

DESCENDÊNCIAS

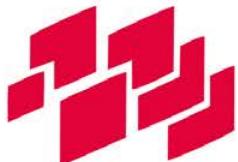
MAGAZINE



CONSULTORIA FISCAL E DE GESTÃO



Ao seu Lado
acompanhando
o seu negócio
quer seja desenvolvido
em nome pessoal ou
através de uma
sociedade de forma
personalizada



cisterdata
consulting

Business Adviser, Gabinete de Contabilidade
Processamento de Salários, apoio fiscal e ao estatuto RNH

Apoiamos a nossa atividade há já duas décadas
a partir das cidades de Lisboa, Paris, Marraquexe.



Lisboa, Paris, Marraquexe



+351 211 978 542



info@cisterdata.pt



www.cisterdata.pt

As áreas de suporte
e apoio à gestão
são ajustadas às suas
necessidades
potenciando o seu
negócio tendo
em conta a nossa
experiência
internacional.

p/06 e 07.

AILD dá a conhecer-se através da RDPI. Por José Governo, Diretor Executivo da AILD
Os Meios de comunicação social. Por Philippe Fernandes, Presidente da AILD

p/ 12.

Grande Entrevista
Luís Miguel Ribeiro, Presidente da Associação Empresarial de Portugal

p/ 30.

A importância da Estabilidade da Comunidade Portuguesa de Macau
Por Rita Santos, Presidente do Conselho Regional da Ásia e Oceânia do CCP

N E S T A E D I C Ā O

p/ 38.

Artes e Artistas Lusos, Augusto de Fraga
Por Terry Costa, Presidente/Diretor-Artístico, MiratecArts

p/ 52.

Ambiente. Conseguirá a gasolina sintética salvar os motores a combustão?
Por Vítor Afonso, Mestre em TIC

p/ 74.

Tributação autónoma
Por Philippe Fernandes, CEO Cisterdata

Obra de capa

Artista Plástico: João Timane

Dimensões: 49 x 33

Técnica: Acrílico sobre tela

Família

O pai, a mãe e o filho sorriem. Sei que não existiu nenhuma palavra mágica que inventou a sua alegria, apenas descobriram que para se estar em paz e ser-se feliz, é necessário saber estar com quem se quer. O pai, a mãe e o filho sorriem. E quando assim acontece são todas as famílias do Mundo que sorriem porque afinal o Mundo é uma família, um só corpo e cada família nuclear uma parte, um membro desta família global. Por isso uma família em África é igual a uma outra na Europa. Uma família do sul do Sudão sente o mesmo calor que uma outra, algures, na Califórnia. Quando uma família morre de fome na Etiópia há uma outra família que se emociona na Suiça. É preciso fazer sorrir todas as famílias do Mundo para que a felicidade não tenha fronteiras. Olho para os traços e cores que o pintor João Timane nos mostra e vejo um fim da tarde suave e uma família radiante, suponho que seja de Chipangara, Mafalala, Nicoadala, Namicopo, de um lugar qualquer de Moçambique. E não deixo de repetir: “É preciso fazer sorrir todas as famílias do Mundo para que a felicidade não tenha fronteiras”.

Marcelo Panguana, escritor
obrasdecapa@obrasdecapa.pt



F T

Diretora Fátima Magalhães | **Diretora Adjunta** Gilda Pereira | **Editores** Ana Sofia Oliveira, António Manuel Monteiro, Cristina Pas-sas, Diana Correia, Fatinha Pinheiro, Flávio Alves Martins, Gabriela Ruivo, João Costa, José Governo, Luciana Zettel, Mafalda Louren-ço, Marco Neves, Maria do Carmo Mendes, Marta Costa, Melissa da Silva, Nuno da Lima Luz, Paula Cristina Veiga, Philippe Fernandes, Sílvia Faria de Bastos, Sylvie das Dores Bayart, Vitor Afonso | **Revisão** JG Consulting | **Design Gráfico** Amostra de Letras | **Estatuto editorial** <https://descendencias.pt/estatuto-editorial/> | **Editor e Proprietário** Amostra de Letras Lda, NIF 515975591 | **Administração** Fátima Ma-galhães - 100% capital | **Periodicidade** Mensal | **Contactos** E: info@descendencias.pt W: descendencias.pt T: 309 921 350 | **Pu-blicidade** E: publicidade@descendencias.pt | **Anúncios** A Amos-tra de Letras Lda, não é responsável pelo conteúdo dos anúncios

nem pela exatidão das características e propriedades dos produtos e/ ou bens anunciados. A respetiva veracidade e conformidade com a realidade são da integral e exclusiva responsabilidade dos anunciantes e agências ou empresas publicitárias | **Direitos** Em virtude do disposto no artigo 68º nº2, i) e j), artigo 75º nº2, m) do Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos artigos 10º e 10º Bis da Conv. de Berna, são expressamente proibidas a reprodução, a distribuição, a comunicação pública ou colocação à disposição, da totalidade ou parte dos conteúdos desta publicação, com fins comerciais diretos ou indiretos, em qualquer suporte e por qualquer meio técnico, sem a autorização da Amostra de Letras Lda | **Sede Editor/Redação** Rua dos Almocreses, 44 4455-029 Lavra - Matosinhos | **Registo ERC** 127522 | **Edição** 29, maio 2023 - GRATUITA.

Editorial

Caros Leitores

João Timane e Marcelo Panguana abrem a edição deste mês com a *FAMÍLIA*, o berço do homem, o lugar onde se é amado por si mesmo, em que somos reconhecidos na nossa singularidade e unicidade. Contemple as duas Obras. A AILD esteve em destaque na RDPI num programa da jornalista Paula Machado. Se o perdeu não se preocupe, pode revê-lo [aqui](#). Temos assistido nos últimos anos ao desaparecimento de vários Meios de Comunicação das Comunidades Portuguesas um pouco por todo o mundo sem que as autoridades portuguesas se debrucem seriamente e de uma vez por todas sobre este problema. Tendo sido aprovado o projeto lei do PS para incluir a imprensa das comunidades nas suas campanhas de publicidade, no que à Descendências Magazine diz respeito ainda não vimos esse “fumo branco”. A Monchy Lacroix é hoje um grupo de empresas brasileiras em expansão liderada por um talentoso empreendedor português, Alexandre Pinheiro. E por falar em empresas a Grande Entrevista deste mês é com o Presidente da AEP Luís Miguel Ribeiro. Não pode perder! De Macau sopram novos ventos, e a “Solidão” de Olinda Beja enche-nos a alma. E com alma, Judite Luvumba deixa o seu depoimento na História Social de Angola. Com uma série a estrear este mês na Netflix, Augusto de Fraga é um talentoso e pre-

miado realizador, entrevistado pelo Terry Costa, na rubrica dedicada aos artistas. Conheça os dados mais recentes sobre a emigração portuguesa contemporânea, pelo OEM claro. Gabriela Ruivo relembrava-nos a influência no nosso linguajar quando as novelas brasileiras entraram pela primeira vez em casa dos Portugueses. Lembram-se do “O Casarão”? Filipa Pinto Coelho, Presidente do Joyeux Portugal luta todos os dias pela inclusão no trabalho dos jovens adultos, com dificuldades intelectuais e do desenvolvimento em Portugal. Que mulher esta! Conseguirá a gasolina sintética salvar os motores a combustão? Vítor Afonso dá-nos a resposta. Muitas crianças sofrem de Dermatite Atópica, sabe o que é e como tratar? A lente de maio foi entregue a Pedro Silva. Deslumbre-se! Continuamos a nossa viagem pelos açores e porque de ilhas estamos a visitar, lá fora fomos à descoberta de Sifnos e Sérifos. Marco Neves mostram-nos as armadilhas da comunicação por e-mail e já Pedro Febrero continua a desmontar os mitos à volta da Bitcoin. Tributação autónoma, sabe o que é e quando se aplica? Philippe Fernandes expert em fiscalidade explica-lhe tudo. Temos pois um mês de maio pela frente para desfrutar de leituras de excelência. Não se esqueçam de partilhar e comentar nas redes sociais. Vemo-nos em Junho.



Gilda Pereira
Diretora Adjunta

AILD

AILD dá a conhecer-se através da RDPI

No passado dia 30 de março de 2023, foi para o ar mais uma edição do programa “Câmara dos Representantes” – RDP internacional, conduzido pela jornalista Paula Machado, dando voz e destaque ao trabalho que tem sido desenvolvido pela AILD – Associação Internacional dos Lusodescendentes e dos seus projetos para o futuro.

Estiveram em direto e em representação da AILD, Philippe Fernandes, Presidente da direção e fundador; José Governo, Diretor Executivo e fundador; Gabriela Trindade, Diretora Geral do Conselho Cultural da delegação da AILD do Reino Unido, e Joaquim Magalhães Castro, Diretor Geral para o Mundo.

Paula Machado abriu o programa lançando o desafio a todos os intervenientes para definir “o que é ser lusodescendente”, tendo sido um exercício difícil, dada a sua dimensão, mas praticamente unâimes no essencial, que é possuir ascendência portuguesa, com ligação à língua e cultura portuguesa e que se estende aos territórios dos países de acolhimento, dando origem às inúmeras comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo. Philippe Fernandes começou por apresentar formalmente a AILD, como surgiu, a sua missão, visão, valores, objetivos e o seu espaço de intervenção, que é cada vez mais amplo e abrangente, dado o crescimento da sua estrutura de ação, mas também, e sobretudo, pela importância das Comunidades Portuguesas espalhadas pelo mundo.

Gabriela Trindade e Joaquim Magalhães Castro falaram da sua atividade ligada à língua e cultura portuguesa, enquanto escritores, mas também da sua ação enquanto membros de delegações da AILD fora de Portugal, e da sua interação com Portugal e AILD-mãe.

José Governo, de uma forma muito sintética, procurou listar e dar a conhecer os inúmeros projetos e desafios da AILD para este ano de 2023, alguns projetos novos, outros projetos de continuidade do ano anterior, como é o caso da exposição “Obras de Capa”, a ação “Obrigado e Boa Viagem”, ou ainda o concurso literário “As minhas férias em Portugal”.

Dada a quantidade de projetos, desafios e iniciativas e a existente falta de apoios, mas sobretudo, também, pelo fato da AILD realizar um enorme e contínuo trabalho de promoção de Portugal no mundo, da sua língua e cultura, inserindo-se em alguns dos eixos temáticos plurianuais previsto no Plano indicativo Anual da Ação Cultural Externa, José Governo lançou o desafio ao Governo, precisamente para que esta estrutura associativa merecidamente possa integrar a Planoificação da Ação Cultural Externa.

José Governo lamentou ainda a falta de apoio de que a AILD tem sido alvo por parte da anterior Secretaria de Estado das Comunidades Portuguesas, Dr.^a Berta Nunes, tendo demonstrado na sua ação, uma enorme falta de reconhecimento, valorização e sensibilidade pelo trabalho desenvolvido

pela AILD. No entanto, manifestou esperança que o atual Secretário de Estado das Comunidades Portuguesas, Dr. Paulo Cafofo, possa ter um olhar diferente e uma atitude que valorize, reconheça e apoie, uma estrutura que desde 2019 tem conseguido fazer “omeletes sem ovos”.

Philippe Fernandes e José Governo, deram ainda destaque aquilo que diferencia a AILD das demais estruturas associativas, destacando ser uma associação que está todos os dias a crescer, sempre aberta à integração de novos membros, agora reforçada pela criação das delegações da AILD pelos países onde existem comunidades portuguesas a residir, criando-se desta forma uma verdadeira rede viva de Portugal no mundo. Estas palavras foram naturalmente reforçadas pela Gabriela Trindade e Joaquim Magalhães Castro, que vivem a realidade da AILD através das delegações fora de Portugal, nomeadamente, Reino Unido e Ásia, respetivamente.

Finalmente, foi evidenciado uma das matrizes fundamentais da AILD naquela que é a sua ação e o seu “chão”, que se prende com a atitude de trabalhar em cooperação, articulação e colaboração, seja do âmbito público ou privado. E é precisamente por esse conhecimento e realidade, que levou Paula Machado a iniciar esta conversa da “Câmara dos Representantes”, com uma frase de Clarice Lispector “Quem caminha sozinho pode até chegar mais rápido, mas aquele que vai acompanhado, com certeza vai mais longe”.

Um dos pilares das democracias assenta no jornalismo, não é por acaso que regimes autoritários escolhem como suas principais prioridades, o controlo dos jornalistas e dos meios de comunicação.

Esta ação tem a dupla vantagem de dar um exemplo à restante sociedade, de como não devem desafiar/desobedecer às autoridades, pois sofrerão das mesmas consequências, e possibilita ao governo informar a sociedade, qual é a única verdade que é admissível expressar e que palavras, imagens ou símbolos podem ser usados. Os jornalistas perdendo a sua liberdade tornam-se funcionários políticos, que simplesmente se limitam a ecoar na sociedade uma cartilha pré-determinada do poder vigente.

As democracias estão sob constante pressão de forças que pretendem exercer um controlo sobre a sociedade em geral. Vemos sinais disso na aparente defesa do outro, nas sucessivas tentativas do uso ou não uso de certas palavras, censurando a expressão do indivíduo e chegando mesmo a impor a reescrita dos livros. Com esta tendência dificilmente conhceremos o passado, uma vez que a reescrita dos livros, poderá levar à ocultação da verdade histórica, à recriação do passado e à criação de um novo passado. Em última análise são tentativas de combater a liberdade de cada sob uma capa de boas intenções e de preocupação com o outro....

Nestes ambientes, o sentido crítico de um indivíduo é associado a intolerância.

| A I L D

Os Meios de comunicação social

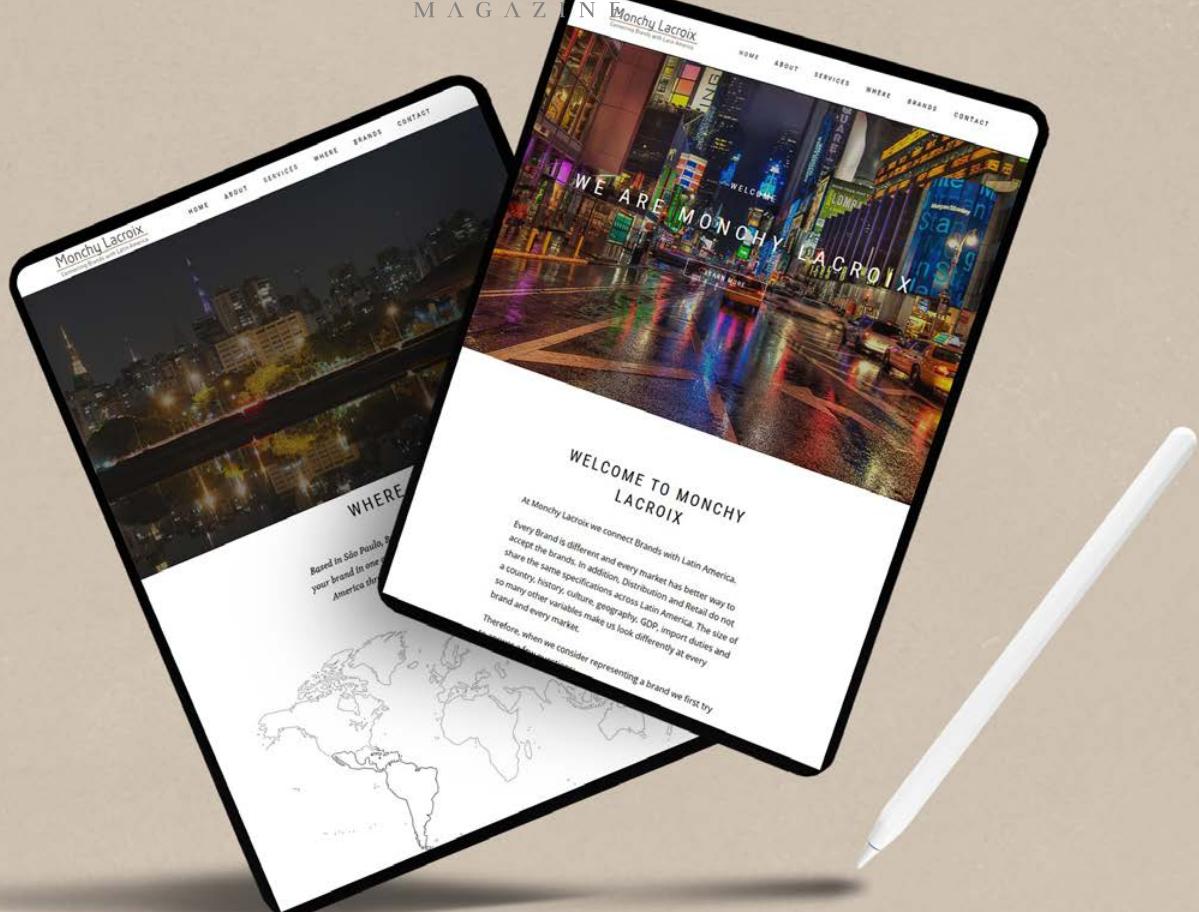
Quantos mais meios de comunicação independentes houver, mais possibilidade haverá de haver jornalistas livres, exercendo a sua profissão de forma plena e assegurando a vitalidade de uma democracia.

É de louvar o trabalho de muitos meios de comunicação social portugueses no estrangeiro, que permitem fortalecer os laços das comunidades portuguesas entre si e Portugal, permitindo que a maneira de ser português permaneça viva nessas comunidades, juntamente com a língua e a cultura portuguesa. Permite ainda e/ou incentiva a intervenção cívica dos portugueses nos países de acolhimento e também em Portugal.

Todos esperamos que o Estado cuide desses meios de comunicação, não para os controlar ou influen-

ciar, mas para que possam livremente desenvolver o seu trabalho, o que se tem tornado difícil pela perda de receita motivada pelas consequências da COVID e pelo aparecimento de plataformas difusoras de notícias de forma gratuita. Cada um de nós e também as empresas, devem agir de modo a manter vivas estes meios de comunicação, vitais, para uma comunidade livre e coesa, uns comprando as suas publicações, outros comprando publicidade, outros contribuindo com donativos, e outros colaborando, inclusive, gratuitamente na sua existência e manutenção. Este é o contributo que permitirá fortalecer a nossa comunidade, a nossa democracia e por último a nossa liberdade.

Esperamos que o leitor tome uma ação concreta para defender assim a sua liberdade e a dos seus.



| E M P R E S A A S S O C I A D A

Monchy Lacroix

Comecemos a nossa conversa por conhecer um pouco melhor a história/percurso da Monchy Lacroix e quais os valores que têm norteado a sua atividade?

A Monchy Lacroix nasceu em 2014 como uma empresa de consultoria e intermediação de negócios de produtos para a casa, como acessórios de cozinha e decoração. Com o de- correr dos anos a empresa tornou-se um grupo e atualmente atua também no segmento de importação de pro- dutos para a casa, restaurantes e serviços financeiros.

Os valores que temos são os da inovação e qualidade do serviço. Acreditamos que para fidelizar o cliente temos de lhe dar, pelo menos, duas boas razões.

Se tivermos o melhor serviço e estivermos constantemente a inovar, a probabilidade do cliente querer ouvir outras propostas diminui, pois não quererá trocar o certo pelo incerto, e é isso que as empresas do grupo têm dado aos clientes: certezas.

Como é que o Alexandre Pinheiro chega ao Brasil?

Cheguei em 2014 com uma ideia que queria por em prática e testar, depois de viver 4 anos em Inglaterra. A ideia era possi- bilitar aos grandes retalhistas o acesso a marcas de produtos domésticos de uma forma direta e não através de distribui- dores locais. A grande carga fiscal para produtos importa- dos sempre significou um preço de prateleira bastante alto no Brasil para produtos que na Europa e nos Estados Unidos não eram bens de luxo e que, por vezes, eram até banais na questão do preço. Obviamente era impossível mudar a ques- tão da tributação de produtos importados no Brasil, então a solução para dar acesso a esses produtos aos consumidores finais, através dos retalhistas, era colocá-los em contacto di- reto com as marcas. A estratégia deu tão certo que, hoje em dia, 9 anos depois, esse tipo de operação é comum no merca- do desde o grande retalhista até ao pequeno grupo de 2 ou 3 lojas. A concorrência cresceu muito, mas o mercado também e desde 2014 que todos os anos têm sido os melhores anos da



Alexandre Pinheiro, CEO Monchy Lacroix

© Raquel Scapinatti

empresa. Daí também a necessidade de investir em negócios diferentes. Se há coisa que se ouve no Brasil é que o Brasil é só para profissionais. O que é uma frase que se diz em tom de brincadeira acaba por ter muito a ver com o que é verdadeiramente o mercado brasileiro, pois com tantas grandes e pequenas crises as empresas têm de inovar e mudar o foco constantemente.

Por que decidiu emigrar para o Brasil?

Por uma questão de dimensão do mercado principalmente. Esse foi o motivo para emigrar, mas possivelmente não o motivo do sucesso até ao momento. Efetivamente o mercado brasileiro é enorme, mas o poder de compra para certos tipos de produtos pode tornar com que o mercado seja, por vezes, mais pequeno que o mercado para esse produto em Portugal. Daí a necessidade de adaptar o produto ou serviço ao mercado local e escolher por uma estratégia de *mass market* ou de nicho.

Como foi sua adaptação ao novo país e cultura?

Foi muito tranquila excetuando algumas coisas como a segurança e a complexidade fiscal. Focando na questão da

segurança, o Brasil, e principalmente São Paulo, é bem diferente do que são os países europeus. A falta de segurança não é uma questão como a que vemos nas novelas e que, por vezes, as pessoas pensam que é regra no Brasil, mas sim uma questão de segurança a nível dos pequenos furtos, o que faz com que as pessoas vivam numa bolha como dizia um amigo meu com quem trabalhei em Inglaterra. As pessoas vivem em prédios que na sua grande maioria têm porteiros e seguranças, sendo que saem da garagem do prédio já no seu carro e daí vão para o trabalho onde também têm uma garagem e segurança no prédio. Obviamente que este retrato é um exagero, mas há quem tenha essa rotina por receio e insegurança. Isso faz com que o custo de vida em São Paulo seja mais alto que o custo de vida em Portugal. Explico aos meus amigos brasileiros que em Portugal nascemos com 3 certezas: a certeza da segurança que nos faz andar com o telemóvel na mão ao andar pela rua, a certeza de um serviço de saúde público eficaz e a certeza de um ensino público gratuito, que eu corrijo para tendencialmente gratuito fruto dos meus anos de associativismo estudantil. No Brasil não há essas 3 certezas sem despender de muito dinheiro, o que torna o custo de vida alto.



© Raquel Scapinatti

Qual foi a maior dificuldade que enfrentou durante a sua emigração?

Parece graça, mas umas das dificuldades que tenho até hoje por ainda ter o sotaque português é a dificuldade que as pessoas me entendam. Nós portugueses somos consumidores assíduos de telenovelas e música brasileira, por exemplo, os brasileiros não consomem o produto das indústrias criativas portuguesas, salvo algumas raras exceções, logo não estão familiarizados com o sotaque português, confundindo-o por vezes até com o sotaque espanhol.

A Monchy Lacroix é uma empresa global no Brasil ou uma empresa brasileira global?

A Monchy Lacroix é um grupo de empresas Brasileiras que começou com um português nascido em França e como muitos filhos de pais portugueses atua globalmente, pois uma das empresas do grupo tem 100% das suas receitas vindas do exterior.

Importante salientar que algumas empresas do grupo têm agora participação de sócios brasileiros, então a mistura é grande e para mim significa que o grupo se adaptou muito

bem ao Brasil, que é só por si uma enorme mistura de nacionalidades e culturas dispares, mas que funcionam em harmonia. Que é aliás a melhor descrição que posso fazer do Brasil.

Como é a sua relação com outros emigrantes portugueses no Brasil?

Curiosamente essa relação só aconteceu nos últimos 3 anos, muito por culpa da AILD com quem tenho o prazer de colaborar aqui no Brasil e que tem sido algo de muito interessante. Interessante pelas sinergias que se têm proporcionado e pela troca cultural que me tem feito sentir um pouco mais próximo de Portugal estando tão longe.

O que diria a alguém que está a pensar em emigrar para o Brasil?

Que estude o país, que não venha com preconceitos nem com certezas. É um país gigante, diferente de Estado para Estado. O que é verdade aqui em São Paulo não é verdade no Rio ou na Bahia. Então há que entender o país como uma federação que é.



© Raquel Scapinatti

A AILD está a criar uma rede internacional de pessoas que se vão poder interligar e colaborar entre si. Como vê este projeto e quais as vossas expectativas?

Vejo como uma oportunidade fantástica de networking e colaboração não somente a nível empresarial, mas também nas outras vertentes em que a AILD está presente. Algo que eu acho muito positivo na AILD é que não é só para portugueses ou lusodescendentes, mas para quem gosta de Portugal e a palavra é mesmo essa, gostar. Então isso permite que empresas ou pessoas que estão ligadas à AILD já tenham algo em comum mesmo antes de se conhecerem, o que sem dúvida potencializa a possibilidade de uma relação de negócios, cultural, científica ou de ação social se potencialize.

A expectativa é que cresça e dê frutos. A associação está

apenas a começar no Brasil e há um sem fim de oportunidades para juntar todas essas pessoas que já têm algo em comum e que possivelmente ainda nem se conhecem.

Que palavras deixaria sobre a AILD aos empresários que irão ler esta entrevista relativamente a esta plataforma global?

Que usem e abusem da AILD no bom sentido das palavras. O objetivo da AILD é conectar e é isso que as empresas fazem todos os dias. Então a AILD pode ser uma ferramenta para potencializar essa conexão. E que empresa não quer mais clientes, que empresa não quer melhores fornecedores de tudo o que a empresa consome, que empresa não quer melhores recursos humanos? A conexão que a AILD traz de uma forma tão despretensiosa é uma lufada de ar fresco que tem de ser respirado.



João Vieira
Diretor Geral AILD - Negócios & Empresas



GRANDE ENTREVISTA

PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL

LUÍS MIGUEL RIBEIRO



Luís Miguel Ribeiro nasceu em Amarante, no Norte de Portugal. É Licenciado em Gestão Financeira e Fiscal com Mestrado em Gestão e Negócios. Iniciou a sua vida profissional em 1993, tendo ocupando diversos cargos na área de gestão financeira e desenvolvido atividade empresarial, em vários setores, com enfoque especial na gestão financeira e de recursos humanos. Foi também professor nas áreas de Economia e Gestão. Hoje, é o Presidente da AEP – Associação Empresarial de Portugal e Presidente da Fundação AEP, sendo também Vice-Presidente da Comissão Executiva da CIP – Confederação Empresarial de Portugal.



© Tiago Ribeiro

Deixando os ofícios e posições de lado, quem é Luís Miguel Ribeiro?

É um cidadão que, desde muito novo, se empenhou e esteve sempre disponível para participar na vida social e na vida de diversas associações, sejam elas de carácter desportivo, cultural, empresarial ou social. Sempre fui, e continuo a ser, um cidadão ativo, participativo, intervencioso e que considera que o país para se desenvolver precisa de instituições fortes, ativas, dinâmicas. Considero que hoje a en-

volveância e a participação das pessoas nestas instituições tem sido menos intensa do que aquilo que seria necessário para dar efetivos contributos ao nosso país. Aproveitando a oportunidade, gostava de sublinhar isto. Sublinhar a importância de participarmos na vida das instituições, de darmos o nosso contributo. O desenvolvimento de um país também se faz, em muito, por este contributo que se dá às instituições e à dinâmica social e pela participação cívica de cada um de nós, para além daquilo que é a nossa atividade profissional.





Para além da atividade como empresário, a atividade associativa empresarial também faz parte da sua vida há muito tempo. Sendo que, em termos associativos, foi Presidente da AEA – Associação Empresarial de Amarante (2008-2016), Fundador e Presidente do CETS – Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa (2012-2016). E desde 2018, é membro da Comissão Executiva do Concelho Regional do Norte da CCDR-N e Diretor do Instituto Empresarial do Tâmega. Podemos afirmar que esta veia associativa, que assume desde muito jovem, naturalmente, o “empurrou” para este grande projeto que lidera desde 2019?

Sim. Este grande projeto vem na sequência do conjunto de outras funções que fui tendo noutras instituições e associações empresariais. Tal como disse e muito bem, fui Presidente da Associação Empresarial de Amarante. Depois, fui promotor, cofundador e Presidente do Conselho Empresarial do Tâmega e Sousa. Em paralelo, fui copromotor, fundador e Diretor-Geral Executivo do Instituto Empresarial do Tâmega, uma incubadora de empresas que existe na região do Tâmega e Sousa e que ainda hoje tem uma grande dinâmica. Aliás, este foi o último projeto em que estive antes de me dedicar a tempo inteiro à AEP e à Fundação AEP. Em termos profissionais, iniciei a minha atividade numa pequena empresa dedicada à produção de pneus, onde fui assessor da Direção Financeira. Passado pouco tempo iniciei também o meu percurso no ensino. Fui sempre tendo várias atividades, mas sem deixar de estar presente em diversas associações desportivas, culturais, sociais e até em causas sociais. Essa parte associativa sempre muito presente na minha vida e espero que continue a estar para o futuro.

A Fundação AEP tem desenvolvido, nos últimos anos, um trabalho profundo junto das comunidades portuguesas. Neste âmbito desenvolveu-se o projeto Rede Global da Diáspora, “uma rede social colaborativa dirigida à diáspora portuguesa, que liga as empresas nacionais às comunidades portuguesas, presentes em 133 países”. Fale-nos um pouco mais sobre este projeto e que vantagens podem esperar empresas, organizações e indivíduos inscritos na Rede Global?

Diria que a “Rede Global da Diáspora” é um dos grandes projetos que espero que o país saiba aproveitar. Digo isto, não é por ser um projeto promovido pela Fundação AEP, mas porque é “o projeto” que o país precisa.

Nós temos cerca de 10 milhões de habitantes em Portugal e temos cerca de 5 milhões de portugueses espalhados pelo mundo. São 5 milhões em mais de 150 países. Falamos de portugueses que estão muito bem integrados nas comunidades e países onde vivem. Aliás, isso está muito no nosso ADN. Os portugueses têm essa facilidade de chegar, integrar e participar na vida da sociedade, da cidade e do país onde estão a viver. Esta característica faz dos portugueses pessoas “bem-vistas” nessas comunidades. E prova disso, é que hoje muitos deles têm responsabilidades e posições a nível da decisão e do poder político nos seus países de acolhimento. Além disso, temos também muitos portugueses com um grande sucesso empresarial lá fora. Esta realidade demonstra-nos que estes portugueses são um ativo importantíssimo para o país, que este não tem sabido valorizar. E este ativo pode, e deve, funcionar nos dois sentidos.

Nós temos uma base exportadora muito estreita, ou seja, uma pequeníssima percentagem das em-



© Tiago Ribeiro

presas é que exporta. Para alargarmos a base exportadora, podemos, e devemos, usar estes portugueses espalhados pelo mundo como embaixadores de Portugal e como facilitadores da entrada destas empresas mais pequenas nesses mercados. Para uma empresa grande internacionalizar-se e exportar é quase uma condição necessária. Essas empresas têm estruturas próprias, departamentos próprios para isso. Uma pequena empresa não tem. Uma pequena empresa vive muito de um conjunto de pessoas multidisciplinares, que têm que ter multifunções e que muitas vezes não têm as melhores condições. Apesar de terem um bom produto, um produto competitivo, inovador, com design, as empresas pequenas não têm a mesma capacidade de internacionalização das grandes empresas. E é, exatamente, aqui que esses portugueses espalhados pelo mundo podem ajudar. Eles podem por um lado alertar as pequenas empresas para as oportunidades de negócio, como podem também alertá-las para aquilo que são os riscos, para as questões de legislação, do funcionamento e da dinâmica própria daquele país. Ou seja, esses portugueses podem ser muito úteis. Eles po-

dem ser um importante aliado para as empresas mais pequenas, para as empresas com produtos muito ligados ao nosso território, à nossa marca, à nossa identidade. Eles podem ajudar a colocar esses produtos lá fora.

A “Rede Global da Diáspora” é assim um projeto fundamental para um país que tem que aumentar a sua base exportadora e aumentar as suas exportações. Desta forma, podemos permitir que empresas mais pequenas encontrem apoio e forma de colocarem os seus produtos lá fora, valorizando aquilo que são os nossos recursos endógenos, a identidade dos nossos produtos, as suas características, as qualidades e distinção dos nossos produtos.

Os portugueses espalhados pelo mundo são cada vez mais empreendedores, inovadores, dinâmicos e responsáveis no contexto das sociedades onde se inserem e exercem um papel fundamental no encorajamento à cooperação entre Portugal e os países de acolhimento. De que forma a Rede Global se afigura uma importante ferramenta na criação de negócio e investimento?



© Tiago Ribeiro

Hoje, a informação é uma ferramenta fundamental para se criarem as oportunidades. Por isso, esta plataforma é, sobretudo, um ponto de encontro em que os portugueses espalhados pelo mundo podem colocar questões, podem encontrar empresas disponíveis para fazer negócios e podem até encontrar representantes nesses países. Paralelamente, esta plataforma permite também, em sentido inverso, divulgar, promover e informar esses portugueses sobre oportunidades de investimento no nosso país.

Muitos portugueses que emigraram há vários anos, que têm grande sucesso lá fora em termos empresariais, estão disponíveis e interessados em investir no seu país. O único problema é que muitas das vezes não sabem como fazê-lo. Com esta plataforma podemos informá-los, ajudá-los nesse processo.

E neste contexto, não nos podemos esquecer de uma coisa muito importante: o país precisa hoje, mais do que nunca, de captar investimento. Se nós temos numa comunidade de portugueses essa possibilidade, não podemos deixar escapar esta oportunidade.

No final de 2022, notícias davam conta que “emigrantes investiram 110 milhões de euros em 118 projetos em Portugal”. De que forma Portugal tem procurado potenciar e estimular este investimento empreendedor e empresarial dos emigrantes no país?

Portugal começa a dar passos nesse sentido. Criou o Programa Nacional de Apoio ao Investidor da Diáspora (PNAID), tem feito os Encontros dos Investidores da Diáspora, mas isto tem que ser um trabalho contínuo, um trabalho continuado, de proximidade. É preciso ir ter com as comunidades, é preciso ir ter com os emigrantes, dizer que Portugal tem hoje oportunidades de investimento, condições de aplicarem o seu dinheiro. E, por via desses portugueses, quem sabe trazer outros parceiros desses países a investir no nosso território. Para além de podermos, por esta via, captar investimento podemos também resolver outra questão fundamental para o nosso país: o decréscimo demográfico. Os últimos Censos mostram que há uma queda demográfica no país, como não acontecia desde a década de 60/70.



© Tiago Ribeiro

Neste momento, Portugal tem dois grandes desafios. Por um lado, fixar os portugueses e evitar que eles emigrem, demonstrando que têm oportunidades cá e criando condições para os fixar. Por outro lado, temos que ter alguma imigração, que compense a falta de mão-de-obra. Criando condições para que eles invistam cá e se fixem cá, estamos também a criar condições para trazer de volta as pessoas que emigraram. Mas com uma grande vantagem: como já andaram pelo mundo, regressam com mais bagagem, visão e experiência.

Que outras iniciativas estão a ser desenvolvidas no sentido de criar uma plataforma que une os portugueses em todo o mundo e permita a realização de negócios em português?

Nós temos feito várias ações de ativação, que consiste em ir junto das comunidades de emigrantes, fazer ações de promoção, divulgação, sensibilização e, sobretudo, informação. Temos também sensibilizado a participar connosco nestas iniciativas entidades do sistema científico-tecnológico, que estão mais focadas em se promover lá fora. Simultaneamente, temos desenvolvido ações com Câmaras



© Tiago Ribeiro

Municipais e que envolvam regiões, para que possamos também promover lá fora o que hoje se faz no nosso país. Portugal sempre fiz de forma tradicional coisas muito bem-feitas, com muita qualidade. Acho que hoje temos outra vantagem: conseguimos incorporar inovação e design nesses produtos tradicionais, o que os torna distintos a uma escala global. Portugal nunca se afirmará por produtos concorrenenciais a nível de preço. Portugal tem de se afirmar por produtos concorrenenciais pela distinção, pela originalidade, pela origem da produção. Temos que comunicar que em Portugal temos preocupações ambientais, preocupações sociais, que cumprimos com todas essas regras, que os nossos produtos não são feitos em locais em que as pessoas não são respeitadas, onde o meio ambiente não é respeitado. Muito pelo contrário.

Acho que todas estas ações que estamos a fazer, quer a nível nacional, quer a nível internacional vão continuar a ser uma prática a desenvolver. Vamos continuar a dinamizar, cada vez mais, a plataforma “Rede Global da Diáspora” como forma de chegar mais longe, de ligar os portugueses espalhados pelo mundo, de criar um espaço comum de in-

teração entre portugueses, entre empresários, entre pessoas da cultura, entre pessoas de diversos interesses.

Curiosamente, o fomento de laços empresariais com as diferentes comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo também é um dos principais objetivos da Associação Internacional dos Lusodescendentes, que conta já com delegações em França, Reino Unido e Brasil. Na sua opinião, de que forma o trabalho desenvolvido por entidades e associações, como é exemplo a Associação Internacional dos Lusodescendentes, que tem contacto privilegiado com um público abrangente, nomeadamente com as comunidades portuguesas, se reveste de extrema importância na internacionalização empresarial?

Este é um trabalho que tem de ser construído com diferentes stakeholders, desenvolvido com diferentes parcerias, envolver diferentes instituições, algumas delas que já têm alguma base feita, como no caso da AILD, onde já há laços, relações, há um trabalho desenvolvido que tem que ser aproveitado e potenciado. É deste tra-



© Tiago Ribeiro

lho conjunto, com foco em diferentes segmentos e diferentes formas de abordagem da nossa diáspora, que podemos construir de uma solução e uma estratégia. Este é um trabalho que nunca terá resultados bons se não for realizado nessa perspetiva da cooperação, do trabalho em conjunto, da participação de diferentes entidades. É preciso criar um projeto agregador e que mobilize o país no sentido de valorizar aqueles que na altura não tiveram oportunidades no nosso país e que, por isso, tiveram de procurar oportunidades noutro lugar. Daqueles que durante muitos anos, apesar de viverem e ganharem o seu dinheiro nos países para onde emigraram, tiveram sempre a preocupação de investir no nosso país.

Para este triénio assumiu como objetivo a construção de “um novo ciclo de afirmação e crescimento”, norteado por linhas de ação que garantam não apenas a sustentabilidade do projeto associativo, mas que reforcem a capacidade de intervenção da AEP. Por onde passará esta estratégia de afirmação e crescimento?

A Fundação AEP tem um papel focado ao nível da responsabilidade social, ao nível da sustentabilidade, do apoio desta relação com as comunidades portuguesas, ao nível da promoção do empreendedorismo sénior e ao nível também da promoção de projetos de networking empresarial. Este é o papel que a Fundação AEP e o Grupo AEP quer ter



© Tiago Ribeiro

e vai desempenhar durante os próximos anos. Além disso, a AEP vai estar sempre focada no apoio direto às empresas, no apoio à sua atividade diária, à criação de serviços de valor acrescentado, no apoio à realização de missões empresariais, de ações de participação em feiras internacionais, e no aumento das exportações. Continuará também a realizar aquilo que chamamos ações inversas, ou seja, trazer empresários de outras partes do mundo a conhecer o nosso país, ajudá-los a perceber como Portugal é, como Portugal funciona.

Depois, continuaremos também todo o trabalho que fazemos diariamente na área da competitividade, da qualificação profissional, na área dos serviços que prestamos de apoio aos associados. É esse o papel da AEP, enquanto Câmara do Comércio e Indústria.

Aquando da sua tomada de posse para o triénio 2020-2022 afirmou que o mandato iria “exigir um esforço redobrado da AEP na defesa das empresas”. Dito isto, quais os principais desafios que se esperam para as empresas portuguesas nos próximos anos?

Durante esse período, 2020-2022, as empresas portuguesas foram desafiadas. Aliás, todos nós passamos por um período para o qual ninguém estava preparado e esperamos tão cedo não voltar a viver outra situação dessas.

Esse período demonstrou claramente duas coisas. Por um lado, que ao nível da qualificação dos recursos humanos é preciso trabalharmos muito as soft skills, ou seja, a capacidade das pessoas se adaptarem a realidades diferentes, a desafios diferentes, a contextos diferentes. Mas também a necessidade de trabalharmos a resiliência das pessoas para



© Tiago Ribeiro

que, em períodos desafiantes como estes que vivemos, conseguiam manter o equilíbrio, a chamada inteligência emocional, para continuarem a pôr as suas capacidades, as suas skills, ao serviço das empresas e da atividade que desenvolvem.

Por outro lado, trouxe também desafios acrescidos para as empresas no que diz respeito à sua capacidade de aguentar o impacto de uma redução brutal da atividade, e de se reinventar, reestruturar, reorganizar e encontrar novas formas de comercializarem, produzirem e manterem a sua atividade viva, dinâmica e com resultados positivos.

Veio também demonstrar que as empresas têm que ser cada vez mais flexíveis, mais ágeis, para se adaptarem às mudanças que diariamente nos vão sendo colocadas pela frente.

Após a pandemia, e quando parecia que íamos entrar num período normal, surge uma guerra que vem alterar completamente as condições que as empresas tinham no fornecimento de energia, no fornecimento de matérias-primas, nos custos de transporte e logística e até na forma como hoje se fazem os negócios em vários setores.

Mas atenção, porque isto vai continuar a mudar. Por isso, diria que hoje, às empresas é exigida uma grande capacidade e esforço de adaptação e de resposta às mudanças que diariamente vamos assistindo. Isto implica que tenhamos de ter recursos humanos adequados. As equipas têm de estar preparadas para esta constante mudança que estamos a viver, as constantes mudanças que aí vêm e que são inevitáveis.



© Tiago Ribeiro

A escalada da inflação está a produzir um choque sobre as empresas - com o aumento dos custos de produção - e sobre as famílias, com a perda de poder de compra. Para além dos impactos da inflação interna, penalizando a competitividade das empresas e o poder de compra das famílias, o aumento da inflação europeia comporta grandes riscos para Portugal. O que podemos esperar, ou melhor, o que podemos temer nos próximos tempos?

As famílias e, por consequência, as empresas, vão ter um impacto forte naquilo que é a forma como estamos organizados e naquilo que são os compromissos que tínhamos. Os preços vão continuar a aumentar, aumentaram muito os custos com os encargos financeiros que as empresas e as famílias têm, sendo que, em contrapartida, os rendimentos das empresas e das famílias não aumentaram. Isto significa que vai haver uma contração ao nível do consumo.

Num país em que cerca de 64% do PIB é consumo privado,

significa que temos aqui um grande desafio. Vamos ter um impacto significativo na maior componente do PIB, porque não é possível que, com o nível de rendimentos que temos, não exista uma contração da procura. Esta realidade vem, uma vez mais, demonstrar a importância da aposta nas exportações e na captação de investimento. No entanto, não nos podemos também esquecer que no PIB nacional há sinal negativo nas importações, ou seja, temos que criar condições para diminuir as nossas importações. Isso consegue-se, sobretudo, por duas vias. Por um lado, com uma aposta clara e forte na reindustrialização do país e na produção nacional. Temos que apostar, cada vez mais, na produção nacional e potenciar os nossos produtos. Temos que produzir cada vez mais no nosso país e reduzir a dependência que temos de outros mercados e de outros continentes. Por outro lado, temos que colocar, cada vez mais, em prática a economia circular, ou seja, a reutilização.

Como descreve o atual momento para as empresas portuguesas? É um momento tão desafiante e complexo como aquele que vivemos com a pandemia?

Este momento é tão complexo como o que vivemos com a pandemia. Claro que com outras características e já com novos desafios. Por isso, temos que criar condições para cada vez mais valorizarmos o que produzimos no nosso território, valorizarmos as características e recursos que o nosso território tem e produz, valorizarmos a nossa capacidade de atrair pessoas, atrair investimento. Todos os nossos pontos fortes têm de ser acompanhados de políticas públicas que tragam estabilidade e previsibilidade para que os investidores queiram apostar no nosso país.

Perante esta realidade, torna-se ainda mais urgente disponibilizar os recursos financeiros dos Quadros Comunitários às empresas?

Mais do que urgente é uma obrigação de quem governa.

Recentemente, criticou o atraso do Governo na aprovação do pacote de medidas de combate à inflação direcionado às empresas – e a prioridade dada às famílias –, sublinhando que essa demora fez o país perder encomendas, capacidade produtiva, empregos e competitividade face aos concorrentes externos. Efetivamente, o que se perdeu com essa demora?

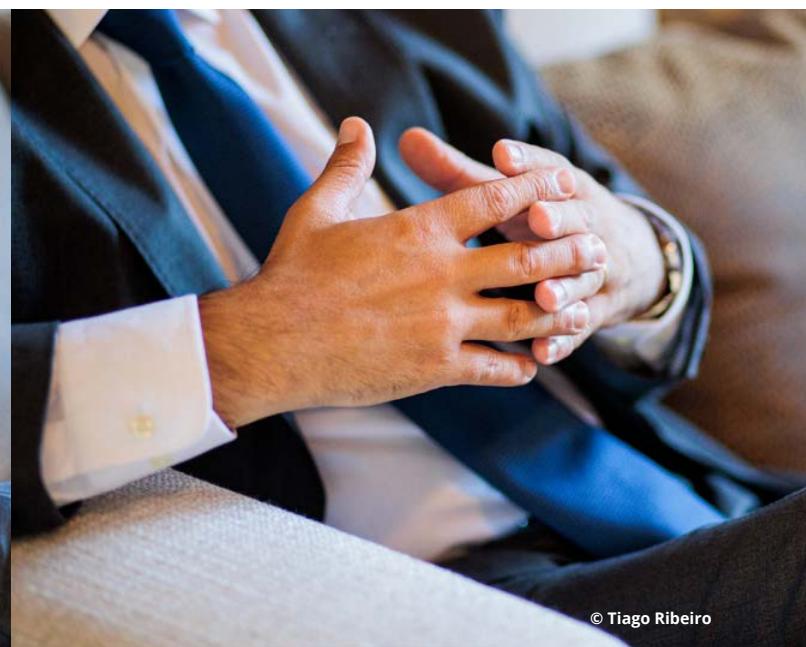
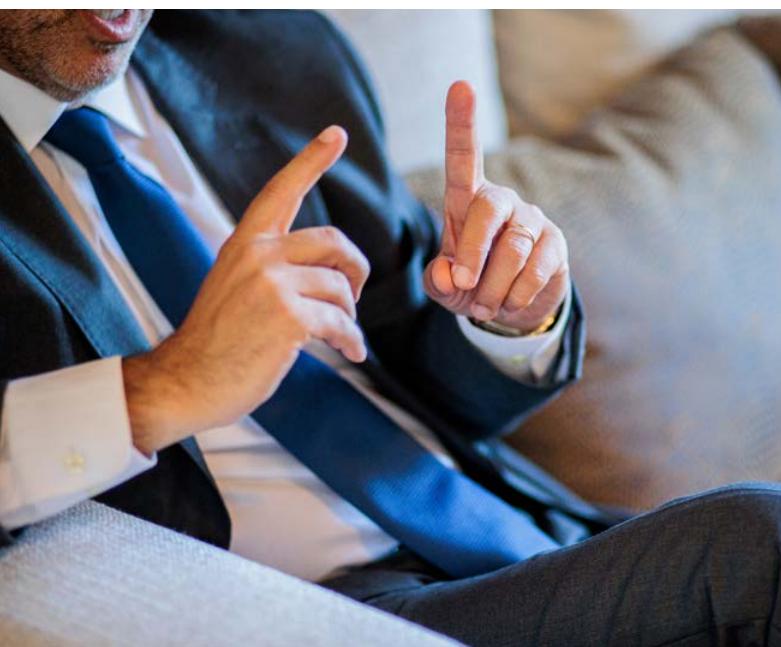
Está-se a exigir às empresas esforços acrescidos que podiam ser minimizados com estes apoios comunitários. Portugal nunca teve um volume de apoios comunitários como tem neste momento. Com o Portugal2020, com o PRR, com o Portugal2030, que ainda mal arrancou, nós temos um volume de financiamento que, se estivesse já a ser aplicado,

permitia às empresas estar a investir na modernização, na melhoria da sua capacidade produtiva, na melhoria da sua capacidade de comercialização, naquilo que é a necessidade de investir na qualificação dos recursos humanos.

Precisamos também que a utilização dos Fundos Comunitários tenha presente uma coisa: o país tem de produzir riqueza para crescer. Portugal tem crescido nas últimas duas décadas cerca de metade da média da União Europeia. As previsões para os próximos anos não são muito diferentes. Nós temos que saber utilizar os recursos dos Fundos Comunitários que temos disponíveis para que eles cheguem às empresas. Os melhores apoios sociais e a melhor forma de apoiar a nossa sociedade é termos empresas a criar riqueza, a criar postos de trabalho, a pagar salários dignos, para que a partir daí possa ter as outras condições para os apoios sociais e subvenções que tem que fazer chegar a famílias mais carenciadas. Não podemos continuar a cair e persistir no erro de pensar em distribuir, sem primeiro pensar em criar riqueza. Um país que não tem um setor privado dinâmico, capaz de criar riqueza, é um país com o futuro hipotecado.

No início de março, quando notícias davam conta que “1.505 milhões de euros foram pagos aos beneficiários diretos e finais do PRR”, alertou para “os dados de execução ainda muito baixos ao nível dos pagamentos”. Perante esta realidade, podemos afirmar que a AEP não acompanha o otimismo do Governo no que se refere à execução do PRR?

Não, não acompanha. E não é por acaso que o Presidente da República continua a alertar, regularmente, a sua preocupação sobre a execução do PRR. Neste momento, do que foi pago do PRR, a média dos pagamentos face àquilo que são as aprovações, anda em cerca de 14% e nas empresas está em 8%. Mais uma vez se verifica que não está a haver capacidade de executar. Numa altura em que as empresas são





© Tiago Ribeiro

confrontadas com problemas de financiamento, aumento dos custos de financiamento, com a ineficácia ou inexistência do Banco Português de Fomento para as empresas na questão da capitalização, uma das soluções que tínhamos era financiar as empresas através dos Fundos Comunitários. É para isso que eles existem. É para isso que o país tem acesso a esses fundos. Se assim não for, nós nunca mais vamos conseguir convergir com a Europa e vamos continuar sempre na situação que temos vivido.

Se repararmos, 35 anos de Fundos Europeus contribuíram para muita coisa em Portugal, mas não, efetivamente, para um crescimento económico acentuado. Corremos o mesmo risco com o PRR?

Parece que não aprendemos bem a lição e corremos agora o mesmo risco, não só com o PRR, mas também com o Portugal2030. Ainda há pouco tempo tínhamos uma

parte significativa do Portugal2020 por executar e parece não haver preocupação que esse valor que ainda falta executar seja colocado na economia, colocado-o nas empresas para potenciar a criação de riqueza.

Considera que esta falta de execução é fruto da inabilidade ou da falta de capacidade do atual Governo?

Esta questão é o reflexo da falta de capacidade de analisarmos o que correu mal no passado e de resolvermos isso. É uma questão de burocracia, uma questão de legislação, diria até, de preconceito que existe em relação à utilização e acesso aos Fundos Comunitários. É preciso perceber, de uma vez por todas, que nós temos que simplificar nos momentos de aprovação das candidaturas. Temos que ser mais ágeis, mais rápidos nesse processo e depois, sim, à frente, temos que fiscalizar, que acompanhar e que ser exigentes na sua aplicação.



© Tiago Ribeiro

Portugal tem que ser mais ágil na aplicação dos fundos. E ser mais ágil não significa ser menos rigoroso. Ser mais ágil é ter um procedimento diferente para podermos utilizar melhor e com mais eficácia esses recursos.

Recentemente, a AEP promoveu o projeto “Next Challenge Asia”, destinado a micro, pequenas e médias empresas portuguesas, que visou reforçar o contacto e a “internacionalização das PME portuguesas, através da diversificação de mercados, identificando oportunidades a mercados com potencial, nomeadamente, os mercados asiáticos”. Que balanço faz desta iniciativa?

Os mercados da Ásia são mercados com um potencial enorme. São mercados em que é necessário focarmo-nos em nichos e identificarmos bem as oportunidades, onde podemos entrar e em que setores ou fileiras podemos ter mais oportunidades.

Foi isso que fizemos com o “Next Challenge Asia”. Trouxemos cá um conjunto de empresários desses países, com o objetivo de criar e estabelecer contactos. Mas depois há também que continuar o trabalho, temos que apresentar os produtos que temos, convencer esses mercados que os

nossos produtos têm qualidade, são competitivos e são os melhores para serem colocados lá.

Segundo aquilo que temos visto, e os indicadores globais que o país tem, Portugal tem hoje cerca de 50% do PIB em exportações. Isto significa que o trabalho que tem sido feito tem tido bons resultado. É claro que não é apenas resultado do trabalho da AEP. É resultado do esforço da AEP e de muitas outras entidades que ajudam as nossas empresas nessas ações, nessas missões. A AEP é o maior operador privado no apoio à internacionalização das empresas, mas não faz este trabalho sozinha.

Presentemente, quais são os mercados internacionais com maior potencial de crescimento e qual a importância que os Países Lusófonos têm atualmente para a política de internacionalização das empresas portuguesas?

Depende sempre muito dos produtos e dos mercados de que estamos a falar.

Tenho a forte convicção de que a Europa continua a ser um mercado interessantíssimo, competitivo e exigente, o que nos obriga a evoluir, mas cujas regras conhecemos muito bem e que, por isso, apresenta menos riscos.



© Tiago Ribeiro

Os mercados dos Estados Unidos e do Canadá são mercados que, cada vez mais, olham para os produtos portugueses com maior atenção e a quem abrem cada vez mais portas e oportunidades. Se falarmos dos mercados asiáticos, sabemos que são, naturalmente, mercados com grande capacidade de consumo.

No que diz respeito aos países de Língua Portuguesa, dependendo do país, encontramos diferentes realidades. Nuns temos mais dificuldades, noutros temos mais oportunidades. O importante é perceber que em qualquer parte do mundo existem oportunidades de negócio, desde que o produto seja distinto, tenha valor acrescentado, seja interessante para o consumidor.

Embora a resiliência e a forte capacidade de adaptação façam parte do ADN da grande maioria das empresas portuguesas, o futuro afigura-se bastante incerto. Dito isto, que mensagem gostaria de deixar ao tecido empresarial português e aos empresários das nossas comunidades espalhadas pelo mundo inteiro?

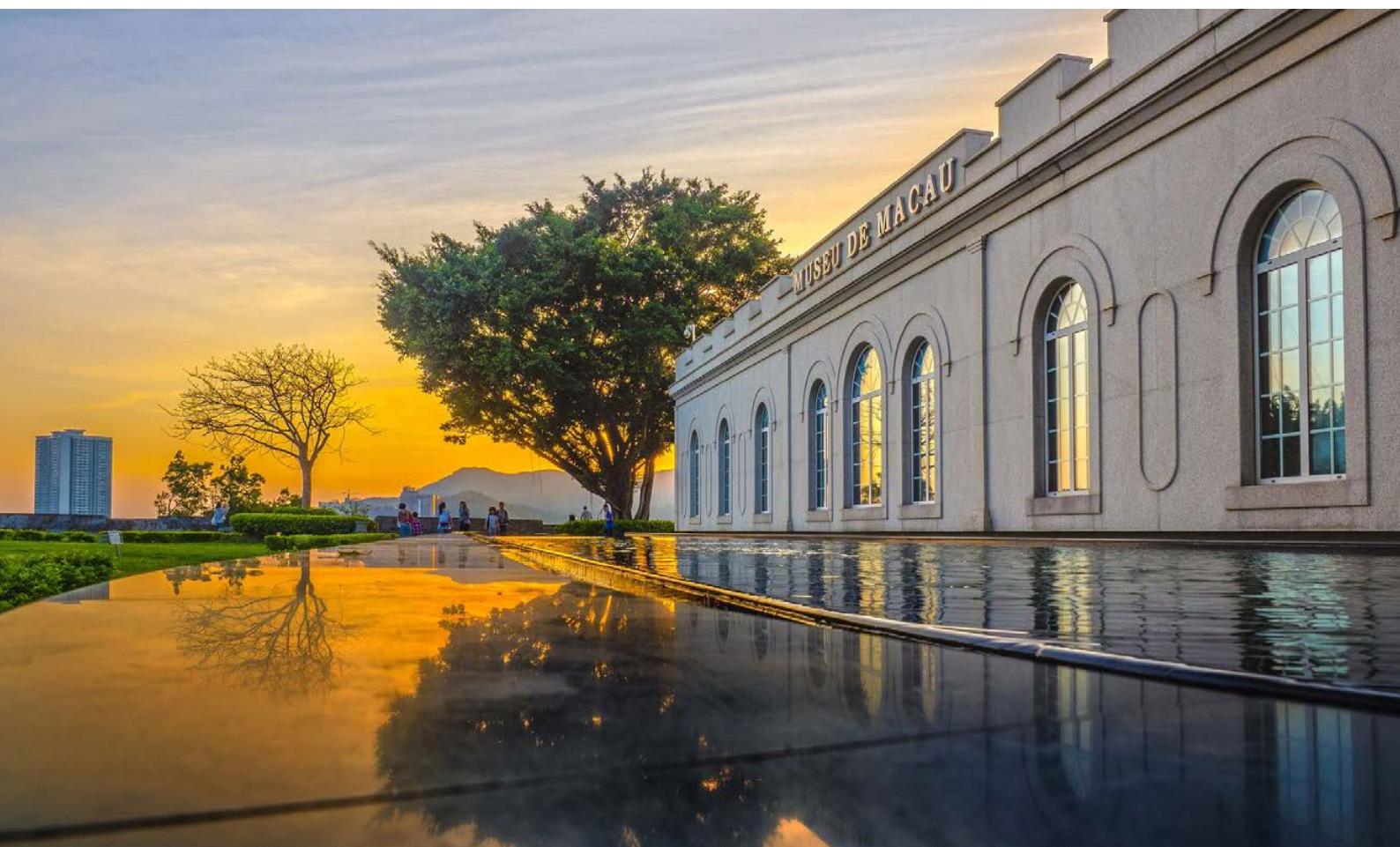
O mundo é hoje um espaço de constante e acelerada mudança. Por isso, há uma coisa que sabemos: não são os mais fortes que conseguem vencer. São os que têm maior capacidade de adaptação às diferentes realidades e às diferentes mudanças.

No entanto, este trabalho não se consegue sozinho. É, cada vez mais, importante que os nossos empresários trabalhem em redes de cooperação, trabalhem ligados às suas Associações Empresariais. É cada vez mais importante que se construam soluções mais abrangentes, porque os problemas são hoje mais complexos, exigem mais capacidade de análise, de intervenção e de resposta. Isso só se faz em conjunto.

Aos empresários que gostariam de investir no nosso país, sejam eles da diáspora, sejam eles de outros países, gostaria de dizer que Portugal é hoje, claramente, um país que oferece oportunidades. É um país de investimento seguro, que tem segurança e que, naturalmente, para os investidores e empresários da nossa diáspora constitui um estímulo acrescido.

CONSELHO DAS COMUNIDADES PORTUGUESAS

A importância da Estabilidade da Comunidade Portuguesa de Macau



Após um período de cerca de três anos, e com o levantamento das medidas restritivas, decorrentes da gestão da pandemia da COVID-19, que resultaram num impacto extremamente negativo para a economia do território, agravado pela conjuntura da crise financeira global, regista-se agora na Região Administrativa Especial de Macau (RAEM) uma gradual retoma económica, resultado da reabertura das fronteiras a turistas do exterior, da reativação do território como plataforma

de grande relevo para o intercâmbio cultural e económico entre a China e os Países de Língua Portuguesa, e do aumento do número de visitantes, provenientes do interior da República Popular da China, de Hong Kong e de outros países do Continente Asiático, que têm também contribuído para o aumento das receitas provenientes da indústria do turismo e do jogo, a principal fonte de receitas da Administração de Macau.

Este novo ímpeto na estratégia de desenvolvimento, que está também assente num propósito de aceleração da diversificação económica, através da Zona de Cooperação Aprofundada entre Guangdong e Macau em Hengqin, como um patamar essencial no processo de integração regional de Macau no contexto da Grande Baía, aumentam significativamente a força económica e a competitividade científica e tecnológica, e o potencial de oportunidades financeiras, económicas e comerciais, proporcionando uma oportunidade de expansão em vários domínios, nomeadamente no desenvolvimento de novas indústrias, para a promoção da diversificação adequada da economia de Macau, o desenvolvimento integrado de Guangdong, Hong Kong e Macau, e a implementação de novas indústrias de serviços, tais como a plataforma de serviços financeiros entre a China e os Países de Língua Portuguesa, facilitando um desenvolvimento sustentável da economia local a médio e longo prazo.

A Comunidade Portuguesa do território conta com muitos membros que dominam as línguas oficiais do território, o Chinês e o Português, e outras línguas estrangeiras, perfilando-os como excelentes interlocutores e parceiros com os empresários de Portugal, o que tem facilitado o desenvolvimento do empreendedorismo e aumentado as oportunidades de negócios em Macau.

Para além disso, o facto de Macau estar estrategicamente localizado na Região da Grande Baía (composta pelo grupo de cidades da região “9+2”, abrangendo a Região Administrativa Especial de Macau e a de Hong Kong, e 9 cidades da província de Guangdong (incluindo Guangzhou, Shenzhen, Zhuhai, Foshan, Huizhou, Dongguan, Zhongshan, Jiangmen, Zhaoqing), bem com as facilidades de acesso à cidade de Hengqin (Ilha da Montanha), tem ajudado muitas empresas locais, e principalmente os membros da Comunidade Portuguesa, a desenvolver o intercâmbio comercial entre a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa e a República Popular da China.

As autoridades da RAEM têm apontado as relações económicas com os Países de Língua Portuguesa como uma das prioridades para reduzir a dependência da indústria do jogo, assentes nas linhas orientadoras do Governo Central da da República Popular da China, que tem apoiado a concretiza-

ção da RAEM como plataforma de serviços para a cooperação comercial entre a China e os Países de Língua Portuguesa, em diversos domínios, nomeadamente no desenvolvimento de infraestruturas, turismo, comércio, economia, ciência e tecnologia, agricultura, educação, saúde, e serviços financeiros, entre outros, tendo evoluído no sentido do alargamento e aprofundamento da cooperação convergindo com a agenda internacional, introduzindo, por exemplo, temas como o oceano, o ambiente e a capacitação humana.

Neste contexto, e como sinal relevante desta política, o Governo da RAEM, enaltecendo a importância da língua e da cultura Portuguesa, como fator diferenciador e uma vantagem competitiva de Macau em relação a outras regiões da China, e num processo de solidificação das relações Portuguesas com a China, e com os objetivos de captar mais investimento para o desenvolvimento dos sectores económicos de Macau, e encontrar novas áreas de cooperação, organizou uma visita a Portugal, com uma delegação empresarial de 50 empresários de Macau a Portugal, liderada pelo Chefe do Executivo da RAEM, Ho Iat Seng, a decorrer entre 16 e 24 de Abril de 2023, com participação no “Seminário de Promoção sobre Investimento e Turismo Macau–Portugal”, co-organizado pela AICEP Portugal Global, pelo Turismo de Portugal I.P., pelo Instituto de Promoção do Comércio e do Investimento de Macau (IPIM) e pela Direção dos Serviços de Turismo da Região Administrativa Especial de Macau (DST), para apresentar o ambiente de comércio, de investimento e de turismo, o layout industrial e as vantagens políticas de Macau e de Hengqin, com sessões de bolsas de contactos entre empresas, onde serão programados encontros entre a delegação de empresários de Macau e as empresas locais, criando condições favoráveis para as empresas de ambas as partes procurarem, em conjunto, oportunidades de negócio e abrirem novos espaços de cooperação, de modo a, por um lado, atrair mais investidores portugueses a estabelecerem-se em Macau e em Hengqin, e por outro lado, proporcionar oportunidades para as empresas de Macau “irem além-fronteiras” para explorar o mercado estrangeiro.

O Conselho Regional da Ásia e Oceânia das Comunidades Portuguesas, presidido pela recém-reeleita Conselheira Rita Santos, que desempenhou o cargo de Coordenadora do Gabi-



nete e Secretária-Geral Adjunta do Secretariado Permanente do Fórum para a Cooperação Económica e Comercial entre a China e os Países de Língua Portuguesa (Macau), por um período de mais de 12 anos, entre 2003 a 2015, tem mantido boas relações com as cerca de 30 Associações e Instituições de matriz Portuguesa em Macau, cujos dirigentes e associados têm realizado atividades de promoção cultural e de cooperação e desenvolvimento económico e comercial de Portugal, em Macau, e no interior da República Popular da China, nomeadamente na cidade de Hengqin e nas as restantes cidades que compõem a Região da Grande Baía.

Ecoando as opiniões dos cidadãos da Comunidade Portuguesa de Macau, os Conselheiros das Comunidades Portuguesas do território consideram que Portugal deveria aproveitar melhor a condição privilegiada da RAEM, ajudando os empreendedores de Macau, principalmente ligados às pequenas e médias empresas, a utilizar o território como plataforma, facultando a importação de produtos, e serviços, de Portugal para as cidades da Região da Grande Baía, ou atraindo investidores Chineses para Portugal.

Os residentes da Comunidade Portuguesa em Macau têm desempenhado um papel importante no desenvolvimento eco-

nómico de Macau, representando a excelência reconhecida internacionalmente aos recursos humanos portugueses, e como fator essencial para a valorização nas nossas relações com a República Popular da China, em todas as suas províncias, em colaboração com os diferentes serviços do Governo da RAEM, nomeadamente o Instituto de Promoção do Comércio e do Investimento de Macau (IPIM), a Direção dos Serviços de Turismo de Macau (DST) e a Direção dos Serviços de Economia e Desenvolvimento Tecnológico (DSEDT).

Enquanto instituições representantes da Comunidade Portuguesa em Macau, as Associações de Matriz Portuguesa destacam que é necessário que instituições Portuguesas continuem a apostar no território como plataforma de investimento Português na China, para além de sugerirem que se promova um intercâmbio de conhecimento e formação em áreas específicas em que o Território pudesse beneficiar da experiência Portuguesa, reconhecendo os seus esforços pela promoção do bom nome de Portugal, nesta cidade de Macau, cuja presença se mantém na identidade singular da cidade, através do legado do património Português classificado pela UNESCO, e cuja língua se mantém, em conjunto com a língua Chinesa, como oficial, uma marca dos séculos de presença lusitana na região.



Rita Santos

Presidente do Conselho Regional da Ásia e Oceânia do CCP

Solidão

*Na minha terra há um rio
que nunca vai ter ao mar
trago-o eu dentro do peito
e o meu corpo é o seu leito
onde ele se pode espraiar*

*na minha terra há um pranto
de uma mãe que o não secou
escorre nas minhas veias
como o mar por entre as areias
que o oceano afundou*

*na minha terra há um porto
com barcos por atracar
as amarras trago-as eu
no destino que me deu
outro porto p'ra embarcar*

*na minha terra há um mundo
diferente deste onde estou
mas não o trago comigo
ficou para meu castigo
no canto do ôssobô...*

Olinda Beja

Seleção de poemas Gilda Pereira



© História Social de Angola

HISTÓRIA SOCIAL DE ANGOLA

Judite Luvumba

Judite Chimuma Joaquim Luvumba e a fundadora da História Social de Angola iniciaram o processo de coleta de memória em Março de 2023, pouco antes do lançamento do livro em Lisboa e do início dos audiovisuais em Luanda. Durante as curtas estadias em Lisboa vinda de Londres Judite e Mari-nela encontram-se sempre que há tempo para estarem juntas, quer seja para pesquisas aos portais dos metodistas canadianos e americanos criadores das missões metodistas no sul de Angola, quer seja para lhe contar as descoberta sobre memórias relevantes da vida da Judite como o facto de ser a primeira mulher angolana negra radialista¹ a emitir programa em Unbundu ou a identificar em fotografias nestes arquivos e procurarmos identificar e discorrer sobre as imagens, documentos en-contrados como os evangelhos por ela traduzidos.

A Parte I do depoimento apelidada de “As Missões Evangélicas e a Educação em Angola”, destaca a experiência do ensino primário na missão do Dondi, o secundário na escola MEANS, o ambiente estudantil do liceu Norton de Matos, o curso de educação física e a frequência da faculdade de medicina nos primeiros anos da Universidade António Agostinho Neto. Esta primeira parte foi revista e editada pela depoente e a segunda está em curso. Durante o este período a História Social de Angola (HSA) foi registando demais memórias, a própria Judite diz “ já estás a gravar, é melhor gravar”, mesmo em coleta via whatsapp e assim o HSA foi se tornando fiel depoитário de vários fragmentos da memória oral da matriarca da família Chindondo também com o intuito de satisfazer a vontade dela a escrever o seu livro biográfico.

De repente a idade decidiu limitar estes nossos encontros, de a ir buscá-la a Igreja onde seu genro e filha são pastores em Lisboa nem que fosse para nos sentarmos durante um hora ou almoçarmos rapidamente enquanto coletamos dados, a Judite é um depósito fértil de memória oral das elites do sul de Angola. Em uma destas conversas regulares para revisão e edição dos textos partilhou a decisão importante de passar a residir em 2023 no lar de idosos em Londres, mas antes cumprir a missão de passar a chave da sua família paterna, a célebre e histórica família Chindondo e organizar o centenário do seu pai.

A data de início das emissões do Cruzeiro do Sul ocorreu no trigésimo aniversário da primeira emissão de Álvaro de Carvalho, considerado o primeiro radialista angolano, a partir de Benguela. Sebastião Coelho teria uma autorização precária concedida pelo governador do distrito de Huambo, coronel Nascimento Vieira, para emitir o programa em umbundo. Ele possuía licença formal do CITA para realizar o desdobramento diário de programas de música clássica e temas culturais, para incluir Cruzeiro do Sul sem alterar a programação habitual. Assim, o ouvinte podia sintonizar a emissão normal em português e, noutra frequência, o Cruzeiro do Sul em umbundo e português. Judite Luvumba e José Castro foram os primeiros locutores e apresentadores negros da rádio angolana. Patrocinado pela CUCA, o programa passava gravações de grupos e artistas locais, com o produtor a formar a primeira fitateca angolana. Na época, o registo de temas musicais da população negra era quase inexistente, tirando a atividade etnográfica de recolha de folclore regional pela companhia Diamang na região da Lunda. Joana Campina Miguel e Sebastião Coelho, entretanto casados, gravariam coros da Igreja Evangélica do Dondi – Bela Vista, da Igreja Adventista do Sétimo Dia (Huambo) – e das missões católicas do Cuíma e do Cuando.





© História Social de Angola

Esclareceu ser por decisão própria, preferia exercer a sua autonomia naquele espaço e começou dizendo “vou passar em trânsito em Lisboa a caminho da minha última jornada a terra-mãe e após o meu regresso, os nossos encontros só poderão ter lugar em Londres”.

Esta segunda parte, do depoimento contém factos da Parte I, da antiga Parte II e o relato de algumas atividades realizadas nesta última visita a terra natal, na realidade se trata da transcrição do audiovisual gravado durante a sua estadia e pela primeira vez a equipa da Muki Produções foi auxiliada pela coletora do grande depoimento, quer dizer já existiam registos e publicações, contrariamente aos audiovisuais que são capturados diretamente no dia da coleta. Há depoimentos iniciados na Europa cujo audiovisual depende da deslocação a Luanda. A relevância da informação, os novos dados e a esta-

dia da Judite Luvumba em Luanda constituíram esta oportunidade única. A falta de recursos não permitiu acompanhá-la nessa missão, pois o convite foi imediato, a antiga Missão do Dondi e ao Huambo, fomos convidados mas não dispúnhamos de recursos, porém a Judite foi enviando algum material gravado e vídeos que se juntaram ao acervo da guarda do HSA. Contamos publicar a Parte III no segundo trimestre de 2023.

Finalmente, tal como a Judite descreve a sua família foi particularmente afetada durante a guerra, levando-a ao exílio e a última missão com o sentimento de a ter cumprida, por ter compreendido que a reconciliação nacional passa pela reconciliação familiar. Embora o HSA não tenha como propósito coletar factos políticos, não deve excluir factos sociais ligados aos cidadãos cuja trajetória de vida esteve intrinse-

camente relacionada ao conflito armado que caracteriza o primeiro meio século de Angola. No contexto da Parte I Judite afirma a relevância de partilharmos a memória social isolada de factos políticos, porém a longevidade deste depoimento também concorre para dimensões desta ordem, aqui abordadas do ponto de vista social, sem qualquer pretensão de coletar dados da história política. Afinal o que há de maior relevância na história social de Angola que a reconciliação das famílias para a reconciliação social plena.

Colonial

Memórias da habitação nos anos 1930

Eu tenho a memória desde aquelas cubatas feitas de ramos de folhas depois cobertas a capim quando o meu pai me levava a ir visitar os nossos tios tios, como não havia quartos, eles sabiam, bem o Lourenço vem aí com os filhos e faziam uma cubata porque o meu pai tinha muitos filhos, eu tenho a recordação de estar a dormir em uma cubata, com uma porta inventada feita de paus e cordas naturais e depois capins e depois tenho recordação de casas já cobertas com troncos entre os troncos punham barro e depois cobertas a capim, depois evoluímos para casas de adobe que o meu pai fazia ou mandava fazer, cobertas a capim e já evoluindo começaram a ser casas a tijolo. Na missão as casas eram de tijolos pequeninos, vermelhinho, muito bonito e as casas eram cobertas de telha.

Intentona de assalto a cadeia do Huambo e a morte da família Cacunda

Na sequência, dessa explicação que nesta altura nós começamos a atender o ambiente político- revolucionário que nós vivemos, que nós vivemos intensamente no Huambo, nós vivemos numa revolta militar que tinham uma orientação vinda do Congo, não sabíamos de que Congo, intenção especificação que eles usavam o nosso lar de jovens para fazerem a organização desta intentona que houve que eles queriam ter invadido a prisão do Huambo correu mal esta experiência, estávamos em 1961-62, correu mal, nós tivemos grandes perdas, os dois militantes eram irmãos que dirigiram e que lideravam esta intentona, a família deles, a Cacunda, foi toda dizimada, ficaram só dois colegas, o irmão e a irmã incluindo os pais foi dizimada pelos portugueses.

Nessa altura o missionário Professor Charles, missionário era etnólogo e como eu tinha uma grande capacidade em termos de buscas, o Dr. Charles pedia-me para no liceu, usando as bibliotecas trazer-lhe imagens, livros ou desenhos que lhe interessavam e o professor de história era indiano que se apercebeu-se do meu interesse por estar sempre na biblioteca a busca e aproximou-se de mim e vim a saber mais tarde que ele também era revolucionário, teve que fugir para Benguela devido a perseguição da PIDE.



História Social de Angola

¹ Em AFRICANA STUDIA, N.º 34, 2020, EDIÇÃO DO CENTRO DE ESTUDOS AFRICANOS DA UNIVERSIDADE DO PORTO, A data de início das emissões do Cruzeiro do Sul ocorreu no trigésimo aniversário da primeira emissão de Álvaro de Carvalho, considerado o primeiro radialista angolano, a partir de Benguela. Sebastião Coelho teria uma autorização precária concedida pelo governador do distrito de Huambo, coronel Nascimento Vieira, para emitir o programa em umbundo. Ele possuía licença formal do CITA para realizar o desdobramento diário de programas de música clássica e temas culturais, para incluir Cruzeiro do Sul sem alterar a programação habitual. Assim, o ouvinte podia sintonizar a emissão normal em português e, noutra frequência, o Cruzeiro do Sul em umbundo e português. Judite Luvumba e José Castro foram os primeiros locutores e apresentadores negros da rádio angolana. Patrocinado pela CUCA, o programa passava gravações de grupos e artistas locais, com o produtor a formar a primeira fitateca angolana. Na época, o registo de temas musicais da população negra era quase inexistente, tirando a atividade etnográfica de recolha de folclore regional pela companhia Diamang na região da Lunda. Joana Campina Miguel e Sebastião Coelho, entretanto casados, gravariam coros da Igreja Evangélica do Dondi – Bela Vista, da Igreja Adventista do Sétimo Dia (Huambo) – e das missões católicas do Cuíma e do Cuando.
file:///Users/jmvc/Downloads/12_Africana+Studia+n%C2%BA34+V3_14_05_2021-76-85.pdf

A R T E S E A R T I S T A S L U S O S

Augusto de Fraga

[Instagram](#)

[Wikipedia](#)



Augusto de Fraga é um realizador e guionista português, especializado na realização publicitária. Representado pela Krypton Film em Portugal, é cofundador da Spectacular Studio, um estúdio escrita e desenvolvimento de conteúdos audiovisuais. O seu primeiro guião de ficção “Rabo de Peixe”, foi premiado pela Netflix entre centenas de candidatos. Rabo de Peixe está em produção e tem estreia prevista para este mês.

Augusto Fraga é Membro da Directors Guild of America. Possui vasta experiência na realização de spots publicitários e videoclipes em todo o mundo, sendo colaborador habitual de marcas como a Vodafone, Mercedes, Nivea, Adidas, VW ou Coca-Cola internacional, o que lhe permitiu trabalhar com grandes estrelas do desporto, desde Rafael Nadal, a Lionel Messi, Neymar e Cristiano Ronaldo.

Licenciado em Comunicação Social pela Universidade do Minho, alargou os seus estudos em Comunicación Audiovisual na Universitat Autónoma de Barcelona e em Filmmaking na New York Film Academy, em Nova Iorque. Augusto de Fraga é considerado um dos melhores realizadores de spots publicitários da Europa. Entre outros, foi premiado no International Cannes Film Festival, no New York Film Festival, no Chicago Film Festival, no Clube de Criativos de Portugal e no San Sebastian Advertising Film Festival.

É hoje um dos realizadores publicitários mais reconhecidos no panorama nacional e internacional. Como nasceu esta paixão?

O meu amor à arte visual vem de desde muito novo. Desde que usei pela primeira vez uma máquina fotográfica Minolta, com 7 ou 8 anos que pertencia aos meus pais. Muito cedo comecei a sonhar com dedicar-me à imagem como forma de contar histórias.

É especializado em realização publicitária. Em que momento da sua vida percebeu que o seu lugar nesta indústria passaria também pela publicidade?

A publicidade une a comunicação de ideias com a exploração de emoções através da imagem, muitas vezes simbólicas e metafóricas. Também é um terreno de experimentação, de criar novas linguagens, de romper barreiras, de conseguir emocionar para além do óbvio. Claro que há publicidade e Publicidade, aquela

que eu gosto de fazer, tem sempre uma mensagem maior que a simples venda, cria uma relação entre as marcas e os consumidores e, sempre que somos realmente bem sucedidos, muda cultura e mentalidades.

Já teve a oportunidade de trabalhar com grandes marcas mundiais como Vodafone, Mercedes, Adidas ou Coca-Cola. De que forma se inspira para continuar a apresentar projetos finais inovadores e impactantes?

Trabalhar grandes marcas traz uma motivação maior associada à grande exposição da mensagem. Já não comunicamos apenas para um país, mas para o mercado global. Isso é sempre interessante. No entanto, o que me move realmente, que me faz acreditar em cada projeto e dedicar-me como se fosse o último, é a possibilidade de mudar um pouco a consciência coletiva. Um grão de areia, sou consciente, que é feito sempre desde a humildade.

Possui ainda uma vasta experiência na realização de videoclips. Aliás, o último videoclip escrito e dirigido por si, do artista BRANKO, foi em 2020 considerado o melhor do Ano em Portugal nos Play – Prémios da Música Portuguesa. O que o desafia mais spots publicitários ou videoclips?

Os videoclips são liberdade, terreno de experimentação. Estão suportados por um conteúdo que é por si atrativo – o tema musical – que se basta a si

próprio e isso permite-nos que as imagens sejam simbólicas, metafóricas, sensoriais sem terem de cumprir um plot linear. A música são as palavras da alma e tentar criar imagens a essas palavras, tornar visível o invisível, é um como criar um sonho.

O seu primeiro guião de ficção “Rabo de Peixe”, foi premiado pela Netflix entre milhares de candidatos. O que o motivou apostar também na ficção?





Demorei vinte anos a preparar-me para realizar ficção, entre centenas de dias de filmagem por todo o mundo, aprendendo com cada pessoa com quem trabalhei e sobretudo aprendendo sobre mim próprio. Eu não sou completo sem o meu amor pela imagem e pelo Cinema. Esse sempre foi o sonho.

Comecei a escrever há anos porque percebi que nunca me convidariam para um projeto de ficção, estando associado à publicidade. Decidi tentar criar uma oportunidade para mim, um projeto que, se acontecesse, ia contratar-me a mim próprio para o realizar. Parece que o momento era certo para esta história e a Netflix decidiu avançar com a produção.

“Rabo de Peixe” é a segunda série original da Netflix em Portugal, após Glória. Fale-nos um pouco mais sobre este projeto.

Rabo de Peixe é uma série de ficção, baseado num evento real, mas que responde absolutamente a uma visão pessoal da realidade. Contada com ritmo e dinamismo, tem um plot fácil de seguir, mas com profundidade e responsabilidade. Também com uma proposta estética muito forte, o que é pouco habitual no audiovisual nacional.

De onde surgiu a ideia inicial para a criação deste enredo?

Tenho uma certa facilidade em criar histórias. Difícil para mim é escolher. Rabo de Peixe era um dos 10 ou 12 projetos que estava a trabalhar quando a Netflix lançou, junto ao ICA, o concurso de guiões. Decidi perguntar a algumas pessoas em que confio artisticamente que ideia preferiam. Rabo de Peixe foi uma das preferidas. Então sentei-me e comecei a reescrever. Uma e outra vez. Mas só tive realmente guiões sólidos depois de juntar numa sala durante meses cinco escritores, entre eles o João Tordo e o Hugo Gonçalves, que não só trouxeram ideais incríveis, como souberam levar os guiões muito mais além, em termos de estrutura, mas também no simbólico.



Sendo açoriano sente um orgulho diferente por levar uma série produzida nos Açores para os grandes ecrãs da Netflix?

Imenso. Sinto-me profundamente Açoreano e, mesmo sendo um emigrante que já viveu em vários países, sinto que nunca sai realmente dos Açores. Mesmo estando fora, o nosso coração fica sempre nas ilhas, no verde dos campos, no vento do Nordeste, no abraço do Atlântico. Poder mostrar os Açores ao mundo, nem que seja só uma pequena parte dos Açores, é um enorme orgulho, mas também uma enorme responsabilidade. Temos uma terra única que deve ser protegida, da exploração de recursos, mas também da exploração da alma.

O primeiro projeto em ficção é já um sucesso. Pretende continuar a investir nesta indústria?

O nosso desejo é que Rabo de Peixe chegue ao maior número de pessoas possível e que seja relevante para essas pessoas. Está pensada, desde início, para que seja vista por muita gente, de várias gerações, de norte a sul do país. Mas na verdade esse impacto não depende de nós, realmente. O nosso compromisso, dedicação e entrega ao projeto foi absoluto, desde a escrita, à filmagem e à finalização. Sempre acreditámos que tínhamos nas mãos uma oportunidade única de fazer algo realmente especial, equipa e elenco dedicaram talento, esforço e entrega sem nunca duvidar. Isso tornou este projeto mágico.

Que projetos podemos esperar para 2023?

Acredito que 2023 vá ser um ano incrível pois finalmente tenho projetos de ficção em cima da mesa. E apetece-me fazer tudo! Mas primeiro acho importante definir que tipo de projetos quero fazer,



ouvir a minha alma. Porque acredito que cinema não se pode fazer a meio gás, sem um mergulho absoluto. Sem uma entrega total ao objeto. Escolher, mergulhar e aprender a respirar debaixo de água. Esse será o meu 2023.

Uma mensagem para todos os artistas do mundo.

Queria também partilhar um pensamento com os jovens e as jovens artistas, com todos e todas as aspirantes no mundo das

artes: creio que minha maior aprendizagem foi a de me desafiar a criar as minhas oportunidades. Filo porque acho que dificilmente nos vão chamar para um projeto incrível sem antes termos prestado provas de que somos capazes de o fazer. Mas muitas vezes não nos surgem os desafios necessários para prestar essas provas, por isso temos que ser nós a desafiarmos e a criar as nossas oportunidades. E há sempre quem queira participar connosco dessa viagem.



Terry Costa
Presidente do Conselho Cultural da AILD

OBSERVANDO

Geografia da emigração portuguesa

As migrações percorrem canais estreitos. O papel das redes sociais na reprodução das migrações tende a concentrar origens e destinos: mais do que de um país para outro, migra-se de umas poucas regiões dos países de origem para umas poucas regiões dos países de destino.

Dados recentemente compilados pelo Observatório da Emigração permitem começar a identificar a expressão daquela concentração na emigração portuguesa contemporânea. Por exemplo, sabemos hoje que mais de 60% dos portugueses emigrados na Alemanha residem em apenas quatro estados, onde estão claramente sobrerepresentados: Renânia do Norte-Vestfália, Baden-Württemberg, Hessen e Hamburgo. Nestes quatro estados vivem 66% dos emigrantes portugueses e apenas 42% dos alemães. Em Espanha, residiam nas regiões fronteiriças, em 2020, 42% dos portugueses emigrados, o que indicará, provavelmente, a existência de migrações pendulares internacionais entre os dois países ibéricos. Particularmente impressiva era a concentração na Galiza, onde residiam 20% dos portugueses emigrados e apenas 6% dos espanhóis. Na Suíça, os portugueses estão concentrados nos cantões predominantemente francófonos: em Vaud, Genebra, Valais, Friburgo e Neuchâtel vivem 61% dos emigrantes portugueses (mas apenas 22% dos suíços).

Uma maior concentração regional é visível no Reino Unido: mais de dois terços dos emigrantes portugueses vivem na região de Londres e nas regiões vizinhas do Este e do Sudoeste, territórios em que residem apenas pouco mais de um terço dos britânicos. É, porém, no Brasil que a concentração é maior: 47% dos portugueses emigrados neste país viviam em São Paulo e 37% no Rio de Janeiro. Ou seja, 84% dos emigrantes portugueses no Brasil viviam em apenas dois estados, nos quais, no entanto, residiam apenas 30% dos brasileiros.

Não temos, para já, dados sobre as regiões portuguesas de partida dos emigrantes, não podendo por isso comprovar a hipótese de uma elevada concentração regional também na origem daqueles fluxos migratórios. Esta lacuna só poderá ser ultrapassada com a realização de estudos de caso que vão acumulando dados que compensem a inexistência de estatísticas neste domínio. No final, encontraremos provavelmente redes de interconhecimento pessoal entre emigrantes que canalizam o seu fluxo, assim se explicando, como refere Thomas Faist, “por que há tão poucos imigrantes de tantos lugares e tantos de tão poucos lugares” (Thomas Faist, *The Volume and Dynamics of International Migration and Transnational Social Spaces*, Oxford, Oxford University Press, 2000).



Rui Pena Pires e Inês Vidigal
Observatório da Emigração, CIES-Iscte,
Instituto Universitário de Lisboa

| TEIMOSIA CRÓNICA

Conjugar o verbo amar

De vez em quando, lá se inflamam as hostes da pureza lin-guística, a propósito da apropriação da virgem e imaculada língua lusitana pelo português do Brasil. A última de que te-nho memória foi a propósito de um significativo número de meninos de finas origens ter começado a utilizar, de forma indiscriminada, impropérios vocabulares como “grama” ou “gramado” para se referirem aos relvados dos estádios de futebol, influenciados por youtubers e tiktokers brasileiros, profanadores sem vergonha da língua mãe.

Eu que o diga. Corria o ano de 1975 quando Portugal foi aco-metido por uma febre desconhecida, de sintomas derradei-ros à hora do jantar: a novela brasileira. Tinha cinco anos e ainda me lembro da comoção social de tão nefasta epidemia. O país parava, e muitos pais de família suspiravam, inconfor-mados, por não poderem assistir à programação alternativa na RTP2. Desde aí, a maleita tomou proporções assustadoras. No princípio dos anos 80, começámos a despedir-nos com um monossílabo assaz suspeito: o “tchau”! Quem, nos anos 70, o utilizava? Ninguém! Mas veio a telenovela e a etique-ta dos bons costumes ressentiu-se. Esse, porém, foi um mal menor. Que dizer da quantidade de vezes que as personagens se dirigiam umas às outras com um “Eu te amo”? Alguém contou? Um número obsceno! E ainda se fosse só entre ma-rido e mulher, mas valha-nos Deus, aquilo era a toda a hora, entre mãe e filha (estranho!), mãe e filho (ainda mais!), pai e filha (já imaginaram?) e, horror dos horrores, pai e filho (abrenúcio!).

Pois quem ousava, nos anos 70, em Portugal, conjugar o ver-bo amar? Desconfio que nem nas aulas de português tal era

permitido, não fossem as criancinhas ficar com ideias. Para mim, a introdução deu-se, como não podia deixar de ser, com a novela O Casarão, onde a Maria do Carmo apanhava do pai por estar apaixonada pelo Jacinto. E um belo dia ela escre-veu no quadro de ardósia uma mensagem para o seu amado, que me deixou curiosíssima: “Mãe, o que é que ela escre-veu?” “Amo-te” “O que é isso?” Posso garantir que, do alto dos meus seis ou sete anos, e em termos de ignorância, eu era um sujeito representativo da minha faixa etária.

Uns anos mais tarde, os ânimos alvoroçaram-se novamen-te quando Odorico Paraguaçu entrou em cena. Pois não era que estava promovendo um mau uso do português? E desta vez não havia dúvidas, o vocabulário desta carismática per-sonagem da novela O Bem Amado corrompia todas as regras linguísticas. Quem pode garantir que não restem, em regiões remotas do país, portugueses a usar o termo “emboramen-te” e outros pecados gramaticais? Eu instaurava já um inquérito nacional para averiguar.

O português puríssimo, a língua afamada de Camões, nunca mais foi a mesma. E, como se não bastasse, os próprios bra-sileiros começaram a migrar em massa para Portugal, e hoje em dia um cidadão não pode dar dois passos sem ouvir o tal do português do Brasil, é como se vivesse numa telenovela ambulante! Estamos a ser colonizados, e ninguém diz nada! Imaginem se nos tiram o fado e o substituem por um fado sambado, ou um samba fadado, ou coisa do género? Eu co-meçava já a rezar à Nossa Senhora de Fátima. Se bem que o melhor talvez fosse acender uma vela para Yemanjá. Ou as duas. Sei lá.



Gabriela Ruivo
Escritora

| LÍDERES & EMPRESÁRIAS

Filipa Pinto Coelho

Café Joyeux



Presidente do Joyeux Portugal e da Associação VidaComVida, Filipa Pinto Coelho é também mãe de três campeões, Carolina, Marta e do Manel que nasceu com síndrome de trissomia 21. Como mãe quis traçar um caminho de entusiasmo e de impacto positivo dos talentos e das capacidades dos jovens com limitações cognitivas ao criar uma desmistificação de preconceitos através do relacionamento presencial.

A inclusão pelo trabalho dos jovens adultos, com dificuldades intelectuais e do desenvolvimento, em Portugal, existe através do projeto Café Joyeux, graças à Filipa Pinto Coelho que abraçou logo o projeto com amor, alegria e entusiasmo, fazia sentido porque já tinha iniciado esse projeto de inclusão com a Associação VidaComVida, um projeto do futuro, inovador, de inclusão e de solidariedade.



Como surgiu o projeto Café Com Vida e Café Joyeux?

O projeto deveria passar por criar um negócio social que ajudasse por um lado a sustentabilidade da Associação VilaComVida que foi quem fez nascer esta grande missão de trazer a diferença perto de nós e integrar na nossa missão, um projeto de economia e negócio social que facilitasse a sustentabilidade da missão e fizesse ser empregador destas pessoas para provar que esta integração é possível, o negócio pode ter sucesso, as equipas são motivadas, podemos crescer com a missão de criar mais postos de trabalho, foi assim que nasceu o conceito inicial CaféComVida da Associação VilaComVida, os CafésComVida iam ser vários cafés pelo país que proporcionassem a desmistificação de preconceitos, quando íamos lançar CaféComVida ouvimos falar que o Café Joyeux já tinha aberto em França, encontrámos o fundador e resolvemos juntar as nossas sinergias mutuamente e o primeiro Café Joyeux nasceu em Lisboa.

Os jovens adultos têm um caminho de autonomia garantido através de um contrato de trabalho, o grande desafio deste crescimento é a sustentabilidade, ou seja, se nós abrirmos um Café Joyeux empregámos pessoas e assinámos contratos em termo, isso significa que temos que abrir mais Cafés Joyeux para criar mais postos de trabalho. Abre-se um novo Café Joyeux de duas formas: com me-

cenas que querem contribuir para um Café Joyeux e ou com os resultados das vendas, cafés, cápsulas e grãos do café, merchandising que vendemos, uma forma das empresas contribuirem para a causa é beber um café de alta qualidade, beber um café com propósito, através dos serviços de Catering que fazemos, almoços, coquetéis nas empresas, contribuímos para a sustentabilidade do modelo, todas as receitas daquilo que fazemos e todo o lucro que vem dessa atividade vai contribuir para preencher esse mealheiro que vai permitir abrir mais um Café Joyeux, se tivermos empresas e mecenas que queiram contribuir de forma ativa e acelerando esse caminho, essa abertura acontece mais facilmente, temos cerca de vinte pedidos de abertura para Portugal, temos as lojas snacks candidatas em integrar Café Joyeux e que esperam que existe oportunidade, para isso, é necessário investimento, neste momento vem da angariação de fundos uma vez que os cafés ainda não são sustentáveis, quando passarem a sê-los, toda a margem contribuirá para abrir mais cafés.

Como se integram os jovens adultos com dificuldades intelectuais e do desenvolvimento?

Temos uma dupla experiência com a Associação VilaComVida: a de contribuirmos com as nossas equipas especializadas nessas integrações para que as outras empresas con-



sigam fazer de facto esta integração. Formámos as equipas, explicámos como utilizar a linguagem adequada, que formas de conversar podem ser mais difíceis de entender para determinados perfis, a importância da regra, a importância da supervisão e do método, tudo questões relativas à integração que facilitarão a inserção dessas pessoas no mercado, já temos feito muitos acompanhamentos nas pequenas e médias empresas portuguesas, por outro lado, temos o nosso próprio negócio social onde também integrámos essas pessoas com o modelo de formação chamado « Escola Joyeux » e nessa escola existem quatro funções-chave: barista, serviço de mesa, cozinha e caixa, elas são recrutadas e começam pela função que mais desejam, depois rodam durante dois anos por estas funções e ao fim deste tempo entre formação teórica e prática, 80% da formação é desenvolvida no contexto do trabalho, eles aprendem porque fazem, os supervisores que gostam de ensinar e que têm esse coração aberto para assistir ao crescimento do outro são as pessoas que os ensinam a fazer sozinhos e portanto todo o

modelo do Café Joyeux é pensado de raiz para que possam desenvolver estas competências de forma autónoma, ou seja, as máquinas, os equipamentos são facilmente manuseáveis, as receitas são facilmente replicáveis, o atendimento tem peças de lego coloridas que ajudam à memória quando o cliente faz o pagamento para que o prato certo vá para o tabuleiro certo, o modelo de comunicação, afinal tudo é pensado para que sejam os atores principais do processo, portanto isso conduz à uma autoestima, sentem-se capazes, têm o seu salário proporcional às horas de trabalho que fazem sobre o salário mínimo nacional, é o salário que têm, podem fazer turnos de 4 a 6 horas, depende da capacidade e do desenvolvimento da pessoa. Hoje passado um ano e meio da primeira abertura, podemos dizer que o balanço é muito positivo, temos pessoas autónomas em muitas funções e estamos felizes com o modelo de aprendizagem que herdámos da casa-mãe que replicámos em Portugal, é interessante porque independentemente de alguns quilómetros de distância que nos separem, o espírito é o mesmo, a cultura da autonomia, do entusiasmo,



de tudo aquilo que contribui para o crescimento individual, é idêntico de um país para o outro, o perfil das pessoas com quem trabalhamos nos cafés como supervisores, o perfil das pessoas que estão na equipa de gestão, todos têm o brilho no olhar que vai aumentando à medida que se vai contribuindo para tanta transformação de vida para melhor.

Quais são os seus objetivos agora?

Tornarmos sustentáveis, hoje aquilo que vendemos em termos de serviço, refeições e café permite pagar as contas da operação, ainda não permite remunerar a estrutura que é necessária ter por detrás disso, por isso o fundraising ser importante, o nosso primeiro objetivo é que os cafés permitam remunerar a estrutura como um todo para que fiquem positivos em termos de break-even, o nosso segundo objetivo é ter capacidade de resposta para os pedidos que nos surjam de abertura de mais cafés, para abrirmos um café é uma decisão que mexe com dois lados nossos, o lado da missão que quer tirar as pessoas de casa e mostrar à sociedade o seu valor, por outro lado, em termos de decisão de negócio e de operação, não pode ser tomada de forma impulsiva sem analisarmos a sustentabilidade do modelo, é a parte mais difícil e gostávamos de ter um conjunto de parceiros socialmente responsáveis, mecenas, investidores sociais que nos ajudem a fazer desse projeto um projeto de expansão nacional e que nos garantam que podemos focarmos no nosso trabalho do dia-a-dia, pôr estas pessoas a brilharem para si e para os outros

e para quem os emprega e que não estejam tanto tempo investido a angariar fundos para crescer quando sabemos que é uma projeto que poupa muito dinheiro ao Estado português porque o Estado tem um custo com estas pessoas se forem para centros ocupacionais. Num Café Joyeux em Cascais, o facto de formarmos doze jovens-adultos e recrutá-los permite a poupança de 200 000 euros ao Estado português sem contar com os outros efeitos colaterais positivos como não sacrificar o sistema de saúde nacional, a qualidade de vidas, as doenças do foro mental, as violências domésticas, a obesidade, tudo aquilo que são efeitos colaterais negativos, isto é, o facto de as pessoas não estarem a desenvolver as suas capacidades, afinal, é conseguirmos ter um grupo de empresas que nos ajudem a dar estes passos mais rapidamente e poder crescer para abrir mais Cafés Joyeux e responder aos pedidos, o terceiro objetivo é contribuir para mudar políticas públicas, perceber que o modelo de contratar para formar é um modelo que tem futuro e mais económico do que formar para quem sabe contratar, os fundos que o estado investe em formação deveriam estar agregados ao contrato de trabalho porque o contrato de trabalho de uma pessoa numa situação de vulnerabilidade social não pode existir sem a componente de formação agregada mesmo que a pessoa já tenha experiência profissional numa condição de dificuldade intelectual e de desenvolvimento, o acompanhamento pode ser menos intensivo mas é sempre necessário. Essa relação de acompanhamento tem que sempre existir, pelo menos no início da relação profissional, uma agregação das medidas de



apoio à contratação e de apoio à formação, é esse caminho que estamos a procurar fazer hoje com o estado português e com os respetivos responsáveis, se conseguirmos mudar essas políticas públicas com o nosso exemplo, ficaremos felizes porque abrimos caminho para outras missões e outras pessoas que poderão beneficiar do esforço de abertura dos olhos da sociedade, criar esta proximidade, finalmente o último objetivo, aliás seria até o primeiro, contribuir cada vez mais que as pessoas desmitifiquem esse pre-conceito, percebam que a diferença nas nossas vidas pode ser uma mais-valia e que nos aproximemos dessa diferença, passemos a olhar para ela como algo que seja natural e não especial nas nossas vidas.

Implementar esse projeto em Portugal foi um desafio?

Sem dúvida! Foi um desafio enorme, foi sim um longo caminho que começou há algum tempo, começou em 2016, com o nascimento da Associação e com a realização de trabalho de campo, apercebi-me que era necessário existir um projeto mais próximo das pessoas que proporcionasse essa troca de olhar, em outubro de 2020 ganhámos o Programa Parcerias para o Impacto de Inovação Social e com o projeto-piloto que fizemos tivemos fundos para recrutar equipa. A partir daí foi mais fácil porque tinha uma equipa motivada e tudo isso fez com que consigamos abrir o primeiro Café Joyeux em Portugal porque houve uma relação de confiança com a marca-mãe, de muito reconhecimento pelo trabalho que foi feito, de



persistência, de resiliência mas acima de tudo, de confiança. O facto de ser mãe do Manel trouxe um elemento de família no projeto Café Joyeux que não tinha na equipa e no projeto em França tal como essa experiência da Associação que se dedicava à inclusão há muitos anos.

Qual é a mensagem que queira deixar aos nossos leitores?

Venham ao Café Joyeux, venham conhecer a mais-valia na diferença, que nos ajudem com tudo o que puder porque queremos que o projeto atinja rapidamente a sustentabilidade para ele próprio se pagar a si mesmo, toda a ajuda será sempre utilizada para abrir mais espaços de trabalho de realização profissional para todos. Venham conhecer a alegria no trabalho, um serviço feito com coração, uma produção muito boa, caseira, que nos ajudem a chegar esta

mensagem o mais longe possível! Consultem o nosso site Apoiar o Café Joyeux representa contribuir para continuar a formar jovens com dificuldades intelectuais e do desenvolvimento, dando-lhes emprego e colaborando para uma sociedade mais justa e inclusiva. O objetivo é possibilitar que cada colaborador ganhe confiança, autonomia profissional e se sinta parte verdadeiramente integrante da empresa. Significa também apostar na economia local e circular, privilegiando a sustentabilidade e o ambiente. Queremos continuar a formar e empregar jovens com dificuldades intelectuais e do desenvolvimento proporcionando-lhes uma vida autónoma e com mais sorrisos em novos Cafés Joyeux. O resultado da angariação desta campanha que estará no ar até 30 de Junho, terá um impacto muito relevante na expansão da rede de Cafés Joyeux e da nossa missão em Portugal.



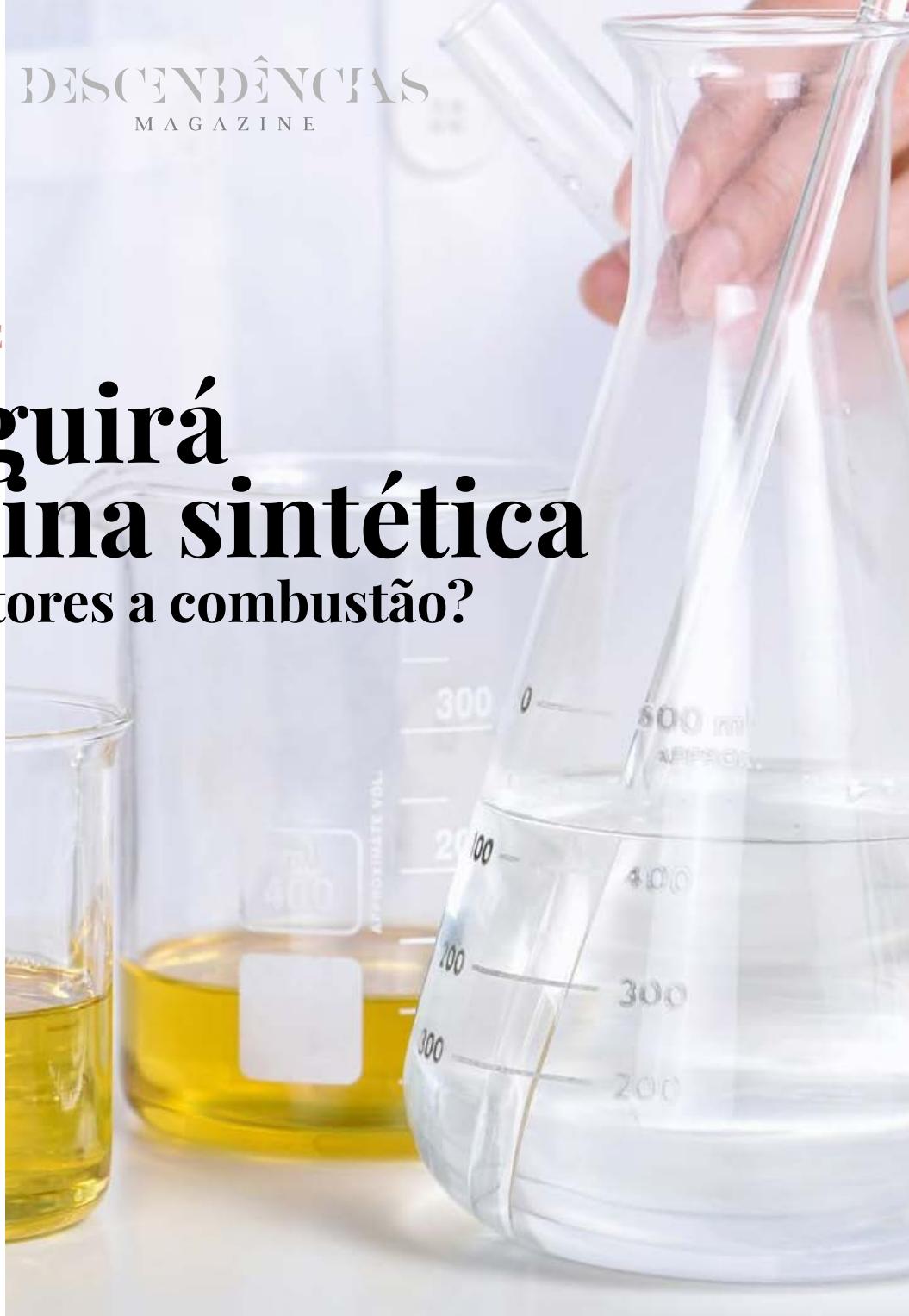
Sylvie das Dores Bayart
Empresária Dijon

| AMBIENTE

Conseguirá a gasolina sintética salvar os motores a combustão?

Poderá a gasolina sintética, também conhecida como e-fuel, ser a solução milagrosa para os problemas enfrentados, na actualidade, pela indústria dos combustíveis fósseis, em contraposição aquela outra mais focada na mobilidade eléctrica? Antes de percebermos se este tipo de gasolina é, de facto, a tão esperada solução, importa perceber de que forma ela é produzida, quais os seus principais benefícios e as suas limitações.

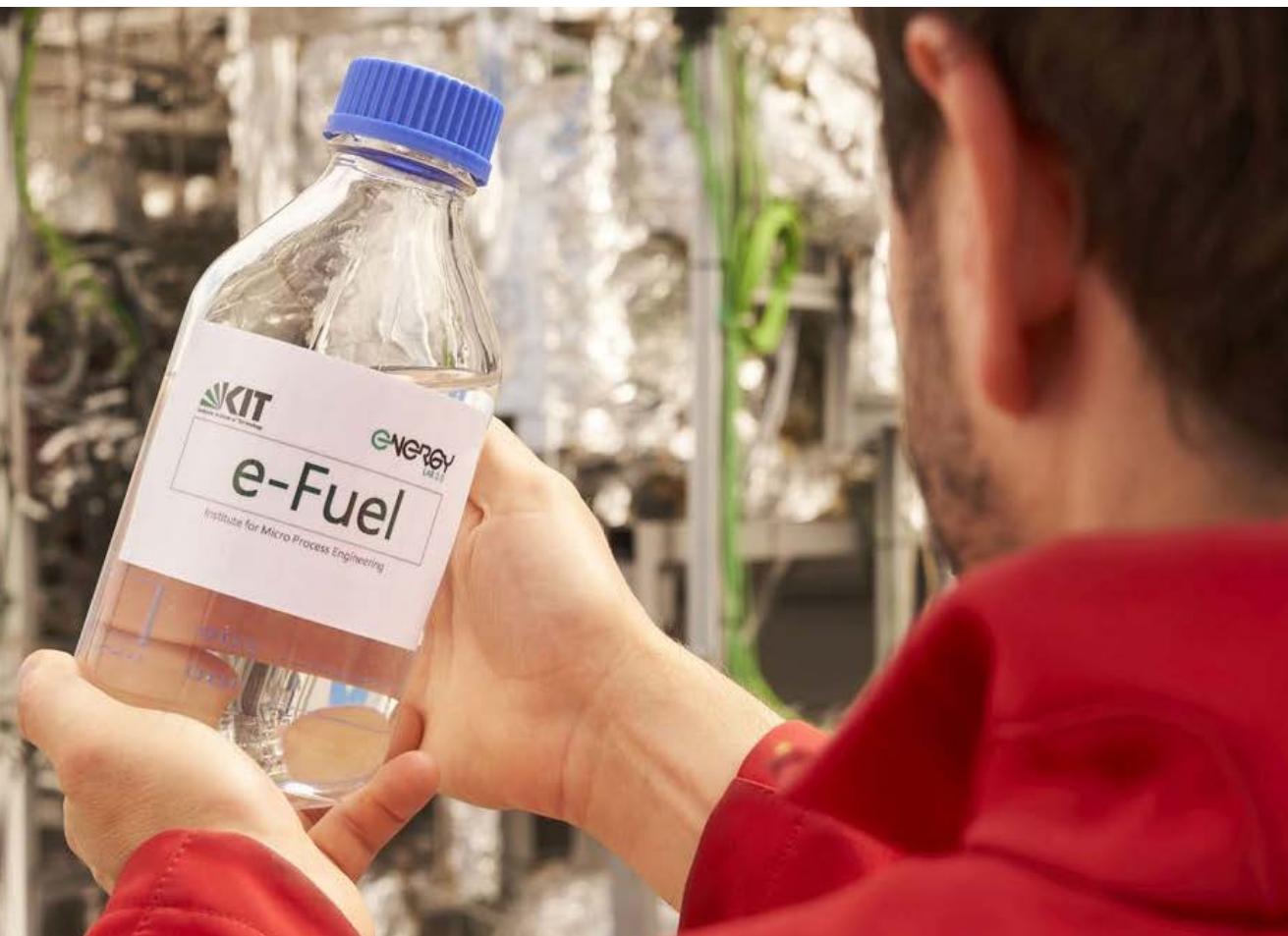
Como o próprio nome indica, a gasolina sintética é um combustível produzido de forma sintética, contrariamente aos combustíveis fósseis que, apesar de refinados, são extraídos da natureza. A produção da gasolina sintética inicia-se com a criação de um gás de síntese através de uma reacção química entre o gás carbónico e o hidrogénio, resultando daí a gasolina. O hidrogénio, que não se encontra em estado puro na natureza, é obtido através do processo de electrólise da água. Existem alguns benefícios associados ao uso da gasolina sintética. Em primeiro lugar, este tipo de gasolina é mais limpo do que a gasolina tradicional, porque tem como base os hidrocarbonetos líquidos criados a partir de gás natural ou carvão, e esses processos produzem menos emissões de carbono do que a extração de petróleo bruto. Além disso, a gasolina sintética pode ser produzida sem a adição de alguns compostos nocivos, nomeadamente, o enxofre, tornando-a mais segura para o meio



ambiente e para a saúde humana.

Outro benefício importante da gasolina sintética é sua versatilidade. Ela pode ser usada em motores de combustão interna tradicionais sem a necessidade de modificações significativas nos mesmos. Sendo assim, os proprietários dos automóveis actuais não precisarão comprar novos carros.

A maior limitação da gasolina sintética reside no seu elevado preço, em boa parte devido aos avultados custos de produção do hidrogénio, os quais poderão dificultar a sua massificação. Por outro lado, embora em menor escala que a combustão provocada pelos combustíveis fósseis, gera gases que contaminam o ambiente, pelo que impossibilita a sua aceitação em regiões que adoptem as emissões zero de CO₂, como é o caso da União Europeia.



Por outro lado, a disponibilidade de matérias-primas é outro desafio que se coloca à produção da gasolina sintética em grande escala. Dependendo de matérias-primas como o gás natural ou o carvão, que não estão disponíveis em todos os lugares, pode limitar a capacidade de produção deste tipo de gasolina em certas regiões, o que poderá torná-la menos viável como alternativa à gasolina tradicional.

Apesar dos desafios acima identificados, a gasolina sintética tem um potencial significativo como alternativa à gasolina tradicional.

Quando comparada com as baterias de lítio - outra das alternativas aos motores movidos a combustíveis fósseis - a gasolina sintética tem a desvantagem de emitir poluentes durante o funcionamento dos motores. Todavia, importa referir que, também a produção de veículos eléctricos é altamente nociva para o ambiente (contaminação dos solos, ar e água) e para a saúde das pessoas, sobretudo na fase de exploração intensiva dos minerais usados no fabrico das baterias (cobalto, lítio, entre outros), muitas vezes em locais social e ecologicamente sensíveis. Por outro lado, estas são muito caras, apresentam um tempo de vida útil bastante limitado, a capacidade ener-

gética não permite percorrer grandes distâncias, o tempo de carregamento é longo e a não reciclagem adequada destas baterias pode resultar em graves danos para o ambiente.

Em termos de impacto ambiental, a escolha entre a gasolina sintética e as baterias de lítio depende muito do objectivo pretendido. Se queremos reduzir as emissões de gases, sobretudo nos meios citadinos onde existe uma grande concentração de veículos, as baterias de lítio são a escolha mais acertada. Se a meta é reduzir as emissões de carbono em toda a cadeia, incluindo a produção, nesse caso, a gasolina sintética pode ser a melhor opção. Além disso, é importante lembrar que a produção de energia eléctrica para recarregar as baterias de lítio também pode gerar elevadas emissões de carbono, caso esta não seja produzida a partir de fontes renováveis.

Resumindo, ambas as tecnologias apresentam vantagens e desvantagens em relação ao meio ambiente. A escolha entre as duas depende muito do uso pretendido e das circunstâncias específicas que cada situação requer. O mais importante é continuar pesquisas e desenvolver outras tecnologias de energia mais limpas e sustentáveis, tais como, as baterias de sódio.



Com o fim da venda de novos veículos equipados com motor de combustão, em 2035, o Parlamento Europeu acabou com o sonho alimentado pelas marcas que começavam a apostar nos combustíveis sintéticos, equiparando-os aos alimentados pelos combustíveis fósseis, porque, segundo os responsáveis da EU, este tipo de combustíveis poluem o ambiente, quando queimados num motor de combustão.

A Porsche foi uma das marcas que mais investiu nesse tipo de energia alternativa e mais amiga do ambiente e tudo fez para que este tipo de veículos, em termos ambientais, fossem equiparados aos eléctricos, mas os seus esforços não conseguiram vencer os decisores políticos europeus. Também a Audi apostou numa fase inicial nessa tecnologia, para mais tarde a abandonar a favor dos eléctricos.

Numa Europa que caminha a passos largos para a electrificação dos seus veículos, poucas marcas se arriscam a continuar a produzir veículos a combustão. Entre as excepções,

encontram-se a Porsche e a BMW. A Porsche pertence ao grupo Volkswagen, que já anunciou que a VW e a Audi passarão a contar no seu catálogo, num futuro próximo, apenas com gamas eléctricas, abandonando totalmente os motores a combustão. A Porsche passará a contar com 80% de veículos eléctricos e 20% de veículos alimentados por gasolina sintética. No caso do grupo BMW, apenas a Mini terá modelos totalmente eléctricos. Posto isto, há uma pergunta que se impõe: Se a Europa vai banir as vendas de carros novos a combustão a partir de 2035, a quem vão essas duas marcas vender os seus veículos? De entre as várias possibilidades, continuará a haver mercado em vários países do leste europeu que não alinharão nas restrições impostas pela União Europeia, países asiáticos e sul-americanos, assim como em quase todos os estados dos Estados Unidos da América. Além disso, a gasolina sintética passará a ser usada na Fórmula 1, a partir de 2025.



Vítor Afonso
Mestre em TIC

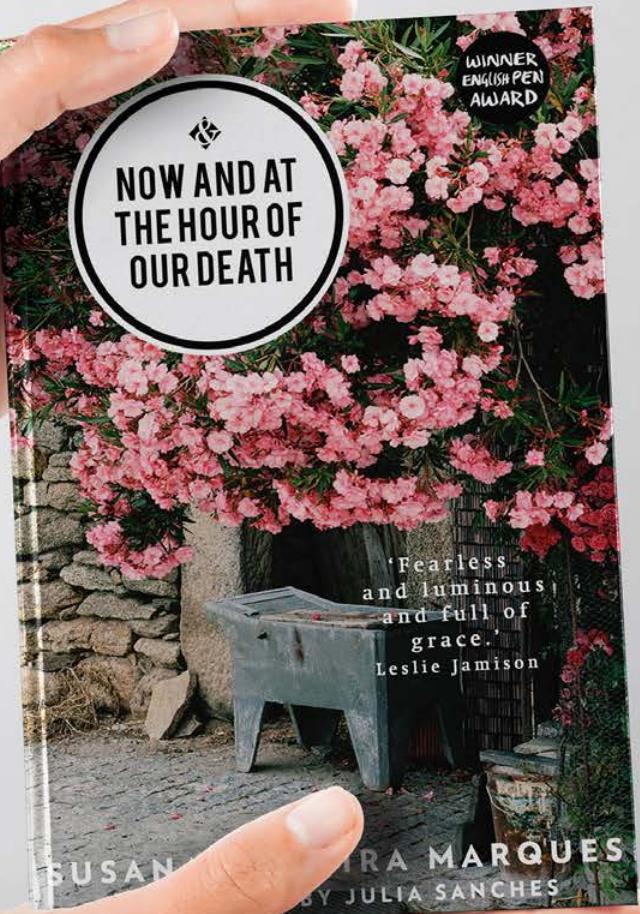
in **PORTUGUESE**
TRANSLATION

7th SESSION

NOW AND AT THE HOUR OF OUR DEATH
by Susana Moreira Marques
Translated by Julia Sanches

Both author and translator will join us for our
second meeting at PinT Book Club.
Wednesday, 17 May 2023
19.00 h (GMT)

AILD / REINO UNIDO



| SAÚDE E BEM ESTAR

Dermatite Atópica

O que é? Como tratar?



A dermatite atópica ou eczema atópico consiste numa doença inflamatória crónica da pele que geralmente tem início durante a primeira infância. Estima-se que afete cerca de 10% a 20% das crianças e está geralmente associada a história familiar ou pessoal de doença alérgica. É mais frequente nos países desenvolvidos e a sua prevalência tem vindo a aumentar. O diagnóstico é clínico, ou seja, não são precisos exames, basta a observação médica. As principais características da doença são: prurido (comichão), distri-

buição típica que varia de acordo com a idade e evolução crónica com exacerbações (alturas em que está pior e alturas em que está melhor). Em 85% dos casos a doença tem início na primeira infância, após os 3 meses de idade. No lactente, a doença atinge sobretudo a face, couro cabeludo, superfícies extensoras e tronco. Na segunda infância tende a localizar-se na região dos sangradouros e região politeia, persistindo xerose cutânea (pele seca). O adolescente tem um padrão mais semelhante à doença do adulto. Cerca de

50% das crianças com dermatite atópica vão ter manifestações da doença na idade adulta.

As crianças pequenas têm muitas vezes alterações do sono, pelo prurido que se intensifica à noite, o que tem também impacto no sono dos pais. Esta sensação de prurido intenso leva a coceira permanente, com agravamento das lesões e um sono muito agitado. Existe também impacto social pelo estigma da doença cutânea, o que muitas vezes condiciona no adolescente perturbações da imagem corporal e baixa autoestima. Pode também condicionar o rendimento escolar e a escolha do tipo de exercício físico a praticar. Nas famílias, o impacto da doença crónica e as despesas acrescidas com o tratamento destas crianças são uma realidade.

Existem várias estratégias para mini-

mizar o impacto na qualidade de vida, que passam por medidas para alívio do prurido e do desconforto, melhorar o sono, controlar a inflamação, reduzir as lesões e as recorrências.

Para atingirmos todos estes objetivos, medidas básicas de hidratação e proteção da barreira cutânea são fundamentais. Nestes bebés, crianças e adolescentes os banhos devem ser curtos, pouco quentes, utilizando agentes de limpeza com pH neutro, seguidos de aplicação de emoliente duas ou mais vezes por dia. Sabemos que estas medidas simples minimizam a agressão da pele e a perda de água. As crianças devem usar roupas de algodão e devem ter as unhas curtas e limpas para evitar a infecção da pele. O stress emocional também pode ser um fator desencadeante e condicionar o agravamento das lesões de dermatite atópica.

Outro pilar fundamental para o controlo da doença é a terapêutica tópica (aplicada na pele) anti-inflamatória que passa pela utilização dos corticoides tópicos (cortisona) e numa segunda linha pela utilização dos inibidores da calcineurina, prescritos na consulta de Pediatria. Existe uma corticofobia generalizada que deve ser combatida. As famílias não devem ter medo de utilizar estes fármacos, devem ter um plano escrito, pelo seu médico, de como os utilizar e devem saber onde podem aplicar cada fármaco. Os anti-histamínicos sedativos (medicação oral) também poderão ter o seu papel no controle do prurido noturno em fases agudas da doença.

Embora não tenha cura, é possível controlar a dermatite atópica melhorando a qualidade de vida das crianças e dos pais.

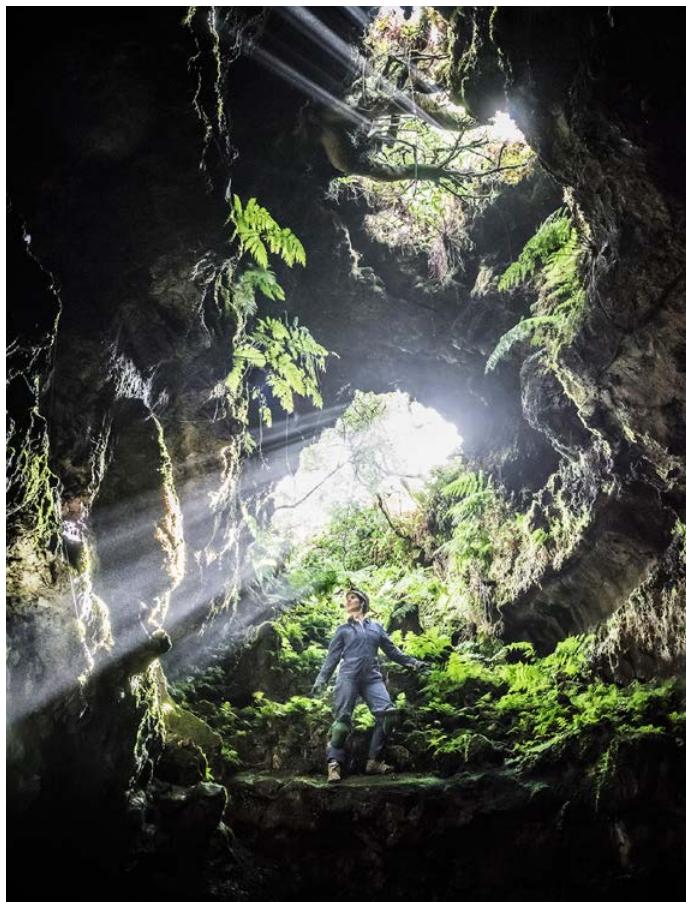


Sara Ferreira
Médica Pediatria



| PELA LENTE DE
Pedro Silva









Sou natural e vivo na Ilha do Pico, Arquipélago dos Açores, e a fotografia é um hobbie e não profissão. Grandes angulares e natureza. É isto que procuro, por base, na fotografia. No entanto, nos últimos anos tenho tido a oportunidade de experimentar outras coisas como a espeleofotografia, a astrofotografia bem como diversos tipos eventuais culturais ou desportivos voltando invariavelmente e ciclicamente ao binómio grande angular/natureza. A fotografia tem esta coisa extraordinária de nos proporcionar acesso privilegiado a lugares únicos e exclusivos, bastidores, ou por exemplo uma simples sala que está fechada mas, na minha opinião, muito mais importante, dá-nos acesso às pessoas. E é isso que mais me agrada cada vez mais no meu percurso enquanto fotógrafo. As pessoas que vou encontrando pelo caminho, a forma como todas elas me ajudam no meu crescimento pessoal, a possibilidade de beber nas diferentes histórias de vida, de personalidades incríveis e de realidades únicas e fascinantes.

| COM LUPA: CÁ DENTRO

Açores

Pelos caminhos de Ponta Delgada

II Parte



Retomamos a nossa viagem com o cativante atelier de cerâmica: Matéria 47 – Arts & Crafts Atelier | Ceramic Workshop! Através de marcação telefónica (296 093 201) pode não só ficar a conhecer o espaço e as belas criações que aqui desenvolvem, como também realizar a sua própria conceção com a ajuda da formadora Inês. O momento de produção artística é memorável, não deixe escapar esta oportunidade!

Para se abastecer para o lanche durante o seu percurso, passe pelo Mercado da Graça. É certo que de momento não vai conseguir conhecer a essência do mercado, devido ao projeto de requalificação do espaço que se encontra em curso. Contudo, mesmo visitando as instalações provi-

sórias pode comprar produtos típicos e frescos, obras exclusivas de artesanato e ouvir as múltiplas histórias dos vendedores acolhedores. Encontra-se aberto de segunda-feira a quarta-feira, entre as 07h00 e as 18h30; de quinta-feira a sexta-feira entre as 07h00 e as 19h00; e no sábado entre as 07h00 e as 14h00.

Com as iguarias que recolheu, um passeio junto da Natureza é sem dúvida a opção mais lisonjeira. Seguimos por isso, para um dos principais jardins históricos de São Miguel: Jardim Botânico António Borges. Construído entre 1858 1861, este espaço de enorme valor patrimonial serve atualmente como espaço de recreio e lazer, aberto ao público de forma gratuita. Marcado pelo estilo romântico



e pitoresco, este jardim irá revelar-se como uma experiência extasiante, na qual a cada passo que dá surge uma nova descoberta! Caso esteja muito curioso e queira saber os pontos, percursos, cronologia e características mais específicas do local, pode descarregar, de forma online, um desdobrável em PDF com todas as informações. Mas, claro que lhe vamos ainda destacar as espécies exóticas e centenárias que irá encontrar! *Ficus macrophylla*, *Jacaranda mimosifolia*, *Metrosidero excelsa*, *Junbaea chilensis*...é impossível não se encantar! E, se veio acompanhado das crianças, saiba que aqui também tem um parque infantil, por isso aproveitem e divirtam-se!

Já estamos a chegar ao final da tarde, por isso vamos para algo um pouco radical: a Gruta do Carvão. Classificada como Monumento Natural Regional e identificada como geossítio prioritário do Geoparque Açores, esta cavidade encontra-se inserida no Complexo Vulcânico dos Picos, uma área de vulcanismo fissural. Esta gruta constitui o maior túnel lávico da ilha de São Miguel com 1912 metros (conhecidos até ao momento) de extensão repartida por 3 troços: um a norte – Troço Paím – com 880,2 metros; um intermédio – Troço dos Secadores de Tabaco, Rua de Lisboa – com um comprimento de 701,8 metros, e um a sul – Troço João do Rego – com 300 metros.

As estalactites, as estalagmitas, os balcões, a ponte lávica e as espécies Chthonius ischnocheles ou a Steatoda grossa irão rodeá-lo na sua vinda! Para conhecer a gruta tem duas opções: visita curta (com a duração de 30 a 45 minutos) e visita longa (de duração média de 2 a 3 horas). Marque já!

É hora da sua merecida refeição! A mais ou menos, 7 minutos de carro e 23 minutos a pé da Gruta do Carvão, encontrará a Adega Regional. A especialidade da casa é o peixe fresco, por isso aconselhamos a que experimente um delicioso peixe grelhado escalado. Jante cedo, porque esperam-lhe programações notáveis!

Para uma noite de inspirações venha até ao Teatro Micaelense! Classificado como Imóvel de Interesse Público pelo Governo Regional dos Açores, é um espaço central na atividade cultural da ilha. Para a programação do mês de maio tem

os seguintes eventos: no dia 6 de maio às 21h30, a orquestra Sinfonietta de Ponta Delgada, dirigida pelo maestro Jan Milosz Zarzycki irá agraciá-lo com a abertura de Felix Mendelssohn “As Hébridas” e com a Sinfonia nº 2 de Franz Schubert (o bilhete tem o custo de 12,50€); no dia 12 de maio às 21h30, é a vez do humorista Luís Franco Bastos lhe dar a conhecer as suas experiências e memórias de uma forma nunca antes feita (o bilhete tem o custo de 18,50€); no dia 29 de maio às 21h30, a artista Adriana Calcanhotto faz a estreia mundial neste palco do seu novo álbum “Errante” (os bilhetes têm o custo de 25€ no balcão e 30€ nas plateias).

Para a sua merecida refeição, a mais ou menos, 7 minutos de carro e 23 minutos a pé encontrará a Adega Regional. A especialidade da casa é o peixe fresco, por isso aconselhamos a que experimente um delicioso peixe grelhado





escalado. Jante cedo, porque esperam-lhe programações notáveis.

A pouca distância do Teatro aconselhamos a que visite igualmente o Coliseu Micaelense (a cerca de 11 minutos a pé, e 8 minutos de carro), a maior casa de espetáculos da Região Autónoma dos Açores! Em maio pode vir assistir no dia 5 às 21h30, ao projeto de celebração dos 20 anos de carreira da fadista Mariza com o seu concerto "Mariza Canta Amália" (o valor dos bilhetes varia entre os 25€ e os 40€);

no dia 12 às 21h30, a orquestra Coliseum Orchestra, dirigida pelo maestro Marco Torre juntamente com os cantores Ágata, Fernando Correia Marques e Toy irão celebrar con-sigo a tradicional Festa do Emigrante (o custo dos bilhetes varia entre os 15€ e os 80€); e no dia 27 de maio às 21h30 é com o humorista Gilmário Vemba que vamos descobrir um dos seus TEMAS que nos promete impressionar (o valor dos bilhetes varia entre os 16€ e os 20€).

Vemo-nos em junho!



Fatinha Pinheiro
Geógrafa

| C O M L U P A : L Á F O R A

Sifnos e Sérifos

duas ilhas (quase) secretas no mar egeu



Existe um grupo de ilhas situado no norte do mar Egeu e duas dessas, menos turísticas, valem a pena a nossa visita. São elas: Sifnos e Sérifos. A travessia marítima de quase três horas, que se inicia na capital grega, Atenas, leva-nos até ao porto de Kamares, na ilha de Sifnos – situada entre Sérifos, Kimolos e Paros – onde os laivos e vários tons da cor de fogo do pôr-do-sol, apaixona-nos à primeira vista. A capital e maior cidade da Grécia, Atenas, é habitada há cerca de 3500 anos. Existem voos diretos de Lisboa para Atenas. Para ir até às ilhas, temos de apanhar um ferry no porto de Piraeus, na capital grega. Nas ilhas, podemos optar por alugar um carro para conhecer a região ou um barco para explorar a área circundante.

Quando ir

Maio, junho, e setembro são os melhores meses para visitar estas ilhas na Grécia, uma vez que o tempo é mais agradável.

SIFNOS

Foi considerada um dos lugares mais ricos do mundo antigo, graças às minas de ouro e de prata, mas também, devido ao desenvolvimento das artes cerâmicas. Sifnos é a terra natal de vários cientistas, escritores e outros, por ser menos concorrida do que outras, como Mykonos ou Santorini. Apenas 2500 pessoas habitam a ilha. As pessoas procuram a ilha pela paz e pela tranquilidade.

Embora seja um território com muitos recursos, em Sifnos

a maioria dos produtos chegam de Atenas. Mas, a população tem os seus próprios terrenos de cultivo e 90 por cento da sua alimentação é orgânica. Famosa pela sua cerâmica desde os tempos antigos, Sifnos é um verdadeiro paraíso para os apaixonados desta arte artesanal. Isto tudo devido à criatividade dos artesãos locais, ao barro de grande qualidade e também, à abundância de matérias. As peças são variadas: umas têm utilidade decorativa, outras servem para cozinhar as especialidades gastronómicas da região, que são muitas: o guisado de grão-de-bico (revithada), o mastello, prato confecionado com cabra e as sobremesas como as loukoumia, nome dado à delícia turca; os pratos de peixe e marisco, a salada de beringela, terminado na célebre moussaka. Para experimentar as especialidades, devemos ir à moderna Apollonia, capital da ilha. Para além dos espaços de restauração com comida típica e deliciosa, na principal rua de Apollonia. Apollonia é também, o centro de todos os serviços da ilha: polícia, farmácias, câmara municipal, entre outros.

Uma sugestão: Isalos restaurant

Situado no famoso porto de Kamares, este espaço de restauração de cozinha variada é o local perfeito para con-

templar o pôr do Sol com um cocktail na mão. Sugestões: opte por um prato com sabor a mar e não deixe de provar o típico licor Mastiha (Mastiha Spirit Skinos). O restaurante tem um espaço para exibir obras de cerâmica.

Praias:

Vathi é uma das praias mais conhecidas de Sifnos. Situa-se na costa oeste da ilha, que tem o único hotel de cinco estrelas de Sifnos, o Elies Resort, e serve de porto para iates e veleiros. Este é local ideal para praticar desportos aquáticos, como paddle surf. A praia de Kamares é outra a visitar e está servida de espreguiçadeiras e guarda-sóis. A sul, temos a praia de Chrisopigi, próxima do icónico mosteiro com o mesmo nome, e uma das mais populares (e extensas) das Cíclades: Platys Gialos. As três praias da pitoresca vila de Faros (Faros, Fasolou e Glyfo) e a Vroulidia, também são de visita obrigatória.

Lugares de visita em Sifnos:

Artemonas

O branco das paredes e a pedra dos passeios parece diminuir o sufoco de caminhar ao sol, com as típicas fachadas azuis e brancas de todas as ilhas gregas. Percorremos ruas





estreitas com cheiro a jasmim. Padarias, lojas de doces artesanais, bares de tapas com música ao vivo e livrarias. Entre casas de estrutura antiga, capelas ou pequenas lojinhas e cafés, há muito para ver. Também podemos visitar uma das mais belas igrejas da ilha – a dos Sete Mártires e o museu arqueológico de Kastro – St Andreas. Através da Sifnos Trails pode, através de vários trilhos, visitar a área de natureza protegida. Por ser uma área pura, há também, mel de excelente qualidade. Não perca, também, os trajetos na montanha repleta de oliveiras. Ao final da tarde, os visitantes procuram o muro da igreja Agia Marina, em Kamares, para registrar o por do sol. Os mais aventureiros vão até ao topo da montanha de Agios Symeon, onde se fascinam com o crepúsculo: «kalinýchta» (que significa «boa noite» em português)

Outros locais a visitar em Sifnos:

Igreja Aghios Athanasios
Igreja dos Sete Mártires,
Geronti Studios
monte Agios Symeon

Sifnos – alojamento, uma sugestão
Geronti Studios

SÉFILOS

Praticamente imaculada, esta misteriosa ilha fica a norte de Sifnos. O trajeto de barco entre Sifnos e Sérifos demora cerca de 20 minutos. Tem cerca de mil habitantes e uma dimensão semelhante à ilha Santorini. Para além de ser especial para caminhadas, ciclismo de montanha, mergulho ou escalada, pode explorar todas as praias. Também existem trails para fazer caminhadas, mas passear de carro é – possivelmente – a melhor maneira de explorar a ilha.

Em Chora há ninhadas de gatos por todo o lado e animais como cavalos, burros e ovelhas.

A Praça Aghios Athanasios, em Chora é um ponto de encontro para os habitantes. Aqui também encontra a Igreja Aghios Athanasios e também, alguns cafés tradicionais com esplanadas coloridas.

Praias:

Psili Ammos, Kalo Ambeli, Vagia, Koutalas, Agios Sostis, Sykamia e Platis Gialos. Para chegar à maioria destes



areais os acessos são sinuosos.

Outros locais a visitar em Sérifos:

Igreja dos Sete Mártyres

Mosteiro de Taxiarchis

Kalo Ambeli

Yacht Club - é o local ideal para comer uns petiscos e beber um cocktail. Fica em Livadi

Praça e Igreja Aghios Athanasios

Castelo veneziano

Gastronomia:

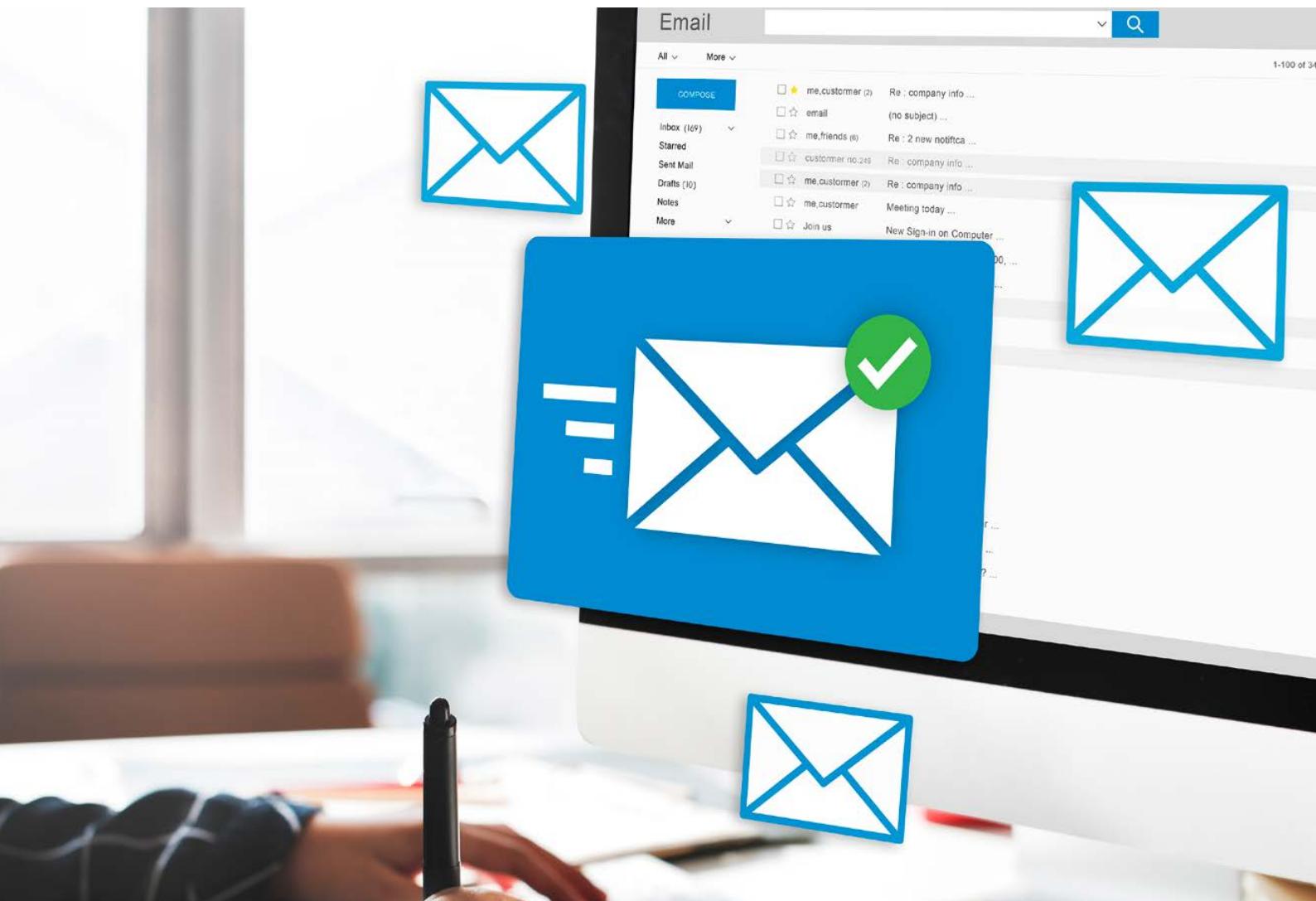
No Megalo Livadi pode provar: Bolinhos de erva-doce (marathotiganites), grão-de-bico cozido em panela de barro (revithia fournou), salsichas, polvo (liasto htapodi), folhas de uva recheadas (dolmadakia), souvlaki (espadas típicas), verduras e legumes (zarzavatika), queijo xinomizithra, entre outros.

Sérifos – alojamento, uma sugestão

Aliktypo Studios



Madalena Pires de Lima
Escritora



| FALAR PORTUGUÊS

As armadilhas do e-mail

Hoje apetece-me falar do e-mail. Não é fácil, digo-vos já. É como falar do dentista: não deixa de ser útil, mas há sempre coisas mais interessantes para discutir. E, no entanto, convém ir ao dentista — e convém pensar no e-mail.

É por e-mail que escrevemos, hoje, tanta e tanta coisa. É por e-mail que recebemos notícias, artigos, avisos das finanças e tudo o mais. Ao lado do Facebook, é dos canais

por onde mais escrevemos em português. E é por e-mail que trabalhamos, cada vez mais. Assim, temos de conhecer nas armadilhas que a escrita de e-mails esconde.

Conto-vos uma história só para perceberem onde quero chegar. Há uns anos, uma colega minha, gestora de projectos, recebeu ficheiros dum cliente de que já estava à espera há uns dias.

Respondeu algo do género: «Agradeço o envio dos ficheiros.» Isto, claro, com todas as fórmulas habituais antes e depois da frase.

O cliente mandou mensagem de imediato: «Outra vez? Mas eu acabei-me enviar!»

A minha colega ficou baralhada. Mas, depois de olharmos para aquilo uns segundos, lá percebemos todos o problema: a cliente tinha interpretado a mensagem como se estivéssemos a pedir os ficheiros: «agradeço que envie os ficheiros...» Ainda por cima, se fosse essa a interpretação correcta, a frase pecaria por ser brusca e impertinente: «agradeço o envio dos ficheiros, senão ainda nos chateamos».

De nada valeu que a mensagem viesse num seguimento de mensagens em que se percebia que era a resposta ao envio dos tais ficheiros. Também não valeu o facto de ser mais habitual usar «agradecia que» nos pedidos. A verdade é que a cliente, lendo de forma rápida a mensagem, percebeu mal — e quem ficou em perigo de irritar um cliente fomos nós (ai, o medo).

Bem, o medo é escusado. Se um cliente se irritasse só por isto, não seria grande cliente: mas é este tipo de poeira que, às vezes, começa a criar atrito em cada relação pessoal ou profissional e, sem notarmos, começamos a ficar de pé atrás com a outra pessoa.

No caso, tudo correu bem. Explicámos o mal-entendido e a cliente percebeu tudo.

Mas aqui têm um exemplo da forma como a comunicação por e-mail pode estar armadilhada.

Não sou o único a dizer que o e-mail é mais perigoso do que muitas outras formas de comunicação. Mas porque será? Imagino que tenha algo a ver com ser um canal muito informal e rápido, mas simultaneamente distante.

Distante, em que sentido?

Neste sentido: ao telefone, ainda ouvimos as inflexões da voz. Ao vivo, claro está, temos a voz e o corpo todo — podemos ser informais, que rapidamente percebemos quando estamos a pisar o risco. As cartas eram comunicação à distância, mas tinham uma série de truques e tradições que ajudavam a manter uma proximidade física (havia quem deixasse o seu perfume no papel de carta...).

O e-mail é como uma carta, mas sem cheiro nem textura. E, ainda por cima, passamos muito menos tempo a pensar no que escrevemos num e-mail do que pensávamos na altura das cartas.

O e-mail, ao ser rápido, informal, mas distante, acaba por ser um campo de minas sociais.

No próximo mês vou-vos falar de cinco armadilhas do e-mail.



Marco Neves
Universidade Nova de Lisboa

MERCADO DE CRIPTOATIVOS
A Bitcoin e os mitos

II



Terceiro mito: A bitcoin é apenas um ativo de risco, usada por criminosos. “As criptomoedas servem para um tipo especial de transações, as que procuram evitar ser rastreadas, ou seja, o crime, e para outros agentes servem como acumulação de capital. Logo, a criptomoeda não é uma moeda por não ter um uso generalizado no comércio e na vida comum”.

Francisco Louçã, “Bitcoin alta da moeda falsa”

Em primeiro lugar, desde 2010 a banca já foi multada em largos mil milhões de euros por facilitar pagamentos ilícitos o que demonstra que obviamente a bitcoin não é, nem será no futuro próximo, o mecanismo de excelência para transações ilegais. Para tal, já

existe a banca tradicional.

Em segundo lugar, é verdade que a bitcoin não é ainda usada como moeda pela maioria dos “hodlers”. Este comportamento faz todo o sentido, de um ponto de vista racional, visto que o preço de cada bitcoin está, aos dias de hoje, muito desproporcional quando visto à luz de toda a moeda em

circulação. Isto é, se a bitcoin fosse a moeda de excelência usada por grande parte da população mundial, o valor de cada unidade seria muito mais elevado do que é hoje.

Devido a esta óbvia assimetria, é normal que aqueles que têm bitcoin não a queiram usar para pagamentos. Ainda.

Contudo, e isto é algo que estes colegas mais tradicionais não vos dizem, é que para eu consumir produtos tenho de gastar bitcoin. Ou seja, se eu quiser tirar partido da valorização da bitcoin terei de trocá-la por produtos. Como a bitcoin tem uma quantidade limitada, a probabilidade de eu voltar a adquirir estas moedas ao preço a que as vendi, é bastante reduzida. Ou seja, a bitcoin é uma moeda cujo valor real o mercado ainda não descobriu. Por essa razão é que muitos “bitcoiners” preferem acumular durante o período em que o mercado não valoriza a bitcoin da mesma forma que eles.

Quarto mito: Os bancos centrais e reguladores vão acabar por regular a criação e utilização de criptomoedas. No pior dos cenários, vão banir as criptomoedas.

“Regulate bitcoin and its clones as assets (crypto-assets), explain why the digital currency that the central banks

already have should be accessible to the public and in what conditions and try to put a stop to all the irrationalities that surround these issues”.

Vítor Constâncio, no Twitter

Este tópico costuma ser bastante sensível para os que acreditam na regulação e no papel intervintivo do Estado, porém, é bastante simples de explicar porque a bitcoin não poderá ser regulada. Pelo menos, não da mesma forma que outros ativos o são.

Em primeiro lugar, a bitcoin já é regulada. O seu código detém todos os incentivos e regras necessárias para que a rede funcione sem nenhuma autoridade central, como tem funcionado perfeitamente nos últimos 11 anos. Sabiam que a bitcoin esteve operacional durante 99.99% do tempo em que existe? É um facto que os críticos normalmente se esquecem de referir.

Em segundo lugar, ao regular o comércio de bitcoin os bancos centrais estão apenas a dificultar o acesso aos seus cidadãos e não a regular a bitcoin como apregoam.

Costumamos dizer no mundo das criptomoedas que nenhum Governo pode banir a bitcoin, apenas podem banir os seus cidadãos de transacionar

na rede da bitcoin, visto que a bitcoin vai continuar a funcionar como sempre funcionou.

Vou fornecer um exemplo prático para que percebam a dificuldade de regular redes abertas. A Bittorrent é uma rede pública e descentralizada que permite a qualquer pessoa partilhar ficheiros peer-to-peer (P2P). Os governos tentaram de todas as formas banir e bloquear a sua utilização. Mesmo assim, a única razão para que o consumo de conteúdo ilegal tenha diminuído nos últimos anos advém do aparecimento de bons serviços de streaming, como a Netflix ou Spotify.

As pessoas não deixaram de ‘sacar’ músicas e filmes ilegalmente, porque era ilegal. Passaram a consumir conteúdo através destas plataformas, porque simplesmente é mais cômodo e fácil do que estar a fazer downloads.

Voltando ao mundo das “cripto”, Portugal é um excelente caso de estudo, visto que conseguiu proibir empresas de comprar e vender bitcoin sem uma licença bancária, antes sequer de existir uma directiva Europeia sobre o tema. Felicito a decisão destes génios do Banco de Portugal: vai certamente ajudar o nosso País a atrair mais talento e empresas focadas neste sector em franca expansão. Bravo.



Pedro Febrero
Fundador da Bityond

| FISCAL

Tributação autónoma

Muitos dos que chegam a Portugal para criar a sua empresa, descobrem que o imposto sobre o rendimento das pessoas colectivas (IRC) não recaí somente sobre os rendimentos das pessoas colectivas, conhecida normalmente como empresas, mas também sobre as suas despesas.

Com uma certa surpresa, descobrem que as despesas da sua empresa podem gerar IRC e nem sempre contaram com este pormenor no seu Plano de Negócios inicial.

O Estado Português, para evitar a afetação dos seus recursos humanos e financeiros para controlar, se determinada despesa está ou não associada à atividade normal de uma empresa, criou a tributação autónoma evitando mais um custo no Orçamento de Estado e criando uma receita extraordinária.

Mediando o pagamento de imposto, o Estado tolera a existência de certas despesas, sabendo que está a abdicar de receitas de IRS pela incorporação de certas despesas nas empresas, minimizando desta forma as suas perdas fiscais.

Exemplos de despesas sujeitas a tributação autónomas:

- Despesas não documentadas;
- Todo o tipo de despesas relacionados com veículos ligeiros de passageiros e motos;

- Despesas de representação;
- Despesas feitas com paraísos fiscais;
- Ajuda de Custos;
- Bónus, prémios, indemnizações ou compensações para a dirigentes de sociedades;

Em Portugal o IRC não é um custo fiscal, pelo que não abate ao resultado fiscal da empresa. As despesas não documentadas, mais conhecidas por despesas confidenciais, não são um custo fiscal para a sociedade, e estão sujeitas a uma taxa de tributação autónoma de 50%. Caso a empresa apresente prejuízo, a taxa de tributação autónoma passa a ser de 60%, o que significa que a taxa de tributação autónoma sofre um agravamento de 10%, sempre que a sociedade apresenta prejuízo, exceto para os anos iniciais de atividade.

As tributações autónomas de veículos ligeiros de passageiros e motos, sem agravamento, variam entre 2,5% a 35%. Por exemplo, um Renault Trafic, que todos nós sabemos que qualquer empresário sonha em passear com a sua família numas férias, está sujeito a uma tributação de 35%, sendo também esta taxa aplicada sobre qualquer gasto ou despesa relacionado com a viatura, portagens, seguro, combustível, rendas, alugueres, IUC, chauffeur, lavagens, estacionamento, manutenção, amortizações, etc....

Este caso não se aplica para as empresas que desenvolvem a atividade de transporte de pessoas ou alugueres de veículos.

Nos casos em que o veículo seja declarado como rendimento de um trabalhador, origina IRS na esfera do trabalhador, e também poderá levar ao pagamento de Segurança Social para a empresa e para o trabalhador. As despesas de representação, ou seja, qualquer despesa suportada com entidades externas à empresa (clientes, fornecedores, etc) estão sujeitas a uma taxa de 10%.

Despesas feitas com paraísos fiscais estão sujeitas a uma taxa de 55%.

Sobre as ajudas de custo e km recai uma taxa de 5%.

Por fim, sobre bónus, prémios, indemnizações ou compensações para os dirigentes de sociedades, incide uma taxa de 35%.

Existem circunstâncias que podem excluir ou evitar a aplicação da tributação autónoma, mas estas situações são relativamente marginais.

Contudo a sua não aplicação, é sempre interessante para quem pode beneficiar dela.

Se a sua empresa pode ou não beneficiar dessa circunstância, nada como falar com um contabilista certificado para descobrir....



Philippe Fernandes
CEO Cisterdata



Quando falham certos detalhes tudo se torna inútil.

info@amostradeletras.pt

AM
amostra de letras
COMUNICAÇÃO



WWW.EIMIGRANTE.PT

VIVA A SUA REFORMA EM PORTUGAL



+351 217 960 436



GERAL@EIMIGRANTE.PT



@EIMIGRANTE



AV. FONTES PEREIRA DE MELO, 35-2ºA 1050-118 LISBOA
RUA FELICIANO DE CASTILHO, 66 4000-293 PORTO