



Carlota Rocha e Cunha
Psicóloga Jr.

Boletim da Temporada

A temporada que agora se encerra começou hesitante, com um certo desinvestimento, sem saber bem que mesa servir. Embora as condições não sejam as mais auspiciosas - o terreno cada vez mais seco de direitos, a vigilância a apertar o cerco antes mesmo da sementeira, o pessimismo a circular como rumor antes de chegar à colheita propriamente dita - e se relate uma tendência geral de quebra, o mês de junho brindou-nos com uma colheita generosa, irregular, deliciosamente tosca e com uma qualidade de sedição rara em produção desta escala. Foi, na humilde opinião de quem está sempre ligada, um grande exercício de criatividade e trabalho coletivo.

Não há aqui castas ou escolas a debater. Ora vejamos: a matéria prima é a mesma - produção de conteúdo imagético humorístico, feito em contas com nomes sem nexos, sem estética cuidada, sem marca, sem uma assinatura real visível - e a mesma ferramenta que foi desenhada para manter o cidadão de olhos baixos, inerte a olhar para o abismo, é

a que também decanta o mais puro sumo de pulsão de vida (a mesma faca que descasca também corta). O mesmo néctar, fermentado por gerações, e que se serve há séculos como fonte de força e ânimo, hoje embalado também em bytes, próprio para ocasiões festivas.

O que esta colheita demonstrou, no culminar desta semana que se encerra, é a certeza de que plantar fé ainda vale a pena, que o meio também é a massagem e que, bem vistas as coisas, esta cooperativa sempre trabalhou assim: primeiro a massagem, só depois as palavras; porque a massagem, já se sabe, dói menos do que a notícia em estado bruto, do que a realidade escancarada no recibo ao final do mês, do leite derramado no meio da cozinha e nós sem mapa para limpar. Talvez por isso se explique porque é que tantos preferiram degustar o pacote desta forma, preparada por mãos anónimas, com sal e umas graças, a evitar práticas cruéis que envolvem funis e gansos.

Há quem prefira pensar que esta geração só se sabe queixar sem sair do sofá, e que a indignação que queima, sem o

conforto da regulação do ar condicionado, é coisa para deixar para quando houver mais disposição. Que os meninos não se levantam do sofá para votar, que na verdade não se importam com política e só querem sentir os tiques e os toques à noite na cama, no único tempo livre que lhes resta depois de um dia de trabalho. É verdade que é mais fácil amaciar uma massa às escuras e amedron-

Mas a verdade, bem verdadeira, é que só diz que a política não interessa quem manda, meu bem.

tada, do que pôr ordem no bailão cheio de gente a perguntar “mas porquê?” e a reclamar “eu não concordo nada com isto!”. Dizem que as pessoas não se devem preocupar, que a preocupação causa rugas e cabelos brancos, e que não vale a pena pensar em coisas que não mandamos. Mas a verdade, bem verdadeira, é que só diz que a política não interessa

quem manda, meu bem. Quando se tiraram da mesa as ferramentas tradicionais - o sindicato fraco porque “Para quê sindicalizar? Eles não fazem nada por mim”, o emprego precário demais para arriscar um piquete, a praça pública toda vigiada por uns olhos familiares ou anónimos, ou a própria consciência de que no fim ninguém nos vai salvar senão nós próprios, ou ainda o medo mais pequeno e mais quotidiano, o de viver numa terra onde todos se conhecem e ninguém esquece quem disse o quê - não significa que se desista de cozinhar, mas sim que se aprendeu a cozinhar com o que se tem na dispensa. Esta gente ainda tem muito humor para alimentar um país inteiro - um mega, mega RIP ao prato que não chegou a nos ser servido. ■

carlotacunha@proton.me



Rodrigo Rodrigues
Empresário

Turismo rural, uma excelente alternativa

Do meu ponto de vista, a promoção do destino Açores sofre um impasse, que não é só de agora, mas sempre que alguém menos preparado se apodera dessa árdua missão.

O destino Açores é a única marca possível de se promover nos mercados estrangeiros, já no mercado nacional o caso será um pouco diferente. Os Açores começam a ter alguma notoriedade, que para já é bastante positiva, fruto da sua localização, natureza, cultura, por ser parte da Europa, não o sendo fisicamente, mas mantendo à distância, e ainda bem, as características de um destino de massas, que por questões climáticas nunca o será.

Promover os Açores por ilha, é para além de uma grande asneira, um desperdício de recursos, que julgo não abundarem nas nossas contas. Promover uma certa ilha isoladamente e como destino cultural, é para além do que já foi dito, um encaminhar de pequenos empresários ligados à indústria do turismo, para o cemitério da Nossa Senhora da Insol-

vência, fazendo lembrar um cortejo na rua da Sé, mas em sentido contrário, dos transeuntes que aguentam a noite das marchas até que o nascer do sol mostra o que a noite terá escondido.

Já promover os Açores como um todo, mas segmentando os diferentes mercados e trabalhando diferentes produtos para diferentes mercados, já se parece

Que os políticos que tudo sabem, abram os olhos para esta promoção específica.

mais com a teoria do marketing inteligente, claro. Por exemplo o Whale Watching é um produto consolidado nos Açores, sendo hoje os Açores reconhecidos como um dos principais pontos de observação de cetáceos no mundo. Esse facto é largamente mais conhecido lá fora do que o nome de qualquer uma das nossas ilhas “per si”.

Vou hoje destacar uma associação, as

“casas açorianas”, que acabam de festejar vinte e cinco anos de vida a promover os Açores, como um todo, e como um destino rural. Esta associação com cerca de cinquenta sócios tem uma presença “online” muito interessante, sendo o digital uma aposta forte na divulgação dos seus associados, mas essencialmente do destino Açores. Sem grandes orçamentos as “Casas Açorianas” vivem de apoios que o governo regional atribui para a promoção, e muito bem. Não deve um único euro a instituições financeiras, coisa rara nos dias que correm e tem um processo que auditoria e controlo de qualidade das suas casas associadas, garantido por uma empresa externa. Esta atitude, mais uma vez rara se não insólita nas nossas ilhas, dificulta eventualmente a captação de mais associados, mas garante seguramente ao cliente que nos procura a qualidade de uma prestação de serviço, que em minha opinião deveria ser generalizada, mas que infelizmente não acontece.

Sendo uma associação pequena, o seu fundador e líder até hoje, Gilberto

Vieira, merece o meu destaque, pois o verdadeiro voluntariado, mesmo sendo mal entendido, ainda é a melhor forma de estar e fazer pelas nossas ilhas. Que os políticos que tudo sabem, abram os olhos para esta promoção específica, para que não desapareça perdendo-se um segmento de mercado que realmente caracteriza os Açores como destino de natureza.

Os governantes açorianos sempre tiveram um fraquinho por mandar vir gente de fora para desempenhar certas funções na nossa administração regional, nada contra quando são competentes. No entanto nesta indústria que sigo por obrigação que a minha atividade impõe, e sem dizer nomes, alguém se recorda de algum que tenha nesta área tido sucesso e resolvido os nossos problemas? E onde estão passados alguns anitos, por vezes mesitos, com ordenados fáceis e chorudos? Será esta a melhor forma de retermos o nosso talento jovem entre portas? Não me parece. Assim se faça política séria. ■