

15 de Setembro

Ciclo “O Sector florestal e a sua importância económica”



Cortiça: um sector estratégico para Portugal

Os desafios acalentados pela “Fileira da Cortiça” trouxeram cerca de 70 dirigentes de empresas à AESE para debater o tema com Armando Sevinate Pinto, da Agrogos, e António Rios Amorim, da Corticeira Amorim. A sessão teve lugar em Lisboa, no dia 7 de Setembro.

A cortiça é considerada o produto agrícola português mais rentável, com características singulares, algumas das quais por descobrir. Para Armando Sevinate Pinto “o sobreiro é um património universal e uma herança a preservar”. Trata-se de “um sector estratégico para Portugal” que representa 9% do PIB nacional.

A sustentabilidade dos montados, a sanidade e o declínio dos sobreiros são algumas das questões que se colocam relativamente à fileira da

cortiça. A concorrência foi outro dos aspectos apontados, sendo que 2/3 da produção são alocados ao fabrico de rolhas. Segundo Sevinate Pinto, existe uma insuficiência do desenvolvimento científico nas funcionalidades que a cortiça pode vir a ter, o que conduz a uma “excessiva dependência da rolha”.

A Corticeira Amorim é detentora de 35% de transformação mundial de cortiça. Segundo António Rios Amorim, “no final dos anos 90, a cortiça foi ameaçada por produtos alternativos, como as cápsulas de plástico e de alumínio”. A resposta da empresa reflectiu-se no investimento e na melhoria da qualidade do produto com o intuito de fazer face à concorrência. A aposta no desenvolvimento de medidas curativas, validadas por quatro laboratórios internacionais contribui significativamente para o aumento da





credibilidade da cortiça. “71% dos consumidores norte-americanos preferem rolhas de cortiça natural” e com o investimento feito em I&D, o CEO da CORTICEIRA AMORIM pode dizer que “hoje, tecnicamente, não temos telhados de vidro”.

Os desafios futuros visam um forte investimento em I&D e design para reafirmar a cortiça como o vedante de eleição ainda que mais “user friendly”, e na construção e na decoração. O objectivo é o de multiplicar os exemplos como o da Igreja da Sagrada Família, em Barcelona, em cujo pavimento a cortiça foi utilizada para tornar mais acolhedor um espaço frio. ▣



Armando Sevinate Pinto, da Agrogos e ex-Ministro da Agricultura



António Rios Amorim, da Corticeira Amorim

[27 de Outubro de 2011](#)

[Uma parceria Boyden - AESE](#)

Liderança económica da China travada pela gestão dos Recursos Humanos

Estudo realizado pela Boyden, organização líder de Executive Search, aponta uma gestão eficaz de Recursos Humanos como o entrave final às potencialidades da China na economia global. "Multiculturalismo: Contributo da China para a economia global" foi o tema escolhido para a sessão, organizada no âmbito do Programa de Continuidade dos Alumni da AESE, a 27 de Setembro.

O estudo "The Boyden Report: China" faz uma análise aprofundada das modificações, desafios e perspectivas de futuro apresentadas pelo mercado chinês. Uma gestão mais eficaz de Recursos Humanos apresenta-se como o elemento fundamental para a China poder alcançar as potencialidades

oferecidas às suas empresas, cimentando um posicionamento de liderança no actual contexto económico.

Segundo Brian Renwick, Managing Director da Boyden China, "Apesar da crescente importância da China no plano internacional, os executivos chineses encontram-se ainda numa situação que os torna incapazes de exercer o controlo suficiente para dominar o cenário económico global. Para que tal de facto se torne realidade será necessária uma transformação interna nas organizações chinesas, directamente relacionada com a gestão do Talento e da Liderança. A capacidade da China alcançar o seu potencial na economia global depende inteiramente de uma lide-





rança estratégica de Recursos Humanos de máxima qualidade.”

A relação das empresas estrangeiras com o contexto chinês é explicada por Brian Renwick: “a China vai permanecer como o mais difícil desafio para qualquer empresa global mas está a dar origem a uma revolução na Gestão a nível global. A China vai desenvolver, em breve, um conjunto de executivos orientados para actuar a nível global. Mas as empresas ocidentais vão ter necessariamente de estabelecer ligações internacionais que sirvam de ponte com o oriente. Isto requer tempo, confiança e compromisso.”

Este estudo tem por base uma série de entrevistas a CEOs chineses, gestores ocidentais, responsáveis consulares e académicos. Para além de explicar importantes transformações no mercado, nas quais se incluem imperativos como a liderança

organizacional e os recursos humanos, o relatório aborda áreas de oportunidade para multinacionais, empresas chinesas e executivos chineses.

[“Cultura é a grande “muralha” da China”](#), in Jornal de Negócios online, 30-01-2011 ■



Brian Renwick, Managing Director da Boyden China

[Setembro de 2011](#)

[Claustro AESE](#)

Professor da AESE na Universidade de Cranfield desenvolve modelo de pricing de dívida obrigacionista

O [Professor Manuel Rodrigues](#) da AESE está a desenvolver e a testar uma extensão do modelo dos prémios Nobel Robert Merton e Myron Sholes para o Pricing do Risco de Crédito de Dívida Obrigacionista.

A capacidade explicativa do modelo desenvolvido chega aos 84% da variação do risco de crédito. Dada a grande instabilidade nos mercados de emissão de dívida obrigacionista é urgente o desenvolvimento de modelos de pricing de risco de crédito específico que possam confrontar o presente alargamento “excessivo” dos spreads de dívida obrigacionista.

Este projecto de investigação será apresentado no início de 2012 numa Conferência de Finanças. ▣



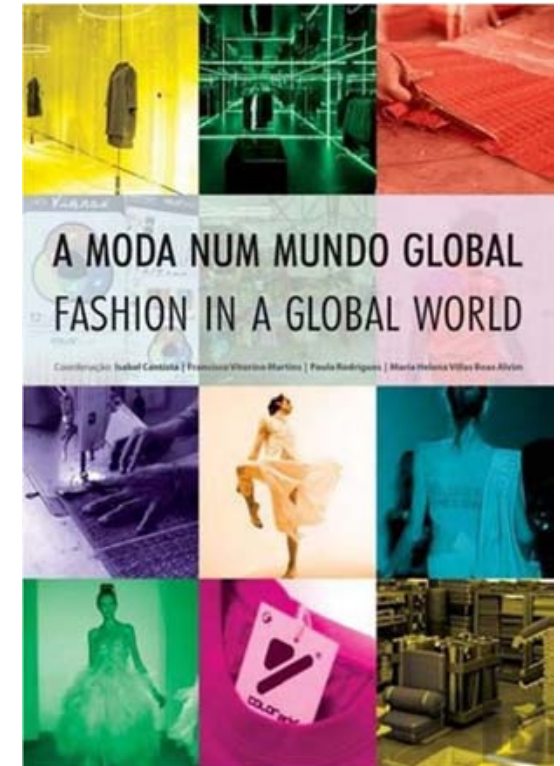
Prof. Manuel Rodrigues

InvestigaçãoProf.ª Isabel Cantista assina livro sobre

A Moda num mundo global

Sendo a moda um fenómeno global, este [livro](#) tem como objectivo ajudar à sua compreensão nas suas variadas vertentes, numa perspectiva internacional. O livro contém as reflexões de professores e investigadores de todo o mundo, e de várias áreas do saber. Numa abordagem pluridisciplinar e democrática, o livro dá voz a professores consagrados, mas também a jovens investigadores, procurando contribuir para ultrapassar as dificuldades que, muitas vezes, estes encontram ao tentar publicar os resultados do seu trabalho. A obra destina-se, em primeiro lugar, a gestores e profissionais do mundo da moda que pretendam aprofundar as raízes deste fenómeno e ter uma perspectiva actual do que se passa na indústria e no retalho, a nível global.

O livro é coordenado por Isabel Cantista, Francisco Vitorino Martins, Paula Rodrigues, Maria Helena Villas Boas Alvim e é composto por 15 artigos (dos quais 5 artigos em português, 2 em espanhol e 8 em inglês), escritos por 24 autores, nomeadamente: Ana Balda, Aleksandra Jatczak, Carlos Teixeira, Claire Watson, Cristina Queijeiro Almeida, David Backhouse M, Francisco Vitorino Martins, Helena Alves, Isabel Cantista, Jorge Latorre, Juliana Floriano, Laura Meraviglia, Luiz Salomão Ribas Gomez, Magali Olhats, Miguel Neiva, Milton Luiz Horn Vieira, Mónica Codina, Paula Rodrigues, Pierre Xiao Lu, Rogério Sousa, Rui A. L. Miguel, Saskia Westerduin, Viola Hofmann. ■



Edição:2011
Editor:VIDAECONÓMICA
ISBN:9789727884148

[Outubro de 2011](#)

[Capelania](#)

Mês do Rosário

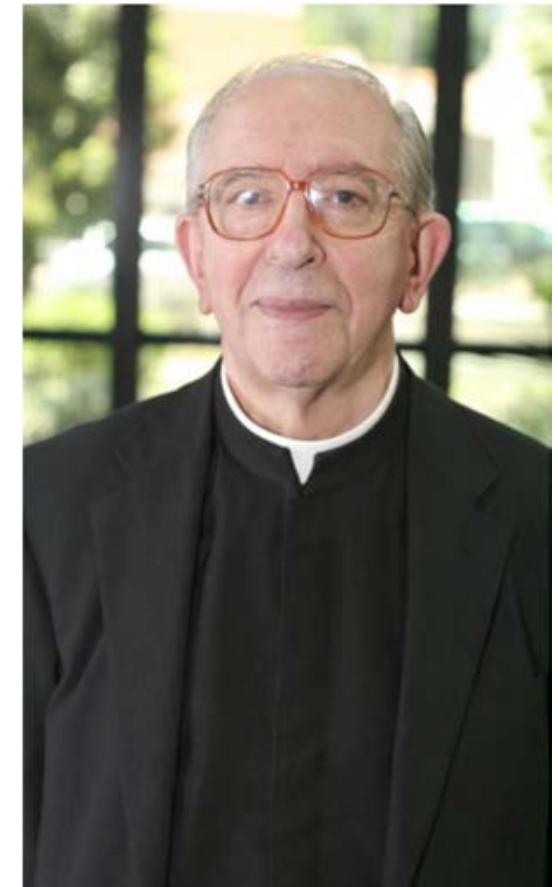
O Rosário assim se chama por uma razão de amor. Um filho não se cansa de beijar a sua mãe e um cristão não se cansa de agradecer a Nossa Senhora ter aceitado trazer ao mundo o próprio Deus humanado. É como se se lhe oferecesse uma rosa por cada Avé-Maria. O Rosário é a contemplação incessante desse momento extraordinário em que «o Verbo se fez carne», se fez Homem sem perder a divindade, e unindo-se a nós, comunicou-nos a sua própria Vida e a sua felicidade eterna.

Esta devoção antiquíssima foi-se «enriquecendo» através dos séculos com a consideração dos episódios mais expressivos da Redenção, desde a Anunciação à glorificação de Maria Santíssima, e tornou-se assim numa devoção tão simples, que até uma criança a

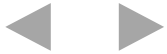
pode rezar e um teólogo meditar sem fim.

Cada um rezará o Rosário à sua maneira, conforme a sua sensibilidade. A ladainha de Loreto, a mais usada depois do Terço, evoca tantas facetas da grandeza de Maria, que cada um aí encontrará expressão do seu particular amor à Mãe de Deus. Talvez as que mais agradem a um empresário sejam aquelas em que se invoca a sua realeza, que é um modo clássico de falar de liderança.

Basta pensar no primeiro «mistério», o da Anunciação, para admirarmos a principal qualidade do chefe: a capacidade de resolver depressa e bem problemas imprevistos, pois os previsíveis se resolvem na rotina burocrática. Que problema mais imprevisto do



[Padre Hugo de Azevedo](#), Capelão da AESE



que a proposta que lhe faz o Anjo de ser Mãe de Deus? Perturbada na sua humildade pela extraordinária saudação angélica, vemos-la imediatamente serena quando compreende a proposta.

Logo vem a pergunta prática: - «Como será isso?» O Anjo esclarece-a. E Ela não hesita um segundo - «Faça-se!» -

Esta «brevidade imperial» é o cunho evidente de uma inteligência lúcida, de uma vontade firme, de um carácter indómito. Venham as dificuldades que vierem, Deus o quer; faça-se a Sua Vontade. Venha o que vier, assume a responsabilidade da sua decisão. O que lhe acontecerá a Ela, é indiferente. Não vive para si. Ela vive para servir a Deus e a humanidade. ■



AGENDA



Seminários



Seminário Racionalizar custos, repensando as operações

Lisboa, 11 de Outubro

[Saiba mais >](#)



Seminário Marketing as Strategy in Action

Lisboa, 18 de Novembro

[Saiba mais >](#)

Programa de Continuidade



Com o apoio da AESE Women
Leader's Forum

My Style

Lisboa, 17 de Outubro

[Saiba mais >](#)



Ciclo "O Sector Florestal e a
sua importância económica"

A Fileira da Pasta e Papel

Lisboa, 18 de Outubro

[Saiba mais >](#)



Agrupamento dos Alumni
AESE

2º Torneio de Golf

Lisboa, 22 de Outubro

[Saiba mais >](#)

BLOG



Partilhe connosco a sua opinião



André Vilares Morgado

É o conhecimento, estúpido!

“Não dou novidades a ninguém se disser que a esmagadora maioria das empresas portuguesas irá sofrer constrangimentos adicionais no curto-prazo devido à situação macro-económica que o país está a atravessar. O grau de incerteza em que vivemos irá colocar os nossos dirigentes à...”

[Leia mais e comente](#)

Publicado na Revista CEO da PwC, no 2º Semestre 2011 #02



Agostinho Abrunhosa

Different

“A autora do livro cujo título dá nome a este post, Youngme Moon, é directora do MBA de Harvard. Prestigiada e premiada professora de marketing, Youngme é autora de inúmeros casos de estudo e escreveu um livro diferente que alguém me recomendou...”

[Leia mais e comente](#)

Publicado no Blog AESE a 28 de Setembro de 2011

PASSAPORTE



Nuno Pereira de Lima (3º [Executive MBA AESE/IESE](#)), é actualmente Administrador da H-Tools®, um franchising pioneiro em Portugal, uma referência para pequenos reparos e serviços em casa.



Paulo Nunes (7º [Executive MBA AESE/IESE](#)), foi promovido a Head of Accounting & Controlling at Nokia Siemens Networks.



Panorama

Turquia restituirá os bens expropriados às minorias religiosas

O governo turco ordenou por decreto a restituição das propriedades confiscadas a instituições cristãs e judaicas nos anos 70 do século passado. Anunciou-o o próprio primeiro-ministro, o islamista Recep Tayyip Erdoğan, a 28 de Agosto na cidade de Istambul, onde depois assistiu a um jantar para o festejo do final do Ramadão juntamente com representantes das comunidades não muçulmanas. “Estamos conscientes” – disse Erdoğan – “das injustiças que sofreram vários grupos religiosos, por serem diferentes. Mas acabou o tempo em que um cida-

dão da Turquia podia ser oprimido pela sua religião, origem étnica ou maneira de viver”.

A expropriação começou em 1974, quando as fundações religiosas não muçulmanas tiveram de renovar o registo requerido por lei de 1936, que exigia a apresentação de uma declaração de bens. Com esse pretexto, o governo não lhes reconheceu o direito de adquirir propriedades imobiliárias, a não ser que isso estivesse contemplado no registo original, e apreendeu todos os que não figuravam nos inventários de 1936.

Nos últimos anos, a Turquia já devolveu bens confiscados, ou pagou compensações, devido a ter perdido diversos processos judiciais apresentados pelos prejudicados ao Tribunal Europeu de Direitos Humanos (TEDH). Um exemplo recente é um antigo orfanato de Istambul, que o patriarcado grego-ortodoxo recuperou, em Novembro passado, por ordem dos juízes de Estrasburgo. Além disso, a União Europeia tinha vindo a exigir à Turquia uma restituição geral para admitir o seu pedido de ingresso. Isto acabou por se concretizar finalmente.

»»



O decreto de devolução, que ainda deve ser confirmado pelo Parlamento, inclui tanto os bens enumerados como outros, por exemplo, os de mosteiros ou igrejas, que não o estão porque o Estado turco nunca reconheceu personalidade jurídica aos seus titulares. Também se restituirá às fundações não muçulmanas a gestão dos seus cemitérios, que tinha sido transferida para os municípios. Se alguma das propriedades que haviam sido confiscadas foi alienada, o Estado acordará de imediato, com o legítimo dono, uma compensação. As instituições espoliadas terão doze meses para apresentar as suas reclamações.

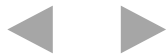
Os grego-ortodoxos, que foram os mais prejudicados, recuperarão

mil imóveis. Uma centena voltará às mãos dos cristãos arménios, ortodoxos ou protestantes, e outros a judeus ou a católicos de rito caldeu.

“Esta é uma medida inédita na história da República Turca”, comentou a propósito deste decreto, Kezban Hatemi, um jurista que se especializou nos direitos das diversas minorias, nas suas declarações ao jornal turco em língua inglesa “Today’s Zaman” (28 de Agosto de 2011). A partir de agora, acrescentou, “os nossos concidadãos que não são muçulmanos podem sentir-se iguais aos restantes cidadãos da Turquia”.

Também existem opiniões menos favoráveis, como a de Harut Sassounian no “The Armenian

Weekly” (30 de Agosto de 2011) . Este comentarista adverte que o decreto prevê devolver os bens ou o seu preço, mas não indemnizar as instituições religiosas pelas expropriações, algo que, pelo contrário, é imposto pelo TEDH. Por exemplo, na sentença sobre o orfanato grego-ortodoxo mencionado atrás, a Turquia foi condenada, além disso, a pagar ao patriarcado 26.000 euros por danos. Observando que vai continuar a perder os processos por confiscos, o governo turco pretende, com o decreto, que o inevitável lhe saia mais barato, diz Sassounian. Por isso, conclui, as fundações não deveriam retirar as suas queixas perante o Tribunal de Estrasburgo.



Panorama

Muçulmanos nos EUA depois do 11 de Setembro

Como se olha para os muçulmanos nascidos nos Estados Unidos? Como são eles realmente? Cumprindo-se agora o décimo aniversário do 11 de Setembro, comparamos dois inquéritos recentes sobre este grupo populacional. Muitos declaram-se patriotas; estão optimistas quanto ao futuro; mas pensam que sofrem uma maior discriminação do que outras confissões religiosas.

Pouco se sabe ainda sobre os muçulmanos nascidos nos EUA. O Pew Research Center estima rondarem os 2,75 milhões; ou seja, constituem quase 1% da população norte-americana.

Nascidos de pais muçulmanos estabelecidos nos EUA, são muito jovens. Desejam integrar-se com os seus concidadãos, mas sem abandonarem a sua identidade cultural e religiosa.

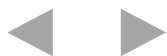
Em geral, estes muçulmanos têm uma posição social e económica confortável. Estão satisfeitos. “Integrados e felizes”, diz deles à Associated Press, Ibrahim Hooper, porta-voz do Council on American-Islamic Relations, um grupo de direitos civis de muçulmanos.

Tal não significa que a política anti-terrorista, provocada pelo 11 de Setembro, não os tenha afec-

tado. Num inquérito do Pew, 52% deles consideram estar marcados pelo governo como um grupo que convém vigiar. E 43% declararam terem sido perseguidos pela polícia no último ano.

Entre as formas de hostilidade sofridas (da polícia ou de cidadãos vulgares), 28% disseram terem sido tratados ou olhados com receio; 22% foram denunciados de modo ofensivo; 21% foram parados no aeroporto por serem muçulmanos, e 13% também receberam algum tipo de advertência da parte de autoridades. Quase 6% declararam terem sido ameaçados fisicamente ou atacados.





Quase metade dos muçulmanos norte-americanos inquiridos dizem que os líderes muçulmanos nos EUA deveriam condenar, com mais contundência, o extremismo islâmico, contra um terço dos que pensam que já fizeram bastante.

A Gallup publicou um relatório para conhecer melhor os muçulmanos norte-americanos, e tomar o pulso ao seu compromisso cívico e religioso.

Nas conclusões de dois inquéritos telefónicos a 2.482 adultos, 475 deles declararam-se muçulmanos. O número de entrevistados dos outros grupos foi escolhido em busca de uma representação que se parecesse com a da população religiosa do país, embora incluísse ateus e agnósticos.

O relatório destaca, como primeira conclusão, que a maioria dos muçulmanos dos EUA condena os métodos violentos. Concretamente, 78% afirmam que os ataques militares contra civis nunca se justificam, contra 21% que acham poderem, por vezes, justificar-se.

A rejeição da violência é mais contundente no caso das agressões terroristas. Aqui, a percentagem dos que a recusam em qualquer caso ascende a 89%.

Os muçulmanos norte-americanos são o grupo religioso que mais confia na imparcialidade do sistema eleitoral. Para os autores do relatório, talvez por confiarem em Obama. No início do mandato, comprometeu-se a reparar as relações com o mundo muçulmano.

Talvez o aspecto mais surpreendente do relatório seja o patriotismo dos muçulmanos norte-americanos. Dois terços deles declaram ter uma forte identificação com os Estados Unidos; uma percentagem muito similar à dos que afirmam o mesmo da sua religião.

Mas desde os atentados do 11 de Setembro, algumas coisas *made in USA* também perderam pontos perante os muçulmanos norte-americanos. Por exemplo, o FBI. E alargou-se a desconfiança para com a política externa dos EUA. De todos os grupos religiosos, é o que mais vezes qualifica de “erros” as guerras do Iraque e do Afeganistão.

J. M.



[Panorama](#)

Reprodução assistida, mais frustração que alegrias

As técnicas de reprodução assistida são como que a panaceia para as pessoas com dificuldades em ter um filho, sobretudo numa idade tardia. Mas os dados da Sociedad Española de Fertilidad mostram que as taxas de sucesso não justificam tanto optimismo.

A Espanha é o terceiro país em número de ciclos de técnicas de reprodução assistida (TRA) e possui uma das legislações menos restritivas, mas tem fama de falta de transparência. Após anos de desconfiança da parte dos seus homólogos continentais, os principais centros espanhóis especializados em técnicas de reprodução

assistida, tornaram públicos os seus resultados através da Sociedad Española de Fertilidad (SEF).

As percentagens de sucesso não são optimistas. Em 2009, eram 35%, em média, nas mulheres com 30 anos, diz a SEF. No melhor dos casos (mulher com bom prognóstico e menor de 30 anos, perfil de cliente minoritário), uma fecundação assistida pode ter sucesso de 56% no Instituto Dexeus de Barcelona, de 54,1% na clínica Ginevif de Madrid, ou de 47,2% no Hospital de la Fe de Valência.

Os centros mencionados são os que têm maior prestígio, mas há

muitos outros. A adesão ao documento da SEF é voluntária, só abrangendo 60% da actividade, a desenvolvida em Espanha por 203 centros, 165 privados e 38 públicos. O modo de lançar os dados na rede não facilita a busca deles para aceder à informação.

O Ministério da Saúde tem pendente a publicação de um registo oficial dos resultados da actividade neste âmbito, ao qual está obrigado pela Lei de Técnicas de Reprodução Humana Assistida de 2006, assim como de uma lista oficial dos centros autorizados de medicina reprodutiva, sem actualização desde 2004.

»»



Os resultados são pouco lisonjeiros se se tiver em conta que, embora a procura tenha aumentado nos últimos anos (25% entre 2002 e 2004), a idade das mulheres que recorrem a estas clínicas é cada vez mais elevada. Segundo Rosa Tur, do serviço médico reprodutivo do Instituto Dexeus, a média de idade das solicitantes deste centro situa-se hoje nos 37 anos.

A Segurança Social nem sequer inclui, na sua carteira de serviços, a fecundação *in vitro* (FIV) nas mulheres com mais de 40 anos, porque as baixas percentagens de sucesso não justificam os gastos. Segundo um estudo do Instituto Dexeus com mais de 2.000 mulheres de idade superior a 40 anos, a técnica tem os seus

limites. Entre os 40 e os 45 anos, em somente 35% das vezes se consegue a gravidez por fecundação *in vitro*, percentagem que diminui até aos 5%-8% no caso da inseminação artificial.

As pessoas não têm filhos, na maioria dos casos, não porque não possam tê-los, mas porque preferiram atrasá-los no tempo. Depois constata-se que o seu ciclo biológico chegou ao fim numa idade (40-45) na qual toda a gente tem problemas de fertilidade.

Um caso diferente é o das mulheres que fizeram uma ligação das trompas (15%) para evitar terem mais filhos, e que, mais tarde, por diversas circunstâncias, mudam de opinião. Neste caso, a percentagem de sucesso é mais

elevada (até 55%), segundo o parecer de especialistas do Departamento de Ginecologia e Obstetrícia da Clínica Universitária de Navarra, se, em vez da fecundação assistida, a paciente se submeter a um tratamento de reversão da ligação das trompas.

O desejo de ter filhos numa idade tardia provoca, com certa frequência, sequelas psicológicas nas pacientes. “Pode-se desenvolver um sentimento de culpa ou de raiva, porque às vezes chegam a nós como se fosse fácil conseguir a gravidez e não o é”, declarou ao “El País”, Rosa Tur.

Num estudo sueco “Human Reproduction”, 65% dos que abandonam um tratamento de reprodução assistida, sem conseguir a

»»



gravidez, fazem-no por cansaço psicológico, mais que por razões médicas ou económicas. A verdade é que a possibilidade tão procurada de ter um filho se converte em parte de um processo na maioria dos casos invasivo e árduo, especialmente na mulher.

A sensação de perder o controlo sobre a própria vida, de vir a sentir-se inútil por não poder conceber um filho, por estar nas mãos de terceiros, os médicos, deriva no que se vem a denominar “a síndrome de infertilidade”, uma experiência difícil de superar. O

problema, segundo alguns psicólogos, reside no facto de a sociedade não preparar para a infertilidade, mas mais para evitar a gravidez.

A. L.

Panorama



Wall Street: O dinheiro nunca morre

Realizador: Oliver Stone
 Actores: Michael Douglas;
 Shia LaBeouf
 Música: Craig Armstrong
 Duração: 133 min.
 Ano: 2010

nómica. Tudo começa com a libertação de um *guru* da Bolsa de Nova Iorque, Gordon Gekko, depois de 8 anos passados na prisão devido à prática de actos financeiros ilícitos. Durante o período da sua detenção escreve o livro “Greed is not good”, “A ganância não é boa”. Apresenta-se agora como um homem

arrependido, empenhado em conseguir construir um mundo mais justo e em reconquistar a filha que o via como um mau pai.

O noivo dessa rapariga, corretor de uma firma de investimento típica de Wall Street, vê a sua empresa entrar em crise, devido à queda de acções. Por entre os

»»



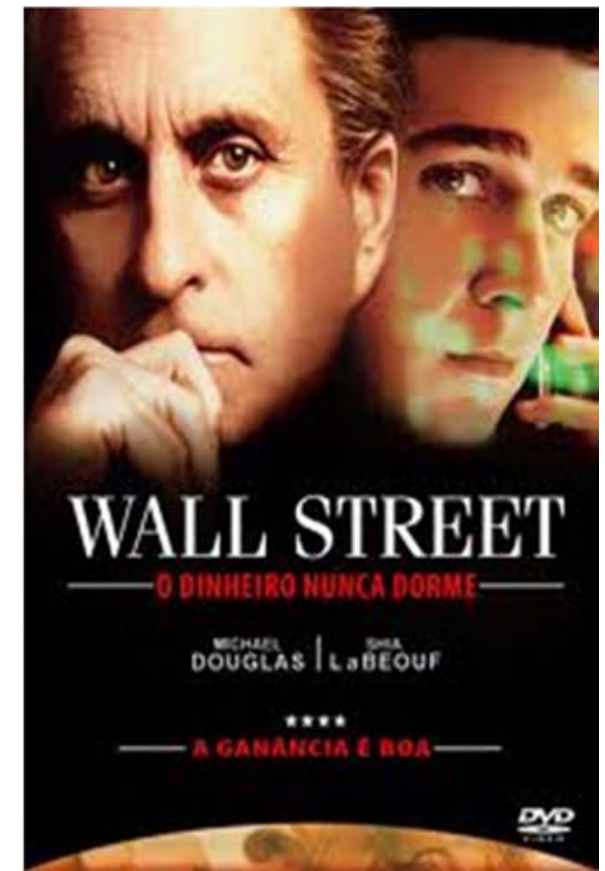
rumores e as jogadas de bastidores tudo se desmorona. O seu chefe suicida-se. O rapaz planeia então a vingança. Aceita trabalhar para a empresa causadora do colapso da sua firma, aconselhando-se com o *guru* recém-libertado, que via, assim, uma oportunidade de se aproximar da filha.

Quando tudo parece que conduz a um final feliz, eis que Gekko dá o “golpe” e monta a sua empresa, sacrificando novamente os interesses da filha e do futuro genro. Sacia a sua ganância e sede de vingança, reencontrando novamente a solidão e o vazio das aparências ilusórias tão bem encenadas num banquete de beneficência. O mundo da desconfiança. O *happy end* surge com

uma surpresa que vai fazer toda a diferença... é que o dinheiro não é mesmo tudo!

Tópicos de análise:

- 1 - É um erro repetir as mesmas acções falhadas, esperando obter outros resultados.
- 2 - A ganância é cega e conduz à tomada de decisões baseadas na razão de um só.
- 3 - A queda pode servir de aprendizagem e de recomeço de uma nova carreira.
- 4 - A realização pessoal vai mais além do êxito profissional.





Documentação

Twitter: Quando a tagarelice se converte em notícia

O terramoto do Japão e a fuga radioactiva de Fukushima, o resgate dos mineiros chilenos, o terramoto do Haiti e outros desastres internacionais de interesse mundial fizeram realçar o poder das redes sociais – o Twitter, em especial – como fontes de informação imediata.

Recentemente, a comunidade *on-line* Webnode publicou um infograma que comparava o número de *tweets* referentes à crise nuclear com o avanço da nuvem radioactiva.

A informação emitida a partir desta rede baseada no *micro-blogging* superava em urgência e em eficácia outros meios de comunicação tradicionais, como rádio ou televisão. Mas o fenómeno não é actual. Já em 2008 – parece-se muito com a velocidade a que avança a tecnologia -, dois anos depois de nascer o Twitter, Mike Wilson, um cidadão como outros, converteu-se num repórter escrevendo no seu *smartphone*, minutos depois de o Boeing 737-5000 do voo 1404 da Continental onde viajava, ter um acidente em Denver (Colorado): “Bolas, acabo de ter um acidente aéreo”.

Nesse mesmo ano, o terramoto da China e os ataques terroristas em Mumbai - com *tweets* lacónicos como “O Taj está em chamas” ou “é necessário sangue no JJ Hospital”, marcariam o Twitter como um importante instrumento para comunicar, inclusivamente como um serviço social, em situações de emergência.

E, em 2009, a melhor fotografia do acidente de um avião no rio Hudson foi feita por um *twitter* com o seu *iPhone*. Em segundos, o seu endereço foi usado por milhares de pessoas em todo o mundo.

»»



O Twitter, com os seus 140 caracteres idóneos para criar lemas de campanha, converteu-se também num instrumento político, utilizado tanto pelos candidatos em sistemas democráticos, como pelos dissidentes em sistemas ditatoriais onde a liberdade brilha pela sua ausência: foi a voz dos sem voz, o poder dos sem poder, como foi possível comprovar na revolução verde que ocorreu no Irão; em Cuba com o blogue www.desdecuba.com/generacióny e o *twitter* associado da sua autora, Yoani Sánchez; ou mais recentemente com as revoluções sociais do Norte de África. Um mês antes de se iniciarem as revoltas na Tunísia, e haver ecos nos meios de comunicação social, alguém advertiu num *tweet*: "quando não existe liberdade na

rua, os jovens procuram-na em plena rede".

155 milhões de *tweets* diários

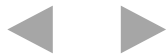
O Twitter fez cinco anos e triplicou os seus dados em relação ao ano passado: segundo relatórios da própria empresa, produz uma média de 155 milhões de novos *tweets* diários entre todos os seus utentes, contra os 50 milhões de mensagens diárias de 2010.

A rede do pássaro azul, cujo nome significa literalmente gorjeio, trino, tagarelice, encontra-se portanto em plena apoteose canora. A sua capacidade de comunicar e de gerar comunidade acabam por torná-la idónea como ferramenta para pôr ao corrente os restantes membros, do mesmo modo que

os pássaros criam vizinhança numa árvore e vão dando notícias das novidades.

Sergio M. Mahugo, jornalista, *twiter* e professor universitário, considera que o Twitter "é informação em estado puro. E o segredo do seu êxito, o facto da informação criar dependência. Ninguém em seu pleno juízo procuraria no Twitter reflexões profundas nem análises inteligentes, mas sim as primeiras impressões, os títulos informativos, as *breaking news*".

Inclusivamente, há quem considere que a limitação de espaço e a economia de caracteres, é um exercício interessante para a pessoa se transformar num melhor escritor, num melhor jornalista. »»



Mas poderá considerar-se realmente informação o que é publicado no Twitter? O facto de se tratar de um meio de comunicação editável por qualquer pessoa que tenha pelo menos um telemóvel e uma conta, a ausência muitas vezes de fontes fidedignas ou do seu rastreio informativo, permitem que se duvide seja um autêntico meio de comunicação.

Prova disso são os numerosos boatos que circulam pela rede. Recentemente, por exemplo, houve a notícia e o desmentido imediato da morte do jornalista espanhol Manuel Leguineche. Mas não é caso único. O Twitter “matou” a estrela das artes marciais, Jackie Chan e Zach Braff e Lindsay Lohan por causa de uma sobredosagem de drogas. Até

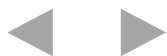
com Morgan Freeman, algo que foi publicado numa falsa reportagem atribuída à cadeia televisiva CNN, tendo dado a volta a meio mundo, e onde se relatava a morte do actor. Nem sempre estas “mortes” são produto da imaginação, da brincadeira ou da insensatez. Por vezes, escondem más intenções ou desejos de se converter num *trend topic* ou tema do momento.

Outro assunto que levantou recentemente borburinho foi a criação de *hashtags*, palavras-chave a partir de contas falsas, que dificultam muito conseguir descobrir quais são verdadeiramente os interesses da comunidade de utentes do Twitter. Ou também, a utilização de etiquetas que costumam aglutinar muitos

seguidores para fins auto-promocionais, como aconteceu recentemente com o cantor espanhol David Bisbal que escreveu sobre um concerto sob a etiqueta #prayforjapan, o que provocou a ira da comunidade.

Um radar para captar os assuntos candentes

O professor da Universidade de Navarra, José Luis Orihuela, dá a chave da definição e do uso do Twitter: “Para os meios de comunicação é uma excelente plataforma de difusão e partilha de conteúdos jornalísticos, é uma extraordinária ferramenta de monitorização de fontes e tendências e uma estupenda oficina em linha da escrita breve. Para a sociedade, o Twitter representa o pul- »»



sar da cultura, um meio de expressão muito simples e acessível e, sobretudo, um radar para captar os assuntos pendentes. O Twitter converteu-se no sistema nervoso das nossas sociedades, e tem de se aprender a utilizá-lo.”

Certamente, muitos meios de comunicação oferecem, além da sua conta Twitter, um acesso visível e permanentemente actualizado da mesma na sua página principal, sobretudo, quando se trata de dar uma informação imediata de assuntos candentes. Actuam como os teleimpressores, mas com informação própria que os enviados especiais ou correspondentes fornecem. Mas, além de se servirem da técnica para fazer jornalismo, também se abastecem na rede de *micro-*

-blogging como fonte de informação e, por vezes, sem fazer o rastreio suficiente.

Segundo um estudo da PR Newswire (a maior plataforma mundial de comunicados de imprensa), relativo aos profissionais da informação dos EUA e Canadá, mais de 50% dos jornalistas profissionais utilizam as buscas no Twitter como ferramenta de investigação para redigir as notícias. Esta tendência não demorará a alastrar a outros países.

Um em três jornalistas afirma ter citado algum *post* do Twitter dentro da notícia ou crónica que estava a realizar. E seis em dez jornalistas norte-americanos dão as boas-vindas às dicas provenientes dos meios sociais.

Problemas legais

A questão da publicação de *tweets* como notícias tem vindo a gerar problemas legais. Na Grã-Bretanha, uma trabalhadora cujos *tweets* de críticas ao governo foram reproduzidos pelo “The Independent on Sunday” e pelo “Daily Mail”, interpôs uma queixa judicial ao considerar que os jornais haviam violado a sua privacidade. A trabalhadora assegurava que tinha tido a pretensão de se dirigir unicamente aos 700 seguidores com que contava na aplicação aquando dos factos e que os seus *tweets* eram pessoais e não representativos do seu empregador, o Departamento de Transportes inglês.



A Press Complaints Commission (PCC), que vela pelo cumprimento do código de ética profissional nos meios de comunicação britânicos, afirmou que a mulher não tomara medidas para restringir a sua audiência no Twitter, pelo que podia ser lida por muitas pessoas e os seus *tweets* reenviados aos seus contactos por outros. Também pesou na decisão da PCC, a natureza e pertinência das informações jornalísticas com que foi citada pelos jornais, que reflectiam as suas críticas ao governo e as suas queixas e confissões como empregada do sistema público inglês.

Continuam a fazer falta jornalistas

Há alguns anos, Jeff Howwe, autor do livro “Crowdsourcing”,

acalmava os que defendem que este serviço vai acabar com os meios tradicionais de comunicação: “Imagine um acidente de comboio”, explicava. “Nas primeiras horas, o que quero é pessoal no terreno a cobrir o acontecimento; nisso, o Twitter é imbatível. Mas, passadas algumas horas, é preciso que haja pessoas que rastreiem os dados, que interroguem as autoridades... E isso deve ser feito por um profissional, não por uma pessoa qualquer de passagem por esse local”.

Há quem queira pôr um pouco de ordem no Twitter para que a informação seja digerível. Biz Stone, co-fundador da rede social Twitter – segundo informação em www.233grados.com –, quer criar uma rede de notícias que controle

a imensa quantidade de informação que se movimenta através desta rede social. Esta rede não teria necessariamente de pertencer ao Twitter, mas estaria relacionada com várias organizações informativas e poder-se-ia aceder a ela livremente.

“O Twitter pareceu ser sempre um fio de notícias provenientes de qualquer lugar do mundo”, disse Stone, acrescentando que o Twitter poderia ajudar assim as empresas informativas a tomar contacto com o público e conhecer quais são os conteúdos que a audiência quer.

Não parece que esta seja uma solução muito independente, pois suscita numerosas interrogações. Que organizações informativas

»»



acederiam ao controlo dessa informação? Como será possível que os meios de comunicação saibam quais são os conteúdos que a audiência pretende? Será finalidade de um meio de comunicação, dar à audiência o que ela deseja?

Provavelmente o interessante será que o Twitter continue a ser aquilo que é. E que os jornalistas utilizem a rede como um meio para difundirem as suas informações e como um lugar onde encontrar pistas, marcas e liga-

ções a seguir para se aproximarem da verdade dos factos com mentalidade crítica.

C. A. D.

Documentação



Cuida da tua imagem na Internet

As redes sociais tornaram-se a Wikipedia das pessoas, onde os próprios utentes colocam informação sobre si próprios e os seus conhecidos. Mas nem todos, nem pouco mais ou menos, a controlam e sabem administrar a sua imagem na Internet.

A maior actividade e participação dos jovens nas redes sociais tornou-os mais hábeis igualmente

no uso das ferramentas que têm à sua disposição para gerir os seus dados pessoais. Os mais jovens sentem-se confortáveis na altura de partilhar informação, porque sabem como controlar o processo. Por isso, são melhores administradores da sua própria imagem na rede.

Os jovens são melhores gestores da sua imagem nas redes sociais,

porque conhecem e gerem bem as opções de privacidade.

Que se conta sobre mim na Internet?

Cuidar da fama converteu-se numa nova preocupação dos utentes da Internet. Do que a rede conta a respeito de um utente pode depender aquilo que uma

»»



empresa, vizinho ou amigo pense dessa pessoa. Segundo as conclusões de um estudo levado a cabo pelo Pew Internet & American Life Project sobre a Gestão da Reputação na Internet (<http://pewinternet.org/Reports/2010/Reputation-Management.aspx>), os jovens especificam mais frequentemente o que querem partilhar e com quem querem partilhá-lo.

O estudo, centrado em “Como controlam as pessoas a sua identidade e como se informam sobre as dos outros através da rede”, conclui que aumentaram as acções relacionadas com a gestão da reputação. Os utentes que buscaram informação sobre si próprios através dos motores de busca aumentaram de 47% em

2006, para 57% actualmente. E o acompanhamento dos perfis de outras pessoas também se tornou em algo habitual.

As pessoas mais jovens incluídas no estudo (18-29 anos) são as mais activas na altura de gerir a sua reputação. Têm mais facilidade para dar os passos necessários que lhes permitam limitar a informação que existe sobre elas na rede. Além disso, estas pessoas utilizam em maior grau as opções de privacidade, eliminam com mais assiduidade comentários não desejados ou retiram o seu nome de fotografias naquelas que foram rotuladas por outros.

Os jovens não só dão mais atenção à gestão da sua imagem, como se fiam menos nos lugares

onde se aloja a sua informação. 28% dos jovens inquiridos responderam que nunca pensaram poder confiar totalmente nas redes sociais tipo Facebook, MySpace ou LinkedIn. Nos adultos, a percentagem é menor: 19% entre os utentes de 30-49 anos e 14% entre os de 50-64.

Motivos para serem cautelosos

Há razões para serem cautelosos, algumas de índole profissional. 44% dos adultos utentes da Internet fizeram buscas de informação sobre alguém cujos serviços pensam vir a contratar. Daí, haver cada vez mais empresas a estabelecer regras sobre como deve ser a presença na Internet dos seus empregados, passando de 22% em 2006, para 27% hoje. »»



Mas há motivos pessoais. 16% dos utentes da Internet procuraram saber mais sobre alguém com quem iniciaram ou mantiveram uma relação sentimental, quase o dobro que em 2006.

Os utentes de redes sociais adaptam-se ao complexo mundo da gestão da reputação. 65% dos adultos mudaram as opções de privacidade do seu perfil para limitar a informação a partilhar. 56% eliminaram algumas pessoas da lista de contactos, ou limitaram o acesso de alguns deles a certas actualizações. 36% excluíram comentários que outros escreveram no seu perfil e 30% eliminaram o seu nome de fotografias.

Muitos inquiridos consideram que partilhar alguma informação tem

vantagens. 40% admitiram ter recuperado o contacto com um amigo. 48% dos adultos, confessaram que conhecer pessoas hoje é mais fácil, por se poder solicitar muita informação pela rede. 12% dos adultos empregados admitem a necessidade de estar presentes na rede por motivos profissionais.

Alguns inquiridos dizem que quando desejam estar visíveis na Internet nem sempre o conseguem, dado o volume imenso de informação que a rede abarca. 63% dos utentes afirmam que quando procuraram informação própria, encontraram dados relevantes. Apenas 31% dizem que na primeira página de resultados da busca há algo seu, e 62% viram aí somente informação sobre outra pessoa de nome similar ou idêntico.

Deslizes na Rede

As histórias de contratempos relacionados com a reputação abundam na rede, como entre os famosos. Mas, entre os utentes da rede ainda são poucos, só 4%, os que tiveram más experiências causadas pela circulação na rede de informações não desejadas sobre si próprios. Tão-pouco são muitos, 8%, os que solicitaram a outra pessoa que eliminasse alguma informação sua, fosse texto, fotografia ou vídeo.

A preocupação pela informação existente na rede sobre a própria pessoa diminuiu desde 2006, quando 40% dos utentes estavam preocupados. Hoje estão-no 33%.

A. L.

**Partilhe com a AESE as suas
questões, Notícias e Passaporte
(elianalucas@aeese.pt)**

AESE Lisboa

Júlia Côrte-Real
Telemóvel (+351) 939 871 256
Telefone (+351) 217 221 530
Fax (+351) 217 221 550
j.cortereal@aeese.pt
Edifício Sede, Calçada
de Palma de Baixo, n.º 12
1600-177 Lisboa

AESE Porto

Carlos Fonseca
Telefone (+351) 226 108 025
Fax (+351) 226 108 026
carlos.fonseca@aeese.pt
Rua do Pinheiro Manso,
662-esc. 1.12
4100-411 Porto

Seminários

Filomena Gonçalves
Telemóvel (+351) 939 939 639
Telefone (+351) 217 221 530
seminarios@aeese.pt

Formulário de cancelamento:

Alumni

Abdel Gama
Telefone (+351) 217 221 530
abdelgama@aeese.pt

www.aeese.com.pt/cancelamento

Formulário de novas adesões:

www.aeese.com.pt/adesao