

EDIÇÃO 45

SETEMBRO 2024

DESCENDÊNCIAS

M A G A Z I N E





Lisboa, Paris, Marraquexe



+351 211 978 542



Consultoria fiscal e de gestão

Business Adviser, Gabinete de Contabilidade
Processamento de Salários, apoio fiscal e ao estatuto RNH
Duas décadas a apoiar empresas



info@cisterdata.pt



www.cisterdata.pt

p/ 06 e 07.

Fortalecimento das relações entre a AILD e o CCP. Por José Governo Obrigado e Boa Viagem. Por Philippe Fernandes, Presidente da AILD

p/ 14.

Grande Entrevista
Isabel Tavares
Diretora de Vendas e Marketing da The Editorial Collection Hotels

p/ 32.

A importância do CCP no exterior e o papel da nova geração na integração cultural
Por Beatriz Neves Guedes Pereira, Conselheira das Comunidades Portuguesas

N E S T A E D I C Ã O

p/ 38.

Artes e Artistas Lusos Andreia Melo
Por Terry Costa, Presidente do Conselho Cultural da AILD

p/ 46.

Ambiente Gentrificação verde
Por Vítor Afonso

p/ 46.

Tradições Lusas Beldroegas, daninhas de bô sustimento
Por António Manuel Monteiro

Obra de capa

Artista Plástica: Cristina Troufa

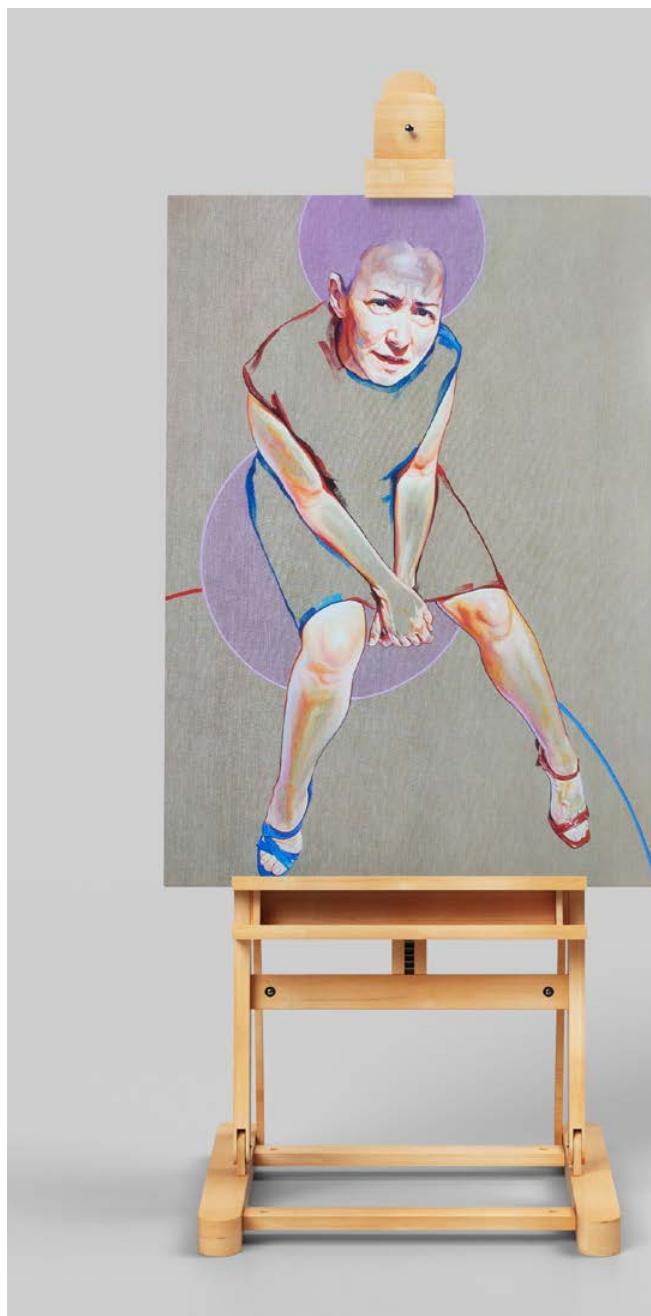
Dimensões: 100 x 80 cm

Técnica: Acrílico sobre tela

Nos teus sapatos

Sobre a mente iluminada e as mãos sobrepostas, navega a dúvida no rosto inconformado. Conta a história que uma rapariga perdeu o sapato de cristal num lugar circular, esfera sobre esfera, planeta principesco ou na lua de outra pessoa, e acabou em pés alheios, dentro da vida de outrem. Que caminho seguir: a pressa ou a lentidão? Na indecisão, abraçou ambos os trilhos, escolheu a própria ambiguidade: calçou azul e vermelho e não se arrepende.

Pedro Almeida Maia,
escritor



obrasdecapa.pt

F T

Diretora Fátima Magalhães | Diretora Adjunta Gilda Pereira | Editores Carolina Cunha, Carolina Muralha, Cristina Passas, Diana Correia, Eduarda Oliveira, Flávio Alves Martins, João Vieira, José Governo, Mafalda Lourenço, Marco Neves, Maria do Carmo Mendes, Marinela Cerqueira, Marta Costa, Melissa da Silva, Paula Cristina Veiga, Philippe Fernandes, Sílvia Faria de Bastos, Vitor Afonso | Revisão Fatinha Pinheiro | Design Gráfico Amostra de Letras | Estatuto editorial <https://descendencias.pt/estatuto-editorial/> | Editor e Proprietário Amostra de Letras Lda, NIF 515975591 | Administração Fátima Magalhães - 100% capital | Periodicidade Mensal | Contactos E: info@descendencias.pt W: descendencias.pt T: 309 921 350 | Publicidade E: publicidade@descendencias.pt | Anúncios A Amostra 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 Almocreves, 44 4455-029 Lavra - Matosinhos | Registo ERC 127522 | Edição 45, setembro 2024 - GRATUITA.

Editorial

Caros Leitores

Regressados alguns de nós de férias e com outros a partir, abrimos esta nova edição com duas obras de excelência. Para contemplar, ler e desfrutar. A AILD é uma associação em constante dinâmica e crescimento, que tem mostrado ao longo da sua curta existência, ter vindo a ocupar um espaço que estava por preencher, com projetos e ações de muito relevo e importância. A Chaviarte uma empresa de referência com 30 anos de existência é a empresa em destaque este mês. Com uma carreira sólida na hotelaria, Isabel Tavares, Diretora de Vendas e Marketing da The Editorial Collection Hotels é a grande entrevistada deste mês. A não perder! Fique a saber da importância do Conselho das Comunidades Portuguesas no exterior e qual o papel da nova geração na integração cultural, e recolha o depoimento de Alberto Arsénio de Sousa.

Natural de Vila das Velas, na ilha de S. Jorge, iniciou a sua vida nos palcos aos 3 anos de idade! Já estava no sangue. Descubra o magnífico percur-

so de Andreia Melo e os seus projetos futuros, e se nunca tinha ouvido o termo “gentrificação”, passe pela rubrica do ambiente e descubra do que estamos a falar. Não deixe de colocar os mais novos a ler as dicas de bem-estar, que a Madalena Pires de Lima lhe traz: este mês em destaque os vegetais. Delicie-se, mas com prudência com as Beldroegas e lembre-se sempre que a “Literacia em Saúde prolonga a nossa vida útil”. Quem o diz é um médica com muita experiência! A Fundação AEP, relembrar e alerta para a importância das Comunidades Portuguesas espalhadas por todo o mundo, na definição de uma estratégia coletiva de cooperação em larga escala. Faça uma pausa e deslumbre-se com o talento da Joana Dionísio, e saiba o que fez regressar a Portugal o professor Edmundo Rosa. Viajamos até à Expo 98 e ainda temos tempo para falar de teletrabalho. Não acha que tem bons motivos de leitura para este mês de setembro? Bom regresso ao trabalho se for caso disso.



Gilda Pereira
Diretora Adjunta

A C O N T E C E U

Fortalecimento das Relações entre a AILD e o Conselho das Comunidades Portuguesas

A Associação Internacional dos Lusodescendentes (AILD) tem vindo a manter uma relação de proximidade com o Conselho das Comunidades Portuguesas de forma regular através da participação do CCP na revista "Descendências", que mensalmente assina um artigo de opinião através dos seus diversos conselheiros, mas também, através de contactos diversos, quer com o presidente do Conselho Permanente, quer com diversos conselheiros de diferentes círculos eleitorais/países.

E é precisamente na sequência de todos estes contactos, mas também, da ideia que sempre defendemos que o CCP é um órgão extremamente importante, que sempre elogiamos, que tem vindo a ganhar forma e dimensão a ideia e o desafio do fortalecimento das relações entre a Associação Internacional dos Lusodescendentes (AILD) e o Conselho das Comunidades Portuguesas enquanto passo crucial para garantir um futuro próspero e coeso para as comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo. Essa sinergia oferece inúmeros benefícios, tanto para a AILD e associações das comunidades como para os lusodescendentes em geral. Permiti-me fazer uma reflexão mais aprofundada para explicar e justificar o porquê dessa relação ser tão importante:

Representação Unificada: Ao trabalharem em conjunto, a AILD e o Conselho das Comunidades Portu-

gesas podem representar de forma mais eficaz os interesses dos lusodescendentes perante os governos de Portugal e dos países de acolhimento. Essa representação unificada aumenta o peso político e diplomático das comunidades, facilitando a defesa de seus direitos e a promoção de suas causas.

Ampliação de Redes: A AILD, com sua abrangência internacional, e o Conselho das Comunidades Portuguesas, com seu foco nas relações com o governo português, podem criar uma rede mais ampla e robusta de contactos. Essa rede pode ser utilizada para facilitar a troca de informações, a partilha de boas práticas e a mobilização de recursos.

Fortalecimento da Identidade: A colaboração entre as duas entidades contribui para fortalecer a identidade lusodescendente, promovendo a cultura, a língua e os valores portugueses nas comunidades espalhadas pelo mundo. Essa identidade compartilhada cria um sentimento de pertença e estimula a participação ativa dos lusodescendentes na vida das suas comunidades.

Desenvolvimento de Projetos: A AILD e o Conselho das Comunidades Portuguesas podem unir forças para desenvolver projetos conjuntos que beneficiem os lusodescendentes, como programas de educação, cultura, empreendedorismo e apoio social. Esses projetos podem contribuir para o desenvol-

vimento das comunidades e para a promoção da integração dos lusodescendentes nas sociedades de acolhimento.

Importa olhar para este desafio como uma oportunidade, ou seja, a crescente diversidade e complexidade das comunidades portuguesas representam um desafio, mas também uma grande oportunidade para a AILD e o Conselho das Comunidades Portuguesas. Ao trabalharem em conjunto, as duas entidades podem encontrar soluções inovadoras para os desafios enfrentados pelos lusodescendentes, tais como: Projetos concretos que poderiam ser desenvolvidos em conjunto; Desafios específicos enfrentados pelas comunidades portuguesas em diferentes países; Estratégias para fortalecer a participação dos jovens lusodescendentes nas atividades das associações; O papel da tecnologia na conexão entre as comunidades portuguesas, entre tantos outros.

Fica assim a ideia já em estado avançado, cujo desafio será colocado em cima da mesa após a reunião plenária do CCP agendada para o início de outubro de 2024, onde será constituído o novo Conselho Permanente e as Comissões Temáticas, e portanto, já com os rostos com quem poderemos conversar e encontrar pontes de entendimento, vincando assim a nossa forma de ser e de estar, a colaboração e cooperação, onde seguramente, "juntos iremos mais longe".

No mês passado, tive a oportunidade de enaltecer um dos inúmeros projetos que a cada dia nascem e crescem no seio da AILD. Foi também no mês passado, mais precisamente no dia 24 de agosto que se realizou a 3^a edição do “Obrigado e Boa Viagem”, comprovando uma vez mais a dinâmica e maturidade do nosso projeto associativo.

Esta ação nasceu de uma publicação nas redes sociais de um destacado membro da comunidade portuguesa em França, e fundador do prestigiado LusoJornal, Carlos Pereira, em que comentava o facto de que, sempre que os emigrantes chegam a Portugal para umas merecidas férias, há festas e fo-

guetes em todo o lado, todos os vêm receber, existem dezenas de iniciativas, mas quando estes se vão embora nem uma garrafa de água lhes dão para a penosa e longa viagem. No dia seguinte dois membros fundadores da AILD, comentaram a publicação e tomaram logo a decisão conjunta de que seria a AILD a levar-lhes as águas - nasceu assim o “Obrigado e Boa Viagem”, uma ação mais que merecida (ÚNICA) e que tem deixado os emigrantes que passam na fronteira de Vilar Formoso bem como a comitiva que está presente na ação, de lágrimas nos olhos. De facto o momento de despedida dos emigrantes das suas famílias, de um novo regresso que só se

|

A I L D

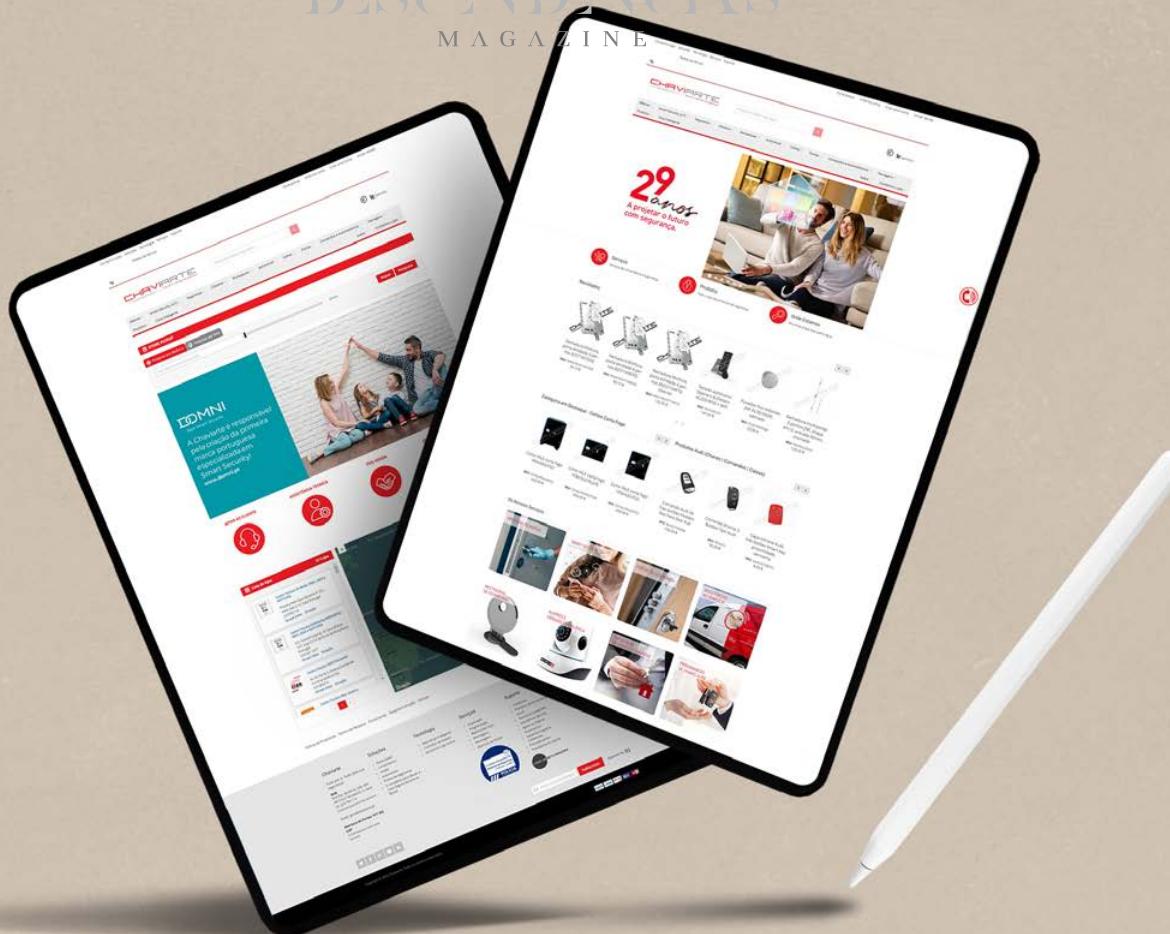
Obrigado e Boa Viagem

advinhará passados muitos meses ou em alguns casos um ano, é um sofrimento profundo que só quem já o viveu ou vive sabe do que estou a falar. Por isso ter um conjunto de pessoas, a agradecer-lhes por terem vindo a Portugal passar as férias (trazendo vida, alegria, animação, dinamização da economia local, sobretudo, nos territórios de baixa densidade), dar-lhes um abraço e desejar-lhes a todos eles uma *Boa Viagem*, são momentos de muita emoção e um gesto de muito carinho, que todos eles retribuem com uma lágrima no canto do olho e uma expressão de simpatia e agradecimento pela nossa ação e presença.

Este ano os “miminhos” aumentaram, bem como os parceiros do projeto, o que nos deixa a todos com a certeza de que, este é o evento que conta! Os elementos organizadores já começaram a trabalhar na 4^a edição, prometem ainda mais novidades e sobre tudo uma maior difusão do evento, procurando também desta forma, apelar a que os emigrantes possam nas suas viagens de regresso, sair da autoestrada e passar pela fronteira de Vilar Formoso para receber os nossos abraços! Obrigado a todos os que colaboraram de forma direta ou indireta, para o sucesso de mais uma edição, de uma iniciativa cheia de boas e reconfortantes emoções. Até agosto do próximo ano.



Philippe Fernandes
Presidente da AILD



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

Chaviarte

Pode-nos contar um pouco sobre o seu percurso profissional antes de se tornar CEO da Chaviarte?

Vou tentar viajar até esse longínquo passado. Há muito tempo que não me ocorre qualquer pensamento sobre esse período, depois de quase 3 décadas na Chaviarte, a empresa confunde-se com a minha “pele”. Eu comecei a trabalhar muito jovem, tive 2 empregos nos 3 meses das férias escolares de verão aos meus 13 e 14 anos, e aos 15 comecei a trabalhar a tempo inteiro no armazém de uma fábrica de portas metálicas. Aos 17 passei para os escritórios da empresa e aí fiquei um total de 7 anos ocupando sucessivamente vários cargos na organização da empresa e acumulando o trabalho com o estudo noturno, como trabalhador-estudante.

Aos 22 anos decidi enveredar pelas vendas e fui trabalhar para uma empresa europeia de plásticos técnicos, como técnico-comercial; a primeira empresa onde ganhei dinheiro a sério com as comissões sobre as vendas e onde aprendi a trabalhar por objetivos.

Dois anos depois fui recrutado para Diretor Regional Norte de uma multinacional de ferragens onde fiquei cerca de 2 anos e onde conheci os meus atuais sócios que eram um dos meus melhores clientes. Aos 26 anos criei a minha primeira empresa em parceria com ex-colegas de trabalho e um ano depois cedi as minhas quotas e saí para criar a Chaviarte, aos 27 anos.

Quais foram os maiores desafios que enfrentou ao longo da sua carreira e como os superou?

Os desafios foram tantos ao longo da minha vida que fica difícil enumerá-los, mas vou citar alguns; o primeiro foi o de querer retomar os estudos, mas no regime noturno, não ter transportes após as 20h, a solução foi trabalhar arduamente para juntar dinheiro para tirar a carta e comprar carro, trabalhava todos os sábados que podia, horas noturnas e abdicava de férias, mas mal fiz 18 anos, tirei a carta, comprei o meu primeiro carro, um Fiat 127 e inscrevi-me como trabalhador



António Correia, CEO Chaviarte

estudante. Outro desafio muito sério, foi o de aprender da pior maneira, que o ponto escolhido para abrir a nossa loja é demasiado determinante para o sucesso do negócio, pelo que escolher uma loja por ser nova, bonita e com o tamanho adequado, está longe de ser garantia para ter muitos clientes e boas vendas. Ao fim de seis meses de abrirmos a nossa primeira loja, estávamos em falência técnica, mas não atiramos a toalha ao chão, aprendemos com os erros e não desistimos. Foi muito difícil, mas conseguimos financiamento para nos mudarmos para o interior de uma Galeria Pingo Doce, e cerca de meio ano mais tarde, voltamos a arriscar e abrimos uma segunda loja no Hipermercado Continente de Matosinhos, o maior do país à época. O segredo esteve na perseverança, na crença das nossas capacidades, na assunção do risco e no trabalho árduo que nesta altura nos centros comerciais já nos fazia trabalhar 7 dias por semana.

Depois desta conturbada fase inicial, nestas quase 3 décadas, para conseguirmos fazer a empresa crescer organicamente todos os anos, foi preciso vencer as sucessivas crises políticas e financeiras a que Portugal nos habituou, aos períodos de banca rota e de recessão e mais recentemente à Pandemia. Também a crescente concorrência e a evolução acelerada dos produtos e serviços do nosso setor; a era digital e o comércio

online, todos estes desafios foram superados com sucesso e aqui o nosso segredo foi estar sempre na vanguarda dessas mudanças, não nos deixamos atropelar por elas, optámos por antecipá-las e incorporá-las no nosso negócio.

A Chaviarte é uma referência no setor. Quais são os principais fatores que têm contribuído para o sucesso da empresa ao longo dos anos?

Foram vários fatores, um deles já referi na questão anterior, que foi antecipar e incorporar as alterações do mercado e a evolução do nosso setor, mantendo-nos sempre na vanguarda. Outro que facilitou muito a nossa relação com todos os “stakeholders”, nomeadamente clientes, funcionários, fornecedores e senhorios, foi mantermo-nos sempre fiéis aos nossos valores, nunca abdicamos de manter uma postura correta, honesta e leal para com todos, desse modo foi mais fácil manter bons funcionários, bons fornecedores e ter acesso a bons pontos comerciais. A confiança que transmitimos aos nossos parceiros não tem preço e é também um garante do nosso sucesso. Mas de todos, tenho de destacar os nossos fantásticos funcionários que são a imagem da empresa no exterior, felizmente conseguimos manter os melhores ao

longo dos anos, sem eles nada disto teria sido possível. Um fator também determinante foi a estabilidade acionista da empresa e o compromisso dos seus 3 sócios, a sociedade está inalterada desde a sua fundação...mas estabilidade não se podia pedir.

Que papel tem a inovação na estratégia da Chaviarte? Pode dar exemplos de inovações recentes que foram implementadas?

A eficiência e o aumento da produtividade dependem muito da formação e da inovação, se queremos pagar salários mais altos, temos de aumentar a produtividade e esta anda de mãos dadas com a inovação e com a digitalização dos procedimentos. Vou citar 2 exemplos recentes, um com inovação nos processos internos e outro com inovação nos produtos; começando pelos processos organizacionais, implementamos a digitalização de todo o processo de prestação de serviços externos, desde a execução autónoma de orçamentos diretamente na nossa loja online, passando pelo agendamento online do serviço, acompanhamento do processo, execução automática de folhas de serviço e faturação, tudo processos em cadeia despoletados pelo cliente ou pelo nosso operador. Tornámos o processo mais célere, mais transparente, com informação rigorosa e completa, com maior controlo por parte do cliente e com menos erros e menos burocracia. Cada dado do processo é escrito uma única vez e os ganhos de eficiência são enormes. O segundo exemplo é a criação da nossa Marca/Conceito para o mundo digital, a DOMNI que nasceu à sensivelmente 3 anos e que agrupa para além de produtos e serviços de marcas de renome, produtos de marca própria DOMNI. Desenvolvemos uma parceria com um fabricante Israelita e criamos um “fato” à medida do mercado Português, nas nossas lojas está disponível o Kit “DOMNI” onde pontua o nosso Controlador que ligado à internet da casa/escritório controla via Wi-Fi sem necessidade de quaisquer cablagens uma série de dispositivos tais como alarmes, camaras, luzes, estores, Ar condicionado, passadores de água, sensores de fumo e gaz, abertura de portas e portões, etc...num Kit base económico mas que pode escalar para dezenas de periféricos. Isto tudo com garantia e assistência Chaviarte, sem dependentes de terceiros para resolver os problemas dos nossos clientes.

Quais são as principais iniciativas da Chaviarte em termos de sustentabilidade e responsabilidade social?

Há alguns anos criamos um departamento de Marketing que desde cedo, ficou também responsável por desenvolver políticas de sustentabilidade e responsabilidade social, esta é uma área em que as empresas com um mínimo de dimensão, precisam de alocar a alguém, para que o desenvolvimento destas políticas seja uma realidade e uma preocupação permanente e não se cinjam a atividades “one shot”. Vou citar a título de exemplo o que fizemos no último ano; reservamos o nosso dia de “team building” para execução de obras de reparação e manutenção numa Instituição de Gaia que acolhe animais abandonados e onde assumimos também o custo dos materiais. Apoiamos a Associação Portuense de apoio aos sem abrigo, a “Amor Perfeito” com o lançamento de uma chave virtual Solidária vendida na nossa rede de lojas e cuja verba reverteu a 100% (incluindo os 23% do iva da chave) para a associação, a conclusão deste projeto ocorreu á apenas mês e meio.

Desde à cerca de 3 anos que os brindes que oferecemos em feiras aos nossos clientes são produzidos com materiais sustentáveis e biodegradáveis, e cerca de 50% das viaturas compradas pela empresa nos últimos 2 anos são elétricas, para reduzir a nossa pegada de carbono.

É uma preocupação que sentimos em permanência, todos temos a obrigação de cuidar deste mundo, até porque não temos outro e se todos dermos pequenos passos, acabaremos por atingir objetivos que agora nos parecem inatingíveis.

Qual é a sua abordagem à gestão e liderança na Chaviarte? Como motiva e inspira a sua equipa?

Penso que não há nada mais inspirador e motivador que o bom exemplo, a promoção e a prática da ética e dos bons valores. O trabalho intenso e sério executado com ética, induz as nossas equipas a procurar fazer o mesmo. As boas práticas e o respeito pelos funcionários, inspira-os a respeitar, quer os clientes, quer as respetivas hierarquias na empresa. Também procuramos premiar e distinguir a excelência e o sucesso no cumprimento de objetivos previamente definidos, achamos muito importante que todos saibam para onde devem caminhar e qual o objetivo necessário para que a empresa conti-



nue rentável e sólida. Se convidamos os colaboradores a fazer a caminhada connosco, temos de lhes mostrar o caminho. E na vertente financeira, para além de procurarmos ter vencimentos e condições acima da média do nosso setor, reservamos uma percentagem dos resultados obtidos pelas lojas para ser distribuída pelos colaboradores da respetiva loja, mês a mês, de modo a manter os níveis motivacionais em alta ao longo de todo o ano. Quando as coisas correm bem, devem correr bem para todos, é o nosso mantra.

Que conselhos daria a jovens empreendedores que desejam entrar no mundo dos negócios?

Diria a qualquer um, que se acreditar em si próprio e nas suas capacidades, o céu é o limite. Há que ser perseverante, lembrar que é necessário ter grande capacidade de trabalho, um empreendedor antes de ser patrão é o principal funcionário de si próprio e o sucesso inicial vai depender quase exclusivamente dele próprio. Lembrar que os problemas e os contratemplos surgem naturalmente em qualquer altura, mas com mais frequência no início, é o chamado “caminho das pedras” e é nessa altura que temos de ser fortes e perseverantes para resolver ou contornar os problemas e seguir em frente sem desistir. Eu costumo dizer que só perde quem desiste, enquanto não “atiramos a toalha ao chão” há

sempre uma hipótese de resolver e continuar os projetos, normalmente com as devidas adaptações que a experiência nos vai induzindo a fazer.

Para aqueles que ainda não sabem bem por que negócio optar, ou para aqueles que sendo mais previdentes preferem o conforto do franchising, onde encontram vários conceitos já testados e com sucesso, assim como apoio inicial e apoio permanente ao longo de todo o projeto, deixo-lhes a sugestão de estudarem a hipótese de empreender em Franchising ... seja na Chaviarte ou outro qualquer conceito do mercado.

Como equilibra a sua vida profissional e pessoal, dado o nível de responsabilidade que tem?

Nos princípios do projeto Chaviarte, devo confessar que não havia qualquer equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. Felizmente ainda era solteiro e não tinha filhos, aliás eu costumava dizer que as lojas eram os meus filhos, mas com o crescimento da empresa, com o aumento do número de colaboradores e nomeadamente quando criamos as chefias intermédias, foi possível começar a trabalhar só 5 dias por semana e atualmente consigo esse equilíbrio. É certo que o portátil me acompanha sempre e que o telemóvel nunca é desligado, mas quando fazemos com gosto, não custa nada.



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?

Trata-se de um projeto muito interessante que não só liga a diáspora portuguesa ao seu país de origem, como pode ser uma importante fonte de informações e rede privilegiada de contactos bidirecionais. Eu e a Chaviarte estaremos disponíveis para colaborar com pessoas que queiram investir em Portugal ou mesmo que queiram levar a marca para outro país. Há todo um mundo de possibilidades.

Tendo em consideração que esta entrevista será lida por muitos empresários espalhados por todo o mundo, que palavras deixaria sobre a AILD relativamente a esta plataforma global?

A todos deixo o desafio de se conectarem à AILD com a elevada convicção de obterem uma dupla vantagem, aproximarem-se das suas origens e beneficiarem de informações e parcerias privilegiadas para negócios. Lá diz o ditado, que a “União faz a força” e essa União pode fazer-se através da AILD.



João Vieira
Diretor Geral AILD - Negócios & Empresas

Poemar

Poemar é amar o mar

Poemar é revestir o ser

Com o próprio pensamento

É trazer à superfície

O subconsciente

É ser vidente

É ser viandante

É amar a dor

E dar calor

Ao frio da noite.

Poemar é dar prazer ao ser

É estar contente

Por poder amar

E poemar é amor

Poemar é amar

Quando ao luar

O mar e a mente se entrelaçam

Quando a dor e o calor se confundem...

Poemar é amor

É amar

É mar

E é dor também

Odete Costa Semedo

Seleção de poemas **Gilda Pereira**



GRANDE ENTREVISTA

ISABEL TAVARES

DEPARTAMENTO DE MARKETING
E VENDAS DA THE EDITORY
COLLECTION HOTELS

Atual Diretora de Vendas e Marketing da The Editorial Collection Hotels, tem um percurso marcado pela constante procura por novos desafios e pelo compromisso com a excelência. Com uma carreira que começou na área de gestão e passou por cargos de destaque em empresas como Hoti Hotéis e Pestana Hotels & Resorts, Isabel Tavares trouxe a sua visão estratégica para o universo da Sonae, onde se destacou na criação e consolidação da marca The Editorial. Nesta entrevista, Isabel Tavares partilha as lições que moldaram a sua liderança, a importância da inovação e sustentabilidade no setor hoteleiro, os desafios de liderar uma equipa diversificada num mercado em constante evolução e reflete, ainda, sobre o papel crucial da personalização e da experiência única do cliente na hotelaria moderna, revelando de que forma a marca que lidera se tem posicionado para superar as expectativas num mercado cada vez mais competitivo.



© Tiago Araújo

Tem uma Licenciatura em Gestão pela Faculdade de Economia da Universidade do Porto e, até fevereiro de 2016, exerceu funções como Marketing & E-Commerce Director da Hoti Hotéis, onde também foi diretora de vendas e marketing. No seu percurso profissional, contam-se ainda passagens pelo Pestana Hotels & Resorts como coordenadora do departamento de produto, assim como pelas Poussadas de Portugal. Em 2017 entra na então Sonae Capital Hotelaria como Diretora de Marketing e em 2020 assume a Direção Geral de Vendas e Marketing da The Editorial Collection Hotels. Deixando as posições e ofício de lado, quem é Isabel Tavares?

Sou natural de Vila Nova de Gaia, mas sempre tive uma grande curiosidade em conhecer o Mundo e em aprender como vivem os outros povos, saber mais sobre outras culturas e compreender outras perspetivas.

Na esfera familiar, destaco o meu maior projeto: sou mãe do Duarte e procuro transmitir-lhe os valores que me regem: a justiça, a solidariedade, a camaradagem, a tolerância, mas também a ambição de ir mais além. Esse foi um cunho que ganhei na competição desportiva, do tempo em que joguei andebol, o que foi um grande ensinamento no que se refere às noções de espírito de equipa, mas também a determinação para fazer melhor a cada dia.





Assume desde 2020 a função de Diretora de Vendas e Marketing da The Editorial Collection Hotels. Pergunto-lhe, o que a levou a aceitar este desafio?

Quando aceitei o desafio, obviamente não fui indiferente à reputação e prestígio que o Grupo SONAE tem a nível nacional e internacional, mas, sobre-tudo, senti-me desafiada a sair da minha zona de conforto e a conhecer novas regras de estratégia, novas formas de definir e traçar objetivos. E, mais do que isso, novos caminhos para os alcançar. Quando cheguei ao universo Sonae, tive a sorte de integrar uma área de negócio que estava em plena fase de expansão, o que me permitiu trabalhar com uma equipa ambiciosa e dinâmica e criar uma marca de hotelaria em Portugal de raiz, definir conceitos, desenhar estratégias e arriscar. Ainda bem que o fiz.

Antes de ingressar na The Editorial Collection Hotels, teve experiências em outras empresas e setores. Quais foram as lições mais valiosas que aprendeu nessas posições anteriores e de que forma essas aprendizagens hoje influenciam a sua forma de trabalhar?

Acredito que todas as etapas do caminho são sempre fundamentais para criar o nosso perfil profissional numa fase mais madura e, atualmente, as lições que me ficaram das experiências anteriores servem-me de referência para não esquecer que todo o projeto se reveste de esforço, sendo necessária a articulação em equipa, o diálogo e a constante atualização dos conhecimentos de mercado. Quem trabalha em hotelaria tem de estar focado na excelência da resposta às necessidades e exigências do Cliente, sem esquecer que é fundamental jun-

tar uma boa dose de criatividade e de espírito empreendedor. Ser competitivo também é uma vantagem, pois desperta os sentidos e deixa-nos sempre alerta para fazer mais, sempre mais.

A liderança é uma competência essencial no seu cargo. Como descreveria o seu estilo de liderança e quais são os princípios que considera fundamentais para liderar eficazmente uma equipa na área de marketing e vendas? A sua experiência na The Editorial Collection Hotels envolve a gestão de uma equipa diversificada, o que por si só já é um grande desafio. Como promove a colaboração e a motivação dentro da sua equipa para alcançar objetivos comuns e superar os desafios constantes?

Liderança é o meu tema de paixão. Acredito que como líderes de equipa não somos mais do que o reflexo do sucesso das nossas pessoas.

O meu estilo de liderança é muito simples: Só é possível liderar através do exemplo, assumindo o compromisso de motivar, de promover o diálogo, de desconstruir o que é complexo sem deixar de questionar e de fomentar a curiosidade e o espírito de equipa. A minha única função é orientar as minhas pessoas a atingirem o seu potencial máximo, de performance e felicidade no trabalho.

Verdade que tenho a sorte de ter uma equipa (a melhor do mundo) que, mais do que reunir excelentes profissionais, junta pessoas com perfis muito diferentes, mas totalmente alinhadas comigo e com a organização que saem de casa todos os dias para fazer acontecer.

Por isso, procuro destacar as principais características de cada elemento e apontar caminhos para uma complementaridade que alimente o entusiasmo de uma equipa vencedora.



© Tiago Araújo

A marca Editorial foi criada para unificar os hotéis da SC Investments sob uma identidade coesa. Pode-nos explicar o processo de criação dessa marca, os desafios enfrentados durante esta transição e como conseguiu alinhar a visão e os valores da Editorial com a cultura organizacional da Sonae?

Quando iniciamos o processo de criação da marca The Editorial Collection Hotels, fizemos o seguinte exercício: O que somos e queremos manter e homenagear? O que queremos ser para estarmos preparados para o futuro? A conclusão foi que a The Editorial é uma marca que se inspira no passado, vive o presente e prepara o futuro. Editorial remete para curadoria, arte, moda é moderna, contemporânea e tem como principal missão deixar uma marca em todos aqueles

que nos visitam, através de experiências memoráveis. Para ser forte a The Editorial está assente em quatro pilares essenciais – a hospitalidade, o local, a arte e a sustentabilidade – é, acima de tudo, uma chancela de qualidade que assume um posicionamento orientado para respeitar a identidade de cada unidade e a autenticidade de cada local “somos o local onde estamos”, fazendo aquilo que melhor sabemos fazer: acolher.

Ainda no que toca ao processo de criação da marca, como surge o nome “Editorial”? O que significa?

Essa é uma pergunta que nos fazem muitas vezes, porque à primeira vista poderia ser mais óbvio chamarmos “Sonae Hotelaria”, por exemplo. Mas devido a constrangimentos



© Tiago Araújo

internos - o nome Sonae apenas pode ser usado nas holdings – tivemos que ir por outro caminho. O exercício que fizemos foi em conjunto com uma agência parceira encontrar um conjunto de nomes, propô-los internamente a quem de direito e a verdade é que a decisão pelo nome “Editory” acabou por ser unânime. Escolhemos propositadamente um nome que não existe no dicionário para podermos ser nós a definir-lo. Para nós, “Editory” remete para a arte, moda, harmonia, modernidade e para o lado mais internacional do ambiente em que trabalhamos, do turismo, apesar de as nossas unidades à data estarem todas localizadas em solo nacional.

Na vossa comunicação são muito vincados aqueles a que chamam “os quatro pilares da marca”. Como definiram estes pilares e em que consistem exatamente?

Na nossa visão, uma estrutura sólida assenta normalmente em quatro pilares e foi esse o ponto de partida para a definição dos quatro eixos que sustentam a marca. O primeiro deles, a Hospitalidade, remete para a essência daquilo que fazemos: receber bem quem nos visita, algo que, importa salientar, é algo que nós portugueses fazemos muito bem. No que diz respeito ao segundo pilar, da Arte, a escolha também é óbvia pelo apoio que a marca sempre deu à arte, seja através do dar a conhecer as coleções e peças que temos já no interior dos nossos hotéis, seja através de parcerias com artistas locais por forma a promovê-los a eles, mas acima de tudo à sua arte. O terceiro pilar, o Local, tem sobretudo a ver com a forma como nos inserimos na comunidade onde nós estamos e com a ponte que conseguimos fazer entre os hóspedes que nos visitam e os players locais



© Tiago Araújo

das cidades onde estamos. Também as atmosferas dos hotéis, sobretudo a nível de decoração, remetem muito para o nosso claim de “somos o local onde estamos”. Por fim, a Sustentabilidade: a Sonae sempre teve um grande compromisso nesta área e nós temos estado a aplicá-la da melhor forma possível na Hotelaria, seja através de tudo o que tem a ver com a pegada ecológica, mas também com aquilo que já mencionei, de apoio à arte, aos artistas locais, algo que no nosso ponto de vista também é uma forma de sustentabilidade pelo apoio que dá à economia local.

Se lhe pedir para destacar três características da The Editorial Collection Hotels, quais são as que primeiro lhe vêm à ideia?

Acho que algumas delas se misturariam com aquilo de que falámos anteriormente e estariam de forma intrínseca relacionada com os pilares da marca. Talvez começasse por destacar a exclusividade, uma vez que, como já mencionei, cada hotel tem o seu próprio conceito, mas sempre com respeito pela cultura e pela história do local onde está



© Tiago Araújo

inserido e essa é uma questão que gostamos de salientar. Mesmo no que toca à arquitetura e design, as nossas unidades procuram sempre combinar elementos modernos com elementos mais antigos que são preservados ou renovados. Depois, as localizações geográficas estratégicas, que se dividem entre praia e cidade, e que vão literalmente de norte a sul do país, de Viana do Castelo a Lagos, passando por Porto, Lisboa e Tróia. Por fim, e porque ainda não falámos dos nossos fantásticos restaurantes, destacaria a gastronomia que é também um elemento chave da nossa oferta, com pratos confeccionados por Chefs que trabalham connosco e que recorrem muito a ingredientes locais.

A SC Investments tem uma vasta presença no setor imobiliário, turismo e energia. Como é que a diversificação dos negócios da SC Investments influencia a estratégia e operações da The Editorial Collection Hotels? De que forma as sinergias entre diferentes áreas de negócio são aproveitadas para fortalecer a marca Editorial?

Naturalmente, beneficiamos do imenso know how existente no Grupo e da possibilidade de recorrer internamente à opinião de especialistas em diferentes áreas. A hotelaria é um dos negócios mais recente no universo SONAE, mas, ainda assim, soma já mais de 38 anos de trajeto bem-sucedido.

A marca Editorial é fortalecida, acima de tudo, pelo contributo de cada elemento da equipa. Numa visão mais macro, em termos organizacionais, beneficia de desafios e estratégias pensadas numa escala de excelência. É para isso que trabalhamos – para a excelência de serviço em hotelaria.

A cultura de excelência no atendimento ao cliente é essencial na hotelaria. Como é que a The Editorial Collection Hotels garante que todos os colaboradores estejam alinhados com esta cultura?

Acreditamos que muito do sucesso de um bom hoteleiro consiste na vocação, pelo que nos focamos em garantir



© Tiago Araújo

que todos os colaboradores se sentem identificados com os valores da marca e com a excelência do projeto orientado para um acolhimento diferenciado, que cumpre com todos os quatro pilares da marca, mas com um em especial – a hospitalidade.

Adicionalmente, com o lançamento da marca Editorial, lançamos também a Editorial Academy. Uma academia virtual onde os nossos colaboradores têm acesso a toda a informação relevante da organização a qualquer momento. Esta plataforma serve de base a uma formação à qual chamamos “Os Fundamentos Editorial”, que é dada periodicamente aos nossos colaboradores, e ajuda muito a complementar os processos de acolhimento e integração.

Ainda a propósito dessa mesma cultura de excelência na relação com o cliente, como é que a The Editorial Collection Hotels se tem procurado diferenciar em termos de experiência personalizada para os hóspedes, e quais as estratégias que têm utilizado para se manterem à frente das expectativas destes?

A The Editorial Collection Hotels procura que cada um dos seus hóspedes tenha um atendimento que vá além do atendimento padrão desde o momento em que procura fazer uma reserva num dos nossos hotéis, até ao momento do check-out. Para isso, além de contarmos com a utilização de sistemas e tecnologia avançados, procuramos também



© Tiago Araújo

formar os nossos colaboradores para que estes saibam perceber, interpretar e adaptar-se às preferências individuais de cada cliente. Acreditamos que apenas assim podemos oferecer um serviço que vá ao encontro das expectativas de cada um deles. Além disso, outro ponto de diferenciação – e voltamos novamente ao pilar “Local” – é o tentarmos criar parcerias locais de forma a enriquecer a experiência cultural dos nossos hóspedes em cada local em que nos visitam, algo que muito contribui para superar as suas expectativas e para criar alguma fidelidade, algo absolutamente fundamental num mercado tão competitivo.

A SC Investments é conhecida pela sua inovação constante e a criatividade é uma competência essencial no marketing. Como nutre a sua criatividade e inspira a sua equipa a pensar fora da caixa?

De facto, a inovação constante é fundamental no mercado global. Acredito que viajando, conhecendo, comparando e

nunca descansando sobre o trabalho feito, conseguimos cada vez melhores resultados. O mundo muda todos os dias e temos de evoluir ao mesmo ritmo.

A inovação é, sem dúvida, o motor que impulsiona o crescimento e a relevância da SC Investments no mercado global. Para nutrir a criatividade, considero essencial manter uma postura de curiosidade constante, o que se traduz em viajar, conhecer novas culturas, e estar atento às tendências emergentes em diferentes indústrias. Estas experiências são fontes ricas de inspiração, permitindo-me identificar oportunidades e adaptar conceitos inovadores ao nosso contexto específico. Além disso, encorajo a minha equipa a questionar o status quo e a explorar novas ideias sem medo de falhar, pois acredito que é nos desafios e nas tentativas que encontramos as soluções mais criativas. Promovo um ambiente de trabalho colaborativo, onde a troca de ideias é valorizada e cada membro da equipa se sente incentivado a contribuir com a sua perspetiva única. Realizamos sessões regulares de brainstorming e workshops criativos, que nos



© Tiago Araújo

ajudam a pensar de forma disruptiva e a encontrar soluções fora da caixa. Assim, conseguimos não apenas acompanhar a velocidade das mudanças globais, mas também antecipar tendências, mantendo-nos sempre à frente no mercado.

A popularidade de destinos alternativos e do turismo rural tem aumentado exponencialmente nos últimos anos. Faz parte dos objetivos/planos da The Editorial Collection Hotels seguir esta tendência e investir em hotéis ou experiências em localizações mais rurais ou menos convencionais?

O sector hoteleiro, seja em Portugal ou noutras países, vive fundamentalmente da personalização do serviço, da criação de experiências únicas, da aposta no storytelling forte e autêntico de cada local e na garantia de qualidade.

Temos um projeto de expansão ambicioso, que passa pela identificação de projetos únicos e que encaixem na nossa marca, independentemente da sua localização.

A marca Editorial é versátil e, como já referi, tem como um dos seus pilares o local. Não excluímos nenhuma hipótese, desde que haja potencial para proporcionar uma experiência única aos nossos Clientes.

No entanto, é natural que os maiores destinos turísticos sejam também aqueles onde há mais oportunidades.

O impacto das plataformas de alojamento local, como o Airbnb, no setor hoteleiro tradicional é inegável. A reserva de noites em alojamentos locais na União Europeia, através de plataformas online, como a Airbnb, Booking, Expedia ou TripAdvisor, deu um salto de 13,8% no ano passado, em re-



© Tiago Araújo

lação a 2022, atingindo os 678,6 milhões. Que estratégias a The Editorial Collection Hotels está a implementar para competir com estas alternativas de alojamento?

Entendemos o mercado como um misto de competição e de complementariedade. Por isso, para além de trabalharmos para ser uma referência junto de parceiros estratégicos como as plataformas de reservas internacionais, apostamos também nas reservas diretas no nosso site, fazemos campanhas especiais em diferentes segmentos ao longo do ano, mas, sobretudo, trabalhamos para gerar uma fidelização crescente e assegurar que a excelência no atendimento

é uma marca forte para quem procura experiências memoráveis.

Acabamos de lançar o Club de Fidelização UP, que reforça o nosso compromisso de dar vantagens a quem escolhe ser fiel aos nossos hotéis e que nos permite criar um canal de comunicação ainda mais direto com quem nos visita.

Portugal figura entre os destinos mais populares para reservas turísticas através deste tipo de plataformas. Dito isto, por onde têm passado as estratégias de marketing da The Editorial Collection Hotels para atrair, sobretudo, turistas internacionais?



© Tiago Araújo

Portugal é um destino apaixonante pela sua diversidade e autenticidade. Por isso, as estratégias da nossa marca assentam numa promoção que valoriza os quatro pilares estratégicos, pois são eixos fortíssimos de captação de visitantes, uma vez que apresentamos a realidade em cada um desses pilares (hospitalidade, local, arte e sustentabilidade), somando valor acrescentado à experiência de hotelaria convencional.

Com a evolução das preferências dos viajantes em direção a viagens mais sustentáveis e responsáveis, como é que a The Editorial Collection Hotels está a posicionar-se para atrair este segmento de mercado? Que iniciativas estão a ser desenvolvidas para promover o turismo sustentável?

A The Editorial Collection Hotels assume, desde sempre, um forte compromisso com a sustentabilidade, razão pela qual apresenta excelentes resultados na redução de consumos e crescente eficiência energética, combate ao desperdício e na implementação de boas práticas de serviço e de envolvimento do Cliente.

Para além de termos um eco resort em Troia – que sempre foi uma referência de boas práticas e preservação do capital natural – estendemos essa filosofia às várias unidades do Grupo, como é o exemplo do The Editorial Riverside Santa Apolónia, uma das poucas unidades em Portugal a deter a certificação BREEAM e a alcançar vários prémios no âmbito da sustentabilidade. Mais recentemente somos o parceiro piloto do projeto “A Tip For Nature”, promovido pela AIVE



© Tiago Araújo

e pela FEVE, que tem como objetivo aumentar a quantidade de vidro recolhido no canal HORECA e enviado para reciclagem. Este projeto iniciou-se novembro de 2023 e tem como meta a recolha e envio de 90% das embalagens de vidro de utilização única disponíveis no mercado, para reciclagem, até 2030.

Como vê a importância do design e arquitetura sustentável nos novos projetos da The Editorial Collection Hotels? Que práticas sustentáveis estão a ser incorporadas nos novos desenvolvimentos dos hotéis Editorial para promover a sustentabilidade e eficiência energética?

A The Editorial Collection Hotels valoriza o design e a arquitetura sustentável, apresentando já hotéis no portfólio que são exemplos reconhecidos dessa orientação. Tanto o

The Editorial Riverside Santa Apolónia como o The Editorial Garden Porto Baixa – uma requalificação e uma construção de raiz, respetivamente – são projetos pioneiros na eficiência energética com certificações e prémios nacionais e internacionais. Ambos foram pensados para uma nova fase da construção em hotelaria, registando desempenhos ambientalmente mais responsáveis.

A expansão internacional é um objetivo para muitas cadeias hoteleiras. Quais são os planos da The Editorial Collection Hotels em termos de expansão além-fronteiras?

A expansão internacional não é um tema em desenvolvimento atualmente, mas o Grupo mantém a ambição de crescimento e, por isso, no futuro pode ser uma possibilidade.

A The Editorial Collection Hotels tem planos de expansão ou novos projetos no horizonte? Pode dar-nos alguma antecipação do que está por vir?

Sim, temos vários projetos em desenvolvimento. A curto prazo, estamos a trabalhar na abertura de novas unidades em duas cidades portuguesas, que serão anunciadas em breve. Estes novos hotéis irão seguir a nossa filosofia de integração local, com um design que respeita e celebra o património das regiões onde se inserem. Além disso, e apesar de como disse antes esse não ser um tema atualmente em desenvolvimento, não fechamos a porta à expansão internacional, particularmente em mercados europeus onde acreditamos que a nossa abordagem de hospitalidade poderá ser bem recebida. Em paralelo, estamos a desenvolver novas parcerias no âmbito da arte e gastronomia, que irão proporcionar aos nossos hóspedes experiências ainda mais ricas e diferenciadas. Não podemos revelar todos os detalhes agora, mas estamos entusiasmados com o que está por vir!

Na sua visão, que mercados são vistos como prioritários e quais são as estratégias para garantir o sucesso nesses novos territórios?

Os mercados da América Latina, Europa e Estados Unidos continuam a ser mercados em crescimento. Portugal beneficia de uma projeção internacional muito interessante, que capta diferentes públicos para diferentes produtos. E, felizmente, temos essa diversidade na oferta e a capacidade de

inovar para continuar a surpreender e captar novos mercados.

A recuperação do turismo pós-pandemia trouxe novos desafios e oportunidades. Como é que a The Editorial Collection Hotels está a ajustar as suas estratégias de marketing e vendas para capturar a nova procura e assegurar o crescimento sustentável?

A realidade do turismo pós-pandemia não é uma novidade para a marca Editorial. Não estamos a ajustar a estratégia agora porque começámos a trabalhar nesse sentido durante a pandemia. Lançámos a marca Editorial nessa altura e todas as ações estratégicas eram já de resposta a um mundo em transformação. Estamos a dar continuidade ao trabalho e, de certa forma, sentimos que estamos um passo à frente nesse sentido.

Quais são os principais desafios que prevê para a The Editorial Collection Hotels nos próximos anos e como pretende enfrentá-los?

Os principais desafios que vejo para a The Editorial Collection Hotels são, na verdade, os mesmos que antevejo para o sector. Portugal é um país que vive do turismo e, dessa forma, não pode abrandar na aposta na diferenciação, na criação de valor e de experiências únicas, na personalização do atendimento e na ambição de crescimento. Ser hoteleiro é isto: avançar sempre em direção a uma exigência que está por chegar.





© Tiago Araújo

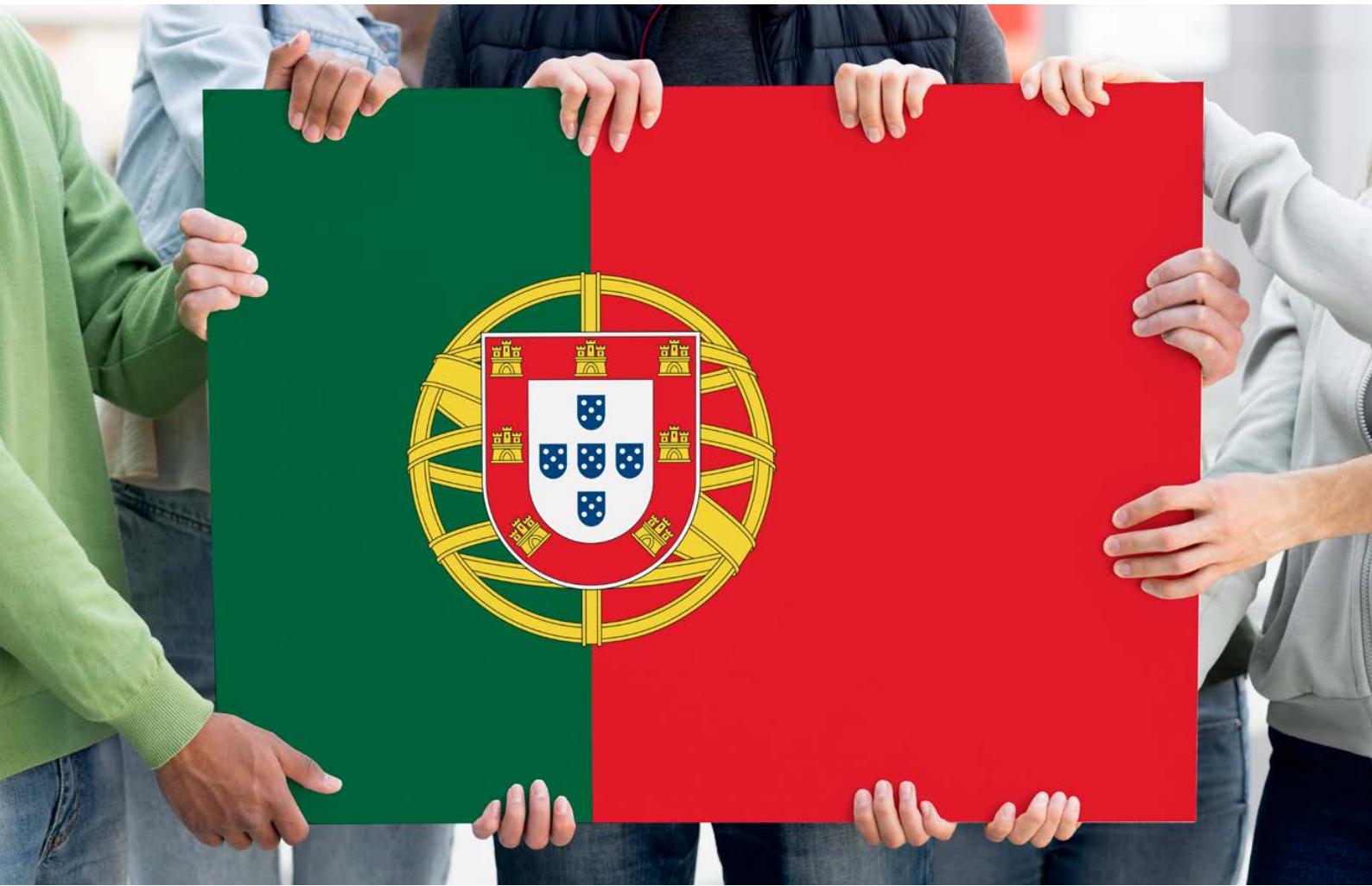
Quais são os seus objetivos a longo prazo na The Editorial Collection Hotels e na sua carreira?

Como planeia alcançar esses objetivos e continuar a contribuir para o sucesso e crescimento da marca Editorial?

O meu compromisso de crescimento pessoal e com a empresa funde-se na orientação para implementar, cada vez mais, uma marca forte e de referência que seja identificada como um exemplo de boas práticas. Esse é o meu legado e vou continuar a trabalhar diariamente para o afirmar.

CONSELHO DAS COMUNIDADES PORTUGUESAS

A importância do CCP no exterior e o papel da nova geração na integração cultural



Como Conselheira das Comunidades Portuguesas eleita pelo círculo eleitoral fora da Europa, representando São Paulo, sinto-me honrada em abordar um tema de extrema relevância para a nossa diáspora: a importância do Conselho das Comunidades Portuguesas (CCP) e o papel fundamental da nova geração na sua integração e fortalecimento.

O CCP é uma entidade vital que atua como um elo entre as comunidades portuguesas no exterior e o governo de Portugal. Sua função vai além da representação; trata-se de um espaço onde se discutem e se defendem os interesses das comunidades, promovendo a cultura e a identidade nacional. No entanto, para que essa missão seja plenamente realizada, é

imprescindível a inclusão e o engajamento da nova geração, que traz consigo novas ideias, energia e uma visão renovada sobre a integração cultural.

A nova geração de portugueses no exterior enfrenta desafios únicos, como a adaptação a culturas diferentes e a busca por uma identidade que une suas raízes com a realidade local. Para que esses jovens se sintam parte integrante da comunidade portuguesa, é fundamental que haja programas de incentivo à inclusão em atividades culturais, como os ranchos folclóricos. Essas iniciativas não apenas preservam as tradições, mas também oferecem um espaço de socialização e pertencimento, onde os jovens podem vivenciar e transmitir a cultura portuguesa de forma dinâmica e contemporânea.

A participação ativa dos jovens em associações e eventos comunitários é essencial para a construção de uma identidade coletiva. O CCP deve fomentar a criação de plataformas que permitam a interação entre as gerações, onde os mais velhos possam compartilhar suas experiências e os jovens possam apresentar suas ideias e propostas. Essa troca é fundamental para a continuidade da cultura portuguesa, garantindo que as tradições sejam adaptadas e revitalizadas de acordo com as novas realidades.

Para que essas iniciativas sejam efetivas, é necessário que o governo português, através da Secretaria de Estado das Comunidades Portuguesas (SECP) e da Direção-Geral dos Assuntos Consulares e das Comunidades Portuguesas (DGAC-CP), desenvolva políticas de apoio mais robustas. Sugiro a implementação de programas de financiamento direciona-

dos a associações que promovam a inclusão de jovens em atividades culturais e sociais. Além disso, a criação de bolsas de estudo e intercâmbio para jovens que desejam aprofundar seus conhecimentos sobre a cultura portuguesa pode ser uma forma eficaz de fortalecer a conexão com suas raízes.

Outra proposta que gostaria de destacar é a realização de eventos anuais que reúnam jovens de diferentes comunidades portuguesas ao redor do mundo. Esses encontros poderiam servir como um espaço de troca de experiências, aprendizado e fortalecimento de laços, além de promover a cultura portuguesa de forma vibrante e contemporânea. A colaboração entre a SECP, a DGACCP e as associações comunitárias é crucial para a implementação dessas iniciativas, garantindo que os recursos sejam direcionados de forma eficaz e que as necessidades das comunidades sejam atendidas.

Em suma, o Conselho das Comunidades Portuguesas desempenha um papel vital na promoção da identidade e da cultura portuguesa no exterior. No entanto, para que essa missão seja cumprida de forma eficaz, é essencial que a nova geração seja integrada e incentivada a participar ativamente. Como conselheira das comunidades portuguesas de São Paulo, estou comprometida em trabalhar para que o governo português esteja atento às necessidades dessas comunidades, oferecendo o suporte necessário para que as associações possam prosperar e, assim, garantir a continuidade da rica herança cultural portuguesa no mundo. A união e a colaboração entre gerações são a chave para um futuro vibrante e coeso para as comunidades portuguesas, onde todos se sintam valorizados e representados.



Beatriz Neves Guedes Pereira
Conselheira das Comunidades Portuguesas



© História Social de Angola

HISTÓRIA SOCIAL DE ANGOLA

Alberto Arsénio de Sousa

A Música Nacional e as Organizações Juvenis

Alberto Arsénio, conhecido por Beto Sassá é da geração cujo embrião da musicalidade faz parte da música angolana pós 25 de Abril, durante o qual a rádio e a televisão divulgavam as letras outrora escondidas nos sons da dikanza. Os portugueses não dominavam suficientemente as nossas línguas para captarem as mensagens africanistas.

Caso contrário, muitos outros músicos teriam passado a sua juventude na cadeia. Aos quinze anos de idade forma um pelotão de pioneiros para ensinar a tocar instrumentos da antiga fanfarra da Mocidade Portuguesa e exibe-se na primeira comemoração do dia da Juventude Angolana, 14 de Abril de 1976.

Durante o período de transição vai reencontrar os amigos da Casa dos Rapazes e da Mocidade Portuguesa de Luanda, com os quais participou em acampamentos no Mussulo, na Ilha de Luanda e nas marchas de datas festivas da igreja católica antes da independência. Recorda a façanha de circular gratuitamente nos autocarros públicos no dia 01 de Dezembro desde que exibisse o uniforme da Mocidade Portuguesa, o que o enviaidecia por se destacar dos outros.

O pioneiro Sabalo representou as crianças na Proclamação da Independência de Angola ao içar a primeira bandeira de Angola em conjunto com uma representante da OMA e com um herói do 4 de Fevereiro. Neste dia, 11 de Novembro de 1975, o depoente fardou-se, não para participar em mais um transporte de material de guerra para a Batalha de Kifangondo que ocorria no período da proclamação da independência, mas para participar neste acto. Na véspera, ensaiou o hino nacional até tarde, o músico Carlos Lamartine esteve na sede da JMPLA à procura de miúdos da fanfarra para participarem na composição instrumental do hino nacional.

Foi praticando instrumentos de sopro, com destaque para o desempenho no conjunto de Matadidi Mário, o músico quase construiu uma orquestra, tinha doze metálicos, dos quais os angolanos, Santana e Beto Sassá. Durante a libertação dos restantes países da agora SADC, incentiva instrumentistas

sul africanos do ANC a formarem o conjunto AMANDLA. Actualmente, dedica-se ao resgate do semba e de outras sonoridades antigas, cujo risco de extinção já foi maior, fazendo referência aos novos guardiões como o Eddy Tussa.

Estas memórias foram colectadas quase de forma espontânea, i.e. o entrevistado conduziu o diálogo e durante a transcrição nota-se fluência estruturada. Esta memória descreve o papel e factos dos conjuntos Matadidi, Afrobeat, Economic Jazz Band e de músicos entre os quais o seu falecido irmão, motivador da sua veia musical.

Descreve ainda memórias da sua outra profissão desempenhada na companhia marítima ANGONAVE, cujo cargo principal foi a representação nos Países Baixos e em Portugal.

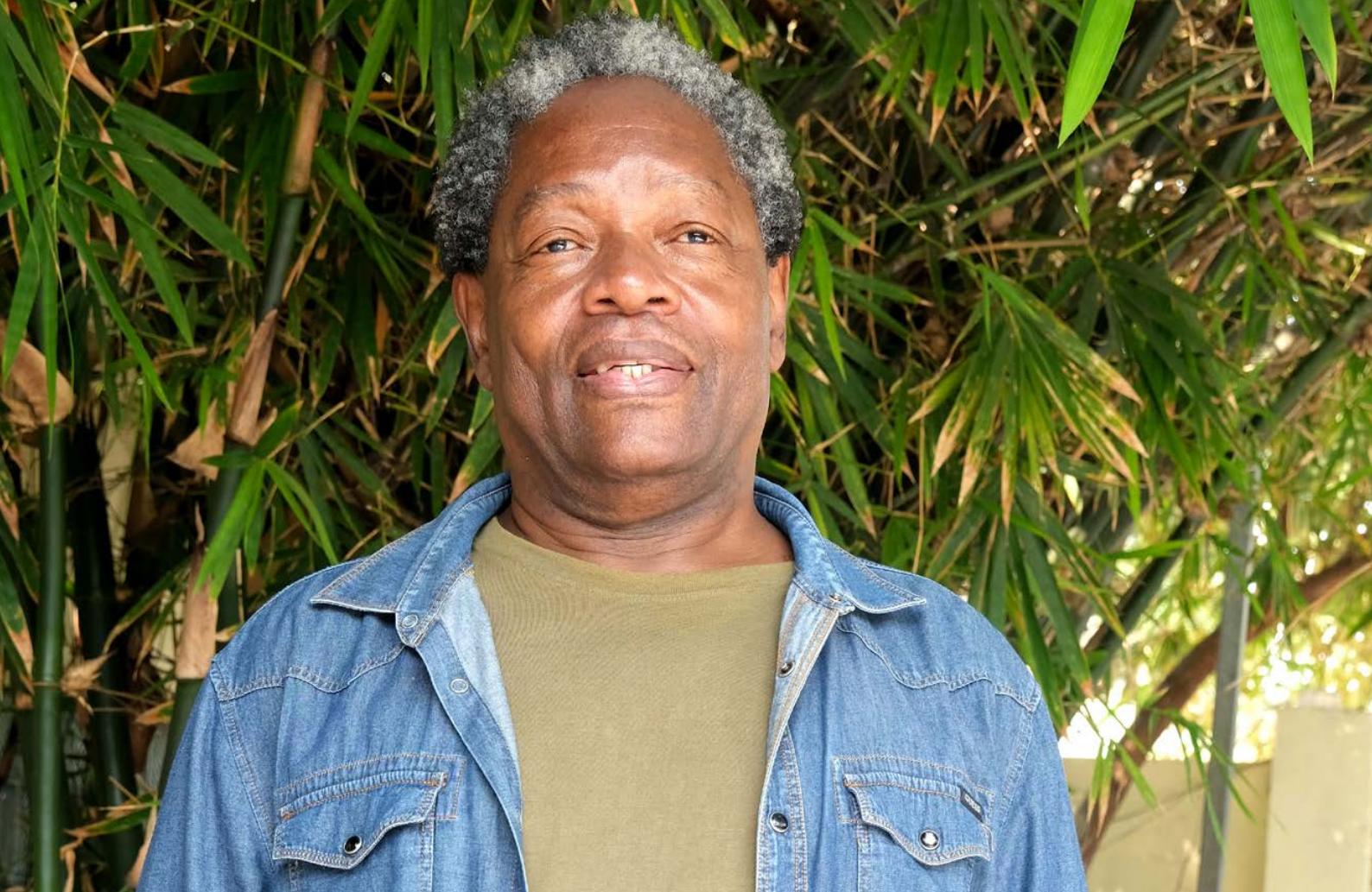
Contexto

Alberto Arsénio de Sousa, este nome era o nome de um tio avô paterno, por isso a minha avó chamava-me por meu cunhado. Nasci no bairro Indígena onde está actualmente a Cidadela Desportiva. Meu pai era funcionário da Administração Civil, portanto teve fácil acesso a essas moradias.

Ensino

Entrei para a instrução primária na escola dos padres da Igreja São Domingos, onde fiz o primeiro ano. Depois, os meus pais mudaram-se para “aquele” bairro Indígena conhecido por Saiotes, na área dos Congolenses pertencente a Companhia de Diamantes, onde morei e cresci até aos quinze anos de idade. Fiz a quarta classe na escola hoje chamada escola





© História Social de Angola

da Ginguba. Depois, estudei o ensino preparatório na Escola João Crisóstomo, actual N'Gola Kanini e segui para a escola Industrial Oliveira Salazar, hoje Instituto Makarenko onde concluí o ensino médio.

E quando implantaram o pré universitário, outrora (senão me engano) era chamada Secção, estudava-se mais dois anos para ter acesso a faculdade. Quando estou no pré universitário , por qualquer razão, já tínhamos professores cubanos das Brigadas Che Guevara e houve uma altura em que eu zanguei-me e já não estava muito bem com aquela situação, já tinha outras ideias e um dia aborreci-me com a professora porque ela estava a ensinar uma matéria que eu já tinha dado na Escola Industrial e eu interrompia-a muitas vezes, ela não achou correcto e disse que estava a dar elementarmente e eu disse-lhe que já tinha estudado aquela matéria, insisto e entramos em contradição. Ela ficou zangada e disse-me “companheiro Berto ou se vai você fora da sala ou me voy eu”, eu digo “não saio, porque eu vim cá para estudar. Naquela altura, os colegas com aquele espírito revolucionário disseram “camarada Beto saia da aula”.

A partir daquele dia, não tive outra alternativa a não ser amadurecer a ideia de sair do país com a intenção de continuar os meus estudos em outro sítio. A tendência era ir para Portugal onde estavam os meus amigos. Naquela altura, não era fácil cumprir com os requisitos e as exigências eram complexas, fui analisando formas de sair do país até ir trabalhar na AN-

GONAVE. Depois de várias etapas, em outras condições o em-pregador proporcionou-me a saída do país. Ao longo desse percurso, fui sempre um funcionário da música, aliás tive um irmão mais velho que se chamava Arsénio Manuel de Souza, tinha o nome do meu avô. Era músico, cantava e tocava guitarra, chamavam-lhe o Percy Sledge de Angola, porque o imitava. Tínhamos diferença de cinco anos e eu o acompanhava nos sítios onde ele tinha acesso, era em escolas e festas de escolas, porque naquela altura antes do 25 de Abril ele frequentou a Secção e depois foi para a tropa portuguesa. Antes, esteve na Mocidade Portuguesa, onde tinha grande influência, porque já ostentava uma patente alta e eu segui -o, foi por inspiração dele.

Mocidade Portuguesa

Pertenci ao Centro Extra Escolar nº 1, também chamado Centro de Engraxadores. A Mocidade Portuguesa era uma organização juvenil do Estado, tinha a ver com o Ministério da Educação. Mas, não havia muito diferença entre os Escoteiros e a Mocidade Portuguesa, uma ligada às organizações religiosas e outra ligada a administração do estado, tanto mais que houve quem dissesse que era a organização de Salazar, a fivela do cinto da farda era um “S”, até chamavam bufos aos membros da Mocidade Portuguesa que atingissem escalões altos.

Contudo, foi uma organização onde aprendemos, independente do cariz político, aprendia-se muita coisa e aprendi muito. A ela devo parte dessa minha vivência “tiro o chapéu”. Onde eu estive o Centro Escolar 1, era uma área da Mocidade Portuguesa que tinha a ver com os bairros, por isso chama-vam extra escolar, quer dizer qualquer indivíduo podia-se enquadrar, embora existisse uma certa selecção.

A mocidade portuguesa apenas integrava filhos de assimilados?

Havia classes, repito, havia classes, tanto mais que só entrava para a Mocidade Portuguesa quem entrasse para o ciclo preparatório. Normalmente, era a partir dos dez anos de idade durante o ciclo preparatório. E não era acessível aos alunos de todas as escolas, não era para os estudantes da missão católica, era para os estudantes da escola pública. Mais tarde, acharam que deveriam incluir outros e criaram a Extra Escolar, o pessoal era seleccionado, eram os estudantes dos bairros indígenas entre outros, ali não havia aquela exigência existente nas escolas preparatórias.

Tínhamos várias disciplinas, fazíamos acampamentos onde prestavamos provas, havia quem achava semelhanças a um regime militar devido a disciplina que tínhamos, apenas faltavam-nos armas. Aprendemos pontos de direcção, pontos cardinais, primeiros socorros, provas de resistência, uma série de acções semelhantes às que as organizações juvenis fazem hoje.

A Marcha dos Pioneiros

Tenho procurado por uma publicação do Jornal de Angola de 14 de Abril de 1975, no período das comemorações da data da JMPLA houve aqui umas festividades com a participação de pessoas que vieram a comemoração da data da JMPLA pela primeira vez. Vieram delegações do Congo Brazzaville, de Conacry e de outros países. Clubes de futebol, orquestras de música, entre as quais a orquestra de Baqui de la Capital e a Los Angeles, de Brazzaville. A JMPLA organizou um quadrangular com quatro seleções constituídas por antigos futebolistas angolanos de renome, a selecção

de Congo Brazzaville e outras duas. No intervalo de um dos desafios eu entrei com um pelotão de pioneiros a marchar, a fazer uma demonstração de ordem unida. O público não conhecia, não sabia da existência destes pioneiros e que eles marchavam. Aquilo, foi uma coisa “cozinhada” lá na JMPLA sede com o Manuel Van Dúnem que era o coordenador com quem eu trabalhava directamente. E por que fiz isso? Porque eu já tinha alguma instrução de ordem unida, aprendida na antiga Mocidade Portuguesa onde fui Chefe de Quinas, havia as patentes: Alvorada, Comandante de Castelo, Comandante de Bandeira e o da Falange. Eu conhecia a Ordem Unida muito bem porque era corneteiro, eu é que dava aqueles toques de Ordem Unida, imitando “Pá pá pará, pessoal firme!” e nos acampamentos eu tocava o refrão ao levantar e ao recolher.

Então, o que é que eu fiz? Na altura, como já estavam aqui alguns guerrilheiros vindos do Maqui, aprendi com eles a Ordem Unida das FAPLA, o exército do MPLA. Não custou muito, porque apenas foi adaptar a Ordem Unida Portuguesa a Ordem Unida das FAPLA. E este pelotão de pioneiros era constituído maioritariamente por pioneiros que vinham comigo da Mocidade Portuguesa, pertencíamos a um Centro Extra Escolar que era um centro de bairro. Aliás, inauguramos aquela sede da JMPLA, nos Viriatos, junto ao mercado dos Congolenses, pertencente à Mocidade Portuguesa. Conhecia bem aquelas estruturas todas desde a inauguração da Mocidade Portuguesa por isso, consegui mobilizar aqueles miúdos todos.

Naquela época, nem havia fardamento, um uniforme definido de pioneiros e então o que eu encontrei? Havia muitas boinas verdes da Mocidade Portuguesa e camisolas brancas, usadas para o desporto e para o dia de desfile. Pedi aos miúdos “arranjam calções pretos, temos aqui camisolas brancas”. Peguei naquelas boinas e como as do MPLA eram pretas, as verdes eram usadas pela FNLA e fui ao mercado dos Congolenses comprar tinta de tingir, peguei trinta boinas e fui “cozinhando” para tingi-las a preto. E no intervalo de um dos jogos apresentei-me com o pelotão de pioneiros. Mais tarde, evoluiu para a marcha com um esquema cantando “arrastou, comandou, 1-2-3...”. O acto foi publicado no jornal da época, hoje é o Jornal de Angola.



História Social de Angola

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

Andreia Melo

[Facebook](#)

[Instagram](#)



Andreia Melo, é natural de Vila das Velas, na ilha de S. Jorge, onde reside atualmente. Licenciou-se em Teatro, variante Interpretação, na Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo do Instituto Politécnico do Porto. Desde 2013 que é professora de Expressão Dramática na Santa Casa da Misericórdia da Vila das Velas, onde desenvolve projetos artísticos. Conta também com a organização, escrita e produção de diversos bailinhos de Carnaval e Marchas Oficiais da Semana Cultural, trabalhos efetuados para o Município de Velas desde 2017 até ao presente. Trabalha como atriz com a Companhia de Teatro Cães do Mar na ilha Terceira. Em simultâneo é Presidente, fundadora e encenadora da Associação Grupo de Teatro Juventute Virtutis, um grupo de teatro jovem na vila das Velas que produz espetáculos e animações de rua. É também cooperante e secretária da Assembleia Geral da Rádio Lumena, onde desenvolve o programa “Espaço Cultura” semanalmente. Paralelamente desenvolve diversos workshops de Teatro em variadas instituições, destacando-se o trabalho efetuado para o Museu Francisco de Lacerda e o Museu da Graciosa. Desde 2013 que conta com dezenas de projetos teatrais da sua autoria que já circularam pelo Pico, Graciosa, Terceira e S. Miguel. Entre 2021 e 2022 foi embaixadora da ilha de São Jorge da candidatura Azores 2027 - Ponta Delgada Capital Europeia da Cultura.

Como nasceu o mundo do teatro para uma jovem da ilha de São Jorge?

Desde muito pequena, na escola primária, que o corpo docente se apercebeu que eu tinha uma boa capacidade de memorização e à vontade em cima do palco. Portanto, desde os 3 anos, sem ter uma memória muito nítida disso, que fui colocada a fazer peças de Teatro em todas as atividades da escola perante centenas de pessoas. Isto desencadeou uma forma muito orgânica da cultura estar presente dentro de mim. Aprendi música em casa com um primo maestro aos 5 anos, toquei em três bandas filarmónicas até ir para a universidade, e ao mesmo tempo estava no grupo de Teatro amador, continuava a fazer Teatro na escola, ainda participava nos escuteiros e era acolita e lia na igreja. Cresci neste mundo açoriano de viver a cultura local e participar em várias associações ao mesmo tempo.

Quais são as suas principais influências culturais teatrais?

A primeira grande influência foi a comédia de enganos tipicamente açoriana. Foi nisso que cresci.

Mas com o passar dos anos, e quando comecei a fazer formações promovidas pelo INATEL que descobri os grandes autores de Teatro e começou a inquietação de me afastar das tão afamadas “comédias”. Para mim, Brecht, é o maior génio que existiu na história do Teatro. Não deixo nunca de parte os clássicos gregos e romanos, e aprecio especialmente o Teatro de intervenção. Gosto de trabalhar à volta do papel da mulher, da identidade e emancipação feminina, da guerra. Gosto que o Teatro seja uma ferramenta didática, que sirva para alertar para os males do mundo. Adoro dramas e temas “pesados”.

Conta como foi a vida num curso de Artes e Espetáculo na cidade do Porto?

Foi o sonho tornado realidade. Para começar, entrar na Escola Superior de Música e Artes do Espetáculo – IPP foi a validação de que era possível atingir os nossos objetivos. De início, tinha tudo para correr mal, venho de uma família sem grandes rendimentos, e apesar de ser aluna de mérito, não tive direito a qualquer tipo de ajuda financeira. Trabalhei e estudei ao mesmo tempo, pedi um crédito ao banco que terminei de pagar

em 2020. Ninguém fora da família defendia a minha escolha, diziam-me que era um desperdício uma tão boa aluna ir pelo caminho artístico, que em Portugal isso não dá nada. O próprio Município das Velas, em 2010, declarou que não me era concedida bolsa de

estudo porque o meu curso não tinha “interesse” na atividade económica da ilha. Felizmente esse tipo de critério já não se aplica hoje em dia. Mas era o que eu queria e a minha família ajudou-me, e muitos amigos também.



© Jorge Blayer Góis



Contudo, com tanta exigência e dificuldade terminei o primeiro ano de faculdade com um esgotamento nervoso: aquilo não era para “meninos”. A escola tinha mesmo a pretensão de te educar para saberes lidar com as adversidades de viver do mundo do espetáculo, tinhas de dar conta do recado, trabalhar muito, dar tudo o que tinhas e o que não tinhas, e deixar as lágrimas lá fora. Ou então, como alguns dos meus colegas, fazer as malas e voltar para casa. Dei a volta por cima, completei os 3 anos de licenciatura com muito bons resultados, e hoje olho com muito carinho para trás. Aquela experiência fez metade da pessoa que sou hoje, garantidamente.

Que papéis, como atriz, encarnou durante os últimos anos?

Não fiz papéis “famosos” ou grandiosos na cena teatral portuguesa. Mas faço Teatro há muitos anos, portanto já fiz muita coisa. Nos últimos tempos fiz a Maria Machado com os Cães do Mar da ilha Terceira, fiz também com eles uma peça de rádio denominada *Clandestina* sobre Otília Frayão, participei em alguns Bailinhos de Carnaval que faço todos os anos para o Município das Velas. Mas verdade seja dita, a vida de atriz tem ficado mais paralela, porque não gosto de me encenar a mim própria, para mim não é eficiente, portanto tenho me dedicado muito mais à escrita, criação e encenação de projetos comunitários. Faço trabalhos de atriz quando posso e recebo convites externos para isso, ou então para suprir alguma falta em algum dos meus projetos.



© Jorge Blayer Góis

Encenadora só entrou na sua vida depois de voltar para a ilha? Que tipo de obras prefere levar a palco?

Isto de ser encenadora acontece por necessidade. Existem, que eu tenha conhecimento, três jorgenses formados em Teatro. Eu sou a única que regressou à ilha. A necessidade aguça o engenho, se eu queria fazer projetos aqui, tinha de os encenar. Juntei-me com colegas e com amigos e começámos a fazer projetos envolvendo toda a gente que quisesse participar, não distingindo ninguém. Uma vez que eu era a pessoa que tinha estudado as técnicas, tinha algum conhecimento mais aprofundado, acabei por ficar a dirigir todos os projetos, e a fazer toda a plástica dos mesmos com a ajuda dos participantes.

A maior parte do meu trabalho é escrita original e colagem de textos de vários autores. Muito debruçado na História Açoriana e na emancipação feminina. Parcialmente faço, na escola onde trabalho, dois espetáculos infantis por ano, às vezes três, a partir de contos ou exploração de temáticas. Quando há dinheiro, fascina-me muito o mundo espetacular, e gosto de usar recursos técnicos para que o projeto seja como imaginei. E tenho gosto especial que os meus proje-

tos tenham música ao vivo, dança ou pintura, aprecio também este cruzamento disciplinar, faço muito teatro que não parte de um texto dramático. Mas também já fiz “O Principezinho” e a “Alice no País das Maravilhas”, como faço Bailinhos de Carnaval ou as “Troianas” de Eurípedes. Mas isto tudo tem uma explicação...

Quando voltou a São Jorge fundou IUVENTUTE VIRTUTIS. Porquê e quais os objetivos da entidade?

A Iuventute Virtutis nasceu em 2015, pela mão de vários amigos meus que me ajudaram e que partilhavam comigo o gosto teatral. Eles participaram no ano anterior nos projetos de recriação histórica açoriana que eu tinha feito para a Misericórdia das Velas que foram o primeiro grande sucesso do meu caminho nesta ilha. Mas tanto eles como eu, queríamos mostrar outras linguagens, queríamos fazer tragédias, teatro de intervenção, peças familiares, peças estrangeiras, grandes clássicos, autores contemporâneos... Queríamos fazer o que nunca se passava em S. Jorge. Queríamos mostrar ao público que o Teatro era muito maior que as ditas “comédias”. Em 2016 fundamos a Iuventute



© Jorge Blayer Góis

Virtutis como Associação sem fins lucrativos e cá estamos até hoje.

Que historial já pode contar das produções nos Açores?

O historial é grande porque basicamente faço muitos trabalhos ao mesmo tempo. Sou “pau para toda a obra” porque não há muito mais gente que faça, e a nível profissional, no Teatro, não há mais ninguém. A ver, em simultâneo trabalho para a Misericórdia das Velas como professora de Expressão Dramática, e onde já dinamizei (até ao Covid) o Grupo de Teatro com colegas da instituição, sou encarregue dos Bailinhos de Carnaval e Marchas Oficiais do Município de Velas e sou a presidente e encenadora da Juventude Virtutis, fora os convites externos que recebo e mais um sem númer-

ro de animações de rua. Isto significa que por exemplo em 2023 fiz 6 projetos, este ano já vou em 10 e apresento pelo menos mais 3. Vivo nesta loucura há quase onze anos, portanto já perdi a conta de quantos fiz. Mas guardo alguns num lugar especial, sobretudo dos que fiz para a Misericórdia das Velas: “Voluntatis” (2015), “As Troianas” (2016), “Misericórdia, que somos todos iguais!” (2017) e o “Ei-Migrante” em (2018). Com a Juventude Virtutis tivemos o maior sucesso com “Portugal em Construção” (2016), “O Príncipezinho” (2017) e a “Alice e o País das Maravilhas” (2019). Os nossos trabalhos já foram apresentados em cinco das nove ilhas dos Açores. Orgulho-me muito de ter contribuído para criar público de teatro em S. Jorge. Em 2014 fazíamos peças para vinte pessoas, hoje em dia as nossas salas enchem com frequência.



© Jorge Blayer Góis

Ser mãe mudou sua perspetiva de ser artista? Como tem sido a vida de organizar o aspecto artístico e ter que cuidar de uma criança?

Sim e não. Sim porque levo os projetos com mais calma, o Teatro e a Cultura deixaram de ser o meu maior objetivo de vida. Agora é a minha filha. Não, porque me continuo a meter em mil coisas ao mesmo tempo, tenho tido um ano como os que tinha antes da maternidade e isto só é possível porque a minha filha e eu temos um “super-pai/companheiro” que cuida de tudo o que é necessário para eu poder continuar a trabalhar tantas horas por dia, fora toda a nossa família, principalmente os meus pais, que seguram todas as pontas.

Mas isto não é fácil, e eu estou numa fase de extremo cansaço, e claramente que em 2025 não poderei continuar neste ritmo. Os trabalhos não remunerados, ou menos remunerados, ou que não são contabilizados em horário laboral vão ter de deixar de existir, porque a minha saúde está a ser posta em causa, assim como o tempo que tenho disponível para a minha família.

É uma das artistas colaboradoras da MiratecArts. Como é que esta entidade tem contribuído para a evolução da sua vida no setor artístico?

A MiratecArts é sobretudo uma rede de contactos. A maior parte dos artistas Açorianos que conheço, inclusive alguns dos convites que me surgem, estão diretamente ligados ao facto de me ter conectado à MiratecArts.

Quais são os seus projetos do ano?

Este ano com a Juventute Virtutis fiz “O Corpo na Cave” e agora temos uma performance denominada “Livre!”. Para a Misericórdia das Velas, com os meus alunos e colegas, fizemos a peça “O Boi e o Burro a Caminho de Belém”, uma exposição da Páscoa, um filme denominado “A Minha Família”, uma peça de teatro-dança “O que fazer com uma preocupação?” e o espetáculo de fim de ano “Pequenos Grandes Artistas”. Para o Município das Velas fiz o Bailinho “As Espécies da Guidinha” e ensaiei a Marcha Oficial



© Jorge Blayer Góis

“O Turismo e as nossas belezas naturais”. Com os Cães do Mar repusemos “A Rubra Flor da Fajã”.

Conto fazer mais dois trabalhos com colegas e alunos da Misericórdia das Velas até ao final do ano civil, e estou a trabalhar como atriz no espetáculo “Fragmentos” que vai fazer parte da temporada SURREABSURDO,

na ilha do Pico, uma criação inspirada pelo mundo de Beckett.

Uma mensagem para todos os artistas do mundo.

Não é apenas talento, é trabalho, muito trabalho, isto tem guiado a minha carreira.



Terry Costa
Presidente do Conselho Cultural da AILD

| AMBIENTE

Gentrificação verde

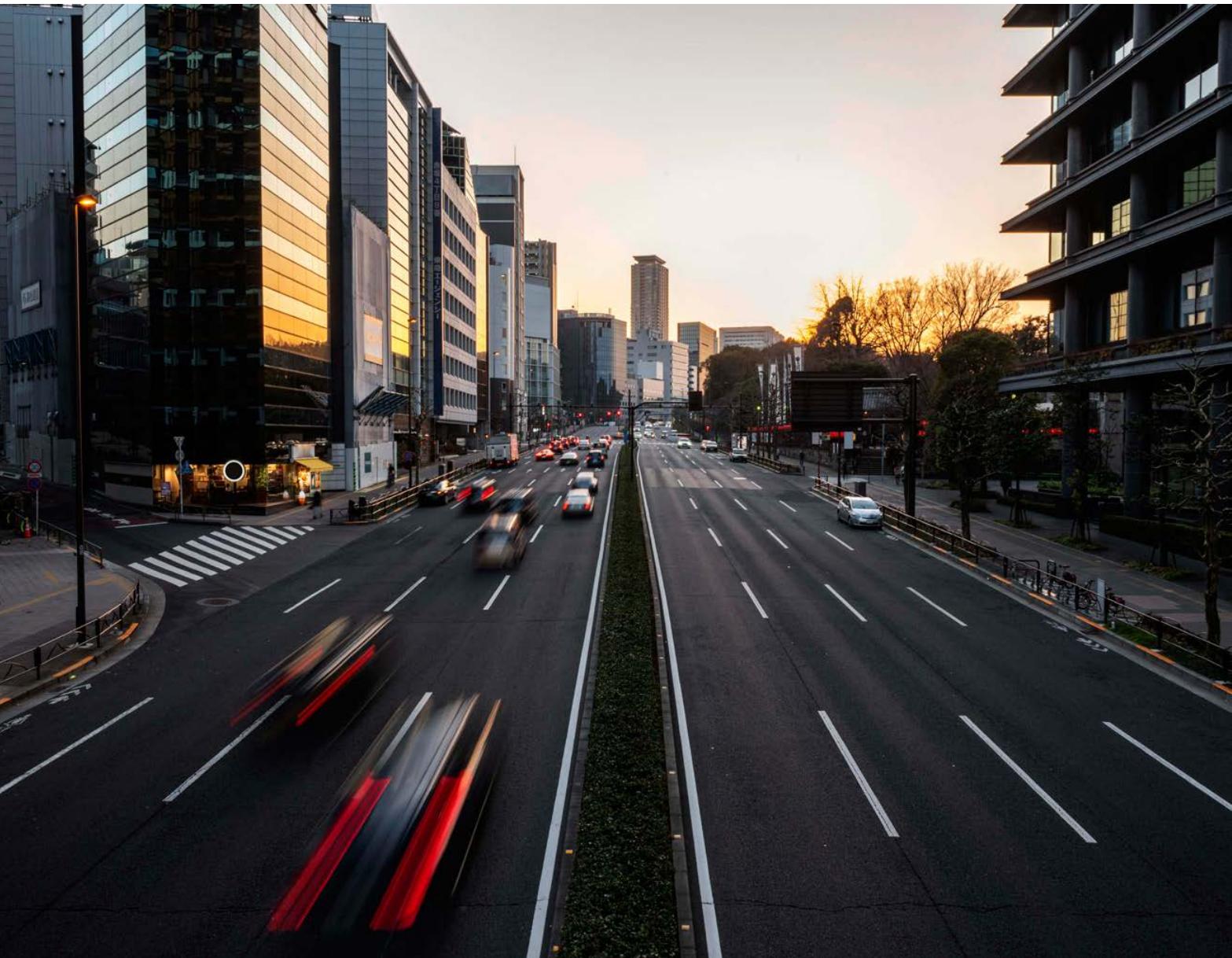
A revitalização de zonas degradadas das cidades englobada nas políticas de combate às alterações climáticas, tem conduzido, não raras vezes, à expulsão dos residentes dos seus locais de origem para as periferias e à sua substituição por outras classes sociais economicamente mais favorecidas e dominantes. Esse processo de mudança do mosaic urbano designa-se por “gentrificação”, um conceito criado pela socióloga britânica Ruth Glass no âmbito das alterações sócio espaciais operadas na capital inglesa -



Londres – após a II Guerra Mundial. A partir da segunda metade do século passado, os antigos bairros operários londrinos passaram por um processo de valorização e reforma urbana que culminou na atracção de novos moradores mais abastados e no consequente afastamento dos seus moradores mais antigos, mormente, operários e imigrantes. Mais tarde, no início deste século, William Budd alargou o termo “gentrificação” à vertente da revitalização ambiental em áreas urbanas, passando a utilizar o termo “gentrificação verde”.

Se o princípio das intervenções urbanas assenta na promoção de práticas mais verdes e sustentáveis tendo em vista uma melhor qualidade de vida para as pessoas e

consideráveis ganhos ambientais, o resultado, em termos sociais, acaba por ter efeitos adversos no agravamento das desigualdades. Por norma, as medidas de revitalização previstas nos planos municipais contribuem para a valorização económica das zonas intervencionadas através da construção de novas estruturas comerciais e culturais, organização de grandes eventos turísticos, melhoria das redes de transportes públicos, criação de novos condomínios fechados ou grandes áreas ajardinadas e parques que, por seu lado, contribuem para o aumento do custo de vida e da especulação imobiliária. Muitas vezes, os promotores das iniciativas verdes não conseguem prever nem têm em considera-



ção os impactos dessas estruturas nos residentes social e economicamente mais vulneráveis. Perante isto, a mudança de perfil dos moradores acaba por ser uma inevitabilidade.

Porque favorecem o modo de vida das elites, pouco acessível ao comum dos mortais, os processos de “gentrificação”, grosso modo, e da “gentrificação verde”, em particular, são muito criticados pelos habitantes excluídos, por grupos ambientalistas e de defesa dos direitos humanos. A “gentrificação verde”, sendo apresentada, frequentemente, como um processo fundamental para a valori-

zação de determinadas zonas urbanas, não está imune a graves impactes ambientais, nomeadamente, ao aumento da poluição, ao crescimento urbano descontrolado e desordenado, à impermeabilização dos solos e à destruição da biodiversidade e da vegetação nativa, entre outros. Sendo assim, o que pode ser feito para mitigar estas consequências? Em primeiro lugar, o planeamento das intervenções urbanas deve ser inclusivo, tendo em conta a realidade dos habitantes da zona a intervencionar. Por outro lado, devem estar incluídos planos para criação de habitação acessível para os moradores locais. Além disso,



importa criar e manter espaços públicos de lazer, acessíveis a todos.

Para concluir, urge referir que, se os investimentos na sustentabilidade urbana não tiverem paralelo na justiça social e ambiental, resultarão, muitas vezes, em acentua-

das e graves consequências socio-ambientais e em maiores desigualdades, daí a importância de um cuidado e justo planeamento das intervenções a efectuar no meio urbano, quer pelo sector público, quer pelos privados. Cidades mais verdes, sim. “gentrificação verde”, não.



Vítor Afonso
Mestre em TIC



| LUSO - CRIANÇA

Dicas de bem-estar

Comer vegetais diariamente e a cada refeição principal é muito importante para conseguires ter uma boa saúde. Contudo, nem sempre seguimos esta regra básica. Estes alimentos são fundamentais na prevenção e na terapia de muitas doenças degenerativas. Em Portugal possuímos uma grande variedade de bons vegetais como: cenouras, cebolas, alhos, nabos, rabanetes, rábanos, couve-flor, brócolos, abóbora, couve lombarda, nabiças, grelos, couve portuguesa, entre outros. Deves juntá-los aos cereais, de que aqui já falei e a tua refeição ficará mais colorida e colherás, assim, benefícios para a tua saúde.

Deixo-te alguns conselhos ou segredos:

- Os vegetais de origem biológica, cultivados sem produtos químicos são os melhores e evitas a grande quantidade de pesticidas e herbicidas utilizados nos legumes modernos que prejudica a saúde humana e a dos solos, que contribuem para

os problemas ecológicos. Um estudo realizado aponta para a triste realidade que em apenas quarenta anos a contagem de espermatozoides em estudantes universitários baixou cerca de 40%, concluindo-se a causa directa para esta situação é o uso de produtos químicos na agricultura moderna.

- Não retires a casca a legumes como a cenoura, nabo, rabanete. É na casca que se encontra a maioria das vitaminas. Em vez disso, deves lavá-los com uma escova de vegetais.

- Vegetais como o agrião, a alface, couves, não se devem deixar dentro de água, mas passá-los apenas rapidamente por água fria.

Exemplo:

As cebolas cozinhadas são muito boas para acalmar o sistema nervoso. O chá preparado a parir das cascas de cebola fervidas é excelente para tosses, particularmente em crianças.

Bons cozinhados e boa transição para uma vida mais saudável!



Madalena Pires de Lima
Escritora



| TRADIÇÕES LUSAS

Beldroegas

daninhas de bô sustimento

Prudência! Ao utilizar ervas bravias à mesa — sejam elas para gasto alimentício, apenas como aromáticas de saladas, condimentares disto ou daquilo — como medicinais ou mezinheiras, confirme que colhe a planta correcta, certifique-se que esteja sã e tenha crescido em boa ambiência. Ou seja: evite apanhá-las próximo a esgotos, águas há muito estagnadas, lixos e entulhos, focos poluentes, junto a cultivos com aplicação de agroquímicos, em locais de passagem ou de pastoreio animal. Evite recolhê-las com notórios sinais de ataques por insectos ou fungos (...) No mundo biológico todo pormenor é importante. Atenção! Se tiver dificuldade em identificar uma espécie, o melhor é contactar um técnico especialista ou — simplesmente — abdicar da sua recollecção.

Adeptas incondicionais das hortas e campos de cultivo (até espevitam dos interstícios das calçadas) não são utilizadas comummente nas nossas cozinhas — nem de crença, nem em sonhos! Preconceitos actuais? Contudo, em alguns meios rurais deste país, nomeadamente do Vale do Douro Superior e Alentejo Interior, ainda são bem conhecidas e usadas em sopas e saladas cruas, sempre como ervas bravias e como boas daninhas. Sempre como alimento gratuito e francamente apetecível. Como planta cultivada para fins comerciais, na Europa apenas ocorre em pequeníssima escala no Centro e Nordeste da França, Bélgica e Holanda. [Pratica-se, com algum significado económico, no Sudão, Turquia, México e mais recentemente nos Estados Unidos da América] De conversa e aos olhos dos jardineiros urbanos e de muitos dos nossos agricultores, a beldroega é vista apenas como uma infestante deveras prejudicial e inútil

como tal assim tem sido estudada
visão esta que se alterou nos últimos anos, em parte

devido ao reconhecimento científico como convincente fonte de ácidos gordos ômega-3. Como planta de uso popular, além de uma bondosa excepção de colocar as suas folhas debaixo da língua para acalmar a sede nos períodos do varejo das amendoeiras e das lavagens dos olhos inflamados com a água da sua cozedura na época das ceifas ou dos aborrecimentos de ser uma anafrodisíaca em período de festas, não lhe conheço outros costumes nestas tradições do reino dos remédios naturais e dos elixires sobrenaturais. No entanto, na imensa bibliografia disponível, além dos dotes alelopáticos, referem-lhe outras (e tantas) propriedades terapêuticas: diurética, laxativa, vermífuga e emenagoga [apenas as sementes], sudorífera, colerética, depurativa, emoliente, vulnerária, analgésica, anti-inflamatória (...) e relaxante muscular. Como erva de simbolismo nutracêutico é a tal fonte de ‘ácidos gordos essenciais’ ômega 3 — universalmente reconhecidos pela sua eficácia cardiovascular — sendo a melhor delas comparativamente com a de qualquer outra de plantas terrestres.

Também é rica em proteínas, vitaminas A [uma das mais ricas entre vegetais de folhas verdes], C [ao longo dos séculos foi muito utilizada na cura do escorbuto] e E, de valiosos minerais [cálcio, fósforo, ferro, magnésio, sódio e potássio...], anti-oxidantes, flavonoides (...) ácidos fenólicos e outros ácidos gordos.

Enfim, desde que se manifestou o seu uso desde que se conhecem registos escritos, em Portugal, foi usada como depurativa do sangue, para aumentar o apetite alimentar, tratar vômitos, diarréias e disenterias irritantes, principalmente no domínio infantil, inflamações intestinais, mamárias, «escarros sangrentos», cólicas renais,



queimaduras e úlceras (...) na prevenção das hemorroidas. Como emplastro, aplicada sobre feridas superficiais, esta mucilaginosa servia para favorecer as cicatrizações e acalmar hematomas nos rodopios das ceifas [Alentejo], aliviar a comichão das picadas de insectos [como seria feito na monda do arroz nos campos de Montemor-o-Velho] e era uma excelente aliada contra a acne [ainda o será em meios rurais algarvios?], dadas as grandes quantidades de ácido salicílico. É uma planta refrescante (...) é uma erva muito abastada. Apesar de todas as qualidades reconhecidas não convém abusar dela na alimentação diária, enquanto não se desenvolverem práticas culturais que minimizem a concentração de ácido oxálico nas partes comestíveis.

As beldroegas contêm quantidades significativas de ácido oxálico, um composto que poderá ser maléfico para a saúde humana [tal como nitratos e saponinas], uma substância natural que ocorre em variados vegetais - dos banais espinafres (o ácido oxálico é anti-nutriente em relação ao ferro), do rúbarbo (durante a 1^a Guerra Mundial, este vegetal causou a morte de algumas pessoas que se alimentavam abusivamente à base das suas folhas), das vulgares acelgas às folhas de beterraba (...). Quando ingerido em excesso, este controverso ácido impede a absorção de alguns minerais, como é o caso do cálcio, [promovendo o crescimento de pedras dolorosas nos rins e na bexiga], podendo mesmo ser letal. Aliás, todos os vegetais que consumimos têm algum elemento anti-nu-

tricional, razão pela qual só temos a ganhar se qualquer que seja a Dieta for diversificada.

Na sua forma espontânea, a *Portulaca oleracea L.* a dita beldroega, cresce em qualquer recôndito lugarejo, preferencialmente em solos agricultados; encontra-se em ambientes urbanizados, medrando ousadamente entre pedras da calçada e na generalidade dos locais degradados pela ação da natureza. Possui, inclusive, a capacidade de desenvolver-se em solos mal drenados, áridos... ou em acrescida salinização. É uma planta essencialmente ruderal e indicadora de solos ricos em azoto. Falando de solos e de afeições, mesmo sendo uma planta desenvolta e de performances básicas, prefere, em síntese, terrenos equilibrados, nutridos e com razoável disponibilidade de água. Ou seja: o ideal — a ter em conta quando o objectivo for o seu cultivo — são as terras adequadamente drenadas, leves, ricas em matéria orgânica e com pH de neutro a levemente ácido. No que diz respeito às condições climáticas, não se dá com temperaturas muito baixas nem com geadas sucessivas e carece de iluminação solar directa, crescendo bem na faixa que vai de 15 a 35°C, apresentando forte resistência à secura não muito prolongada, o que muito se deve à sua composição em polissacarídeos [...]. O seu sabor é acidulado, ligeiramente salgado, às vezes ríspido e suavemente apimentado, mas pode variar consoante a ambiência de cultivo, as circunstâncias de crescimento e a hora em que a ramagem é apanhada. Sabe-se, por exemplo,

que em condições de baixa disponibilidade de água e/ou altas temperaturas, em pleno estio de catar o sítio ideal para a merecida sesta, a beldroega poderá mudar as suas vias metabólicas normais para o metabolismo ácido das crassuláceas - [que] consiste basicamente em absorver o dióxido de carbono durante a noite e armazená-lo como ácido málico até à incidência da luz solar durante o dia para ser metabolizado em glicose. Desta forma, plantas a crescer nestas situações tão madrastas apresentam sabores mais ásperos se colhidas no início da manhã e menos ácidos se colhidas já pelo fim da tarde. Ou seja: no saber popular, as beldroegas-de-comer só se devem apanhar na volta da rega da tardinha. É esta, tecnicamente, também a altura ideal da sua colheita.

Embora seja uma das poucas plantas de tripla função

— alimentar [humanos e animais domésticos], medicinal e [até] ornamental — e mereça ser mais espiolhada em todas as suas potenciais capacidades, caiu em desuso em muitos lugares onde era de consumo mais regular. Profundamente enraizada nos hábitos alimentares do [meu] Vale do Douro Superior, também aqui ameaça ruir o seu uso e ficar à guarda numa qualquer arca de recordações, tal como já aconteceu com as urtigas, malvas, tanchagens, labrestos, os beldros, as pardas (...) Algumas dessas memórias

Uma sopa de beldroegas

Tão simples! Cozem-se as cachas de duas a três ba-

tatas, de junto com a cebola cortada às rodelas ou em quartos, o chouriço de carne partido aos pedacinhos e um naco de toucinho não muito gordo. Depois tira-se o que é de tirar e mói-se o que for de moer, bastando esmagar com um garfo. Acrecentam-se uns bagos de arroz, mais um pouco de água aquentada se for caso disso, e sal de acerto. No fim colocam-se as ervas já bem enxambradas, dá-se mais uma fervura, ajeitam-se com um raminho de hortelã e um borriço de azeite em tempero de apronto.

Salada de beldroegas

Depois daquela sopa (talvez seja um caldo porque leva de gosto um chichado do porco) — com o chouriço e o toucinho partilhados, um cadorno de pão para cada e o remate do cachorro de vinho dividido consoante a masculinidade da mesa — que muitas vezes era prato único nos dias de apertos, também de amiúdo servia para acompanhar as sobras de um qualquer assado de forno, lá vinha a salada de batata e beldroegas. Ainda é mais simples! Sente-se melhor o gosto das ervas! [...] Corto as batatas descascadas em tacos pequenos e boto a cozê-las em água já temperada de sal e — depois de cozidas — deixo-as arrefecer. Entretanto, arranjo as beldroegas — só as folhas e alguns dos raminhos mais tenros. Assim que estiverem lavadas e escorridas arrumam-se numa terrina com as batatas, atum [de lata] esfarelado por cima delas e azeitonas se ainda as houver. No fim tempero com azeite de aparto, umas pitadas de sal e vinagre das bastardas.





Outra salada de beldroegas

Após apartar as folhas das ervas mais avantajadas, espontando-as dos brotos mais tenrinhos, [depois] de bem lavadas e escorridas, coloque-as numa terrina saladeira juntamente com o tomate coração-de-boi cortado em cubos pequenos, cebola picada grosseiramente e esfarelado miudinho de pão de atraso para sossegar a possível azedía que elas ainda deitem à primeira garfada; [a seguir] tempere de azeite, que vai bem com o gordo das folhas, que lhe amaina a vinagreira, não muito sal porque este atrapalha os temperos todos, colorau picante ao de leve e folhas de orégãos secos de enganar a saleira, salsa esfarrapada e vinagre de vinho tinto para compor os desequilíbrios da azeitada [...] Por norma era uma salada que enriquecia os quartos de frango frito, às vezes dava apoio a lascas de bacalhau desfiado ou acompanhava com umas tiras de entremeada na brasa, mas, em dias de Julho/Agosto completavam bogueiras arranjadas nas frigideiras desviadas da fritura dos galináceos... e vinhos refrescados em bilhas no baixo da casa. Abençoadas daninhas que iludem tanta vinagreira!



Outra sopa de beldroegas

Ajeitada desta maneira. Ponha à mão um molho de beldroegas das mais empinadas, daquelas que atrapalham a rega dos ceboleiros, que são, sem dúvida, as melhores, retire-lhe os caules já ligeiramente enrijados e lave tudo muito bem - em água corrente e num banho de água avinagrada para empandeirar a bicharada. Agora, num tacho sopeiro coloque azeite suficiente, dois a três dentes de alho esmagados, deixe estrugir ligeiramente e espalhe um pouco de colorau doce por cima. Acerte a quantidade de água necessária e junte-lhe salsa esfarrapada a grosso, sal a gosto e sem fazer derrapar a língua, as beldroegas bem escorridas, a malagueta de rogar praguejados, uma batata pequena por pessoa cortada aos quadradinhos, e coza em lume brando. Quando estiver quase acabada, abra os ovos e adicione-os para escalfar.

Um caldo de beldroegas

que dizem ser à moda dos [nossos] antigos, em aproveito de pão velho, será mais ou menos assim. Num tacho leve o azeite ao lume com duas cebolas pequenas cortadas às rodelas e quatro a seis dentes de alho picados. Assim que a cebola

quebrar, primeiro junte-lhe um cibo de gordo e o gosto de uma tira de presunto (a retirar no fim da cozedura), a seguir acrecenta-lhe o despontado e as folhas das beldroegas bem lavadas e depois a água suficiente para ajeitar o caldo ... e um ramo de salsa esfarrapada. Misture duas a três batatas médias partidas em cubos pequenos, como se faz para as massas do rancho, tempere de sal, pimenta preta e colorau doce e/ou picante. Fica de fervura e quando estiver quase-quase pronto, a ver pela cozedura das batatas, adicione – em fio – três a quatro ovos previamente batidos. Deixe cozer mais um tempinho, e a findar, além de ajustar os temperos, mergulhe um ramo de hortelã e retire-o para verter o caldo numa terrina sobre o pão preto cortado em fatias finas. Dá, à vontade, para uma boa mesa.

Migas de beldroegas

Escalde as folhas das ditas e de seguida passe-as várias vezes por água fria. Escorra-as bem ou seque-as com um pano de cozinha. Num tacho faça um estrugido de azeite e alho esmagado até este saltear. Junte-lhe as beldroegas, [re] mexendo, caldeando-as com tantinho de azeite se necessário. À parte ferva a água necessária, temperada de sal, onde se escalfam os ovos de acompanhar as migas, para depois regar as fatias de pão cortadas em fatias finas e a fritura das folhas das beldroegas colocadas no prato sopeiro ou numa tigela. (Às vezes, a água do amolecimento do pão – de preferência ou de esperança – era a de cozer as postas de bacalhau ou feita a partir de uma tomatada.)

Arroz de beldroegas

Comprovei tão eufórica arrozada de acompanhamento a uma salada de fios de bacalhau com molho de azeite que trazia de ajuda umas malaguetas que faziam dos calores do inferno uma abençoada satisfação. Também não faltou a

fritura das bogas daquela aguardada madrugada, nem os vinhos do Comparado, nem a afamada bagaceira que já levava mais de dúzia e meia de anos num casco de Porto, nem os gemidos do fadista [...] Numa arrozeira coloca-se o azeite de fundo e dois a três dentes de alho bem esmagados. Deixa-se estrugir em lume pouco atiçado. A seco, junta-se o carolino (diz quem sabe), mais ou menos um quarto de quilo, e fica em fritura cerca de dois a três minutos, não mais, mexendo sempre. Adiciona-se água a ferver, entre o dobro e o triplo do arroz, as folhas de um manhuço de beldroegas e os talos tenros picadinhos, apenas sal ou acompanhado com cibinhos de presunto gordo, pimenta-preta moída e o preparo de açafroa para lhe dar um pouco de cor, e envolve-se tudo muito bem. Depois de tapada a panela fica a cozer cerca de dez minutos em lume brando. Por fim, acrescentam-se uns raminhos de salsa, mexe-se, fica de repouso não mais de cinco minutos, e está pronto – aí – para uma meia dúzia de pessoas.

Olhando novamente para a *Portulaca oleracea L.* a beldroega, erva bravia de reconhecidas tradições. Dependendo do ponto de vista, tanto podem ser apreciadas até ao exagero como simplesmente detestadas. Porém, apesar de incômodas infestantes em culturas hortícolas, são ervas absolutamente extraordinárias, possuidoras de inúmeras propriedades medicinais e nutritivas relevantes. O que temos é uma regalada planta de baixas calorias que contém quantidades apreciáveis de alguns componentes de excelência e que é reivindicada como dotada de vários benefícios nutricionais e terapêuticos, daí o seu interesse pelos agentes do mercado de alimentos funcionais. Ressurgem na gastronomia contemporânea — ávida de novas texturas e da saudade dos sabores de arte rural — com o merecido rótulo de alimento saudável e de sabor agradável. Oxalá que assim seja!

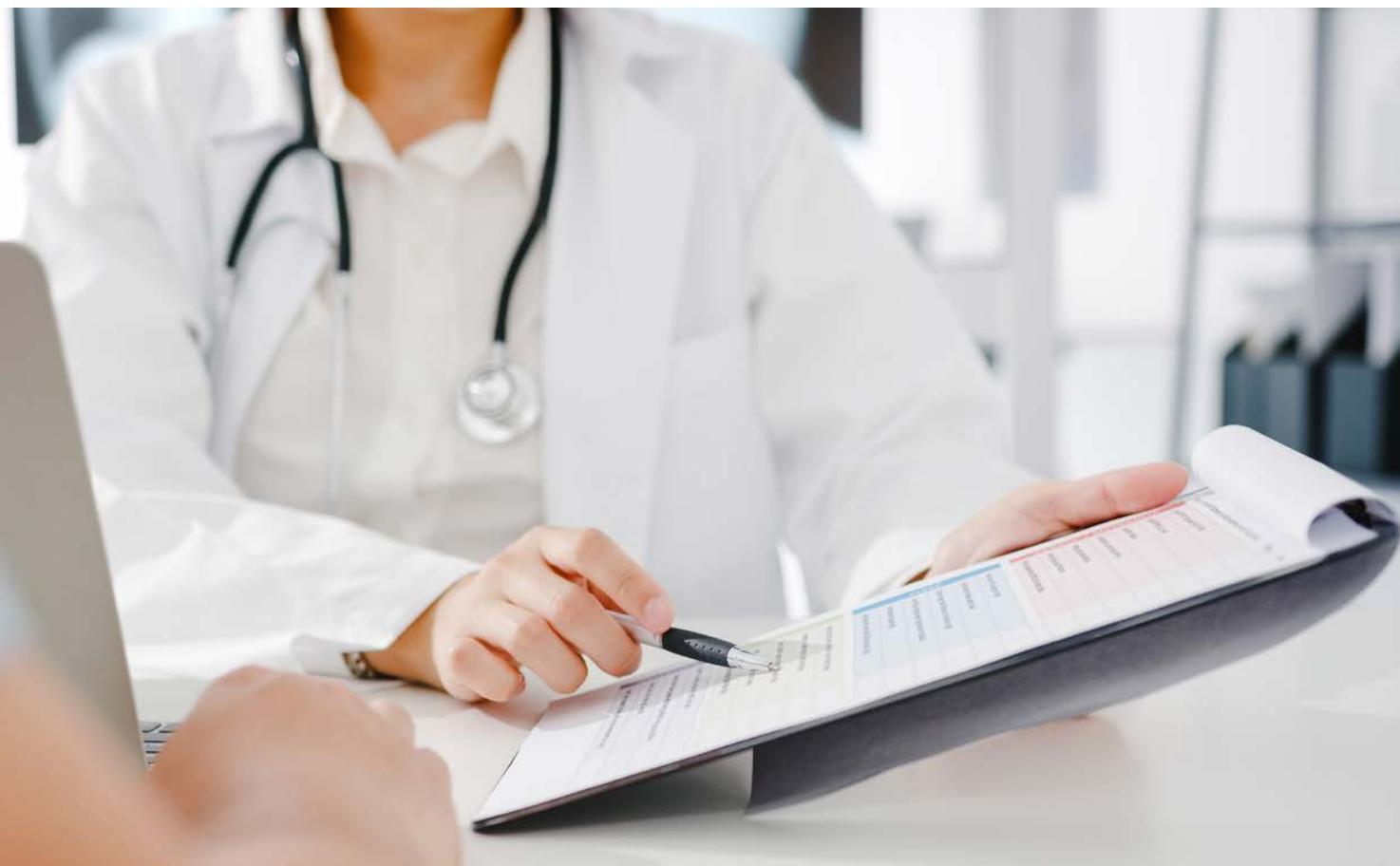
Burro é quem não se regala a saboreá-la...
Ditado popular



António Manuel Monteiro
Engenheiro Agrônomo

| SAÚDE E BEM ESTAR

Literacia em saúde



O termo Literacia em Saúde foi utilizado pela primeira vez em 1974 e desde então a sua evolução e importância tem sido de uma significativa relevância nas abordagens em Saúde.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS, 2013) “A Literacia em Saúde está ligada à literacia e implica o conhecimento, a motivação e as competências das pessoas para aceder, compreender, avaliar e aplicar informação em saúde de forma a formar juízos e tomar decisões no quotidiano sobre cuidados de saúde, prevenção de doenças e promoção da saúde, para manter ou melhorar a qualidade de vida durante o ciclo de vida.”

Por ser um conceito dinâmico com impacto multidimen-

sional, o mesmo continua atualmente a ser alvo de análise e reflexão. Atualmente, é um tópico que envolve muitos intervenientes com capacidade para gerar transformações em sistemas de saúde e nas sociedades.

A Literacia em Saúde é uma questão transversal, que abrange desde os cuidados com a saúde à prevenção de doenças, até à promoção e proteção da saúde. A Literacia em Saúde prolonga a nossa vida útil, é importante quando estamos doentes, quando estamos em risco e quando tentamos permanecer saudáveis. Desenvolver competências e capacidades de Literacia em Saúde é um processo que se deve estender ao longo do nosso ciclo de vida.



A Literacia em Saúde em Portugal é problemática ou inadequada em quase 50% da população, pelo que o seu incremento é uma prioridade na sociedade atual, sendo necessária uma abordagem integrada envolvendo os cidadãos, os profissionais de saúde e os decisores políticos.

De acordo com estudos realizados na população portuguesa a prevalência de níveis baixos de Literacia em Saúde na população sénior, na população com baixo nível educacional e na população com baixo status social e com baixos recursos financeiros, é uma realidade, que urge alterar. Por outro lado, verificaram-se níveis elevados em populações jovens, com níveis superiores de escolaridade e com maior status social e maior capacidade económica. A necessidade de aumentar a Literacia em

Saúde nos grupos mais vulneráveis, em que a interação mutuamente agravante entre problemas de saúde e o contexto social e económico, é vital, pelo que importa uma abordagem multisectorial e adequação das estratégias das políticas de Saúde, como forma de otimizar o bem-estar físico, mental e social e a qualidade de vida.

A promoção da Literacia em Saúde é crucial e está fundamentalmente relacionada com o desenvolvimento de competências pessoais tal como o aumento da sua capacidade para procurar informação e assumir responsabilidades que se repercutem na redução de riscos, na segurança e em ganhos de Saúde.

Se é verdade que é importante a propagação de fontes de informação sobre Saúde, muito mais importante é a qualidade, rigor e credibilidade das

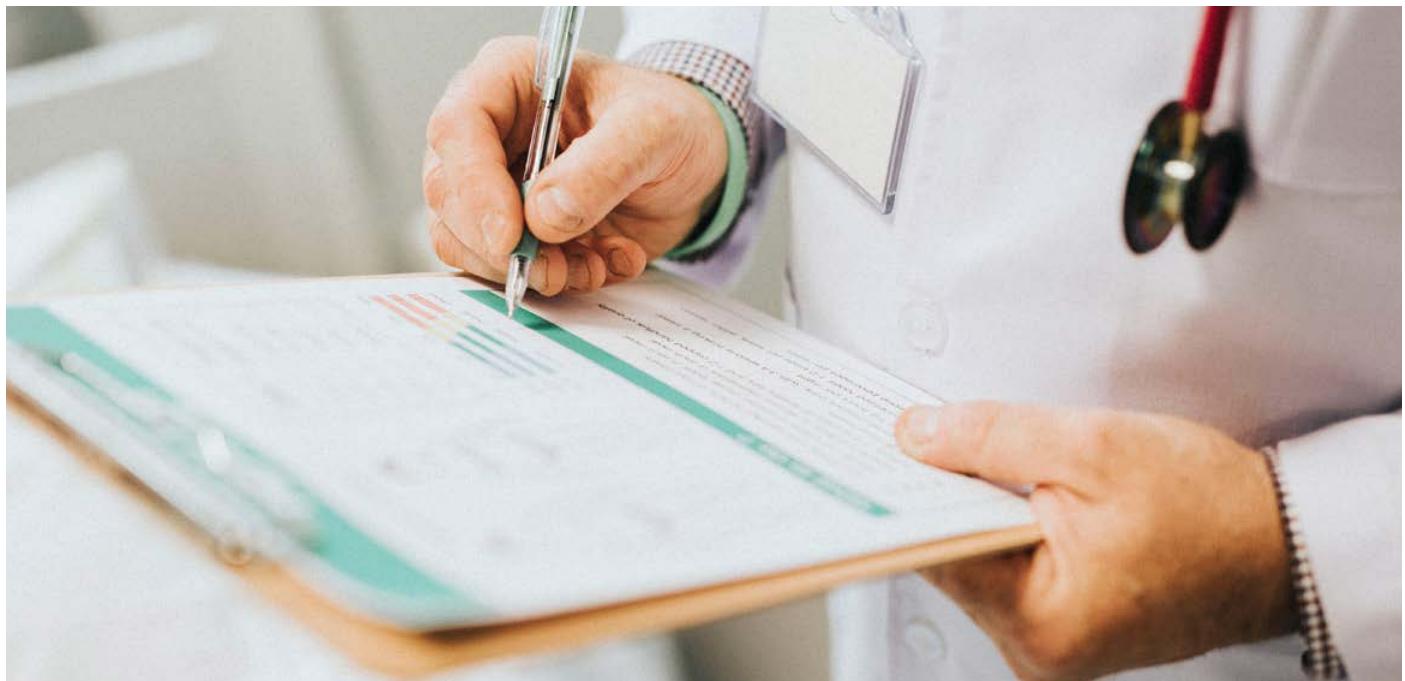
informações difundidas. Mitos ou Verdades? A informação em Saúde, disponibilizada através dos media, deve ser cientificamente correta, ética, fidedigna, relevante e compreensível para a população. Identificar e reconhecer fake news que constituem propaganda produzida deliberadamente com interesses específicos e oportunistas é um alerta indispensável, garantindo a segurança em Saúde. É fundamental produzir e transmitir mensagens credíveis sobre Saúde com qualidade o que implica baseá-las em evidências, pesquisas e estudos imparciais, em argumentos racionais, isentos e livres. Mencionemos como exemplos de fontes credíveis a Biblioteca de Literacia em Saúde do SNS (<https://biblioteca.sns.gov.pt>) ou a Sociedade Portuguesa de Literacia em Saúde (SPLS) (<https://splsporugal.com>).



Capacitar os cidadãos para selecionar a informação, perante a diversidade com que os media a transmitem, desconstruir mitos e estereótipos, e poder aplicá-la nas suas decisões exercendo os seus direitos em Saúde, é o grande desafio. A adoção de estratégias e de comportamentos promotores de Saúde, só são possíveis com a colaboração ativa dos profissionais de saúde, com um conjunto de medidas e procedimentos na prática das suas intervenções. O Programa de Literacia em Saúde e Integração de Cuidados, considerado uma das prioridades das políticas de Saúde, visa a integração de cuidados e a centralidade do cidadão no Serviço Nacional de Saúde (SNS) com serviços de saúde centrados nas pessoas que envolvam a melhoria da comunicação disfuncional, em que a simples adaptação da linguagem ao nível da Literacia em Saúde pode ser diferenciadora na sua intervenção, como informação de vital importância e de adesão aos cuidados de saúde. A Literacia em Saúde é uma competência profissional crucial para a saúde no século XXI e relevante para todos os profissionais envolvidos com a finalidade da melhoria da qualidade dos serviços prestados e da qualidade de vida da população em que a boa saúde rela-

cional entre os profissionais de saúde e utentes é um imperativo e insubstituível.

É uma responsabilidade acrescida e desafiante para os profissionais de Saúde, inovar e integrar a Literacia em Saúde do cidadão como parte dos cuidados de Saúde, e é de vital relevância no movimento de mudança social com as novas conquistas da Literacia em Saúde. É desejável que o profissional de Saúde deva saber quando falar, o que dizer e como dizer. Deverá afirmar-se como fonte de informação primordial e privilegiada, utilizando linguagem acessível, assertiva, clara e positiva, disponibilizando informação simples, concisa, confiável, fidedigna e baseada na evidência. A comunicação eficaz requer conhecimento, competência e empatia e é a base em que assenta a Literacia em Saúde. É neste contexto que se iniciaram programas e diferentes atividades formativas nomeadamente nas Escolas Superiores de Saúde e nas Escolas de Ensino básico e secundário. Exemplos como o Curso de Comunicação em Saúde ou a Pós-Graduação em Literacia em Saúde, bem como a utilização de jogos e de livros dirigidos a crianças e jovens na promoção da Literacia em Saúde, de forma lúdica, até ao desenvolvimento e imple-



mentação de projetos artísticos no desenvolvimento de competências na relação com a Saúde, uma vez que a Arte é uma ferramenta única e privilegiada na promoção de uma maior Literacia em Saúde.

A Literacia em Saúde é extraordinariamente relevante e é igualmente de relevante complexidade, pelo que os debates sobre esta temática no que concerne a modelos, conceitos, promoção, comunicação, evolução digital e tecnológica deve ser entendida como uma dimensão fundamental na discussão da sua abrangência e aplicabilidade.

Planear é um desafio e uma necessidade determinante na Saúde, com impacto na qualidade de vida dos cidadãos. O Plano Nacional de Literacia em Saúde e Ciências do Comportamento 2023-2030 – Plano Estratégico (PNLSCC) surge no seguimento do Plano de Saúde (PNS 2030) do Serviço Nacional de Saúde/Direção Geral de Saúde (SNS/DGS) que tem por finalidade “Melhorar a saúde e o bem-estar da população em todo o ciclo de vida, através de um compromisso social para a saúde sem deixar ninguém para trás, preservando o planeta e sem comprometer a saúde das gerações futuras.” Neste Plano (PNS 2030), estão contemplados como objetivos estratégicos promover a Literacia em Saúde, dinamizar ambientes promotores da Saúde e promover a longevidade e o envelhecimento ativo e saudável.” O PNLSCC pretende contribuir

para o aumento da Literacia em Saúde da população portuguesa, bem como a promoção de comportamentos saudáveis, em alinhamento com os objetivos de desenvolvimento sustentável da Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) e sustentado na melhor evidência recolhida pelas Ciências do Comportamento. Assim, “A missão do PNLSCC é contribuir para a criação, implementação e desenvolvimento de ecossistemas para que todas as pessoas residentes em território nacional reconheçam as vantagens da adoção de um estilo de vida saudável, da navegação adequada no SNS e da importância da gestão da doença.”

Assumindo a crescente relevância da Literacia em Saúde, foram definidas pelo PNLSCC 5 linhas de ação futuras: Observatório da Literacia; Literacia em Saúde Digital e Inteligência Artificial; Plataforma de boas práticas; Avaliação da percepção de risco e mobilização social. Os eixos estratégicos para a concretização dos objetivos centram-se nas Boas Práticas em Literacia em Saúde; Análise e Avaliação de dados, informações, e comportamentos em Literacia em Saúde; Comunicação; Mobilização Social; Ecossistemas Promotores de Saúde e Políticas de Saúde.

Cidadãos mais bem informados sobre Saúde são cidadãos mais capazes de tomar decisões adequadas sobre a sua Saúde. Mais Literacia, mais Saúde!



Eduarda Oliveira
Médica Pneumologista



| FUNDAÇÃO AEP

O potencial da diáspora na globalização da economia

O papel da diáspora na divulgação do país e dos seus recursos pode ser decisivo para a elevação da imagem externa do país, potenciando a atuação da rede de portugueses e lusodescendentes com influência em diversas esferas de atividade e canalizada para o apoio à internacionali-

zação das PME. Neste aspecto o contributo da diáspora é relevante pelo conhecimento das oportunidades e dos riscos que se apresentam às empresas quando procuram os mercados globais e através da proposta de soluções que contribuam para reduzir as barreiras a uma maior inter-

nacionalização da economia portuguesa, assumindo-se como embaixadores do país e da oferta nacional nos mercados externos onde se encontram. Com efeito, o recurso a um concidadão que reside numa comunidade estrangeira onde se sente integrado e onde foi construindo um percurso de conhecimento local sustentado num conjunto de relações virtuosas e duradouras significa, para as empresas que se querem internacionalizar para esse país, acesso a capital de influência, expertise e networking, que se traduz na necessária e indispensável inteligência económica para apoiar a concretização de uma estratégia de internacionalização. Assim, aproximar a diáspora do país e das empresas portuguesas constitui uma oportunidade inestimável para a internacionalização das empresas portuguesas, pela possibilidade que esta estratégia confere para dirimir um dos maiores constrangimentos que se colocam às PME - a escassez de recursos qualificados em negócios internacionais e a incapacidade de manter especialistas em exportação nos quadros das empresas e

escassos recursos financeiros, para investir em ações de conhecimento e acesso aos mercados. O desafio consiste então, em fortalecer e consolidar esta rede global de influência que é a comunidade de emigrantes portugueses, enquanto ativo de máxima importância à disposição das empresas, procurando e concretizando as oportunidades para que estas possam beneficiar da mobilização ativa da sua diáspora de influência. A diáspora portuguesa totaliza cerca de 5,2 milhões de cidadãos nacionais e lusodescendentes, com uma dimensão global muito expressiva: existem portugueses registados em 178 países. Se se contabilizarem os lusodescendentes até à terceira geração, são mais de 31 milhões de pessoas. Pensando, utopicamente, que cada um destes portugueses pode ser responsável pela transação de bens e serviços para o exterior no valor de mil euros anuais, estaremos a contabilizar 30 mil milhões de euros, valor expressivo comparado com o atual volume de exportações portuguesas. Estamos assim perante um enorme potencial de recursos que poderá asseverar





a adoção de uma importante estratégia coletiva de cooperação e networking em larga escala, capaz de facilitar novas abordagens e aumentar exponencialmente o acesso aos mercados internacionais. Os portugueses da diáspora podem constituir um veículo muito eficaz de promoção e divulgação da imagem do país, dos produtos nacionais, da língua e cultura portuguesa, contribuindo também para o setor do turismo, para o equilíbrio financeiro e, acima de tudo, para dar a conhecer um país moderno e plenamente inserido na comunidade internacional.

A caracterização da nossa diáspora é muito diversificada, com atributos muito relevantes para a economia nacional. Existe uma parte dessa diáspora provida de enormes recursos financeiros, tendo construído impérios empresa-

riais nos países acolhedores, os quais têm vindo a demonstrar, cada vez mais, motivação para apostar o seu capital em investimentos em Portugal, contribuindo para elevar a captação de investimento estrangeiro, assim como em apoiar as empresas portuguesas no acesso aos mercados. No entanto, nos últimos anos, temos assistido a uma alteração do padrão da emigração portuguesa, cada vez mais qualificada, em que os jovens são os principais elementos, quando saem do País em busca de melhores condições de vida e de trabalho. Também estes conseguem alcançar lugares de muito relevo nas comunidades onde se encontram inseridas e com elevado poder de influência, manifestando disponibilidade para contribuir de forma ativa no desenvolvimento do país.

É emigrante



Este concurso é para os seus filhos

Mais informações:

asminhasferias.pt

aild.pt

 **aild**
associação internacional
dos lusodescendentes

Patrocinador

 LeYa

 MAISON DU PORTUGAL
ANDRÉ DE GOUVEIA
CITÉ INTERNATIONALE
UNIVERSITAIRE DE PARIS

 FONDATION
CALOUSTE GULBENKIAN
DELEGATION EN FRANCE



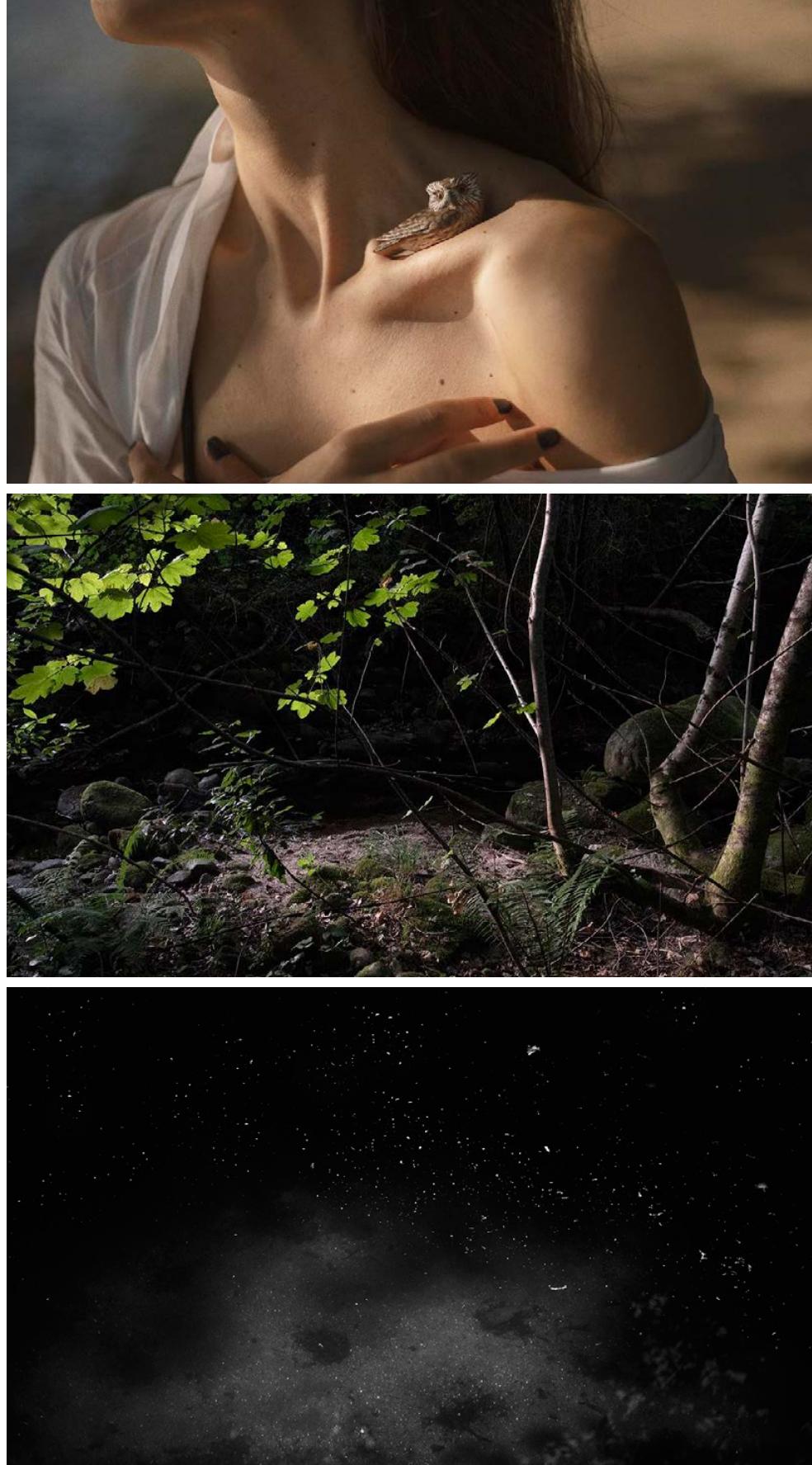
| PELA LENTE DE
Joana Dionísio





Nascida em 1993, é uma artista visual sediada no Porto, onde trabalha como fotógrafa independente em projetos comissionados e pessoais. É formada em Design de Produto e Tecnologias de Comunicação Audiovisual com especialização em fotografia pela ESMAD, onde recebeu uma bolsa de estudo por mérito da DGES. Em 2021, concluiu o Master em Fotografia Artística no IPCI.

O seu trabalho pessoal é publicado e exposto com regularidade. Em 2021 teve uma exposição individual no CAAA (Guimarães), no âmbito do festival internacional Encontros da Imagem, do seu projeto “And the shape of things disappeared for a while”.





Em 2022 foi selecionada para a publicação FRESH EYES, que destaca os 100 talentos emergentes na fotografia europeia, promovida pela GUP Magazine, em 2023 foi nomeada membro da Plataforma de Fotografia Europeia FUTURES pela Bienal de Fotografia do Porto e este ano foi vencedora dos Novos Talentos FNAC.

A sua abordagem artística reside na natureza subjetiva, metafórica e simbólica da fotografia, utilizando-a para criar narrativas ancoradas em intenções autobiográficas, refletindo uma exploração contínua das temáticas do tempo, memória e mortalidade.



PROGRAMA REGRESSAR

Edmundo Rosa

Testemunho de um professor de Português, que regressou do Brasil para lecionar crianças estrangeiras num colégio privado

Faz apenas quatro anos que voltei ao meu país, após passar 11 anos no estrangeiro, entre a Irlanda e o Brasil. Durante este tempo, consolidei a minha carreira em educação internacional. Logo que cheguei, sem trabalho, procu-

rei informações sobre o Programa Regressar no centro de Emprego do Seixal. Naquela altura, o programa exigia um emprego sem termo, o que curiosamente me ajudou na entrevista de trabalho para a International Sharing



School, em Oeiras, onde trabalhei durante dois anos. Estávamos em plena pandemia, e o apoio financeiro inicial foi essencial para me restabelecer em Portugal. De todos os benefícios, o incentivo fiscal foi o mais interessante, pois todos os anos a minha devolução de IRS tem sido vantajosa, permitindo-me poupar para o depósito de um apartamento que comprei o ano passado, algo impensável enquanto estava emigrado.

Hoje, tenho orgulho de ensinar a língua de Camões e de representar a cultura lusófona numa das melhores escolas internacionais da Europa, a St. Julian's, em Carcavelos.

Convido todos os interessados em voltar à sua pátria mãe a ignorar estereótipos e a traçar o seu próprio caminho. Estou grato à equipa que criou o Programa Regressar e continuo a sentir-me premiado pelos apoios concedidos.

[Programa Regressar](#)



José Albano
Diretor Executivo do PCRE

| FALAR PORTUGUÊS

A Expo em cinco palavras



© Vitor Oliveira / Portuguese_eyes

Não, não chegam cinco palavras para descrever essa Expo que nos encantou num certo Verão do século passado. Mas foram estas as palavras que me surgiram, quando me sentei para escrever este artigo.

1. «Ecspo»

O nome é demasiado artificial, um mero pedaço de palavra sem grande sabor — pedaço de palavra que nós, há 20 anos, nem sequer sabíamos como pronunciar. Havia o clube da «Ecspo» e o clube da «Eispo» — entretanto, este último acabou por ganhar.

Apareceu então o nome «Parque das Nações» — mas o nome «Expo» recusou-se a morrer, qual Terreiro do Paço dos tempos modernos (Terreiro que já é Praça do Comércio há sé-

culos sem que tal se note na língua real dos lisboetas). Hoje, enfim, a língua lá foi arrumando como pôde as palavras e a Expo será o espaço da exposição, enquanto o Parque das Nações será toda a área que vai do Trancão até à rotunda onde termina, a sul, a «Zona de Intervenção da Expo». E que delícia encontrar ainda, em certas placas perdidas por aquelas zonas, o símbolo da Expo ainda impresso em placas que por ali sobrevivem há duas décadas...

Com o tempo, a memória faz milagres: o nome da Expo continua a não ser uma delícia, mas a sua evocação lembra-nos bebés a nadar no mar, a música do genérico da exposição, o logótipo azul ondulado — e lembra-nos as nossas vidas de há 26 anos... Olhamos para aquelas imagens e pensamos como éramos ingénuos — e que estranhas roupas vestíamos!

Ingénuos não éramos, mas a roupa, sim, era um horror — mas não julgue o leitor que hoje estamos muito melhor. Per-gunte a si próprio, daqui a 20 anos, o que acha da roupa de 2024 e verá a resposta...

2. Pala

A cerimónia de abertura foi um espectáculo debaixo da pala que não deixou grandes memórias — se bem se lembram (eu não me lembrava), foi apresentada por Carlos Cruz e Júlia Pinheiro. Houve pianos, cantorias, os inevitáveis Ma-dreus. Houve um problema qualquer no som. O mundo pulou e avançou. No dia a seguir, a exposição abriu ao público — e não aconteceu nada. Ou melhor: a Expo estava feita dentro do prazo, não houve atrasos que se vissem, tudo correra bem e o público lá começou a aparecer, devagarinho (no início, foi mesmo muito devagarinho) para ver como era aquela amostra de mundo reconstruído em pavilhões à beira do Tejo.

Mas voltemos ao espectáculo de abertura: lembro-me de reparar que, debaixo da pala, estavam os governos de Portugal e Espanha, o Rei desta última, o Presidente aqui do burgo e mais uns quantos dignatários dos dois Estados ibéricos. Pensei: se aquela pala cai, nem com uma invasão espanhola nos governamos (as coisas que uma cabeça de 18 anos pensa...). A pala não caiu e ainda por lá está, com mais ou menos tensões eurovisivas. Já começa a ter o seu ar sério de monumento doutros séculos — o que não deixa de ser verdade. Só tenho pena de não poder voltar a entrar no Pavilhão de Portugal e sentir aquela excitação de quem visita a Expo pela primeira vez e, depois de duas horas numa bicha, vê um filme como este:

3. Pavilhão

O nosso grande Pavilhão, aquele grande bicho-de-conta à beira-Tejo, tem um problema — muda de nome demasiadas vezes. Já lhes perdi a conta. Não importa: continuará a ser o Pavilhão Atlântico durante muitos e bons anos, mesmo quando já for na sua 20.^a encarnação como [se quiser o nome da sua empresa [se quiser o nome da sua empresa neste es-paço, contacte-nos] Arena.

Não interessará muito, mas a memória é uma caixa cheia de quinquilharia... Lembro-me que estava dentro desse pavi-lhão, quando ainda se chamava «da Utopia», enquanto de-corria a Final do Mundial de 1998 (o último mundial em que não participámos). Os meus vizinhos de fila telefonavam bai-xinho a amigos (já havia telemóveis, mas sem acesso à inter-net) para saber o resultado do jogo. O Brasil foi despedaçado pela França, com o Ronaldo lá deles a comportar-se de forma atípica.

Curiosamente, soubemos esta semana que, segundo Platini, houve por ali umas tramóias para assegurar que o Brasil e a França só se encontrariam na final — talvez um dia o mesmo Platini conte o que aconteceu ao pobre Ronaldo.

4. Teleférico

O teleférico de Lisboa tem o seu quê de perverso. Pois o que dizer dum meio de transporte próprio de grandes alturas, que lembra as montanhas das suíças deste mundo — e que, nesta cidade às ondas, sempre a descer e a subir, famosa pelas suas mais do que sete colinas, foi plantado precisamente no ponto onde a cidade é tão plana que chateia? Um teleférico que parece não levar a lado algum, ali às voltas para mostrar o Tejo a quem gosta de ficar pendurado. E, no entanto, essa imagem das cabines penduradas para lá da pala, com a Ponte Vasco da Gama ao fundo, com o sol a bater no rio, tornou-se parte da Lisboa que todos temos na cabeça. Confesso: também eu já andei ali às voltas, a ver o sol a brilhar nas bandeiras do Rossio dos Olivais, e não dei por mal empregue o meu tempo.

5. Vulcões

Lisboa talvez seja a única cidade onde a palavra «vulcão» traz à memória água e muitas cores. Aqueles pequenos cones aquáticos são uma das delícias da cidade — e por ali já houve, em 26 anos, arrufos e pazes de namorados, gente a passear sozinha, leituras ao fim da tarde, beijos e paixões despudora-das, pais que descobrem o primeiro riso dos filhos, assaltos e más notícias, turmas de miúdos saídas do Oceanário, casais antigos a descansar à sombra...

Em 26 anos, já vivemos tanto nestas ruas inventadas!



Marco Neves
Universidade Nova de Lisboa

| FISCAL

Teletrabalho Parte I

Numa das minhas últimas reuniões com um empresário, este anunciou-me que estava farto de acompanhar os colaboradores que estavam em teletrabalho e para simplificar a sua vida, tinha tomado a decisão de pôr fim ao mesmo, até porque, não tinha evidência de que a produtividade da sua empresa tivesse melhorado, e inclusive tinha constatado que as chefias perdião mais tempo com a gestão das suas equipas.

Ainda pensei demovê-lo, mas também não conheço estudos bem feitos e científicos sobre esta matéria. Encontram-se muitas opiniões, sentimentos, teorias, mas de base científica é difícil encontrar. Pensei recorrer à minha experiência empírica, mas rapidamente desisti, pois desde que o teletrabalho passou a ser prática usual dos funcionários públicos, está cada vez mais difícil estabelecer contactos com eles e tudo leva muito mais tempo. Seria bastante útil que existissem estudos de produtividade antes e depois do uso a implementação do teletrabalho, para se ter uma melhor percepção sobre este tema.

Podia partilhar inúmeras histórias de clientes, tanto empresas como de pessoas singulares, mas vou recorrer a minha última experiência. A pedido de uma cliente estrangeira ausente do país, tentei obter um documento da AT



atestando que o contribuinte não tinha nenhuma dívida e que, portanto, não fazia sentido haver uma penhora por parte da AT junto do Registo Automóvel. Sabendo que o método mais rápido para obter o documento seria deslocar-me pessoalmente ao respetivo serviço de finanças, assim fiz. Cheguei às 15h, o serviço de finanças tinha as persianas para baixo, não se vendo o interior, mas optei por entrar e deparei-me com duas senhoras sentadas nas cadeiras destinadas ao público e outras três, de pé, atrás do balcão. Satisfeito por haver tão pouca gente, tentei obter uma senha para ser atendido, mas o dispositivo informava que as senhas estavam indisponíveis. Ao dirigir-me a uma funcionária atrás do balcão, fui informando que a repartição não fazia atendimento de contribuintes da parte de tarde. Afinal todas as pessoas que estavam dentro da repartição de finanças eram funcionárias, decerto a trabalhar de forma muito diligente, e apesar de to-

das as minhas tentativas para resolver a questão, ficaram tranquilas quando abandonei o serviço de finanças, obrigando-me a voltar na manhã seguinte. Voltei na manhã seguinte, mas infelizmente fui recebido com uma grande má vontade. A funcionária parecia querer encontrar todo e qualquer problema que me impedissem de realizar o ato da véspera, mas consegui ultrapassar todos os obstáculos que me foi levantando. Quando pensei que sairia com a declaração desejada, fiquei surpreso que me obrigasse a preencher um requerimento em papel, para que o mesmo fosse analisado por um colega, reclamei, pois para isso teria feito pela internet, respondeu que mesmo assim este era o método mais rápido, e informou-me que o colega me mandaria uma referência multibanco para pagar o custo administrativo da emissão da certidão que receberia após o pagamento.

A verdade é que três semanas depois continuo sem receber a referência multibanco. Toda esta situação aconteceu porque a AT penhorou o carro do meu cliente, não informando o Registo Automóvel que a mesma já não faz sentido à mais de um mês....

É impressionante o tempo que se pode perder para obter uma simples certidão de não dívida....



Philippe Fernandes
CEO Cisterdata



Pronto para tornar sua marca inesquecível?
A Amostra de Letras tem experiência e criatividade para ajudar a sua marca a causar um impacto duradouro. Deixe-nos ajudá-lo a expandir os seus negócios e a posicionar-se no mercado.

Entre em contacto para discutir o potencial da sua marca.
info@amostradeletras.pt

amostra
deletras.pt

Want to live in Portugal?



Get the number one agency

We take care of everything from day one. All the pre departure arrangements, visas, documentations, bank accounts, transportation, health services or schools. All you need to live in Portugal

Ei![®]
Assessoria
Migratória

eimigrante.pt