

## PANORAMA

### Atrair turismo dos BRIC

Onde estão hoje os turistas com dinheiro que viajam e vão ver o mundo? Naturalmente nos países que crescem depressa, como na China, Índia, Brasil, Rússia ou nos países com petróleo.

A vizinha Espanha descobriu um bom 'furo': na Índia, a população é ávida de filmes de Bollywood, que criam uma certa magia e desejo de visitar os locais onde as cenas tiveram lugar; as pessoas endinheiradas não se coíbem de ir ver os sítios onde os filmes foram rodados, sobretudo, quando são mesmo bons. Não é por acaso que no 1º Semestre de 2011, a Espanha tenha recebido 53.000 turistas indianos, um aumento de 35%, pelo facto de o filme "Zindagi Na Milegi Dobara", um grande sucesso de bilheteira, ter sido subsidiado para ser rodado em Espanha. Assim, locais como Cos-ta Brava, Sevilha, Pamplona, Barcelona e Valência, foram passagem obrigatória para aqueles turistas.

Pensava eu: porque não negociar com algum bom realizador indiano – há-os muitos e de grande valia, ainda que o nosso 'paroquialismo' teime em não os querer reconhecer; alimentamos o preconceito de que só o nosso é que vale! – para rodar algum dos seus próximos filmes em Lisboa, Sintra, Cascais, Fátima, Coimbra, etc. As perenes e comoventes histórias de amor, refundadas, de Romeu e Julieta, que tanto agradam aos indianos como a qualquer cidadão do mundo, facilmente se ajustam a enredos que poderiam passar-se entre nós. E os realizadores indianos dominam a arte de criar emoções fortes, também com a grandiosidade musical e coreográfica, como na conhecida cena final do "Quem quer ser milionário".

É bom saber que a indústria cinematográfica indiana produz cerca de 1.000 longas-metragens por ano, vistas por mais do dobro dos que veem os filmes de Hollywood, e com receitas de bilheteira também muito superiores.

O turismo interno indiano supera 400 milhões de pessoas, sendo parte importante delas, a curto prazo, potenciais turistas para os países europeus. Daqueles, visitam anualmente Goa cerca de 3 milhões, onde encontram um ambiente 'sossegado' que apreciam e associam ao ambiente português. Esta poderia ser uma forma de concentrar a aposta: fazer algo de muito espetacular em Goa, referente a Portugal, na época de grande afluência turística, (entre os meses de outubro a fevereiro),

repetindo-se eventualmente nas outras grandes cidades. Apenas a título de exemplo, uma exposição de pintura, com classe, sobre os descobrimentos, de autores portugueses, ou não; um fabuloso concerto, por uma orquestra portuguesa de muita qualidade, em Goa, Mumbai, Delhi, Bangalore... Poderiam passar-se bons documentários sobre Portugal em todos os cinemas (no início do filme) e televisões, em sintonia com os eventos a realizar.

No ano passado, cerca de 1.000 voos fretados seguiram de diversos pontos da Rússia para Goa. Embora não seja um turismo localmente apreciado, por muito ensimesmado e 'em russo', pode, no entanto, ser bom apreciador e consumidor do vinho do Porto, da Madeira,... Além de que, para os russos, viajar pode constituir uma 'rica' experiência de liberdade, facilitada pelas disponibilidades de gás e petróleo que vende à Europa.

Os chineses têm que ver o mundo, que acabaram de encher com quinquilharias. Se a marca Jaguar, do grupo Tata, vendeu muito à China, com resultados extremamente animadores, é natural que eles desejem ter um maior intercâmbio com o mundo que lhes estava vedado. Algo chamativo, deveria fazer-se, por exemplo, em Macau, que deixou recordações favoráveis nos chineses, e que depois tenha eco nas televisões e jornais das cidades com maior densidade de milionários, no resto da China.

O Brasil conhece Portugal; mas agora, há um novo estrato de cidadãos com disponibilidades que quer fazer o que os ricos fazem: ir à Europa e passar pelo maior número de cidades. Os operadores devem ter preparados circuitos com interesse, em Portugal (incluindo Fátima, Algarve, Coimbra, etc.), e também pelas Disneylândias europeias.

Os turistas clássicos virão por si; é preciso dar atenção aos que podem ser os novos turistas, à geração tecnológica e da Internet, e fazê-la apreciar o perfume do caruncho e o prestígio do antigo, do que não perece.

Eugénio Viassa Monteiro

Professor da AESE e Presidente da AAPI

Autor do livro

“O Despertar da Índia”

In “Agenda Setting”

## Com as redes sociais, aumenta a dose diária de ecrã entre os jovens

Poder-se-ia pensar que a explosão das redes sociais retiraria tempo a outras formas de lazer como os videojogos ou a televisão. Mas não é assim: simplesmente acrescentaram mais uma hora e meia de ecrã ao dia a dia do jovem espanhol. Entre as três tecnologias, já somam quatro horas e meia.

São dados do estudo “Menores y redes sociales”, 2011, feito pelos professores da Universidade de Navarra, Xavier Bringué e Charo Sádaba para o Foro Generaciones Interactivas da Fundación Telefónica. É uma continuação de “La Generación interactiva en España”, 2009 e de “Nacidos digitales: una generación frente a las pantallas”, 2009, destes autores.

Este novo estudo centra-se especialmente no auge das redes sociais (RS). O estudo baseia-se em inquéritos realizados a quase 13.000 alunos com idades entre 10 e 18 anos, em 78 escolas públicas e privadas. Os autores fizeram um inquérito *on line* com 31 perguntas para os mais novos e 126 para os mais velhos. 71% dos inquiridos têm um perfil nas RS, número que atinge os 85% no caso das raparigas de 17 anos.

A amostra dividiu-se em três blocos: não utentes das RS, utentes moderados (os que só têm um perfil) e utentes avançados (os que têm mais de um perfil). Cada grupo representava aproximadamente um terço daqueles que haviam sido então inquiridos.

O relatório constata uma estreita relação entre o maior uso das RS e o dos videojogos, o telemóvel ou a televisão. Ao colocar o acento nas RS, o estudo pretende simplesmente salientar a novidade desta tecnologia e relacioná-la com as novidades anteriores. Também constata que, sem serem as causadoras do problema, as redes sociais contribuíram para agravar a utilização excessiva da rede por parte de muitos dos jovens.

O computador converteu-se num elemento indispensável em qualquer lar: têm-no 97% dos inquiridos. É visível, além disso, uma clara relação entre dispor de maior tecnologia (*webcam*, disco rígido externo...) e um maior uso das RS.

O mesmo sucede com o telemóvel. No terceiro grupo antes mencionado, o dos utentes avançados, a partir dos 13 anos, 90% têm telemóvel e, em geral, quanto mais se usam as RS, maior é o gasto de telemóvel por pessoa. 36% dos jovens não apagam o telemóvel nem de noite, pois continuam a receber mensagens (aumentando com a idade e com o uso das

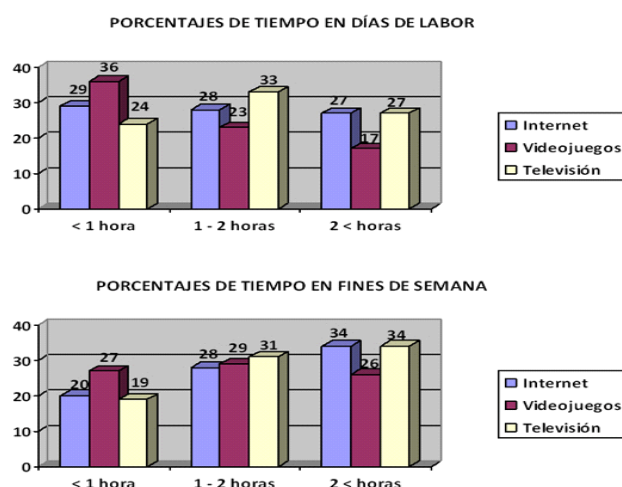
tecnologias). Por sexos, as raparigas são um pouco mais faladoras.

Os utentes avançados de RS acumulam mais consolas e mais televisores em casa. 32% dos inquiridos têm televisor no quarto de dormir, 38% entre os mais velhos. Somente 15% escolhem o programa que desejam ver antes de acenderem o televisor. Quanto ao controlo parental, só 43% dos inquiridos referem que “há programas que não me deixam ver”.

Concretamente, 40% dos pais permanecem à margem, 45% perguntam aos filhos por onde navegaram, 39% dão uma vista de olhos, 7% reveem o historial de páginas visitadas e 4% leem o correio dos filhos.

Será que deveriam ser mais vigilantes? 22% dos rapazes e 2% das raparigas confessam que veem conteúdos de adultos na Internet, percentagem que, no caso dos rapazes com maior uso das tecnologias, atinge os 40%. No entanto, os principais conflitos familiares têm a ver com o tempo excessivo de ligação (78%), ou por causa da hora da ligação (34%), enquanto que somente 14% se referem aos conteúdos.

Apresentamos, em seguida, dois quadros que foram publicados na “Acreprensa”, os quais mostram o tempo de utilização de Internet, videojogos e televisão por parte dos inquiridos, distinguindo entre dias úteis e fins de semana.

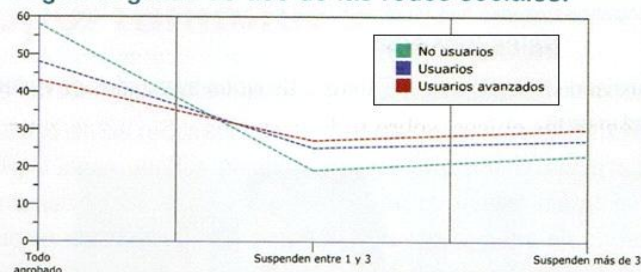


Em conjunto, o consumo médio de Internet é de 1h 30m, o que já constitui o mesmo tempo consumido em televisão e mais 15 minutos do que o gasto nas videoconsolas. O aparecimento das RS fez aumentar a navegação pela rede, sem diminuir o tempo empregue nas outras formas de lazer.

Que relação haverá entre o uso das tecnologias e os resultados académicos? Para 56% dos inquiridos, o computador ajuda-os a fazer as tarefas escolares. Também para os professores constitui uma ajuda a utilização de *software* didático e a melhoria na edição das suas notas e apresentações.

Mas, juntamente com isso, o excessivo consumo de tempo atribuído às tecnologias costuma levar a piores notas. Por exemplo, em face de 9% de não utentes das tecnologias que confessam não ler nada, há 13% de utentes avançados na mesma situação. Os alunos dizem que não lhes faz diminuir o tempo de estudo, mas o gráfico seguinte publicado na “Aceprensa” moscomo os resultados académicos baixam ligeiramente com o uso das tecnologias.

### Resultados académicos. Según el grado de uso de las redes sociales.



O estudo aborda outros problemas que se têm relacionado frequentemente com as novas tecnologias: a repercussão na falta de sociabilidade dos jovens; o tipo de conteúdos que consultam e que colocam na rede; as limitações para adquirir produtos e serviços ou para dar informações pessoais; o assédio a outros adolescentes pela rede (*ciber-bullying*); a facilidade para provocar uma dependência quase patológica; etc.

J. Z.

## Indomável

### True Grit

Realizador: Ethan e Joel Coen

Atores: Jeff Bridges, Matt Damon, Hailee Steinfeld

Música: Carter Burwell

Duração: 110 min.

Ano: 2010

Este filme realizado pelos irmãos Coen baseia-se num guião já levado ao cinema nos anos 60 e interpretado pelo mítico John Wayne. A história é linear, mas reveladora da força interior da natureza humana.

Uma rapariga de 14 anos quer vingar a morte do pai, assassinado por um antigo empregado. Quer condená-lo pelo que fizera e evitar que continue a destruir a vida dos outros.

Vai ter com o xerife, a autoridade do lugar. É um homem já velho sem capacidade para perseguir alguém. A jovem pede-lhe então que indique o nome de homens que estivessem dispostos a ajudá-la a apanhar o bandido. O xerife sugere três hipóteses, descrevendo cada um. Ela ouve, pensa e vai falar com o que considera mais capaz. Esse encontro corre mal, mas ela não desiste. Quer conhecê-lo melhor. Segue-o num dia em que ele vai a tribunal e fica a saber mais pormenores sobre as suas capacidades. Fala novamente com ele. Explica o que a move... ele aceita. Entretanto, junta-se-lhes outro justiceiro que perseguia o mesmo assassino e partem os três à aventura.

Os dias cavalgando em conjunto permitem conhecer-se melhor... No fim, atingem o objetivo, mas só pelo apoio que prestam uns aos outros. É que, de facto, tinham aprendido a contar com as qualidades e defeitos de todos. Havia unidade e uma motivação comum alicerçada na confiança que ambos conseguiram construir.

### Tópicos de análise:

1. A informação mais credível é a fornecida por pessoas de confiança.
2. As decisões tomadas e os resultados alcançados constroem a imagem pessoal.
3. Estabelecer um contacto pode custar, mas o esforço fortalece esse empenho.
4. A confiança requer tempo e gestos concretos gastos em favor do outro.

Paulo Miguel Martins

Professor da AESE

