



UM PLANO PARA INGLÊS VER

São 120 páginas de leitura maçuda e cíclica cheias de boas intenções que falham nos detalhes e nas medidas. Qualquer plano implica criar um sector público forte, qualificado e desburocratizado

A “Visão Estratégica para o Plano de Recuperação Económica e Social de Portugal 2020-2030”, apresentada pelo consultor António Costa Silva, é composta por 120 páginas de leitura maçuda e cíclica. O documento está cheio de boas intenções, palavras e chavões repetidos até à exaustão, mas fica muito aquém nos detalhes e nas medidas concretas. Mais, no documento, o peso dado aos recursos humanos parece bem menor do que aos recursos minerais e à tecnologia. Esta opção, aliada com o facto de se enaltecer a viragem ao Atlântico em vez do foco numa opção mais europeísta, parece-me arriscada quando se reclama por uma Europa unida e mais humana na reconstrução económica e social.

Os eixos estratégicos são evidentes: o oceano Atlântico como plataforma energética e comercial, a sustentabilidade ambiental, a reindustrialização e reconversão industrial, o investimento em infraestruturas de transportes e mobilidade. A importância de criar uma marca portuguesa competitiva, sustentável e diferenciadora. A necessidade de maior desenvolvimento e aplicação das tecnologias digitais em todos os sectores. O investimento no sector da saúde e a potencialidade de Portugal se tornar uma fábrica europeia de materiais médicos e medicamentos.

É sugerido a criação de um

fundo soberano, a ajuda financeira a empresas economicamente viáveis e uma espécie de pacto entre Estado e Empresas que garanta uma eficiente e justa aplicação dos recursos financeiros disponibilizados. Refere-se a importância da celeridade dos processos litigiosos e da justiça fiscal e económica, uma maior qualificação dos recursos humanos e a necessidade de formação de mais engenheiros.

Nada nesta visão estratégica é verdadeiramente inovador. Durante as últimas décadas, o discurso político, os programas partidários e os planos estratégicos desenvolvidos por diferentes agências públicas têm batido nas mesmas teclas. Por exemplo, em 1998 estive envolvida num projeto implementado, na altura pelo ICEP (Instituto do Comércio Externo de Portugal, que hoje faz parte da Agência para o Investimento e Comércio Externo), que consistia na criação da marca “Uma mesa portuguesa”. A ideia era que reconhecidas marcas portuguesas, como a Vista Alegre, Atlantis e Cutipol, se unissem e apresentassem uma marca única nas feiras de comércio internacionais. Esta estratégia de apoio à internacionalização foi importante para a fusão do Grupo Vista Alegre com o Grupo Atlantis, que é hoje o sexto maior grupo mundial de *tableware*. Portugal tem agências públicas com visão estratégica, mas tem falta de uma avaliação de impacto direto e indireto do trabalho feito e deixado por fazer.

Mais do que elencar intenções são precisas ações. O quanto antes é necessário ter grupos de trabalho que definam como é que estes objetivos serão alcançados. É preciso estipular os incentivos e as medidas a im-

plementar e, em muitos casos, testar algumas ideias antes de as pôr em prática. Por exemplo, não basta dizer que “recomenda-se fortemente a criação de *kits* pedagógicos ilustrativos das profissões mais necessárias para atrair estudantes do ensino secundário”. É preciso saber que intervenção ou *nudge* funciona. Por exemplo, será que os *kits* são mais eficazes do que ter “engenheiros de sucesso a visitar as escolas e a atuar como uma espécie de *influencers*? Será que funciona melhor dar mais informação sobre a profissão de engenheiro ou sobre salários e condições de empregabilidade de outras profissões?

Mais, para uma implementação eficaz de qualquer plano de recuperação económica e social é preciso antes de mais, e com bastante urgência, criar um sector público forte, qualificado e desburocratizado. É preciso muito mais celeridade nos processos. A velocidade da tomada de decisão no sector público não se coaduna com a urgência da recuperação económica e social. Apenas a título exemplificativo, veja-se o tempo que um concurso de recrutamento para a função pública pode levar. Entre a publicação de um posto de

trabalho e a assinatura do contrato pode passar um ano. Esta velocidade não é atrativa para jovens qualificados em início de carreira.

Por último, este documento subvaloriza as fragilidades das instituições. Se pensarmos em valores essenciais para uma democracia desenvolvida e justa, constatamos que a palavra “transparência” é mencionada apenas três vezes e que a palavra “corrupção” não é de todo escrita. Num país em que a estagnação económica está intimamente ligada ao abuso de poder e à falta de ética de alguns e à fraqueza das instituições políticas e judiciais, este plano, além de coxo, parece feito para inglês ver.

Economista, professora do ISEG, Universidade de Lisboa

Mais do que elencar intenções são precisas ações. O quanto antes é necessário ter grupos de trabalho que definam como é que estes objetivos serão alcançados



Costa Silva, consultor do Governo FOTO JOSÉ SENA GOULÃO/LUSA