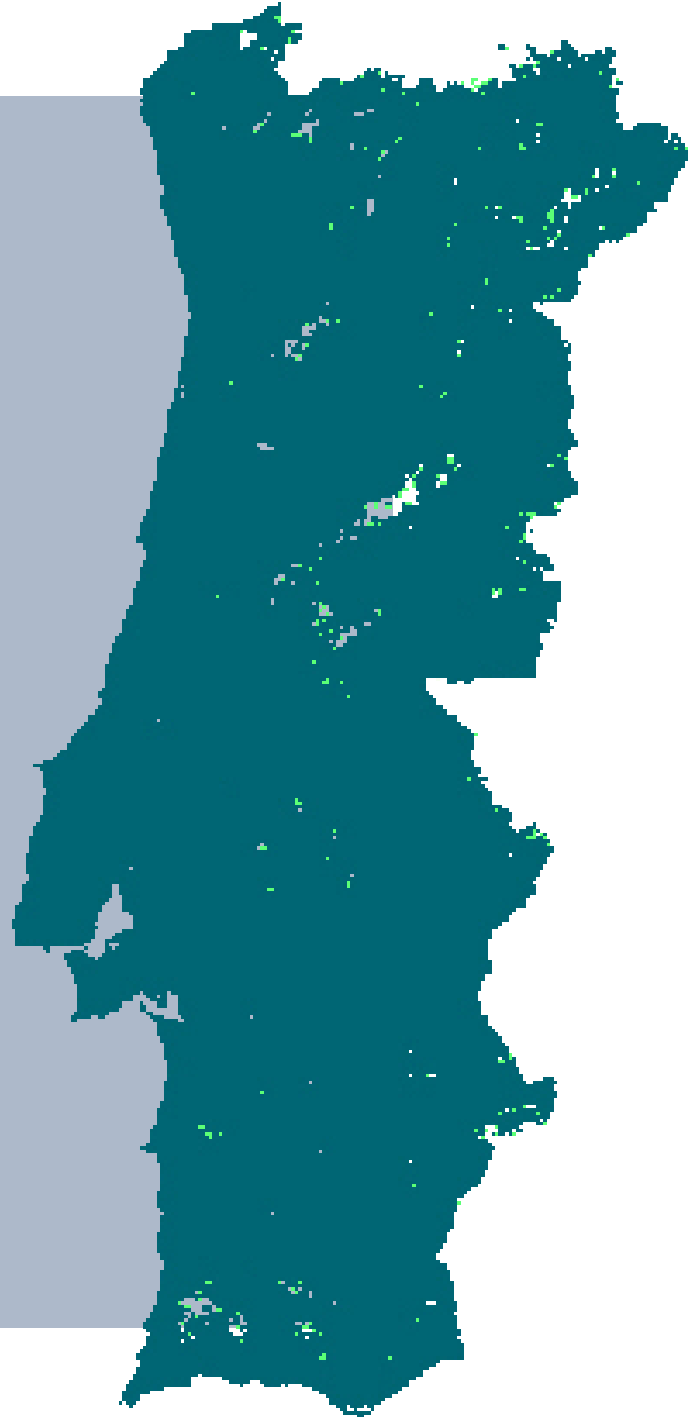
**Anholt-GfK Roper Nation Brands Index<sup>SM</sup>**  
**Overall Brand Ranking 2015 (Top 10 of 50 Nations)**

<b>2015 rank</b>	<b>Country</b>	<b>2014 rank</b>
<b>1</b>	United States	2
<b>2</b>	Germany	1
<b>3</b>	United Kingdom	3
<b>4</b>	France	4
<b>5</b>	Canada	5
<b>6</b>	Japan	6
<b>7</b>	Italy	7
<b>8</b>	Switzerland	8
<b>9</b>	Australia	9
<b>10</b>	Sweden	10

# A Imagem Percecionada de Portugal no Mundo

Estudo Piloto

1 de Março a 31 de Maio de 2014





# Ciências Sociais Computacionais

Big Data aplicada Linguística/RI/Ciência Política

WORLD WIDE WEB

WEB ANALYTICS / Linguística Computacional

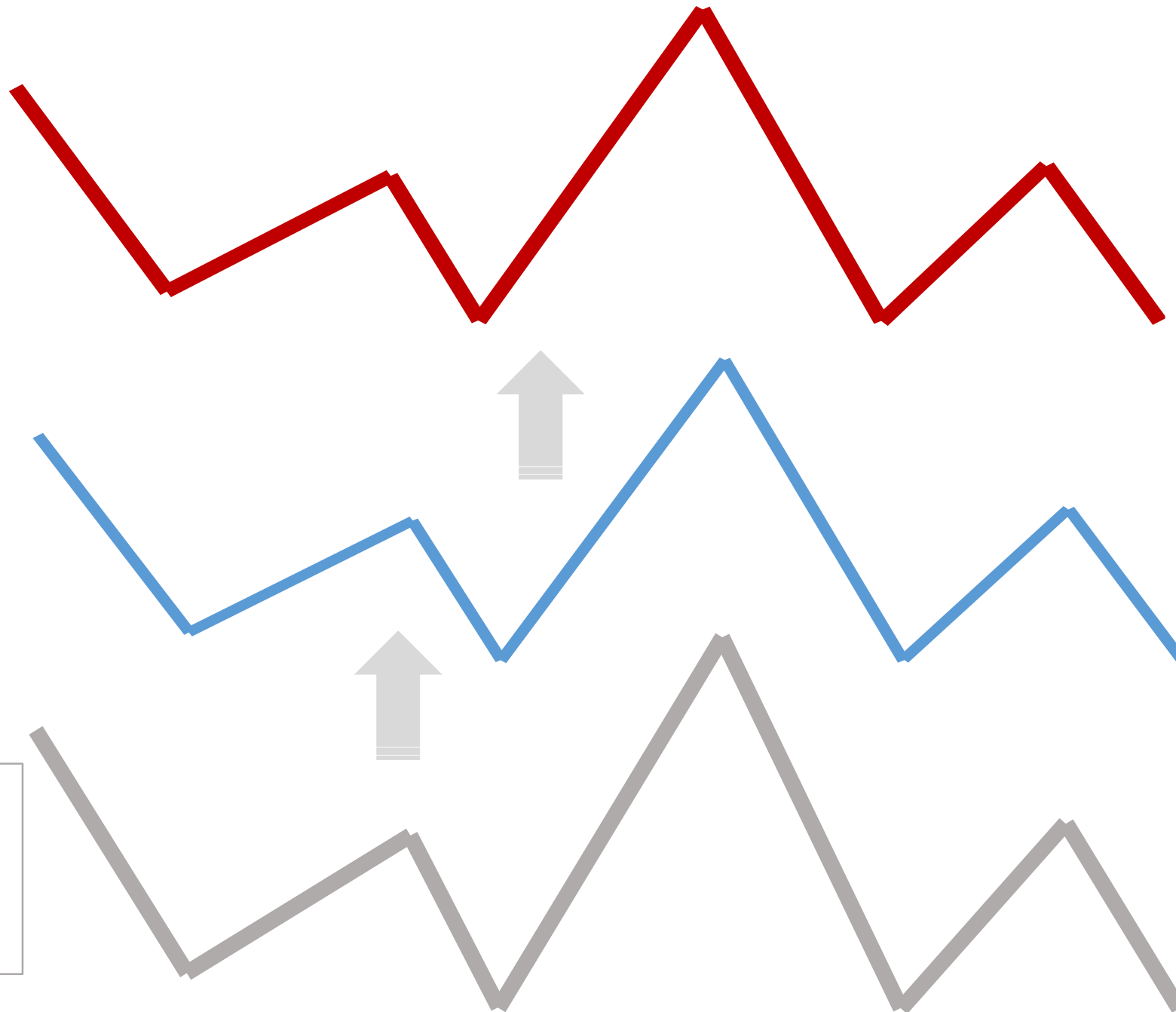
# Investigação em Big Data aplicada às Ciências Sociais



**Contexto  
Histórico**

**Imagem  
Nacional**

**Representações  
Discursivas**



CULTURA



ECONOMIA

POLÍTICA

Plataforma SaaS de recolha textual online

+ de 180 milhões de websites em todo o mundo

Twitter

Facebook

Principais media

Em mais de 100 línguas

Geo-localização dos resultados

# Metodologia: Web Analytics

Plataforma SaaS de recolha de dados



## 1 Base de dados

Uma das mais completas bases de dados do mundo permite analisar a web desde 2012 e é continuamente atualizada.

## 2 Pesquisa

Tecnologia de processamento de linguagem e de análise de texto é aplicada de modo a extrair informação.

## 3 Análise de dados

Informação é trabalhada qualitativa e quantitativamente de modo a inferir tendências de buzz e de opinião.

# Dimensões de Análise Quantitativa

(novas métricas)

*Buzz*, frequência lexical

*Engagement* (gostos, partilhas, etc)

Sentimento/opinião

# Dimensões de Análise Qualitativa

Análise Temática

Análise de colocações

Análise categorial

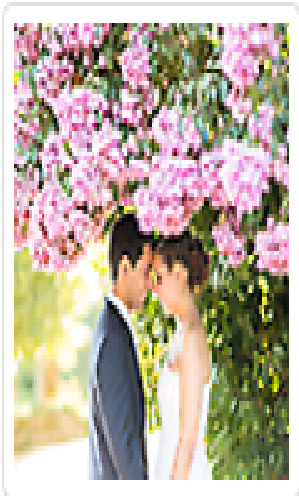
Análise de representações

Análise de associações lexicais





## Romantic, DIY Wedding in Portugal



style me pretty

Romantic, DIY Wedding in Portugal I've professed my love for the Brancoprata dream team a time or two on SMP, and just when I think they've wowed me beyond words...

published 12 April 2014 at 02:46 | [Online News](#) | [Brazil](#) | [pinterest.com](#)



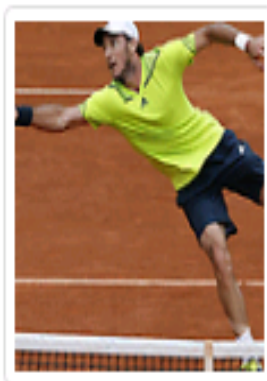
MATCHES Portugal



METRICS **2450.0M Potential Reach**, **0 Engagement**,  
**2450.0M Alexa pageviews**



**SI** Qualifier Cuevas upsets Seppi in Umag 2nd round



courtney nguyen

...gone so far in Umag. In another upset, fourth-seeded Joao Sousa of **Portugal**, who lost to Cuevas in the Bastad final two weeks ago, fell to Teymuraz Gabashvili of Russia 3-6, 6-4, 6-2. Cuevas, riding the confidence...

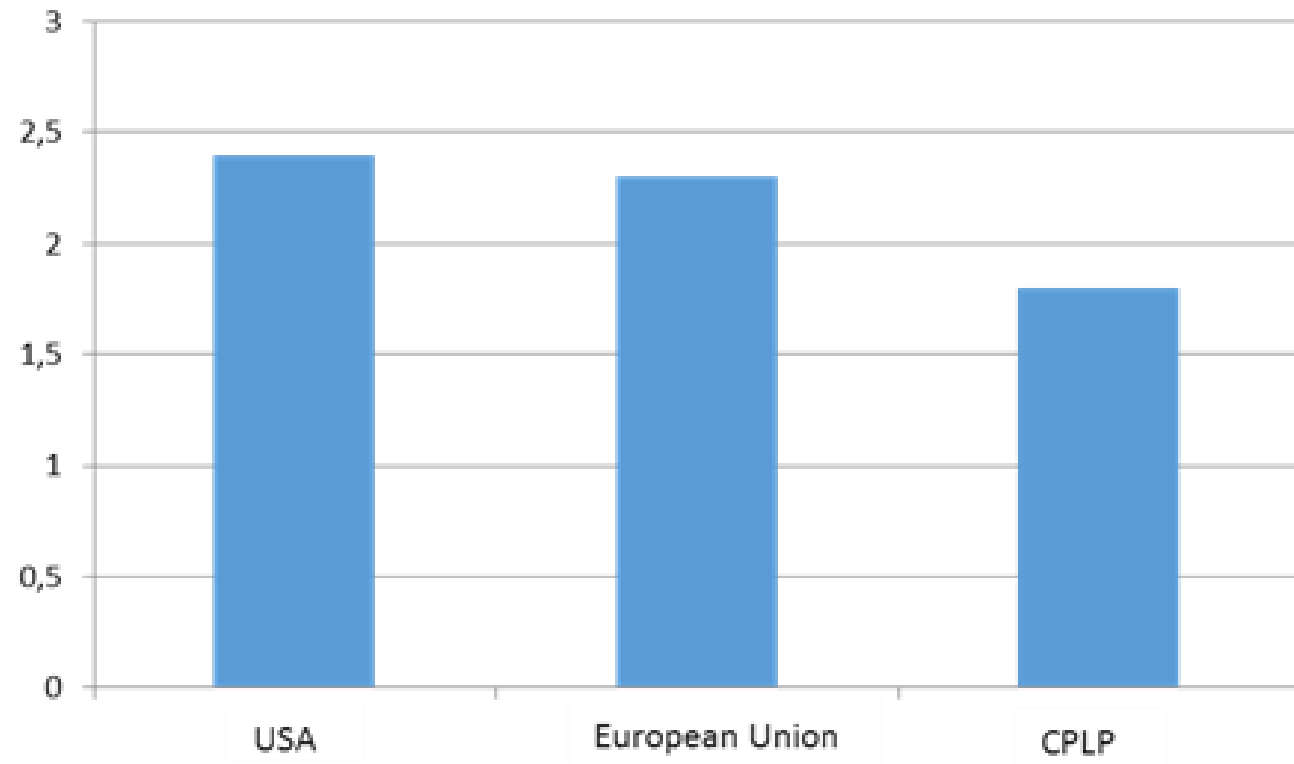
published 29 May 2014 at 04:48 | Online News | United States | [si.com](#)

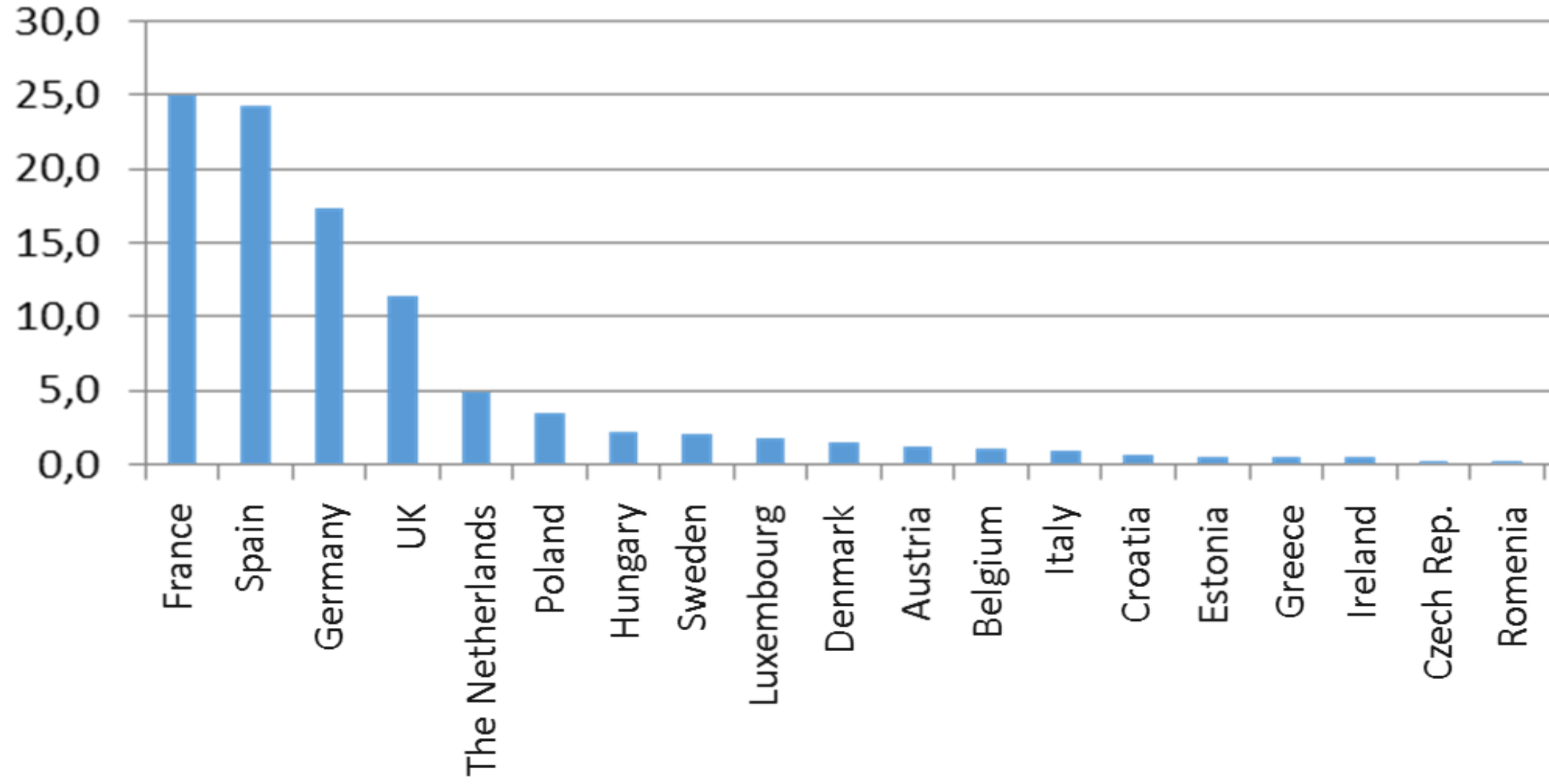


MATCHES Portugal

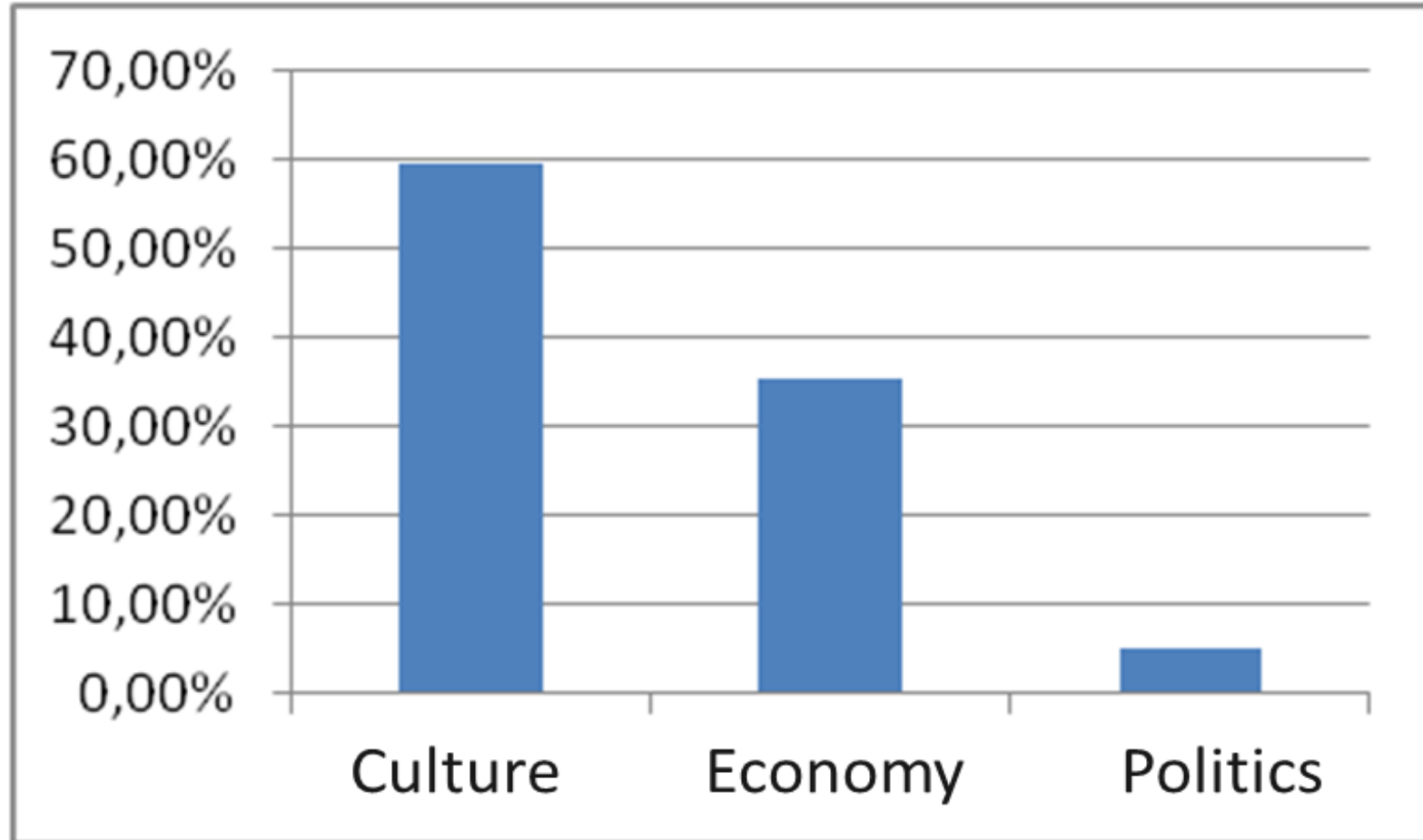
METRICS **719.9M Potential Reach, 0 Engagement, 719.9M Alexa pageviews**



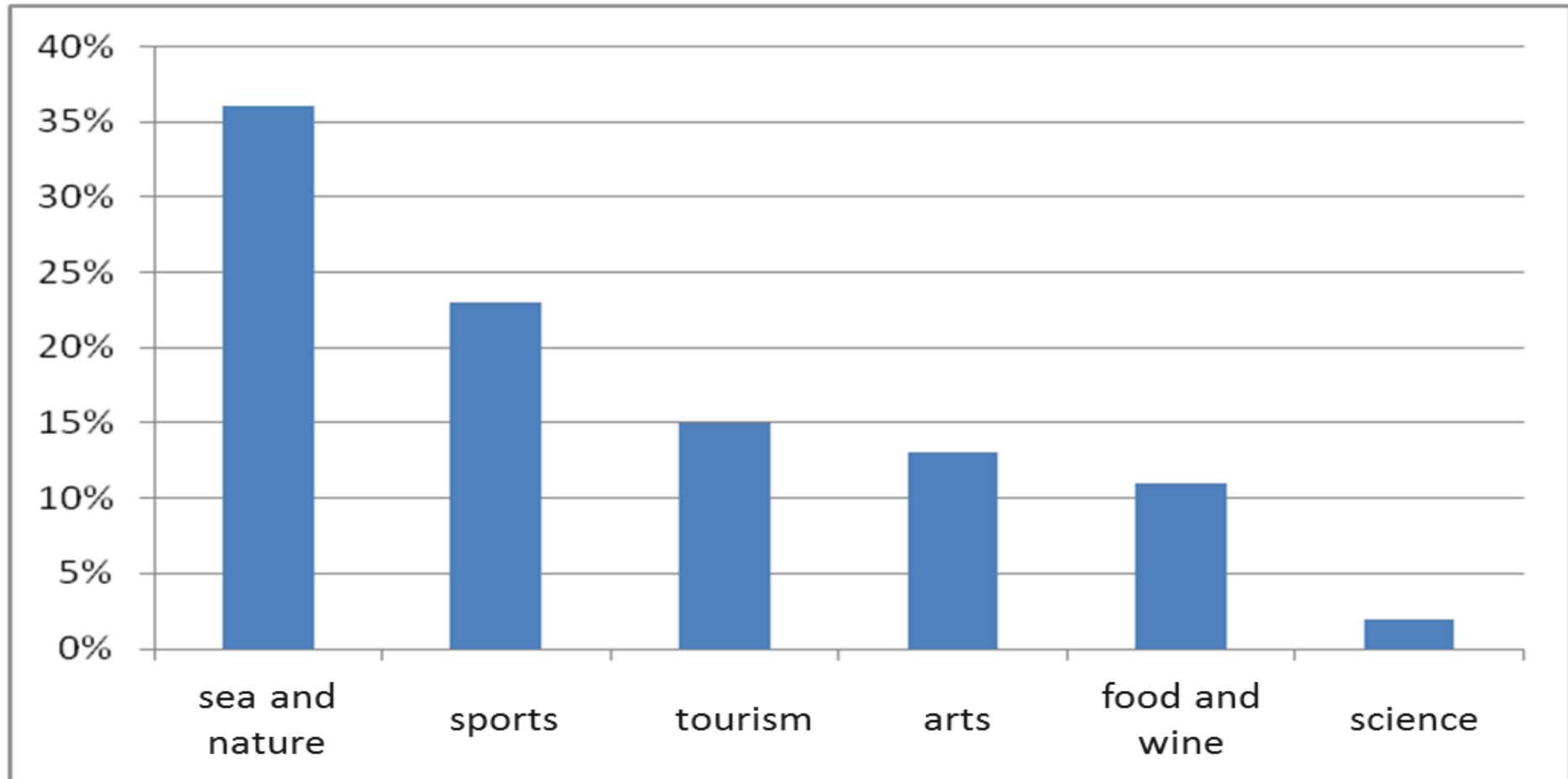




## Associações a Portugal na www, por categoria

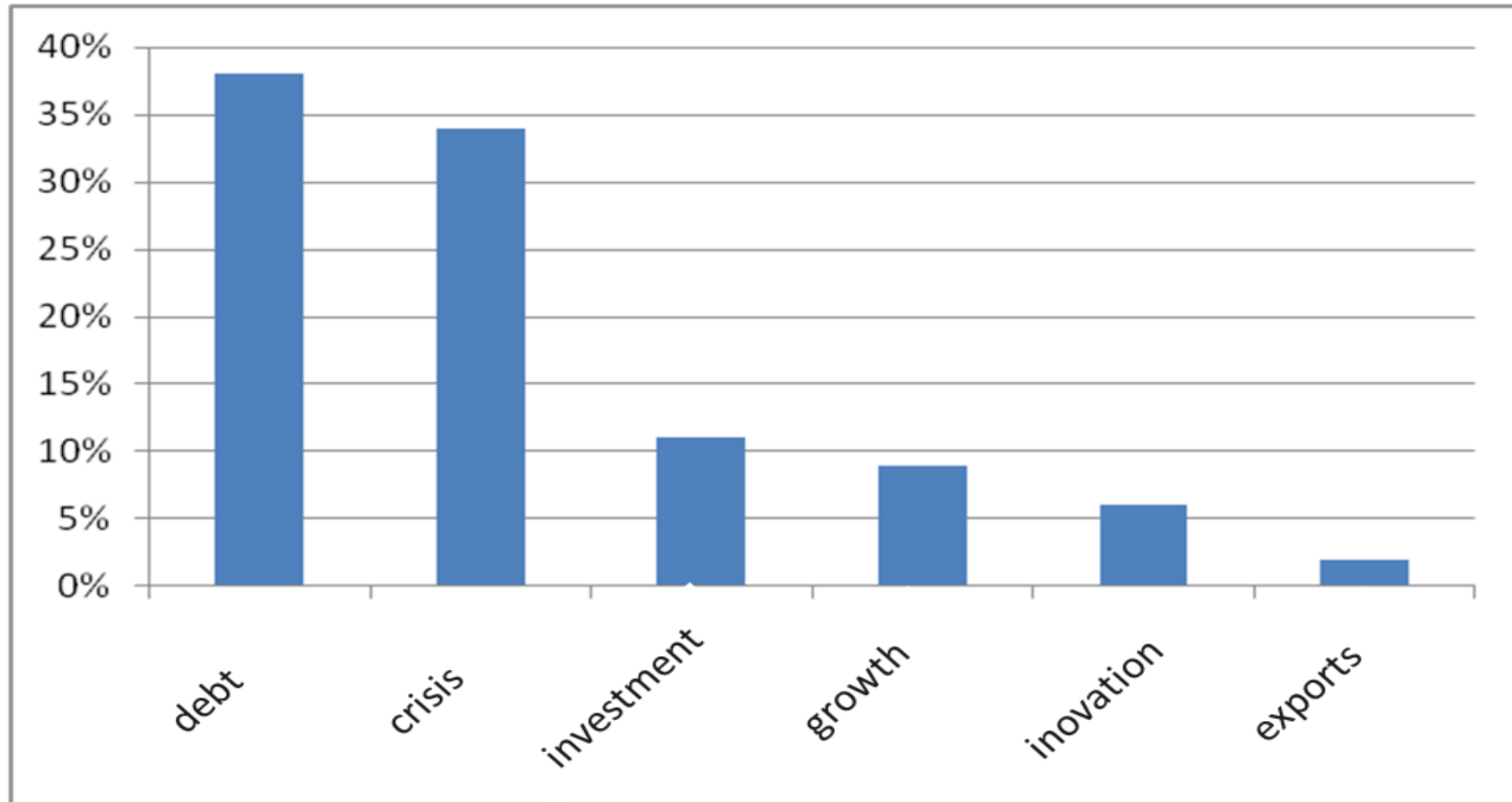


## Associações a Portugal na www, por indicador da categoria Cultura

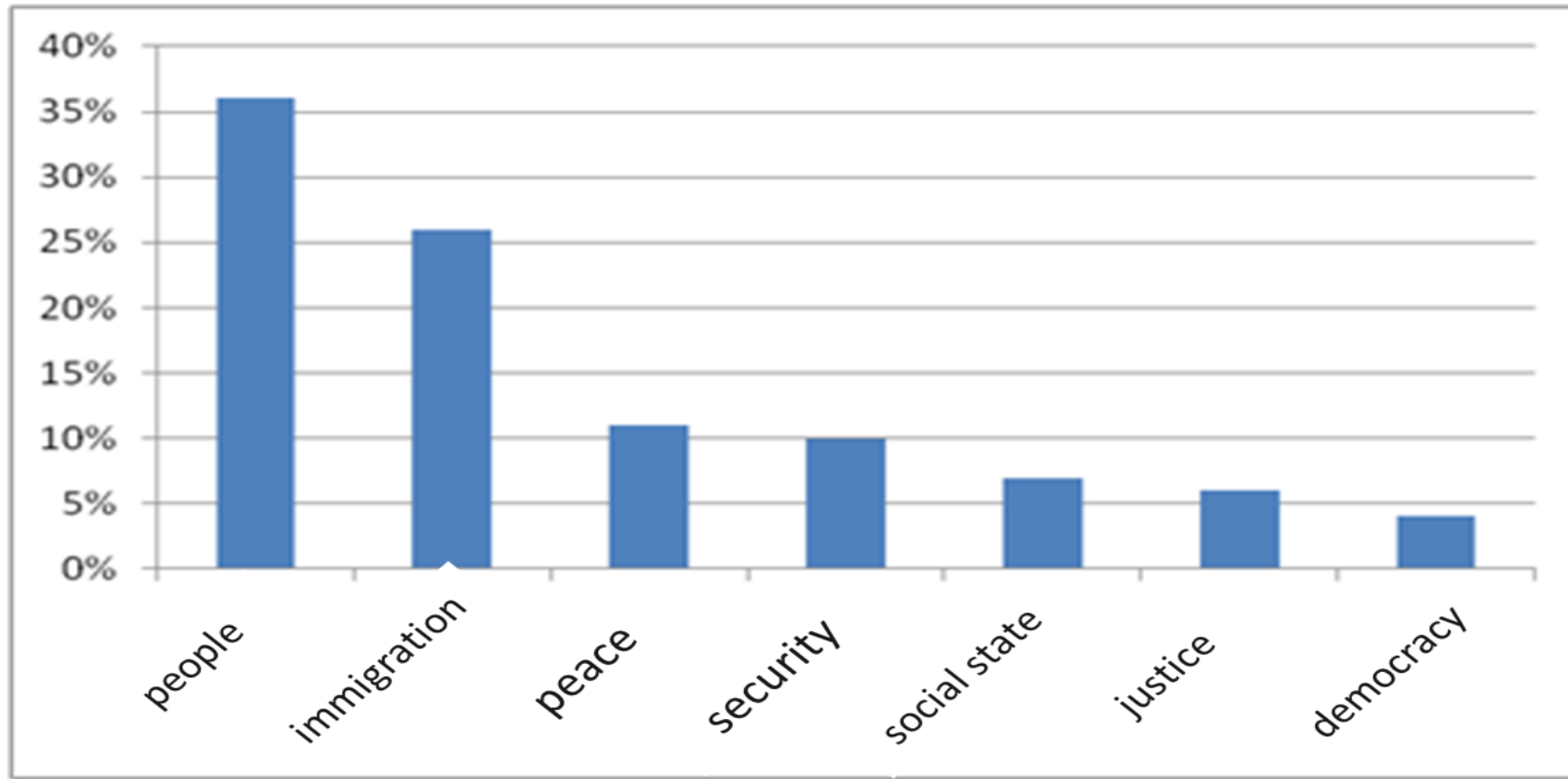




# Associações a Portugal na www, por indicador da categoria Economia



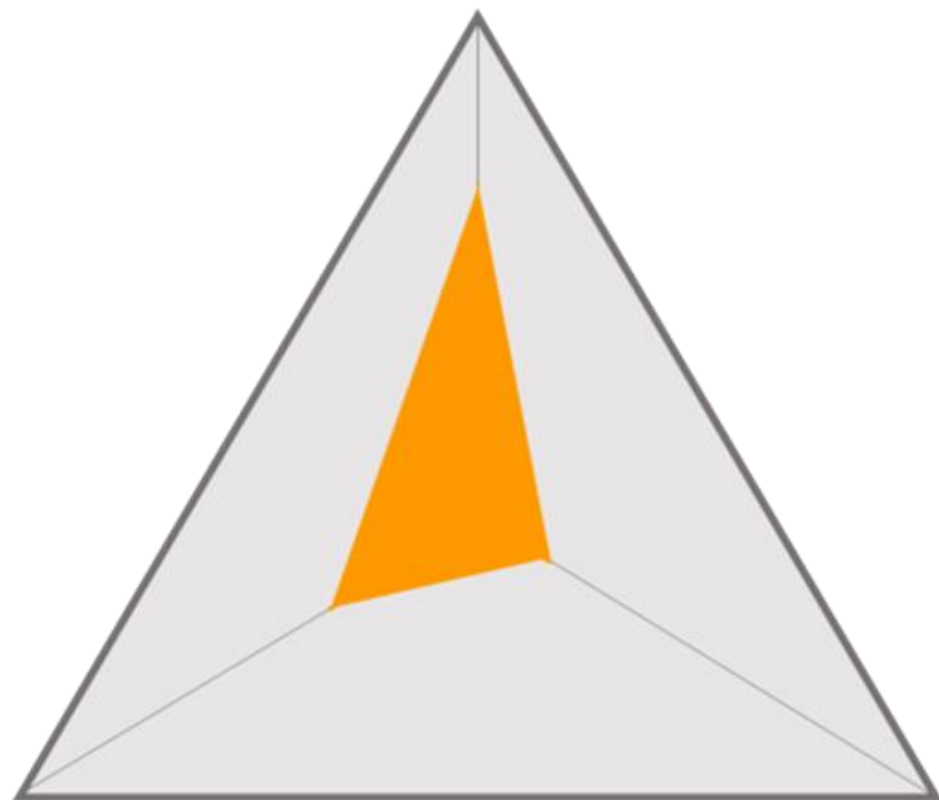
## Associações a Portugal na www, por indicador da categoria Política



Culture

Economy

Politics



Principais estereótipos  
associados à  
imagem externa  
portuguesa

Estereótipo «país marítimo»

Estereótipo “país pobre”

Estereótipo “povo amigável”

Fragilidade da simbólica europeia  
na perceção de Portugal;

**Durabilidade dos ciclos históricos** é mais determinante na construção da imagem externa do que o fator **proximidade temporal**;

Paganização da imagem de Portugal.

## Massificação do consumo de Internet...

- inibiu o Estado do controle da imagem percebida;
- Imagem percebida passou a depender dos processos discursivos mediáticos (enquadramento, priorização, etc);



Individuação dos poderes do Estado (Castells)

*Mass-self communication* (Castells).