

fábrica
de

Talentos

Nº 6 • Novembro 2010 Revista da Fundação da Juventude

PORTUGAL E A EUROPA PRECISAM
DE UM CLINT EASTWOOD

António Pedro Vasconcelos

CRIATIVIDADE ILIMITADA

Jump Willy

OSGEMEOS

Gustavo e Otávio Pandolfo

OS NOVOS OLHARES E EXPRESSÕES
DA ARQUITECTURA EM PORTUGAL

Filipe Oliveira Dias



21
anos

**fundação
da juventude**

MISSÃO

Promover a integração dos jovens na vida activa e profissional

CONSELHO DE FUNDADORES

Águas do Douro e Paiva
Associação de Jovens Agricultores de Portugal
Associação Empresarial de Portugal
Associação Industrial Portuguesa
Associação Nacional de Jovens Empresários
Brisa - Auto-Estradas de Portugal, S.A.
Câmara Municipal do Funchal
Câmara Municipal de Gondomar
Câmara Municipal da Maia
Câmara Municipal de Matosinhos
Câmara Municipal do Porto
Câmara Municipal de Santa Maria da Feira
Câmara Municipal de Tavira
Câmara Municipal de Vila Nova de Gaia
Companhia de Seguros Fidelidade Mundial, S.A.
Comp. Geral Agric. e Vinhas do Alto Douro, S.A.
EDP - Energias de Portugal, S.A.
Finibanco, S.A.
Fitor, Companhia Portuguesa de Têxteis, S.A.
Focor, Produtos Químicos, S.A.
Fundação Minerva (Universidades Lusfada)
Fundação Para a Ciência e a Tecnologia
Galp Energia, SGPS, S.A.
Império Bonança Companhia de Seguros, S.A.
Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação, I.P.
Instituto do Emprego e Formação Profissional, I.P.
Instituto Português da Juventude, I.P.
Interlog - Informática S.A.
Millennium BCP
Multitema - Produções Gráficas, S.A.
Oni, S.A.
Philips Portuguesa, S.A.
Porto Editora, Lda
Refrigor, Lda
Renault Portugal, S.A.
Santa Casa da Misericórdia de Lisboa
Sociedade de Construções Soares da Costa, S.A.
Sumol+Compal, S.A.

FUNDAÇÃO DA JUVENTUDE

Sede – Porto

Casa da Companhia
Rua das Flores, nº69
4050-265 Porto
Tel: +351 22 339 35 30
Fax: +351 22 339 35 44
E-mail: geral@fjuventude.pt

Delegações

Lisboa e Vale do Tejo
Quinta de Santa Marta
1495-120 Algés
Tel: +351 21 412 63 70
Fax: +351 21 410 79 09
E-mail: lisboa@fjuventude.pt

Algarve
Rua Maria Aboim, n.º1
8800-405 Tavira
Tel: +351 281 370 607
Fax: +351 281 381 502
E-mail: algarve@fjuventude.pt

Região Autónoma da Madeira
Bairro da Ajuda
Bloco 28, Cave C
9000-117 Funchal
Tel: +351 291 280 629
Fax: +351 291 280 638
E-mail: madeira@fjuventude.pt

www.fjuventude.pt

nota de abertura

2010 foi um grande ano para a Fundação da Juventude

O “Palácio das Artes – Fábrica de Talentos”, comemora, no próximo dia 11 de Dezembro, o seu 1º aniversário. Volvido um ano, a consolidação programática deste equipamento de apoio à criatividade e inovação, deve-se ao esforço, empenho e dedicação de toda uma equipa multidisciplinar que nos acompanha, em prol dos jovens criadores e artistas.

Pretendemos continuar a difundir os seus projectos e a alargar os seus horizontes, apoiando-os nas várias actividades que têm vindo a desenvolver-se neste espaço, propiciando-lhes o carácter empreendedor e empresarial para uma maior facilitação na sua integração na vida activa. Com este propósito, estão já a desenvolver-se outros novos projectos que ocuparão espaços do “Palácio das Artes – Fábrica de Talentos”, que vêm complementar o sucesso do Restaurante DOP e da Loja Lobo Taste – Palácio das Artes.

O Palácio das Artes – Fábrica de Talentos tem traçado um caminho de futuro que ultrapassa as fronteiras de Portugal. Cabe-nos, a todos nós, contribuir para este esforço que, queremos de sucesso.

Convido-o(a) a fazer uma visita completa a esta nossa infra-estrutura para que possa comprovar essa realidade.

Carlos Abrunhosa de Brito
Presidente do Conselho de Administração



ficha técnica

Direcção **Maria Geraledes**
Edição **André Rodrigues**
Redacção **Liliana Fraga**
Convidados para esta Edição
Amândio Pereira, António Pedro Vasconcelos, António Tavares, Evan Roth, Filipe Oliveira Dias, Filipe Oliveira Baptista, José António Feu, José Jorge Letria, OsGêmeos, Pedro Jordão, Pedro Penim, Vitor Mourão
Projecto Gráfico **Filipa Paiva**
Comunicação **Isabel Jesus**
Publicidade **www.fjuventude.pt**
Depósito Legal 266825/07

Palácio das Artes - Fábrica de Talentos
Um projecto da



21
fundação
da juventude

- 04 a Granel
- 06 Dossier
- 14 Capital humano
- 23 Linha de montagem
- 28 I & d e case studies
- 34 Bolsa de valores
- 37 Laboratório de criatividade
- 42 na Forja

MÚSICA

Big Bands

Orquestra de Jazz de Matosinhos

Entidade organizadora:

Câmara Municipal de Matosinhos

Local: Cine-Teatro Constantino Nery

Contacto: +351 229 392 320



Mão Morta

Entidade Organizadora:

HardClub

Local: HardClub (Porto)

Contacto: +351 707 100 021



Roger Waters

Entidade organizadora:

Ritmos & Blues

Local: Pavilhão Atlântico, Lisboa

Contacto: +351 218 918 409

The National

Entidade organizadora:

Música no Coração

Local: Coliseu do Porto e

Campo Pequeno, Lisboa

Contactos: +351 223 394 947 (Porto)

+351 217 820 575 (Lisboa)

TEATRO

Glória ou Como Penélope Morreu de Tédio

Entidade organizadora:

Teatro Nacional D. Maria II

Local: Teatro Nacional

D. Maria II (Lisboa)

Contacto: +351 213 250 800

As Três Irmãs

Entidade organizadora:

Teatro Nacional D. Maria II

Local: Teatro Nacional

D. Maria II (Lisboa)

Contacto: +351 213 250 800

Queres que te faça um desenho ?

Entidades organizadoras:

Comédias do Minho e

Teatro Praga

Locais: Lisboa, Melgaço, Monção,

Valença, V.N. de Cerveira e

Paredes de Coura

Contacto: +351 251 780 124

EXPOSIÇÃO

LOOK UP!

NATURAL PORTO ART SHOW

2/10|19/12|2010

Look Up!

Natural porto art show

Entidade organizadora:

Anje e Portoshowtime

Local: Edifício da Reitoria da

Universidade do Porto

Contacto: +351 220 408 000

WORLD PRESS PHOTO 10

World Press Photo 2010

Entidade organizadora:

Câmara Municipal da Maia

Hora e local: Das 15h às 19h (de

terça a sábado), no Fórum da Maia

Contacto: +351 229 408 600

Vita Vitri

O Vidro Antigo em Portugal

Entidade organizadora:

Museu D. Diogo de Sousa

Local: Museu D. Diogo de Sousa (Braga)

Contacto: +351 253 273 706



Os Postais da Primeira República

Entidade organizadora: FNAC

Local: FNAC NorteShopping

Contacto: +351 229 571 690



Graça Morais Pintura

Entidade organizadora:

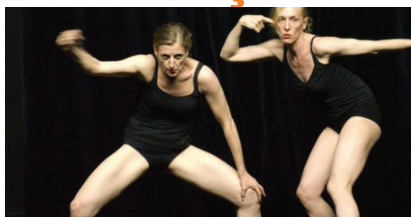
Câmara Municipal do Porto

Local: Árvore – Cooperativa de

Actividades Artísticas (Porto)

Contactos: +351 222 076 010

DANÇA



Gustavia

Entidade organizadora:

Teatro Nacional de São João

Hora e local: 21h30 (sexta-feira),
Teatro Nacional de São João (Porto)

Contacto: +351 223 401 900

ATE...
10
DEZ

Um dicionário, quatro alfabetos, um sistema decimal

Entidade organizadora:

Culturgest

Local: Culturgest (Porto)

Contacto: +351 222 098 116

ATE...
12
NOV...
22
...JAN



LA SYLPHIDE

Entidade organizadora:

Companhia Nacional de Bailado

Local: Teatro Nacional de São Carlos (Lisboa)

Contacto: +351 213 253 045

ATE...
18
DEZ

F EIRA

Feira Mensal de Antiquidades, Velharias e Coleccionismo

Entidade Organizadora:

Câmara Municipal de Tavira

Local: Avenida D. Manuel I (Tavira)

Contacto: +351 281 320 568

PRIMEIRO
SAB
MÉS

OUTROS



OuTonalidades 2010

Entidade organizadora:

D'Orfeu

Local: Estarreja, Fomalhão, Tavira, Chaves, Guarda, Tondela, Porto, Águeda, Torres Novas, Fundão, Aveiro, Évora, Ovar, Amarante, Peso da Régua e Moura

Contacto: +351 234 811 300

ATE...
18
DEZ

Dia Mundial da Poesia

Entidade

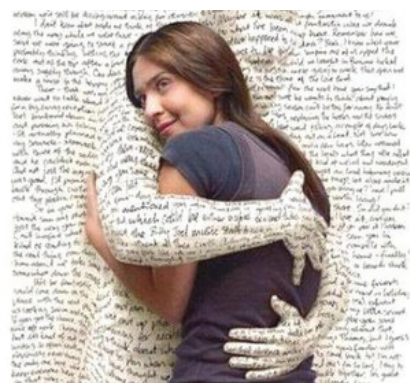
Organizadora:

Centro Cultural de Belém

Local: Centro Cultural de Belém (Lisboa)

Contacto: +351 213 612 400

ATE...
20
MAR



FUNDAÇÃO DA JUVENTUDE



ÚLTIMA QUINTA
DE CADA MÉS

Tertúlias do Palácio das Artes

Entidade organizadora:

Fundação da Juventude

Local: Palácio das Artes
Fábrica de Talentos (Porto)

Contacto: +351 222 022 380



ÚLTIMO SÁBADO
DE CADA MÉS

Feiras Francas

Entidade organizadora:

Fundação da Juventude

Local: Palácio das Artes
Fábrica de Talentos (Porto)

Contacto: +351 222 022 380
www.fjuventude.pt



PALÁCIO DAS ARTES FÁBRICA DE TALENTOS

PASSADO, PRESENTE E FUTURO



■ Palácio das Artes antes da reabilitação

■ Palácio das Artes depois da reabilitação

O Edifício Douro, outrora Convento de S. Domingos, Filial do Banco de Portugal e Companhia de Seguros Douro foi sujeito a uma reabilitação exaustiva de projecto arquitectónico por parte de Alfredo Ascensão e Paulo Henriques. Este projecto foi desenhado de forma a manter a estrutura base de todo o edifício, mantendo-se ainda, vários vestígios da antiguidade.

Desta reabilitação, surgiu o Palácio das Artes – Fábrica de Talentos, um espaço de apoio às artes e cultura, que inauguramos a 11 de Dezembro de 2009, pela mão do Presidente da República e que foi recentemente agraciado com o Prémio João de Almada 2010, promovido pela Câmara Municipal do Porto, como o melhor exemplo de reabilitação e reutilização arquitectónica do ano.

Conscientes de que temos dimensão, capacidade e conhecimento suficientes para traçar o nosso próprio caminho, começaremos por não abdicar dos valores consolidados ao longo de duas décadas de trabalho competente, como sejam a ética e a responsabilidade social, reforçando também a nossa aposta nas áreas cultural e artística.

Novos Projectos, Novas Propostas

Maria Galdes, Directora-Geral

RESIDÊNCIAS ARTÍSTICAS

As Residências Artísticas destinam-se ao acolhimento (pré-incubação) de jovens criadores no Palácio das Artes – Fábrica de Talentos, apoiando-os nas várias fases da cadeia de valor (Criação, Produção e Distribuição), em todas as áreas artísticas.

Os Jovens Criadores e os projectos a darem entrada nas Residências Artísticas do Palácio das Artes são seleccionados consoante critérios de viabilidade económico financeira do Projecto/Produto/Processo, a sua qualidade estética e funcional, o nível de inovação e criatividade que ofereçam, e a capacidade/experiência individual de cada um dos artistas.

As candidaturas são permanentes, sendo analisadas num prazo máximo de duas semanas.

PROJECTO IMAGINA

A equipa do Palácio das Artes – Fábrica de Talentos está a desenvolver o projecto “IMAGINA – Espace Atlantique, Territoires Créatifs Innovants”, com 4 parceiros internacionais (ComAGA – Communauté D’Agglomération du Grand Angoulême, Eixo Atlântico, Deputacion de Ourense, Xunta de Galicia), no âmbito do Programa de Cooperação Transnacional Espaço Atlântico.

Este projecto visa o intercâmbio transnacional de estudantes em final de licenciatura, jovens licenciados e empresários/empreendedores do sector Audiovisual e Multimédia, acolhidos por cada um dos parceiros, com o objectivo de promover a interacção entre estes agentes e as empresas/organizações locais, através da partilha de conhecimento, experiência e



know-how, com o objectivo final de constituir um pólo Europeu de recursos Audiovisuais de alto nível.

FEIRAS FRANCAS

Em 2011 daremos continuidade às Feiras Francas que, desde 27 de Fevereiro de 2010, têm sido um sucesso, envolvendo 2.000 pessoas/média por edição. Este evento de promoção do talento criativo, permite cativar outros mercados, novos públicos, recuperar tradições, trabalhar a imagem local, envolver a comunidade residente e reforçar a ligação entre os sectores criativos e as estruturas de suporte, promovendo para além do centro histórico, a cidade do Porto, o País e particularmente os jovens talentos a nível nacional e internacional. Este evento continuará a ser realizado ao último sábado de cada mês, entre as 10h00 e as 22h00, com entrada livre.

WORKSHOPS

Os workshops do Palácio das Artes – Fábrica de Talentos abordam temáticas relacionadas com diferentes áreas artísticas, potenciando a criação de oportunidades para jovens criativos, consolidando conhecimentos de profissionais no campo da cultura e estabelecendo uma relação entre artistas/criadores e público em geral.

Em 2011 desenvolveremos workshops das mais distintas áreas, em particular fotografia, teatro, dança, pintura, design, entre muitos outros. As inscrições estão já abertas.

PROGRAMA NACIONAL DE BOLSAS DE ARQUITECTURA

Este programa está previsto arrancar no primeiro semestre de 2011, em parceria com a Ordem dos Arquitectos Secção Regional Norte.

Com especial interesse no Património Arquitectónico das Cidades Portuguesas, propõe-se o desenvolvimento de estudos técnicos e científicos inéditos que demonstrem a singularidade e a excelência do Património construído no séc. XX. Este projecto permitirá, aos diferentes municípios, enriquecer a sua carta patrimonial e contribuir para traçar estratégias de salvaguarda e, em simultâneo, demonstrar a permanência de uma dinâmica cultural. Os Jovens poderão analisar as cidades individualmente, tendo em conta o seu Património Cultural Classificado ou em vias de classificação, retratando questões temáticas do desenvolvimento da Arquitectura na Valorização do Património Cultural Contemporâneo.

SERVIÇO EDUCATIVO

O Palácio das Artes – Fábrica de Talentos pretende ter, já no início de 2011, o seu Serviço Educativo em funcionamento



para propiciar visitas guiadas ao edifício, para todo o público, para apresentação do vídeo institucional do Palácio das Artes – Fábrica de Talentos, dando-se assim a conhecer a história do edifício, as suas respostas actuais e mostrando as origens

do Banco de Portugal através da constituição de um espaço de exposição permanente. Pretende-se abranger públicos ligados às indústrias criativas, ao mundo académico, turistas, profissionais da revitalização urbana e os Media. No que diz respeito ao material didáctico-turístico irão ser desenvolvidos materiais com este objectivo, nas línguas portuguesa e inglesa. Ainda neste âmbito, a Fundação da Juventude pretende publicar dois livros: desenvolvimento de um projecto de livro de arquitectura do Palácio das Artes – Fábrica de Talentos, especialmente relevante na sequência da atribuição do prémio João de Almada e um outro dos jovens artistas lançados pela Fundação da Juventude nos últimos 21 anos, por forma a dar conteúdo a este serviço e a criar receita.

CONCURSO NACIONAL DE DESIGN “EM PORTUGUÊS”

Visando provocar os jovens para a capacidade de formular ideias criativas, este concurso – que, no ano de 2011 vai atingir a sua 7ª edição - pretende estimular a criatividade para o desenvolvimento de objectos e propostas que podem dar origem a produtos com uma identidade específica. Este reperto é comungado com empresas que colocam a concurso o desenvolvimento de um produto e que, em conjunto com a Fundação da Juventude, vão seleccionando, através de várias fases, propostas com criatividade, inovação e capacidade de implementação no mercado. Os vencedores receberão um prémio monetário e verão o seu produto desenvolvido em protótipo, com possibilidade de ser produzido/ industrializado e comercializado nos mercados nacionais e internacionais.

www.fjuventude.pt





António Pedro Vasconcelos

PORTUGAL E A EUROPA PRECISAM DE UM CLINT EASTWOOD

FT: Como é ser cineasta em Portugal?

APV: É muito difícil. É complicado fazer do cinema uma profissão, porque não existe nenhuma garantia de se poder fazer uma carreira. É evidente que em nenhuma actividade, sobretudo actividades criativas ou profissões liberais, se pode ter garantia de carreira, só nos países com uma economia planificada, como um país da união soviética - governos totalitários - é que isso é possível, mas não é desejável. O problema é que normalmente as pessoas que iniciam carreira, têm a expectativa de trabalhar em função daquilo que são os seus méritos, as suas competências, o seu sucesso. Se se fizerem filmes que tenham um bom eco junto do público a que se destinam, é normal que se espere continuar a filmar. Em Portugal há dois inconvenientes, há um que é agravado por outro. Nós temos um mercado muito pequeno, somos o país dos três P's: pobres, periféricos e provincianos. Fazem-se poucos filmes. Não há uma massa crítica que permita continuar a fazer filmes, há um grupo de indivíduos. Outro problema é que o cinema está nas mãos do Estado, o que é uma aberração total. O Estado devia impor obrigações, e não taxas. Devia obrigar toda a gente a investir no cinema, mas depois os investidores é que decidiam que filmes queriam apoiar, em que produtores é que queriam apostar. Isto não sucede e portanto é muito difícil seguir essa carreira.

FT: Refere frequentemente em várias entrevistas "Rossellini" e "Renoir". São as suas principais influências enquanto cineasta?

APV: São talvez as duas maiores figuras do cinema europeu: pela sua independência, pela sua humanidade, e também pela sua incessante pesquisa de novos temas e de novas formas. Não são cineastas académicos que tivessem gerido o sucesso dos seus primeiros filmes, tiveram sempre de correr riscos. Nesse sentido eles são dois faróis. E nos tempos modernos o Clint Eastwood. Portugal e a Europa precisam de um Clint Eastwood. Depois alguns realizadores menos conhecidos como o Paul Thomas Anderson, acho que é o maior realizador americano vivo, e que se vai tornar num dos grandes cineasta do século XXI, porque ele é muito novo.

FT: Nos seus filmes tenta criar uma ponte com o público?

APV: Em todos os filmes tentei criar uma ponte com o público. Não é fazer cedências àquilo que pode ser o gosto do público, é o contrário. Se uma pessoa tiver um restaurante é porque gosta dessa actividade, gosta de servir as pessoas e gosta daquilo que está a fazer e tem de tentar passar ao público aquilo que é o seu gosto. Eu não faço todos os filmes que quero e que gosto, mas todos os filmes que faço são filmes que eu quero fazer e eu gosto de fazer. Não faço a menor cedência, a nenhuma espécie de imposição ou oportunismo. Mas preocupo-me com que aquilo que eu quero dizer chegue às pessoas. É como contar anedotas: você já ouviu a mesma anedota contada por vinte pessoas e há uns que têm mais graça do que outros, há uns que têm mais jeito. Fazer um filme é contar uma anedota, e se for um filme cómico você tem que fazer rir as pessoas, se for um filme dramático você tem de sensibilizar as pessoas para o seu ponto de vista, ou seja tem de as comover. E é esse dom que o cineasta tem de ter, é essa preocupação: "será que o que eu estou a dizer só tem interesse para mim, estou a falar para o meu umbigo, ou será que consigo fazer com que o que estou a dizer chegue ao máximo de pessoas?".

FT: Apesar do número reduzido de espectadores de cinema, nos últimos anos tem-se verificado algum aumento...

APV: Não, há um decréscimo. O que há é, dois filmes que têm grande sucesso, mas se se verificarem os números não há. Há filmes hoje em dia que fazem mil espectadores ou menos, isto é impensável. Dantes não havia um filme português que fizesse menos de cinco mil espectadores. E estamos a falar de números que são insustentáveis, não é possível fazer filmes para cinco mil pessoas. Eu sinceramente tenho tido, eu não lhe chamo sorte, mas tenho tido espectadores. Nem sempre tenho boas críticas, mas isso é outro drama do cinema em Portugal: é que a crítica está desfasada, sobretudo em relação ao cinema português, daquilo que é o acolhimento do público. É uma crítica muito preconceituosa, e que acha

que o cinema português tem de ter uma especificidade. Aquilo que as pessoas apreciam no cinema americano, acham que em Portugal é negativo. Posso dar o exemplo das comédias românticas em que os americanos são especialistas, é um género considerado mais leve, mas no qual há grandes filmes, e que tem um historial. Um historial no cinema americano, francês e português: as grandes comédias românticas do António Silva. Muitos críticos são capazes de elogiar algumas comédias românticas americanas, mas a comédia romântica costuma receber críticas negativas. Eu tentei fazer uma – A Bela e o Papparazzo – e os resultados da crítica foram péssimos. Há esse desfasamento, mas em relação ao público. E muito honestamente tenho a certeza que se um dia eu tiver dois filmes seguidos que o público não vá ver, eu em vez de pôr em causa o público, ponho-me em causa a mim.

FT: Chegou a estudar cinema em Paris. Acha que hoje em dia é preciso ter um curso para se ser realizador, nem que seja pelas portas que só se abrem mediante apresentação de diploma?

APV: Não, acho que não. Acho que nós somos um bocado provincianos, ou seja isso de estudar fora, pode eventualmente facilitar, mas acho que não é preciso tirar um curso para ser cineasta. Eu quando estudei fui para o estrangeiro porque em Portugal não havia cursos, fui para Paris para frequentar uma escola, mas eu sou autodidácta. Achei que era mais importante ver filmes: eu fechei-me numa cinemateca durante dois anos, vi mais de mil filmes por ano. Via os filmes que estavam a sair e ao mesmo tempo via os cineastas do passado e aprendi assim: aprendi a ver, como um escritor aprende ao ler. É evidente que há cursos que ajudam. Tem que se ter um dom. Há pessoas melhores e pessoas piores, mas a escola fornece muitos instrumentos.

FT: Também está muito ligado ao ensino de cinema em Portugal. Qual acha que é o maior desafio desse ensino no nosso país?

APV: O grande desafio é estar a formar pessoas para um mercado que não existe. E estar a falar numa actividade que é uma indústria, que é uma arte mas está ligada a uma indústria. E o essencial da realização não se ensina. Aprende-se, mas não se ensina. E portanto eu ensino os aspectos práticos. Quer fazer um filme: quais são as várias fases, qual é o processo de fazer um filme? É ter uma ideia, ou compra-la; se a comprar tem que a fazer sua; tem que a trabalhar; tem que fazer um script, que é a coisa mais trabalhosa de um filme, e que às vezes leva um ano, dois, ou mais, a escrever. Depois tem que arranjar dinheiro, tem que organizar a produção. Produzir não é só

arranjar dinheiro, é tudo que está por trás: arranjar equipas, décors, etc. Depois tem de filmar, arranjar música, montar... e quando eu dou aulas de realização é mais este processo que me interessa explicar às pessoas. E sou sempre confrontado com uma coisa, que é: ensinar-lhes como se faz um filme, mas depois, antes, ou durante tenho que lhes lembrar “atenção que em Portugal isto não é assim”.

FT: Para concluir: se um jovem lhe dissesse que estava a pensar estudar cinema, que grande conselho lhe poderia dar?

APV: Se ele tiver possibilidade de ir para o estrangeiro, não digo para a América, mas por exemplo para Espanha, acho que ele devia ir para fora. Primeiro porque faz sempre bem para as pessoas irem para fora. Alargar horizontes. E em segundo porque se ele tiver talento, ele tem sempre a possibilidade de depois trabalhar lá, se for bom. Acho que se deve ter ambição. E quem ficar em Portugal, e isto é uma coisa que eu tentei na minha escola, mudar a mentalidade dos alunos, dizer: “você têm que combater este sistema, não é possível!”. Repare, hoje em dia a crítica diz: “está a ter sucesso, é um filme comercial para agradar ao público”, mas a versão contrária é agradar aos críticos, o que é pior. Eu gosto muito que os críticos gostem dos meus filmes, mas não faço filmes a pensar no que lhes vai agradar. Como não faço filmes a pensar no que vai agradar ao público. É fácil ir de encontro àquilo que são os apetites mais primários do público. Mas também estar a fazer um cinema que é para agradar aos críticos, é agradar, nem sequer a uma minoria, é agradar a cinco pessoas em dez milhões. Isso é um sistema aberrante a que nós já nos habituamos. Para dar um exemplo, para se perceber um bocado esta lógica, é como se o Ministério da Cultura decidisse todos os anos quem é que escreve e quem não escreve. Quem é que pinta e quem é que não pinta. Quem é que faz música e quem não faz música.

O que é absurdo: imagine Portugal se só escrevesse o Saramago, ou o Lobo Antunes, ou o Domingos Amaral.

Mas é diferente, porque apesar de tudo há um mercado para o livro, há um mercado para o disco, há um mercado para a pintura. Para o cinema não há. Para o teatro também não. A política do teatro é uma política relativamente parecida, mas o teatro ainda tem uma margem de liberdade, se se quiser fazer teatro independente faz-se. Nem é teatro independente, porque isso é outra das aberrações, chama-se teatro independente e cinema independente ao teatro e ao cinema que são dependentes do estado, totalmente dependentes dos subsídios. Mas se quiser fazer teatro ainda pode fazer. Porquê? Porque o teatro que os portugueses vêem é português. A maioria do repertório de peças é estrangeiro, mas você está a dar trabalho a pessoas

portuguesas. O cinema não. Mas são duas actividades que o estado chamou a si, e há lobbys que se acomodaram a isso. Repito: não sou contra a intervenção do estado, é fundamental que intervenham com incentivos fiscais, com obrigações, etc. Bastava pôr uma obrigação em toda a cadeia de valores, de cinco por cento da comercialização dos filmes estrangeiros, em cinema português, e isso já mudava tudo. Em vez de ser “dêem cá os cinco por cento”, ou quatro por cento, como é agora, “que nós damos a cinco indivíduos que escolhem como os distribuir”. E este é o ponto crítico do cinema em Portugal. O dia em que se transformarem as taxas em obrigações, tudo muda. Não quer dizer que os filmes passem a ser óptimos, mas passa a haver uma lógica, e mesmo um jovem cineasta passa a saber com aquilo que conta, ou seja “eu tenho que ser bom naquilo que faço”. No atletismo é a mesma coisa: você pode querer correr cem metros, mas tem de conseguir correr mais que os outros. Isso é uma lógica de competição. De competição e da competência. Que são duas coisas que era preciso instaurar em Portugal.

Entrevista gravada e editada por Ana Guimarães, Estudante do ISCAP



António Pedro Vasconcelos

Estudou Direito, na Universidade de Lisboa, e Filmografia, na Universidade de Sorbonne.

Foi responsável por alguns dos maiores sucessos comerciais nas salas portuguesas. Foi um dos

fundadores da V. O. Filmes e ainda do Centro Português de Cinema. Foi apresentador do programa Cineclube, na RTP2; fez crítica literária e cinematográfica, tendo chefiado a redacção de O Cinéfilo, com João César Monteiro; foi colunista da Visão e director de A Semana, suplemento do Independente. Em 1985 representou Portugal no Fórum Cultural de Budapeste, a convite do ministro dos Negócios Estrangeiros. Foi distinguido pela Ordem do Infante D. Henrique.

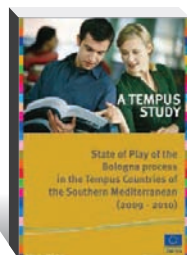
Publicações Relevantes



Cultural Bloggers Interviewed

Editora: LabforCulture

O blogging cultural ainda passa bastante despercebido na blogosfera. Este estudo iniciou-se com o objectivo de descobrir mais sobre esta categoria de blog, colocando perguntas como: quem bloga? E sobre o quê? Quais são os públicos e as comunidades que se envolvem no blogging cultural? Que modelos económicos são utilizados neste, e quão sustentáveis são? Estas são apenas algumas das questões exploradas nesta publicação. Annette Wolfsberger mergulhou na atmosfera do blogging cultural e entrevistou nove célebres bloggers europeus, entre os quais Anne Helmond, Robert Misik, Alek Tarkowski, Marta Peirano, José de Vicente, Alessandro Ludovico e Régine de Batty. Estes foram entrevistados em 2009, tendo sido questionados relativamente à sua motivação, modelos de negócio, e oportunidades que sugeriram graças à criação dos seus blogs. A introdução, que convida à reflexão, fica a cargo do jornalista do Guardian (e blogger ele próprio) Mercedes Bunz.



State of Play of the Bologna Process in the Tempus Countries of the Southern Mediterranean (2009/2010)

Editora: Tempus - Publications

O objectivo desta publicação é mapear, pela primeira vez, o estado actual do processo de Bolonha em nove países do sul mediterrânico, que participam no programa Tempus. Ainda que nem todos os nove países tenham assinado a Declaração de Bolonha, uma grande parte destes são influenciados pelo processo, tendo inclusive adoptado alguns dos seus principais elementos. A grande maioria dos países demonstraram também interesse ao juntarem-se ao Fórum Bolonha, que lhes dá a possibilidade de se envolverem nas discussões referentes às políticas do Processo de Bolonha, num contexto mundialmente mais abrangente. É ainda de referir que os desenvolvimentos que vão acontecendo nos países referenciados, influenciados pelo Processo de Bolonha, são de carácter voluntário e dependem das necessidades dos sistemas educativos de cada país, e das tradições nas quais esses sistemas se baseiam.

Aprendizagem

Formação Profissional de Jovens

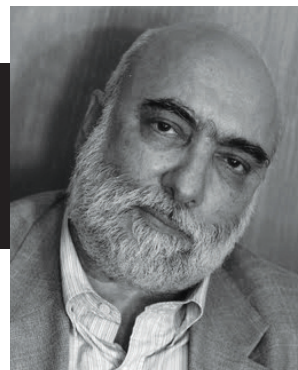
QUALIFICAÇÃO COM CERTIFICAÇÃO ESCOLAR E PROFISSIONAL



COM TEORIA & PRÁTICA NAS EMPRESAS
FORMAMOS PROFISSIONAIS

Contacte-nos em www.iefp.pt ou em qualquer Centro de Emprego ou de Formação Profissional.

O MUITO QUE FAÇO SENDO EU



José Jorge Letria

A minha vida repartiu-se, durante quatro décadas, por actividades que acabaram sempre por se completar e enriquecer mutuamente. Fui jornalista profissional, sobretudo, em jornais diários, durante quase 26 anos, fui cantor-autor e intérprete até meados dos anos oitenta, desde Janeiro de 1973 que publico livros, tendo iniciado esse percurso com a colectânea poética “Mágoas Territoriais” (Assírio & Alvim, 1973), também fui autor de programas de rádio e e televisão, escrevi e vi montadas várias peças de teatro, fui vereador da Cultura em Cascais, minha terra natal, entre Janeiro de 1994 e Janeiro de 2002, e sou, desde final de Setembro de 2003, vice-presidente e agora [Presidente do Conselho de Administração da Sociedade Portuguesa de Autores](#), o que me permite travar diariamente uma luta que é justa, oportuna e inadiável.

Posso dizer que tenho tido uma vida criativa e de intervenção cívica repleta. Não me posso queixar, embora gostasse de dispor de mais tempo para estar com os meus netos, para ir mais ao cinema e para a ler mais do que actualmente consigo ler. Resta saber se conseguiria organizar, nesta fase, a minha vida de forma a conseguir essa gestão mais humana e mais afectuosa do meu tempo.

Hoje, para além das funções que desempenho à frente da SPA, assumo-me predominantemente como escritor, com muitos projectos para concretizar, seja na literatura para os mais novos seja na outra. Quase todo o tempo livre de que disponho é canalizado para dar forma a esses projectos, que me exigem tempo, capacidade de concentração, pesquisa e condições para fruir o prazer da escrita, coisa de que nunca aceitarei renunciar.

Houve tempos em que, quando me pediam para indicar a minha profissão, escrevia somente “jornalista”. Hoje já faço preceder essa actividade da de escritor, que, corresponde, no fundo, a um desígnio que me acompanha praticamente desde

a adolescência, quando colaborava no “Suplemento Juvenil” do “Diário de Lisboa”.

Várias vezes pensei em dedicar-me plenamente à escrita, mas a minha natureza requer sempre de mim um grau elevado de disponibilidade para intervir na luta por causas em que acredito. É o caso da defesa dos direitos de autor, entre outras.

A parte mais significativa da minha vasta produção literária centra-se, há mais de três décadas, nos livros para crianças e jovens, embora eu me sinta, desde sempre e cada vez mais,

poeta. No fundo, eu sou um poeta que faz incursões regulares noutros registos e disciplinas da escrita literária, e não me tenho dado mal, pelo menos em termos de satisfação pessoal, com essa só aparente dispersão.



Na verdade, todas estas facetas fazem parte de uma realidade vasta e muito complexa que eu talvez pudesse ter organizado de outra maneira se tivesse tido o atrevimento de criar heterónimos como fez o genial Fernando Pessoa, que nunca deixa de me surpreender, fascinar e desassossegar.

Aos dois volumes que reúnem o essencial da minha poesia chamei “O Fantasma da Obra”. Eu confesso que não vivo com esse fantasma, porque já não conto cá estar quando essa questão se puser, até porque tenho as maiores dúvidas sobre a posteridade e sobre o que ela nos reserva. Nin guém consegue prever ou antecipar o juízo do tempo. Vou continuar a escrever, enquanto puder e quiser, e isso é quanto basta para me sentir vivo e na plenitude da minha visão do mundo e da vida.



O POTENCIAL ECONÓMICO DAS INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS

HISTORIAL

Em 16 de Novembro de 2007, pela primeira vez em todo o processo de construção europeia, o Conselho da UE sob Presidência Portuguesa adoptou uma estratégia comum para o sector da cultura – a Agenda Europeia para a Cultura (AEC), aprovada por unanimidade pelos 27 Estados-membros, que fixou um conjunto de objectivos a serem prosseguidos no triénio 2008-2010, identificando os mecanismos necessários à sua concretização. Tendo então em vista a implementação do Plano de Trabalho do Conselho para a Cultura 2008-2010, foram criados pelo Comité dos Assuntos Culturais, em Março de 2008, os dois grupos de trabalho seguintes:

Grupo de Trabalho I – Mobilidade de Artistas e de outros Profissionais do Sector Cultural; Grupo de Trabalho II – Potencialidades das Indústrias Culturais e Criativas (ICC) designadamente PME. Para este Grupo de Trabalho II foi nomeado pelo Ministro da Cultura como representante de Portugal, o Prof. Fernando Freire de Sousa, que, juntamente com um delegado da Holanda, foram nomeados para a Presidência deste Grupo.

PAPEL DA DGAE

No primeiro trimestre de 2008, tendo sido reconhecida pelas entidades do Ministério da Cultura (MC) a importância de uma franca aproximação e cooperação com o ex-Ministério da Economia e da Inovação (MEI) no âmbito das ICC e PME, nomeadamente dos trabalhos a desenvolver pelo Grupo de Trabalho II, foi a Direcção-Geral das Actividades Económicas (DGAE) nomeada Ponto de Contacto para este efeito, no âmbito da Agenda Europeia para a Cultura. No segundo trimestre de 2008, a DGAE estabeleceu os primeiros contactos exploratórios no sentido de promover uma intervenção dinâmica do MEI, tendo criado para o efeito uma Rede de Contactos MEI para a Cultura, inicialmente constituída por 3 Departamentos do MEI – IAPMEI, AICEP e Turismo de Portugal e ainda pela Fundação de Serralves, organização cultural sem fins lucrativos, que tinha celebrado com o IAPMEI um Protocolo no âmbito do projecto InSerralves. A Rede de Contactos tem vindo periodicamente a ser alargada a outras entidades fora do Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento (MEID) e da própria Administração Pública, integrando actualmente 27 membros. A Rede de Contactos MEID para a Cultura visa, essencialmente, a recolha de



José António Feu

Director do Serviço para a Inovação e Competitividade Empresarial na Direcção-Geral das Actividades Económicas, do Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento. Engenheiro Químico Industrial

pelos IST, é funcionário público desde 1973, com uma carreira em diversos Departamentos da Administração Pública, como sejam a Comissão Reguladora dos Produtos Químicos e Farmacêuticos, a Direcção-Geral da Indústria e a Direcção-Geral da Empresa, sempre ligado às actividades económicas, sendo actualmente o Representante do Ministério da Economia, da Inovação e do Desenvolvimento no âmbito da Agenda Europeia para a Cultura.

informação sobre as actividades prosseguidas ou previstas no âmbito do potencial das ICC, o conhecimento de boas práticas culturais e a divulgação de informação específica nesta área, nomeadamente a veiculada pelo Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais (GPEARI) do MC e, em cooperação com o Grupo de Trabalho II Indústrias Culturais e Criativas, apresentar boas práticas seleccionadas em Portugal. apresentados, nos quais foram contempladas 9 boas práticas de Portugal (Addict – Agency for the Development of Creative Industries; Building Regeneration – Portimão Museum, Cultural and Creative Sector in Portugal – Study for the Ministry of Culture, InSerralves – An Incubator for the Creative Industries, InovArt Programme; Inov Contacto).

NOVOS CAMINHOS SE ABREM PARA AS ICC

Na sequência do trabalho realizado pelo Grupo de Trabalho Potencialidades das ICC e PME, foi apresentado pela Comissão Europeia, no dia 27 de Abril 2010, o Livro Verde “Libertar o Potencial das Indústrias Culturais e Criativas”. Nesta publicação, as ICC incluem as artes do espectáculo, artes visuais, património cultural, cinema, televisão, rádio, música, criação literária e edição de publicações, jogos de vídeo, software, media, arquitectura, design, moda, artesanato, publicidade, etc. e representam, a nível da UE, cerca de 5 milhões de empregos e um contributo de 2,6% para o PIB. Simultaneamente com a apresentação do Livro Verde, a Comissão Europeia lançou uma Consulta Pública sobre “O Futuro das Indústrias Culturais e Criativas”, que decorreu de 27 de Abril a 30 de Julho de 2010. A resposta institucional de Portugal à consulta pública, coordenada pelo MNE e com grande envolvimento da DGAE, foi divulgada pela Rede MEID para a Cultura, estando disponível no seu site www.dgae.pt em Inovação e Competitividade / Inovação / ICC.



MUNDO EM MUTAÇÃO OS JOVENS E O DESAFIO

O objectivo central da formação dos jovens não é prepará-los para o presente. É prepará-los para o futuro. Os próximos anos e as próximas décadas emergirão num mundo em profunda mutação. Delinear-se-ão novos riscos e novas oportunidades, que confrontarão a geração dos actuais jovens e que exigirão deles um conhecimento cosmopolita e interdisciplinar e uma enorme criatividade para reinventar o “ecossistema” global e local em que viverão e trabalharão. É crucial que eles adquiram uma percepção estratégica e proactiva do mundo diferente que os espera.

Há um século a Europa continha um quarto da população global e controlava a maior parte do mundo. Agora o nosso continente representa apenas 11% da população mundial, valor que será de apenas 7% dentro de 4 décadas. O resto do mundo cresce fulgurantemente. Entre 1950 e 2050 a população mundial terá triplicado. **Outros valores, outros modelos e outros poderes ascenderão nas próximas décadas.**

Os jovens e as crianças actuais, que determinarão o mundo de amanhã, são também poucos na Europa mas muitíssimos no resto do mundo. Só na Ásia há quase 2 mil milhões com menos de 25 anos. A nossa juventude tem que se preparar para conviver e competir.

Seria perigoso presumir que a juventude dos outros continentes será, como nos últimos séculos, pobre e irrelevante. Os países em desenvolvimento explodem não apenas demográfica mas também economicamente. Enquanto a Europa se tornou na região do mundo com mais débil crescimento económico, aqueles países projectam-se. Em 2010 a economia da União Europeia deverá crescer 1,7% mas a dos países em desenvolvimento crescerá mais de 7%. O problema da Europa não é a “crise global”, é ela própria. Mesmo antes da crise as economias em desenvolvimento cresciam já a um ritmo triplo do europeu. Essas nações criam prosperidade, competidores, consumidores e tecnologia a um ritmo impressionante e já representam mais de metade da economia mundial. Os jovens fora da Europa estão a educar-se e a prosperar. Em nada serão irrelevantes. Estão disso conscientes os nossos jovens?

Com maior prosperidade, as economias emergentes adquirem poder tecnológico e político. Os Estados Unidos mantêm a sua liderança mas a Ásia torna-se incontornável. O centro de gravidade do poder mundial desloca-se do Atlântico Norte para o Pacífico. É a Europa que mais perde.

Nada se resolve com grandes tratados. A solução reside nos cidadãos.

A liberalização do comércio mundial e as intercomunicabilidades transnacionais expõem cada bairro ou loja à competição mundial, mas é também verdade que cada empresa tende a ter acesso aos consumidores de qualquer recanto do planeta.

A segurança internacional perdeu a linearidade da Guerra Fria entre dois blocos. Agora os meios de destruição estão disseminados, numa sociedade aberta e vulnerável. O terrorismo é minimizável, mas imparável. Os ataques do 11/Set foram praticados por 19 civis sem armas de fogo nem explosivos. A criatividade pode ser dramaticamente destrutiva.

Os cidadãos do mundo interagem diariamente pela Internet, pelos media, pelo comércio e pela cultura. Cerca de 200 milhões de pessoas vivem fora do seu país de origem. Diferentes sensibilidades são inevitavelmente confrontadas e é difícil evitar tensões sociais. A população islâmica (que inclui imensos moderados e uma perigosa minoria radical) representa 4% da população da União Europeia e elevar-se-á a cerca de 10% nos próximos 15 anos. É vital, com tolerância recíproca, imaginar soluções que assegurem a coesão e a paz sociais na própria Europa.

Em síntese, o mundo mudará radicalmente. O ambiente em que os actuais jovens se inserirão exigirá deles a capacidade de compreender as mudanças e de reinventar o cidadão e a sociedade. Essa reinvenção não será gerada nos corredores da política. Sê-lo-á pelos cidadãos.

Através da Inovação, a Humanidade criou um mundo diferente mas, subsequentemente, necessita agora de Inovar a forma de a ele se adaptar e de nele viver.

Estão os jovens preparados para esse desafio?

Pedro Jordão

Gestor, professor de relações internacionais e de gestão internacional, membro de várias organizações internacionais, presidente de uma instituição de investigação em matérias internacionais.



OSGEMEOS

Destas duas mentes transbordam todas as cores e sabores da imaginação

Lá tudo é possível e qualquer sonho se torna realidade. A inspiração para tantos desenhos e fábulas mágicas vem da forma com que a dupla Gustavo e Otávio Pandolfo, conhecidos como OSGEMEOS, reflectem no seu interior a realidade e a fantasia que lhes rodeiam. Cada pequeno detalhe, porque são através deles que suas obras assumem esta forma já tão reconhecível, são componentes importantes na criação do mundo fantástico, cheio de histórias quotidianas em forma de poesia. O mundo encantado em que vivem todas as suas personagens e que funciona como a janela da alma única dos irmãos gémeos é repleto de uma mistura harmoniosa entre realismo e ficção. As suas histórias dançam entre dois importantes pilares. O olhar sonhador que possibilita a materialização de um mundo cheio de fantasias e as suas críticas incisivas sobre as dificuldades enfrentadas por tantos cidadãos espalhados pelo mundo, vítimas de um modelo socioeconómico que se encontra em grande transformação. Dessa união nascem obras que invocam um universo lírico e criações que mesclam ambas projecções, como se os próprios personagens mágicos criticassem com olhos inocentes toda a discrepância que existe nesta sociedade.

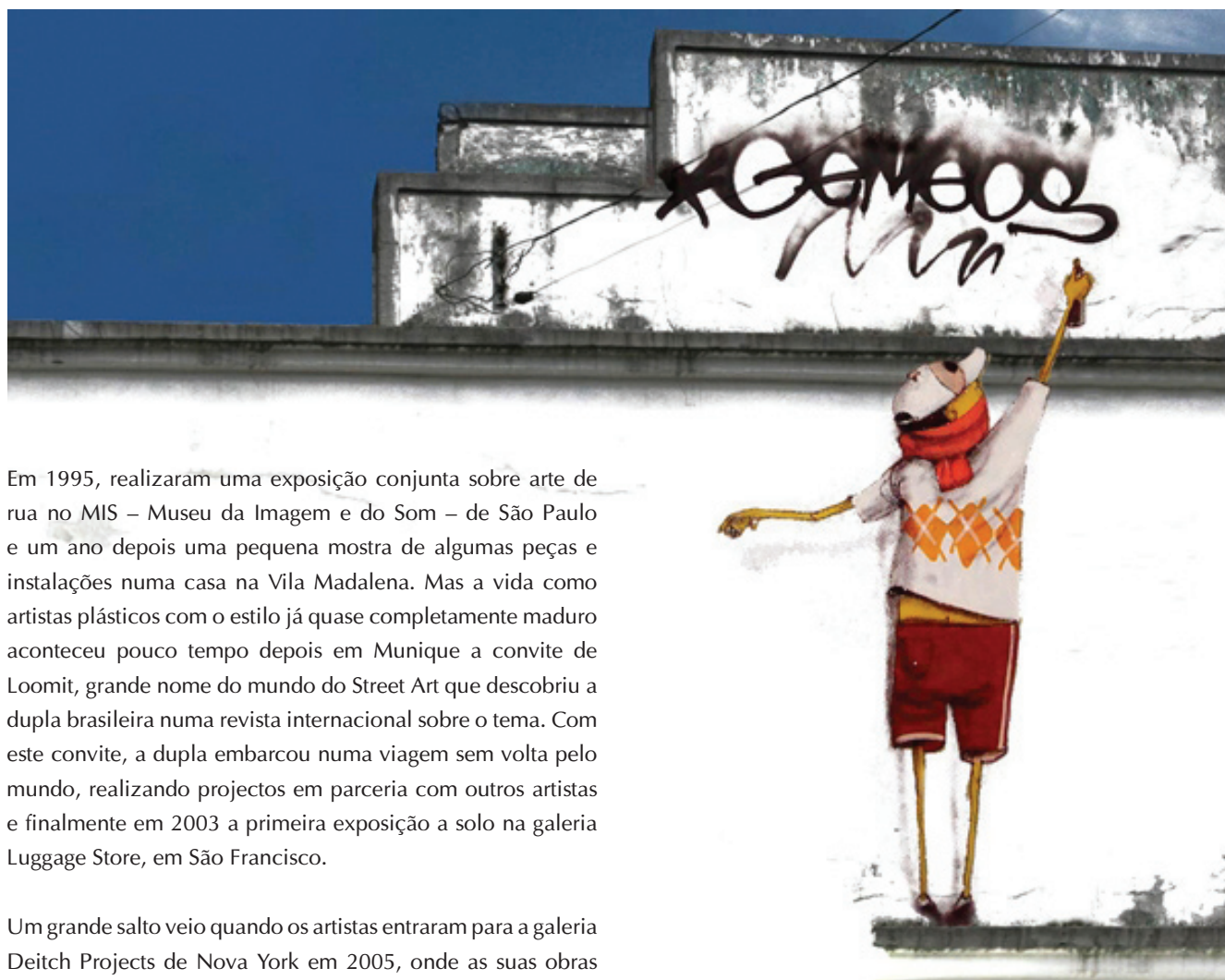


Foi quando ainda viviam no mundo da fantasia ingênua e infantil, que tudo come a a delicadeza um outro universo. Com três anos de idade os lápis de cor e a imaginação já estavam presentes nos jogos e em todos os papeis espalhados pela casa. Desenhavam na mesma folha de papel e quando não o faziam, escolhiam os mesmos temas para ilustrar.

O graffiti entrou na vida dos irmãos em 1986, quando ainda viviam na região central de São Paulo onde passaram sua infância e adolescência. A cultura hip hop chegava ao Brasil e os jovens do bairro começaram a colorir as suas ideias nos muros da cidade. Naquela época, com apenas 12 anos, tudo era novidade e sem ter de onde tirar as suas referências, Gustavo e Otávio improvisavam e inventavam sua própria linguagem, pintando com tintas de carro, látex, spray e usando bicos de desodorizante e perfume para moldar os seus traços; já que ainda não existiam acessórios e produtos próprios para a prática. O que a cidade lhes proporcionou foi essencial para o desenvolvimento de todas as habilidades que se transformaram depois no estilo próprio e imediatamente reconhecível dos artistas. Uma infância criativa, que ofereceu duas vidas ao mundo da arte contemporânea.

O graffiti actuou sempre como uma válvula de fuga para a dupla. Uma maneira que encontraram de criar um mundo onde só se pode penetrar através das suas mentes e onde tudo funciona pela lógica própria de Tritetz, o universo habitado pelos personagens amarelos, onde brilha e reina a sintonia entre todos os seus elementos.

Cada parte e cada detalhe estão mergulhados na magia que envolve a imaginação dos irmãos. Com 19 anos, já haviam começado a desenvolver um estilo próprio e a fazer trabalhos publicitários e decoração em lojas e escritórios com seus graffitis. Começavam desta forma a viver única e exclusivamente deste maravilhoso dom que ocupava quase 100% de seus seres.



Em 1995, realizaram uma exposição conjunta sobre arte de rua no MIS – Museu da Imagem e do Som – de São Paulo e um ano depois uma pequena mostra de algumas peças e instalações numa casa na Vila Madalena. Mas a vida como artistas plásticos com o estilo já quase completamente maduro aconteceu pouco tempo depois em Munique a convite de Loomit, grande nome do mundo do Street Art que descobriu a dupla brasileira numa revista internacional sobre o tema. Com este convite, a dupla embarcou numa viagem sem volta pelo mundo, realizando projectos em parceria com outros artistas e finalmente em 2003 a primeira exposição a solo na galeria Luggage Store, em São Francisco.

Um grande salto veio quando os artistas entraram para a galeria Deitch Projects de Nova York em 2005, onde as suas obras tomaram forma dentro do mercado de arte contemporânea. No momento em que ingressaram para o universo das galerias, a dupla pode trazer as suas criações para um mundo muito além das ruas. Com isso, as suas ideias tomaram formas tridimensionais em esculturas e instalação feitas de maneira peculiar com todos os elementos e detalhes que se podem acrescentar quando um desenho salta do papel e chega ao mundo real.

A pintura feita nas ruas e as criações feitas para obras e instalações em galerias partem do mesmo mundo onírico que existe dentro da mente dos irmãos, mas tomam rumos distintos. A primeira é o próprio diálogo dos artistas com as ruas, com cada pessoa que passa e da forma directa ou indirecta interage com a pintura, isso é o graffiti. A segunda é a materialização de sonhos, ideais, críticas sociais e políticas que retratam o universo vivido dentro em contraste com que se apresenta fora no dia-a-dia dos próprios irmãos. No momento em que todas estas ideias entram dentro de uma galeria, elas deixam

de pertencer ao graffiti e passam a fazer parte do mundo que envolve a arte contemporânea.

As imaginações são as asas que OSGEMEOS utilizam para ir aos mais divertidos e ilusórios lugares que habitam suas mentes. É a porta aberta e o convite para mergulhar no humor e nas delícias de poder criar um mundo à nossa própria maneira e com todas as cores e fantasias que se possa imaginar.

Ana Carolina Ralston
Jornalista Freelancer

Os novos olhares e expressões da Arquitectura em Portugal

www.filipeoliveiradias.pt

Faz-se o caminho ao andar

Tudo começa no vazio, num terreno, numa folha branca. Observa-se e imagina-se, investiga-se. Desenha-se, desenha-se muito.

Fazem-se maquetas, criam-se volumes e espaços, cheios e vazios, entradas de luz, composição, organização.

Desenha-se mais, muito mais, as ideias, as soluções. As intencionalidades tomam forma. É intensa e densa a conceptualidade!

Trabalha-se em equipas multidisciplinares, coordenam-se projectos, integram-se tecnologias!

Vem a obra, delimitam-se espaços, a escala proporciona novos sentimentos, reconfirmam-se as percepções, surgem alterações, dúvidas e certezas.

Desenha-se mais ainda, pormenoriza-se, aprende-se e ensina-se.

A construção transforma o desenho em arquitectura, é apaixonante, vale a pena!

E de novo, tudo começa..., numa folha branca.

O TERRITÓRIO DA ARQUITECTURA

Enquanto arquitecto, pensar e exprimir a minha visão acerca dos novos olhares e expressões da arquitectura em Portugal, implica expor o território onde trabalhamos. Refiro-me a um território amplo, não apenas físico, o de um terreno, mas também um território de mentalidades, de culturas.

Queria começar por afirmar a arquitectura como uma disciplina de ética, de inteligência, de cultura, de arte, de intervenção e de investigação. A sua linguagem fundamental é o desenho. Através dele criamos e comunicamos, construímos. A arquitectura não constrói história, constrói edifícios, praças, cidades... Pensa e estrutura o espaço habitável. O espaço onde nos abrigamos, vivemos e estudamos. Onde trabalhamos e onde nos divertimos. Passamos cerca de 80% da nossa vida dentro de edifícios. É muito tempo. A qualidade da nossa vida está por isso absolutamente dependente da qualidade dos edifícios que habitamos, da qualidade do território em que vivemos.

UM RETRATO HERDADO

Na primeira metade do Séc. XX, Portugal cresceu lento e sem ordenamento. Na segunda metade cresceu velozmente e desordenadamente. Inventou cidades de uma única rua ao longo de dezenas de quilómetros. São milhares de construções sem nexos, sem desenho, sem qualidade e sem futuro... Construiu-

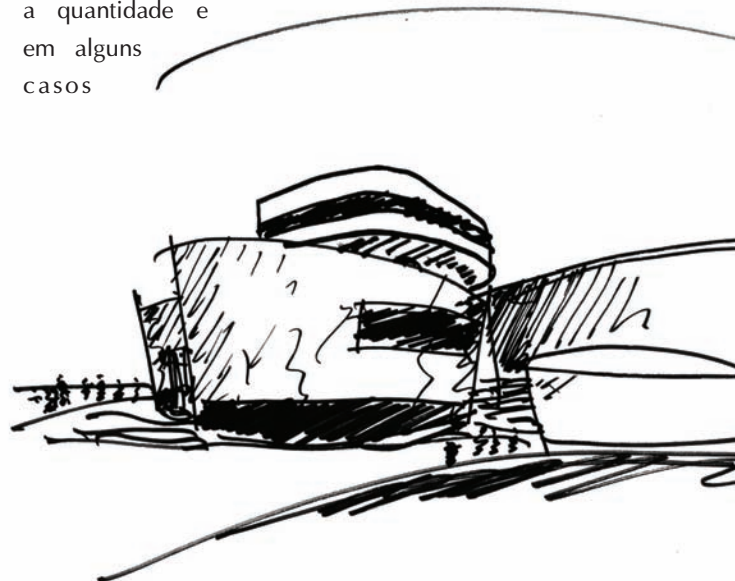
se por todo o território, desde a orla costeira às serras do interior. Construíram-se casas isoladas, em grupos, formando lugares, onde pouco foi planeado.

Nos anos setenta e oitenta expandiram-se as cidades num pretensu ordenamento que esqueceu o fundamental, o ser cidade, o que significa polis, a sua origem o seu porquê. Criaram-se demasiadas zonas de expansão sem sustentação! Delimitaram-se centros históricos, fizeram-se muralhas protectoras para evitar a contaminação. Dentro da muralha a arquitectura, fora uma selva com poucos abrigos...

Não vale a pena ser glicодоce. O retrato do construído herdado revelou um País pouco exigente e culturalmente fragilizado. Valem as excepções, que naturalmente existem e que permitem expor a validade do desenho, da conceptualidade, da arquitectura como disciplina imprescindível para a qualidade de vida. Acredito profundamente em todos os arquitectos que exercem a profissão conceptual moderna e contemporânea, investigada e intensamente desenhada, como nos ensinou Fernando Távora.

NOVOS OLHARES, A GLOBALIZAÇÃO

Nos últimos vinte anos a percepção do problema instalado, coloca na moda a arquitectura e surgem mais de vinte escolas superiores. São agora já quase vinte mil os arquitectos formados, cerca de uma escola por ano, 1000 arquitectos em igual período. Poderá ser questionável a quantidade e em alguns casos



igualmente questionável a formação conferida, mas o panorama é ainda assim muito positivo. Os arquitectos trazem novos olhares e novas expressões à arquitectura portuguesa. Surgem novos edifícios, reabilitam-se outros. Escolas, bibliotecas, teatros, hospitais, tribunais, piscinas, obra pública fundamentalmente. É uma arquitectura que possui visibilidade e que mostra o caminho. São ainda assim, apenas cerca de 4000 os edifícios públicos construídos. Face à herança parece pouco, é efectivamente muito pouco!

A globalização económica propagou-se a todas as áreas de forma transversal, incluindo naturalmente a arquitectura. Vivemos a pluralidade da informação num ritmo estonteante. Os arquitectos, que historicamente foram precursores na transposição entre culturas, absorvem e participam hoje de forma crescente em milhares de projectos que se constroem pelo mundo fora, e é bom afirmar, vários arquitectos portugueses tem atravessado continentes!

É ÁRDUO O TRABALHO

Ainda assim e genericamente, em Portugal, o caminho para os arquitectos continúa insuportavelmente lento, pleno de trâmites que, ao invés de serem contributos qualificadores com processos transparentes, rápidos e eficazes, apenas atrasam e bloqueiam projectos através de legislação confusa, contraditória e desadequada. A par de análises inexperientes e pareceres insustentáveis, os projectos navegam e naufragam em burocracias hipócritas. No Portugal de hoje, os arquitectos que exercem a profissão conceptual, ainda enfrentam barreiras enraizadas na fragilidade cultural, sendo a sua intervenção vulgarmente adulterada.

O panorama dos concursos de arquitectura, para arquitectos e jovens arquitectos, é de complexa abordagem, sendo genericamente insatisfatório para todos os que hoje os experimentam. Merece por isso reflexão e nova legislação!

NOVAS EXPRESSÕES E NOVOS OLHARES

Uma abordagem acerca das novas expressões em arquitectura implica clarificar os seus conteúdos. Expressões, novas ou velhas, que vivem de aparências e de conteúdos diluídos, não contribuem nem acrescentam valor ao



território que precisamos. A modernidade referencia-se e reinventa-se secularmente. As melhores expressões contêm referências da própria arquitectura, da pintura, da escultura, da música, do cinema, do belo. Devemos perseguir uma arquitectura com atitude, que dialogue com o terreno e com a envolvente e cujo conteúdo proporcione emoções.

O papel conceptual e poético do arquitecto, passará também pela postura ética com que exerce a profissão, nomeadamente no que se refere aos honorários que pratica. No presente e no futuro, em Portugal, a intervenção do arquitecto é a que mais contribuirá para a qualificação do território, da paisagem, da estética e da qualidade de vida.

Todos não seremos demais!



Filipe Oliveira Dias

Nasceu em Outubro de 1963 na cidade do Porto, onde reside. Licenciou-se em 1989 na ESAP - Porto.

É autor do livro "Space Odyssey – Architectural and Design Exploration" Jun.2007 - Campo das Letras e do livro "15 Anos de Obra Pública" Nov.2004 - Campo das Letras.

Participa como professor convidado em diversas aulas de Doutoramento de Universidades Portuguesas.

Conferencista em Universidades Portuguesas e Estrangeiras sobre Arquitectura, Design e Eco-eficiência. Leccionou como Professor-Convidado na Escola Superior de Artes Aplicadas - C. Branco de 06 a 08.

Fundou e coordena desde há 17 anos, o atelier Filipe Oliveira Dias, Arquitecto, Lda.

É membro da Ordem dos Arquitectos (OA), da Associação Portuguesa de Designers (APD), do American Institute of Architects (AIA) e da Sociedade Portuguesa de Autores (SPA).



afco?! e então?!

o amor e
a sexualidade
numa
exposição
sem tabus



ZEP/HELENE BRULLER/CSUPER.FR

Pavilhão do Conhecimento
CIÊNCIA VIVA

12 de Outubro de 2010

a 28 de Agosto de 2011

www.pavconhecimento.pt



PAVILHÃO DO
CONHECIMENTO
CIÊNCIA VIVA

PATROCINADOR OFICIAL:



Finibanco

Glénat

um espaço
universcience



Exposição concebida
e realizada pela

Linha de montagem



www.teatropraga.com

Carta ao MONSTRO*

Não sou realista nem político por isso quero escrever-te como posso. Desde que te vi que soube que ia perder a cabeça contigo, que ia ficar noites e noites sem dormir (o que me vale é que noite de insónias corresponde a noite de ideias novas) que isto nunca seria “another likely story”. Senti isso quando ouvi falar de ti. Senti isso quando te conheci. Senti isso quando te apertei a mão. E senti isso também quando te rejeitei. De alguma maneira sabia que eras “the one”, que o momento do encontro também era “the one” e, também por isso, sabia que ia chegar aos 35 e te ia odiar, tanto como gosto de ti. Como Thomas Bernhard odiava a sua Áustria, como Ceau escu simultaneamente amava e mutilava a Roménia, como só os Judeus se conseguem odiar a si mesmos e como às vezes pessoas do mesmo sangue, que se amam profundamente, passam para o outro extremo do sentimento.

Dito isto, não te consigo largar.

Queria poder dizer que o sentimento morreu, porque isso dar-me-ia um horizonte mais aberto e assim cumpriria o que sempre repeti para mim mesmo como uma espécie de mantra: “contigo não é para sempre”. Mas não seria verdade. Continuo a viver em função de ti. A ter ideias. A investir sentido em ti. A pensar-te.

Estou lixado contigo, porque tu és do contra. És um Contra. E com essa agenda lixas-me a vida. E esta relação não é como comer um geladinho.

Fica sabendo que, apesar dos coices, és a minha causa. Estive em Israel por tua causa. Estou em Paredes de Coura por tua causa. Já comprei bilhetes para voos que nunca cheguei a apanhar por tua causa. Vou onde for preciso por tua causa. Chamam-me nomes por tua causa, coisas que eu nunca fui nem quis ser.

Leio-te nos olhos que, sobretudo para ti, este estado (ou este Estado) é incompreensível. Mas o mundo não está completo e fomos escolhidos para acabá-lo.

Por isso, e mesmo que às vezes ache que és junk food, que és uma treta, que já deste o que tinhas a dar, que precisas de um corte de cabelo, continuo a ter a certeza que és “a coisa”.

Já estou como o outro: se os Judeus da Geórgia estavam tão bem na vida porque raio é que decidiram vir para Israel? Ou: se a interrupção passou a ser um valor seguro como é que posso arriscar contigo outra vez?

Acabo com um poema infantil para ti, que já te dediquei em tempos (queria dizer quando tudo ainda eram rosas, mas nunca vivi contigo esse tempo):

Quando a Primavera a decora com incontáveis e maravilhosas cores... Quando os campos de trigo dançam, A minha Terra é a mais bonita.

Adoro-a quando o céu está colorido de arco-íris, Quando está coberta de neve, A minha Terra é a mais bonita.

A minha Terra é a mais bonita. E eu trago-a no coração, À Terra de glória e heróis, Que me enche de orgulho.

XOXO, wish you were here!

Pedro

*O Teatro Praga fez 15 anos no dia 6 de Outubro de 2010. Esta data representa a estreia do nosso primeiro espectáculo “O Concílio do Amor” no Auditório Carlos Paredes em Benfica.

Pedro Zegre Penim (Teatro Praga)



Pedro Penim

Completo a sua formação teatral em 1998 na Escola Superior de Teatro e Cinema, Lisboa. É membro fundador e director artístico do Teatro Praga, companhia com a qual tem trabalhado e com a qual já recebeu diversos prémios na área do Teatro (Menção especial do Prémio Acarte 2003, Prémio Teatro na Década 2003, Prémio Teatro SIC 12 anos).

O seu trabalho como encenador e actor estende-se também à escrita, à tradução e à formação (Escola Superior de Teatro e Cinema, Balletatro).

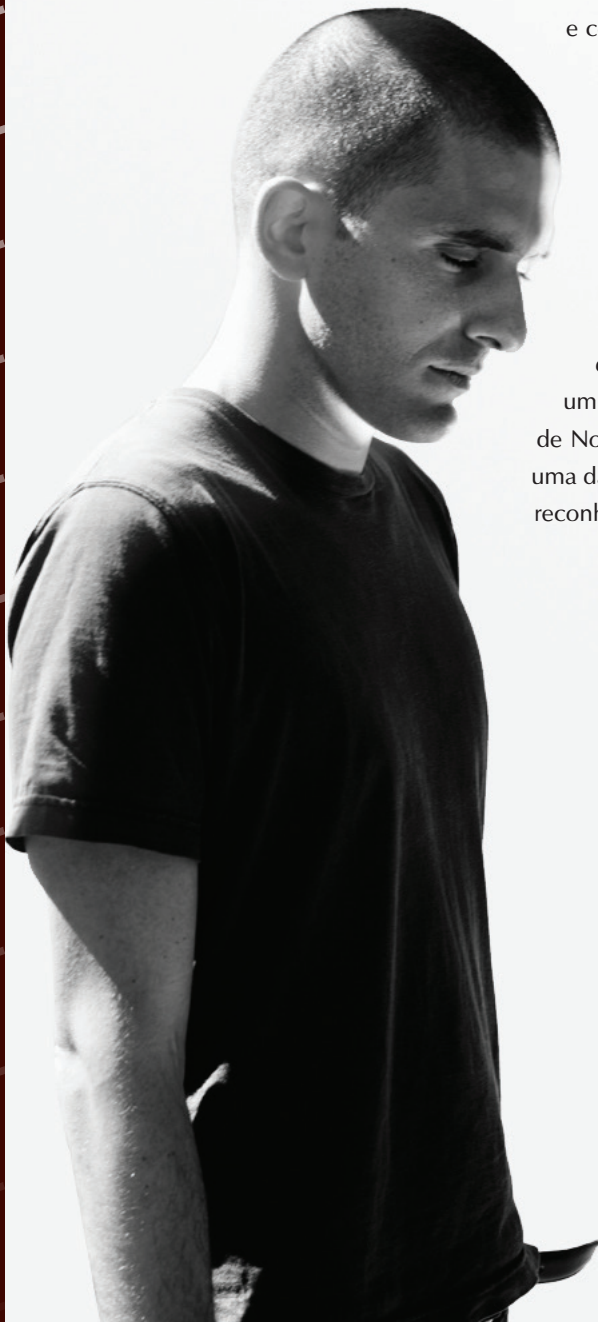


CROCODILO COM SOTAQUE PORTUGUÊS

O Crocodilo vai ter o toque e criatividade de um português. Chama-se Felipe Oliveira Baptista, nasceu nos Açores e está há mais de uma década radicado em Paris. Este designer de 35 anos, um dos criadores portugueses mais internacional, foi nomeado director criativo da marca Lacoste. Com formação no curso de moda na Universidade na Kingston de Londres em 1997, trabalhou com as marcas Max Mara, Cerruti e Nike. Em 2002 ganha o prémio do Festival Internacional de Jovens Criadores de Hyères e no ano seguinte ganha o prémio da Association Nationale pour le Développement des Arts de la Mode e a bolsa do gigante de luxo Louis Vuitton Moet Hennessy, com o qual criou a sua marca. É também em 2003 que vem à Moda Lisboa, para depois ser apoiado pelo Portugal Fashion. A partir de 2009 apresenta na Semana da Moda de Paris a sua própria marca de pronto a vestir, bem como no Porto, com o apoio do Portugal Fashion. Como director criativo da Lacoste vai assinar a colecção de Verão 2012,

onde o objectivo passa por rejuvenescer a marca, dar-lhe uma vocação mais feminina e conquistar novos mercados. A Lacoste está empenhada em lançar novas linhas de produtos como é o caso da Lacoste Live e rejuvenescer a sua colecção de sportswear Lacoste, apostando ainda fortemente nas linhas femininas, uma área na qual Felipe terá um papel importante “pela sua visão criativa e interpretação contemporânea da silhueta feminina”. Durante dois anos, Felipe é quase todo da Lacoste. A sua marca, em nome próprio, manter-se-á com dois dias por semana para a trabalhar e três dias dedicados inteiramente à Lacoste. Segundo Felipe Oliveira Batista a sua marca própria e a Lacoste “são dois universos completamente diferentes” uma vez que a Lacoste é moda desportiva mais universal e democrática enquanto a sua marca é mais arrojada, um pronto-a-vestir de luxo. Em Setembro de 2011 mostra-se na Semana da Moda de Nova Iorque para a sua primeira colecção Primavera/Verão 2012. É sem dúvida uma das figuras mais marcantes da nova geração de moda parisiense, com sucesso já reconhecido pelo público e pela imprensa especializada.

www.felipeoliveirabaptista.com





ACADEMIA BREYNER GET ON STAGE!

Se fôssemos obrigados a escolher uma palavra para definir a essência da ACADEMIA BREYNER, seria: “subir ao palco”.

Acreditamos que aprender música vai muito para além de simplesmente aprender a dominar um instrumento. Na realidade, o aperfeiçoamento da técnica instrumental é apenas um dos vários aspectos fundamentais na aprendizagem artística do aluno.

O percurso da formação de um aspirante a músico só fica verdadeiramente completo quando se proporcionam experiências partilhadas em grupo e com a frequente exposição ao público.

A partir desta visão, a ACADEMIA BREYNER tem uma proposta de ensino que acompanha todas etapas que o aluno deve percorrer ao longo do ciclo de aprendizagem:

- Domínio do instrumento
- Ensaios com banda
- Gravação em estúdio
- Apresentação no palco

Consequentemente, apostámos na criação de infra-estruturas e equipamentos adequados que permitem a concretização destes objectivos, pelo que existem na academia estúdio de gravação, salas de ensaio e dois palcos.

No entanto, apenas isso não bastaria, foi também necessário seleccionar um corpo docente à altura deste desafio. Os professores da ACADEMIA BREYNER são bem mais do que

meros instrumentistas capazes. Dispostos a partilhar com os nossos alunos o conhecimento e a experiência que têm do palco, são profissionais do mundo do espectáculo, com carreiras artísticas activas e relevantes no panorama musical actual – GNR, Os Azeitonas, Paul da Silva, Supernada, Pluto, Per7ume, entre muitos outros.

Através de cursos exclusivos como o “We Will Rock You” (curso pop-rock) e o “Get on Stage” (curso para bandas), a ACADEMIA BREYNER propõe inovar o ensino tradicional da música e artes performativas.

A Dança, a Introdução ao Teatro e às Artes Dramáticas também figuram no plano de ensino da academia, pois consideramos a interdisciplinaridade uma mais-valia fundamental. Quando em palco, um músico ou bailarino são simultaneamente actores, tal como a música integra e enaltece todas as obras de bailado, cinematográficas e afins.

Este investimento numa formação multifacetada do artista tem vindo a dar frutos noutros países – veja-se os exemplos da Julliard School (New York, USA) e da Royal Scottish Academy (Glasgow, UK).

O nosso objectivo é importar este modelo de sucesso e implementá-lo, adaptando-o à nossa realidade actual.

Para concretizar este ambicioso plano, a ACADEMIA BREYNER está a estabelecer parcerias com outras entidades, em diferentes âmbitos, com vista a promover workshops, palestras, tertúlias e outros eventos dinamizadores que produzam riqueza cultural.



ACADEMIA BREYNER

Rua do Breiner, 85

4050-126 Porto

+351 222 013 172

+351 963 440 865

info@academiabreyner.com

www.academiabreyner.com



ANO INTERNACIONAL DA JUVENTUDE AGOSTO DE 2010-2011 O NOSSO ANO, A NOSSA VOZ

Em Dezembro de 2009, a Assembleia Geral da ONU pela resolução 164/34 proclamou o Ano Internacional da Juventude, entre Agosto de 2010 e Agosto de 2011, subordinado ao tema: **Diálogo e Compreensão Mútua**. O Ano é uma chamada de atenção para a importância do cumprimento dos Objectivos Do Milénio (Erradicar a pobreza extrema e a fome; Alcançar o ensino primário universal; Promover a igualdade de género e a autonomização da mulher; Reduzir a mortalidade infantil; Melhorar a saúde materna; Combater o VIH/SIDA, a malária e outras doenças graves; Garantir a sustentabilidade ambiental; e Criar uma parceria global para o desenvolvimento). As organizações juvenis, os governos e a sociedade civil são incentivados a celebrar o Ano organizando actividades que mostrem os contributos dos jovens para o desenvolvimento, promovam a compreensão mútua e façam ressaltar os benefícios e a importância da participação dos jovens em todos os aspectos da sociedade.

Objectivos

Sensibilizar e intensificar o empenho e aumentar o investimento nos jovens

- Contribuir para um maior reconhecimento de que o desenvolvimento dos jovens é um investimento inteligente do sector público e privado
- Favorecer o reconhecimento dos contributos dos jovens para o desenvolvimento das comunidades e para a realização dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio
- Promover a compreensão das desigualdades entre os jovens e identificar os meios para responder eficazmente às necessidades dos mais desfavorecidos.
- Apoiar a investigação e o aprofundamento do conhecimento sobre os jovens para melhor influenciar as políticas e programas.

Mobilizar, implicar e aumentar a participação dos jovens e as parcerias

- Institucionalizar mecanismos de participação dos jovens nos processos de tomada de decisões
- Apoiar as organizações e fomentar as parcerias com jovens para aumentar o seu contributo para a sociedade
- Reforçar as redes e parcerias entre os governos, as organizações de jovens, as universidades, as organizações da sociedade civil, o sector privado, os meios de comunicação social e o sistema da ONU, a fim de aumentar o empenhamento num desenvolvimento global dos jovens.

Ligar, construir pontes e aumentar a compreensão intercultural entre os jovens

- Promover as interacções entre os jovens, as redes de jovens e as parcerias entre culturas
- fortalecer e apoiar os jovens como agentes de inclusão social e de paz

Os progressos alcançados durante o Ano servirão de base para acções adicionais sobre o desenvolvimento dos jovens, incluindo uma aplicação mais alargada do Programa de Acção Mundial para a Juventude.

**Ano Internacional da Juventude
Agosto de 2010 a Agosto 2011**

NOSSO ANO, NOSSA VOZ

THROTTLEMAN

"feel good, have fun!"

A Throttleman tem como missão fazer com que as pessoas se sintam bem consigo próprias, se divirtam e expressem as suas emoções através da roupa que usam. É uma marca actual, activa, descontraída e divertida. Procuramos inculcar o lema "feel good, have fun!" em tudo o que fazemos.

O crescimento e evolução da marca Throttleman têm sido significativos ao longo dos anos. Surgiu em '91 como Boxer Shorts e desde então tem sofrido grandes alterações a nível de conceito, variedade de oferta, nº e dimensão de lojas. A aposta na inovação tem sido uma constante, bem como a diversificação de canais de vendas a nível nacional e internacional.

É esta evolução que nos coloca hoje como uma marca de referência no sector que reinventou o negócio e o conceito. As lojas Boxer Shorts, com uma área média de 30 m² e com uma oferta concentrada em meia dúzia de artigos de homem (boxers, gravatas, camisas) deram lugar a uma rede de 50 lojas próprias com áreas mínimas de 150 m² e com ambição para vestir de uma forma integral toda a família ('03 – Boy; '05 – Woman; '08 – Girl). A Throttleman apostou também no canal multimarca com uma presença em 60 pontos de venda por todo o país e nos El Corte Inglés de Lisboa e Porto.

No que diz respeito ao processo de internacionalização, a Throttleman tem seguido uma opção estratégica de presença na maior Feira europeia do sector que se realiza 2 vezes por ano em Barcelona ou Berlim (desde Jul '08). O ano passado foram lançadas 2 lojas franquizadas no Dubai.

Oferecer uma experiência actual, rápida e diferenciadora em todos os canais é uma das propostas de valor da marca Throttleman. Neste sentido lançámos a loja online em 2008 e actualmente já vendemos neste canal para alguns países da zona euro, para além do mercado nacional. Representa cerca de 1% da facturação total das lojas comerciais.

O licenciamento das ilustrações funny da Throttleman tem sido outro vector de crescimento bastante importante. Através destes acordos conseguimos estender a marca a outros sectores de actividade tão diversos como (capas para computadores "Magalhães"; têxtil lar - linha de banho e de cama; louças; ...).

A aposta na inovação, na eficiência e fiabilidade da cadeia logística levaram a Throttleman a ser pioneira a nível mundial na introdução do RFID no sector têxtil, conquistando o prémio de Best Enterprise Solution no Retail Technology Awards Europe 2008. As mais valias obtidas com este projecto prendem-se com a informação em tempo real, o aumento da fiabilidade e da velocidade de inventário, na contagem e validação de itens sem abertura de caixas e na capacidade de conferência e leitura até 18 mil peças/hora. Para o cliente final, a experiência de compra revolucionou com o lançamento do Magic Mirror. Um verdadeiro espelho mágico que interage com os clientes para lhes proporcionar uma nova experiência de compra.

www.throttleman.com



dopamina360

“COMECE A PENSAR FORA DA CAIXA”



A dopamina360 é um escritório de creativethinking que oferece soluções tecnológicas, estratégias comunicacionais e aplicações dedicadas. Providencia igualmente serviços de consultoria em todas as suas áreas de especialização. “Numa frase, construímos soluções de creativethinking nas áreas das novas tecnologias e dos media”, responde Pedro Couto, um dos fundadores da empresa. “Orgulhamo-nos do nosso negócio estar fundado em fortes ligações, confiança e na nossa capacidade de superar todas as expectativas criativas.” A dopamina360 pretende estimular a imaginação dos seus clientes e direccioná-la na construção conjunta de novas ideias que se traduzem na criação de novo valor empresarial para os clientes.

“Somos originais. Até no facto de sabermos que afirmá-lo não tem nada de original. A nossa maior motivação é encontrada quando conseguimos tornar realidade a visão dos nossos clientes. Pensar fora da caixa traduz as metodologias por nós utilizadas”.

Inspirados por “oceanos azuis”, e sabendo que a criatividade é o processo que antecede a inovação, um grupo de criativos das áreas de tecnologia, media, comunicação e branding decidiram criar uma empresa com soluções inovadoras.

Apesar dos poucos meses de actividade, já arrecadou o prémio categoria no CINC 2010. “Nada melhor que colocarmos os nossos conceitos à prova para obtermos a distinção que ambicionamos. Queríamos mostrar com o projecto GreenDRIVE o poder das técnicas que implementamos na concepção de soluções. Apresentámos algo extremamente inovador, que vai para além de uma bandeira tecnológica, melhorando efectivamente a qualidade de vida urbana e do ambiente, premiando quem se esforça por tornar o mundo mais verde.”

A dopamina360 acredita na partilha do conhecimento e assente nesses valores juntamente com a CLT - Comunidade LeanThinking está a desenvolver uma parceria na partilha de knowhow. Com esta mentalidade, esta organização terá as condições necessárias para promover a melhoria contínua do seu desempenho e aumento da sua produtividade, agregando maior valor e qualidade aos seus serviços, permitindo além do alto índice de competição, trilhar pelo caminho da excelência. A dopamina360 conta igualmente com o apoio da SIBEC para fomentar oportunidades e incentivos europeus. “Só com o apoio dos nossos parceiros podemos alcançar a nossa missão de conquistar um espaço na inovação tecnológica e comunicação nos mercados interno, europeu e BRIC até 2012”.

Quando questionado sobre os próximos projectos em desenvolvimento, Pedro Couto destaca um pouco o véu: “os nossos laboratórios trabalham afincadamente em soluções para as mais variadas áreas de negócio. Destaco os projectos HUS, direccionado à Arquitectura e construção civil, com uma nova plataforma comercial assente num motor gráfico 3D desenvolvido em Portugal; e o TotalTV que traz uma nova abordagem ao mercado dos conteúdos, que irá revolucionar a forma como é visto o mercado da televisão e conteúdos, com novas formas de publicitar produtos e novas interações comerciais do utilizador com os mesmos através da televisão”.

www.dopamina360.com

CORTICEIRA AMORIM

Rumo ao Desenvolvimento Sustentável

A delapidação dos recursos naturais escassos, as alterações climáticas e as abismais assimetrias sociais interpelam a sociedade, mobilizando-a para a reflexão de um novo modelo de desenvolvimento, que integre simultaneamente as vertentes económica, social e ambiental e que a todos mobilize activamente para a construção de um mundo melhor.

Este equilíbrio é o novo desafio mundial que se coloca às empresas em prol do desenvolvimento sustentável, um modelo de que a cortiça, há séculos, é um exemplo único. 100% Natural, renovável e reciclável, a cortiça é hoje um conceito de futuro. Um futuro que já não pede - mas exige - o desenvolvimento harmonioso entre Homem e Natureza.

Ao longo dos anos, a Corticeira Amorim tem contribuído, de forma integrada e global, para um aumento progressivo do valor acrescentado da matéria-prima cortiça. Utilizando a mais avançada tecnologia disponível, a Corticeira Amorim transforma a cortiça em produtos singularmente posicionados para responder a este novo modelo de desenvolvimento. Desde as rolhas para vinho, às soluções de revestimentos e isolamentos para a



ecoconstrução, aos



materiais para grandes obras públicas - que têm que respeitar exigentes normas ambientais -, aos produtos e soluções de ponta para a indústria aeroespacial, aos grandes nomes da moda internacional, o portfolio da Corticeira Amorim é enorme e ilustra bem as grandes potencialidades de aplicação da cortiça, uma matéria-prima de credenciais ambientais e de desempenho singulares.

O design da Corticeira Amorim entrecruza-se assim com o apelo da Terra: preferir cortiça é um contributo fundamental para a viabilização do montado de sobro, um ecossistema com características únicas no mundo e que, a nível ambiental, desempenha um importante papel na preservação da biodiversidade, na regulação do ciclo hidrológico, no combate à desertificação e na retenção de CO2.

Com o envolvimento de todos, a Corticeira Amorim assume o desafio de prosseguir com este conceito crucial de Desenvolvimento Sustentável, na convicção de que é esta a opção estratégica que maior valor cria para todos os públicos da Organização.

www.amorim.com





greenbiz

A ANJE – Associação Nacional de Jovens Empresários, em parceria com a Fundação da Juventude, organizou o ciclo de Workshops Green Biz, projecto que pauta a sua intervenção sobre três pilares: Energia, Ambiente e Responsabilidade Social. Esta iniciativa conseguiu envolver diferentes públicos, tais como, jovens universitários ou profissionais, professores, empresários e gestores, numa reflexão sobre práticas organizacionais responsáveis, que contribuam para o desenvolvimento sustentável das organizações e da sociedade.

Este ciclo de Workshops debruçou-se sobre duas temáticas: ‘GESTÃO ESTRATÉGICA PARA A SUSTENTABILIDADE’ e ‘CONSTRUIR NEGÓCIOS SUSTENTÁVEIS: COMO LUCRAR COM A RESPONSABILIDADE’. Esta reflexão disseminou o debate de norte a sul do País, percorrendo as cidades de Aveiro, Porto e Évora.

Neste ciclo de Workshops, salientou-se o papel activo dos intervenientes e o diálogo reflexivo entre todos os participantes: AEP; Agência Portuguesa do Ambiente; Associação Portuguesa de Ética Empresarial; Endesa Portugal; Fundação Montepio; Grupo Grace; Mota-Engil; Nutroton Energias; Soares da Costa; Universidade de Aveiro e Universidade Católica Portuguesa.

O projecto Green Biz inclui, ainda, a publicação de um manual sobre empreendedorismo sustentável e prevê a criação do Código de Ética do Jovem Empresário. Este código pretende compilar as directrizes pelas quais os Jovens Empresários deverão mapear a sua prática profissional. Este documento ideário apresenta-se como a súmula do projecto Green Biz – um alerta para a operacionalização de princípios éticos, sustentáveis e responsáveis.

Está, ainda, prevista a atribuição de um galardão a promotores de boas práticas empresariais, entre outras actividades de sensibilização e informação.

A Parceria entre a ANJE e a Fundação da Juventude implicou, ainda, o desenvolvimento de duas Mostras de Tecnologias Sustentáveis, uma iniciativa gratuita de promoção de produtos/serviços/tecnologias sustentáveis, que decorreram este ano, inseridas nas Feiras do Empreendedor de Évora (Julho) e do Porto (Novembro).

A ANJE e a Fundação da Juventude, ao fomentar a reflexão sobre as potencialidades de um ‘Negócio Verde’/ Green Biz, acreditam que conseguirão agitar mentalidades e, até, operacionalizar os princípios da sustentabilidade, integrando preocupações económicas, ambientais e sociais, sob óptica atenta e consciente da Responsabilidade Social das Empresas.

Informações complementares sobre este projecto e o calendário das actividades podem ser consultadas em www.anje.pt e www.fjuventude.pt



A actividade da Fundação Millennium bcp insere-se na estratégia de afirmação da cultura de responsabilidade social que o Millennium bcp sempre incorporou desde a sua criação, actuando preferencialmente, e de acordo com os seus estatutos, nas áreas da Cultura, Educação e Beneficência.

No âmbito da Cultura, para além de promover apoios a entidades e projectos de referência, como sejam os apoios ao Museu Nacional de Arte Antiga, Museu Nacional de Soares dos Reis e Museu Nacional do Azulejo ou ao Teatro Nacional S. Carlos, a Fundação Millennium bcp tem vindo desenvolver o conceito de “Arte Partilhada” cujo objectivo é: promover a difusão da produção artística junto do maior número de pessoas, desenvolver em públicos que habitualmente não são consumidores deste tipo de oferta o gosto pela cultura, e ajudar os jovens a descobrir novos horizontes e quiçá novas formas de se exprimirem. Esta vocação alicerça-se também no facto de o Banco assumir com orgulho o historial dos activos tangíveis e intangíveis que foi absorvendo e que se traduzem num valioso património artístico que tem permitido promover um vasto conjunto de iniciativas e acções determinantes para o enriquecimento artístico e cultural do nosso País.



■ NARC – Núcleo Arqueológico da Rua dos Correiros

Integrado no edifício sede do Millennium bcp, património da Cidade, encontra-se o NARC – Núcleo Arqueológico da Rua dos Correiros – que foi descoberto aquando da intervenção no edifício e ocupa quase por inteiro um quarteirão pombalino da baixa lisboeta percorrendo cerca de 2.500 anos da história da Cidade. Aqui podem-se encontrar permanentemente expostas estruturas arqueológicas das várias civilizações que habitaram Lisboa. Em área contígua, a Fundação Millennium bcp tem

vindo a promover a realização de exposições temporárias relacionadas com o sítio arqueológico. Presentemente, a Fundação traz a público uma mostra de vestígios arqueológicos de animais vertebrados que coexistiram e coexistem ainda com a espécie humana, subordinada ao título “Ossos que contam história”. Apresentada, de forma pedagógica para melhor ser entendida pelos mais jovens, esta exposição é “contada” pelos ossos de animais recuperados no decurso de escavações arqueológicas realizadas no NARC e em diversos pontos do território português.



No que diz respeito à Educação o papel das empresas no apoio a todas as etapas da vida da população é hoje fundamental como promotor da qualidade das competências individuais que são determinantes para alavancar a produtividade e competitividade das empresas e do País.

Para esse efeito a Fundação estabeleceu um conjunto de parcerias com universidades portuguesas de referência para apoiar programas de excelência – MIT Portugal, MBA, Cátedra de Finanças Millennium bcp, e pós-graduações na área do Direito, entre outras iniciativas. Desenvolve ainda um programa de atribuição de bolsas de estudos para mestrados e pós graduações a alunos provenientes dos PALOP. Este projecto, nascido 1995, formou já 106 jovens, grande parte dos quais, após a conclusão dos seus estudos, regressou aos respectivos países de origem. A Fundação apoia projectos no âmbito do empreendedorismo, sendo mecenas dos programas “Graduate Program” e do “Programa Aprender a Empreender” da Juniors Achievement que visam capacitar os jovens e as crianças a criarem competências neste domínio.

Relativamente à Beneficência a Fundação Millennium bcp procura participar no auxílio a pessoas em situações de exclusão social, através do apoio a entidades de referência que desenvolvem actividades neste domínio. De entre as várias entidades apoiadas destacaremos apenas o apoio ao Banco Alimentar Contra a Fome dada a amplitude e transversalidade na sociedade portuguesa do projecto.





PRÉMIO
NACIONAL
DE INDÚSTRIAS
CRIATIVAS

 unicer
SERRAVES



3ª EDIÇÃO DO PRÉMIO NACIONAL DE INDÚSTRIAS CRIATIVAS

candidaturas até

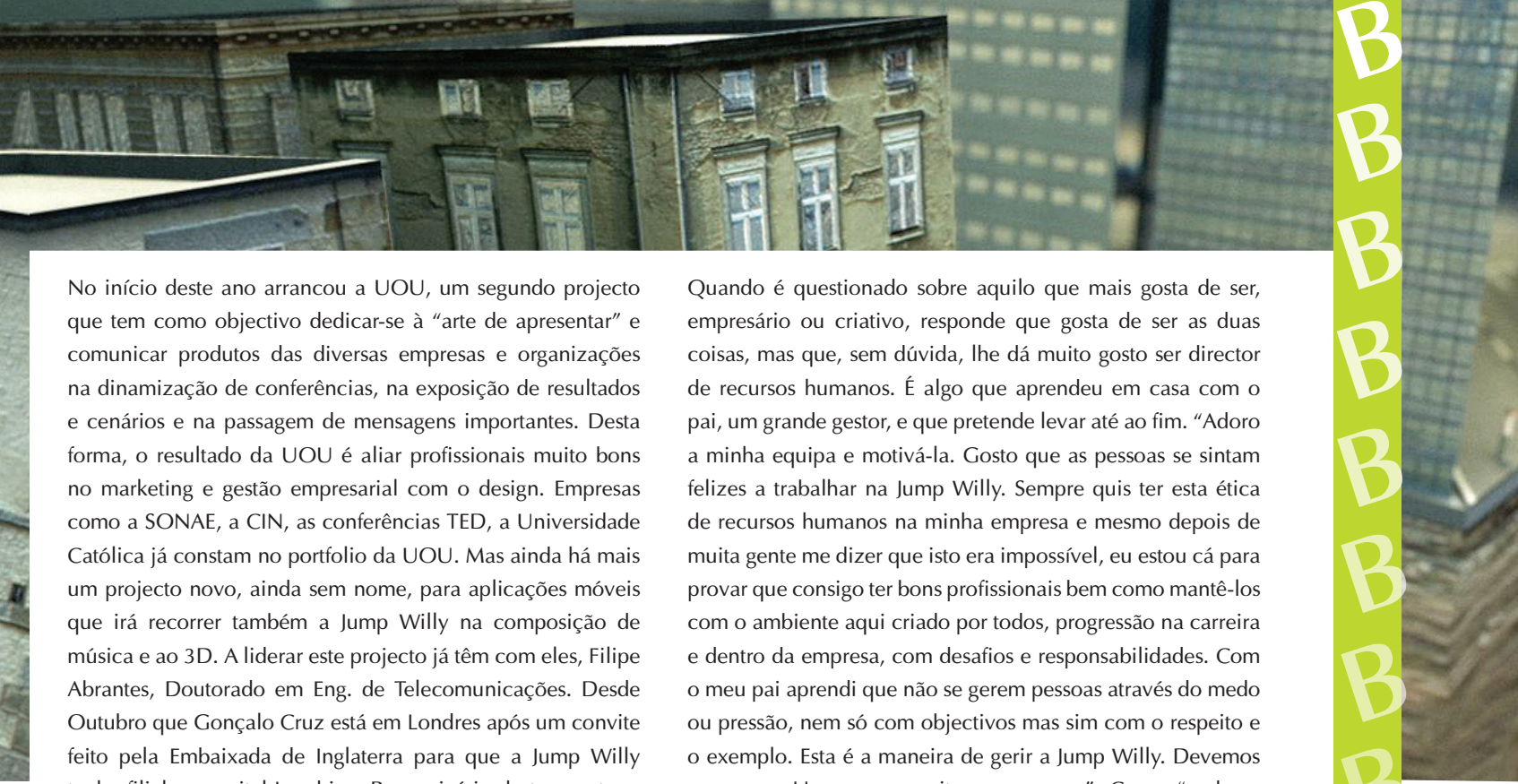
12 DEZ 2010

informações em

www.premioindustriascriativas.com

APOIOS





No início deste ano arrancou a UOU, um segundo projecto que tem como objectivo dedicar-se à “arte de apresentar” e comunicar produtos das diversas empresas e organizações na dinamização de conferências, na exposição de resultados e cenários e na passagem de mensagens importantes. Desta forma, o resultado da UOU é aliar profissionais muito bons no marketing e gestão empresarial com o design. Empresas como a SONAE, a CIN, as conferências TED, a Universidade Católica já constam no portfolio da UOU. Mas ainda há mais um projecto novo, ainda sem nome, para aplicações móveis que irá recorrer também a Jump Willy na composição de música e ao 3D. A liderar este projecto já têm com eles, Filipe Abrantes, Doutorado em Eng. de Telecomunicações. Desde Outubro que Gonçalo Cruz está em Londres após um convite feito pela Embaixada de Inglaterra para que a Jump Willy tenha filial na capital Londrina. Para o início desta aventura, fica a abertura de um escritório e o trabalho comercial em busca e angariação de novos clientes, para depois, numa segunda fase, constituir uma equipa da Jump Willy. É um grande investimento destes novos empresários, mas que está a ser apoiado, parcialmente, pela Embaixada Inglesa. A Jump Willy passa fronteiras na projecção e na criatividade. Além da equipa que tem no Porto, trabalham com mais 4 pessoas da área de som, distribuídas em Barcelona, Lyon e Estocolmo. Para João, esta “é uma fase da vida em que damos muito o litro e apostamos, mas sem dúvidas que conseguimos criar o nosso local de trabalho e fazer aquilo que mais gostamos”.

Quando é questionado sobre aquilo que mais gosta de ser, empresário ou criativo, responde que gosta de ser as duas coisas, mas que, sem dúvida, lhe dá muito gosto ser director de recursos humanos. É algo que aprendeu em casa com o pai, um grande gestor, e que pretende levar até ao fim. “Adoro a minha equipa e motivá-la. Gosto que as pessoas se sintam felizes a trabalhar na Jump Willy. Sempre quis ter esta ética de recursos humanos na minha empresa e mesmo depois de muita gente me dizer que isto era impossível, eu estou cá para provar que consigo ter bons profissionais bem como mantê-los com o ambiente aqui criado por todos, progressão na carreira e dentro da empresa, com desafios e responsabilidades. Com o meu pai aprendi que não se gerem pessoas através do medo ou pressão, nem só com objectivos mas sim com o respeito e o exemplo. Esta é a maneira de gerir a Jump Willy. Devemos pensar no Humano, respeitar as pessoas.”. Como “nada se inventa do zero” a criatividade e desconstracção são palavras fundamentais na Jump Willy. Não é à toa que estes jovens empresários e criativos já foram distinguidos com prémios, sem sequer os procurar. Em 2009, Pedro recebeu um Prémio de Composição Musical em Berlim e João foi reconhecido com o Prémio Jovem Talento Criativo em Bruxelas, pela União Europeia. São jovens, portugueses, criativos e talentos que são premiados quando menos se espera. Até onde vão chegar ninguém sabe, mas estes jovens empresários dão cartas no mundo da Criatividade e da Composição e só nos resta acompanhar os seus trabalhos e gritar “Jump Willy, Jump”.

www.jumpwilly.com

FOTOGRAFIA DE FILIPA CÉSAR



Filipa César foi a grande vencedora da sexta edição do Prémio BES Photo, no valor de 25 mil euros, galardão anunciado no Museu Colecção Berardo, em Lisboa. A vencedora do mais importante galardão nacional na área da fotografia foi escolhida por um júri internacional composto pelo ensaísta José Gil, pelo presidente da PHotoEspaña, Alberto Anaut, e pelo curador do Fotografie Museum Amsterdam – FOAM, Marcel Feil. Na opinião do júri, a escolha de Filipa César para vencedora da sexta edição

“resulta da criação de um objecto ímpar. Pela maneira inédita de tratar múltiplos problemas – a história de Portugal, a censura e a moral salazarista, o degredo, a homossexualidade feminina, o trabalho e

a matéria – cruzando narrativas com a geografia e construindo imagens em que o a-humano, o elementar, o cósmico, contaminam com um fora inatingível, a acção do homem”. Nascida no Porto em 1975, Filipa César vive e trabalha em Berlim. A artista tem vindo a explorar os aspectos ficcionais do género documental, tendo no passado produzido trabalhos em vídeo como F for Fake, Rapport, Le Passeur e The Four Chambered Heart que transversalmente abordam a porosidade entre memória real e memória cinematográfica assim como as políticas de produção da imagem em movimento e a consequente recepção pública. À sexta edição do prémio – iniciativa do Banco Espírito Santo (BES), em parceria com o Museu Colecção Berardo – concorriam André Cepeda, Filipa César e Patrícia Almeida.



Fonte: Artcapital



ninhos de
empresas

Incubação para Jovens Empreendedores em Portugal



PROCURAS UM ESPAÇO PARA O TEU NEGÓCIO? ESTA É A TUA OPORTUNIDADE

Mais de **500** empresas apoiadas

Mais de **2500** postos de trabalho directamente criados

Sectores de Actividade: Informática, Engenharia, Design e Arquitectura, Comunicação e Organização de Eventos, Apoio Social, Fotografia e Multimédia, Gestão, Contabilidade, Marketing e Publicidade, Energia, Recursos Humanos, Ambiente, Cultura, Linguas e Tradução, Higiene e Segurança, Entre outros

Descobre mais em www.fjuventude.pt

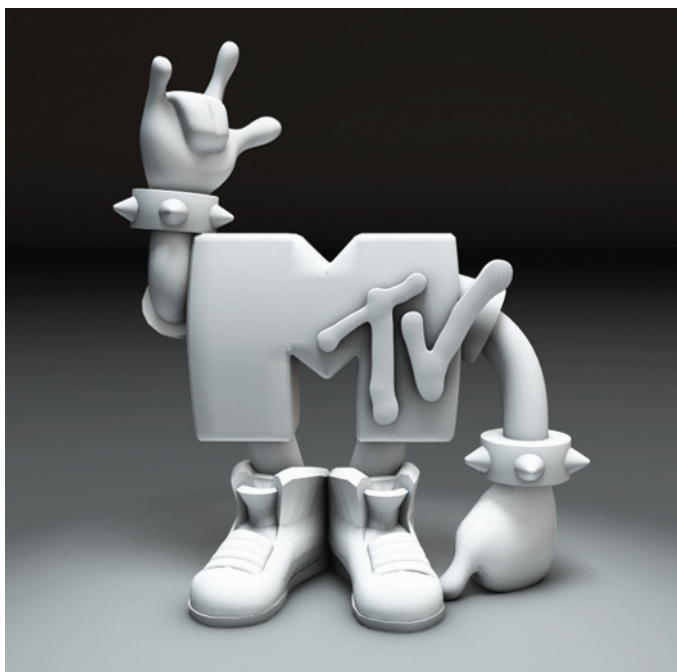
GESTÃO E PROMOÇÃO



21
anos

APOIOS





MTV PORTUGAL APOSTA NOS NOVOS TALENTOS

A minha relação com a MTV Portugal nasceu no início de 2009, data em que fui convidado a integrar a equipa. A energia, empatia e culto associados à marca MTV, anteviam um desafio profissional diferente do que tinha experienciado até à data. Hoje, a MTV é para mim um projecto apaixonante. Somos desafiados todos os dias a melhorar, a ir ao encontro das expectativas e necessidades dos jovens, os grandes consumidores dos nossos conteúdos, e a fazer um correcto aproveitamento do desenvolvimento tecnológico.

Quando a MTV chegou a Portugal, é claro que foi recebida com agrado e trazia consigo um conjunto de valores importantes associados, mas temos consciência que estes atributos não são eternos e trabalhamos todos os dias para obter uma maior relevância no mercado e continuar a proporcionar experiências únicas junto do nosso público. Exemplo disso, são os projectos MTV Insomnia, MTV Linked e MTV U que nos colocam no terreno em contacto directo com o público.

www.mtv.pt



Vitor Mourão
Director da
MTV Portugal

Por detrás do canal e de todas as experiências MTV, está uma equipa jovem que partilha a irreverência, o empenho, a capacidade de concretização e um enorme orgulho em trabalhar uma marca como a MTV, sem descuidar a grande responsabilidade e vontade em contribuir activamente para o seu crescimento e afirmação.

Uma das apostas fortes da MTV são os novos talentos, que através do projecto MTV Linked é alargada a outras áreas que não apenas a música. Este projecto permite-nos estreitar laços e participarmos activamente no processo de crescimento destes talentos, dando-lhes a visibilidade do canal, apoio de comunicação e participação nos nossos eventos.

Temos consciência da força da nossa marca e do vínculo que os jovens têm com a MTV. Existe uma necessidade de pertencer a esta vasta "tribo", a este estilo de vida. No Facebook estamos com mais de 160 mil fãs e queremos crescer muito mais, os 300 mil fãs são o objectivo para 2011 e para o qual iremos trabalhar. Novas experiências, novos projectos também estão em agenda.

Com 7 anos de vida, a MTV Portugal reinventa-se todos os dias para retribuir o carinho e voto de confiança com que o público nos tem brindado e que queremos continuar a merecer.

“PORTUGAL BRANDS quer liderar a maior promoção de marcas portuguesas e estar na Fábrica de Talentos é estratégico”

UMA PARCERIA PARA INICIATIVAS DE APOIO A JOVENS CRIADORES

Numa economia global onde todos os países e empresas competem entre si para aumentar a sua quota de mercado e reputação internacional, a Menina Design Group identificou a necessidade de difundir uma imagem positiva do design e das marcas Portuguesas. Nos últimos anos, as mudanças em Portugal foram rápidas e drásticas e percebemos que existe um discrepância entre o que as pessoas pensam de Portugal e a realidade Portuguesa. Neste contexto decidimos criar a marca Portugal Brands. Uma marca positiva, construída com base na Comunicação e proliferação do Design Nacional. A nossa Missão é **“LIDERAR O MAIOR MOVIMENTO DE PROMOÇÃO DE MARCAS PORTUGUESAS NO MUNDO.”**

Após 5 anos de experiência na área de design de interiores através da Menina Design Interiores e a conquista de Mercados Internacionais com a Marca de Mobiliário Boca do Lobo e a Marca de Iluminação Delightfull (marcas internas do Grupo Menina Design) sentimos que tinha chegado o momento para avançar com o Design Events. Este Serviço da Portugal Brands tem como missão fortalecer a imagem do Design Português através da presença nos principais circuitos internacionais de Design. Nestas missões empresariais, a cooperação entre empresas começou a surgir e para não perdermos esta interactividade, que certamente promove a criatividade e a inovação entre empresas, decidimos criar o Dinners With Taste. Fomentando a cooperação, num ambiente estimulador ao empreendedorismo, são jantares informais com convidados especiais, como Mauricio Ribotti – CEO Zona Tortona, Design Week Milan. Sentimos que Portugal necessita de Agentes Criativos dentro das empresas para aumentar a criatividade, pensar “Out of The Box” aumentando o capital criativo que por sua vez poderá aumentar o capital financeiro de uma PME. Assim sendo, e tendo em conta a falta de estrutura e conhecimento por parte dos empresários que se querem afiar no Mercado Internacional, decidimos criar a Oficina da Marca – Serviço de Gestão integrada e estratégica para o desenvolvimento de produtos e a sua promoção no Mercado Global através da Marca. É aí que surge a oportunidade de nos associarmos ao Palácio das Artes. Um espaço que promove a criatividade, o Talento e é para nós o Coração da Cidade do Porto. O foco da parceria entre a Menina Design e a Fundação da Juventude



Amândio Pereira

Amândio Pereira é Presidente e CEO da MENINA DESIGN GROUP, líder na promoção do Design Português no Mundo. Formado em Design de Produto pelo ESAD, fez o último ano do Curso no Politecnico di Milano, capital internacional do Design. A gestão de activos criativos e do Design fazem parte do plano de investigação há mais de 10 anos, onde mais tarde o interesse pela criação e direcção de Marcas e o Marketing viram completar o foco de interesses e Paixões. Hoje na MENINA DESIGN GROUP aplica as boas práticas de Gestão do Design que foi construindo nestes 10 anos de investigação.

foi a criação de marcas e iniciativas empresariais, a difusão de criatividade, inovação e empreendedorismo junto de Jovens Criadores que promovam e desenvolvam mecanismos de colaboração entre os últimos, a Indústria e as Universidades.

Actualmente estão envolvidos 15 jovens criadores no projecto Equipa **OFICINA DA MARCA** e por períodos variados acolhemos jovens estudantes internacionais, iniciando-se assim a internacionalização do projecto.

O grande arranque desta parceria entre a Fundação da Juventude e a Portugal Brands iniciou-se este Verão, com um workshop internacional intitulado **“O CALOR DA INOVAÇÃO”**. Criamos um grupo de “CAMPEÕES” em **BRANDING E DESIGN**, com base no pensamento em **DESIGN THINKING**. Este projecto assentou em 3 grandes objectivos: discutir e pôr em prática Como ser um Design Thinker - “Pensar a totalidade do negócio”, descobrindo as verdadeiras necessidades das PME’s; Fazer prosperar as Marcas Portuguesas no Mundo - Plano a 18 meses; Como ser Design Manager – Gerir criativos com base em objectivos estratégicos.

Passion is Everything

Esta iniciativa durou 2 meses e 10 dias, equivalente a 400 horas de trabalho intensivo. Estiveram envolvidos quarenta e um jovens de onze Universidades diferentes. A maior parte destes jovens veio das áreas do Design (Design de Produto, Design Gráfico / Comunicação), Ciências da Comunicação, Marketing e Gestão. O Sucesso desta iniciativa deve-se ao envolvimento das Empresas / Marcas. Estiveram presentes cinco Marcas nacionais - Boca do Lobo, Delightfull, Myface, Baltazar, Portugal Brands e uma marca Internacional – Koket. Durante o workshop sensibilizámos os criativos para a importância da Marca e, acima de tudo, sensibilizámos e incentivámos a construir um documento sobre o panorama actual das Marcas do Sector casa. Percebemos que estes jovens não conhecem o Mercado, nem as oportunidades de negócio, por isso não arranjam emprego. “Foi um verdadeiro desafio trabalhar com tantos agentes criativos, todos têm receio do Mercado, mas todos têm imenso talento. Os recém-licenciados não sabem como tornar a sua criatividade em capital e é aqui que a Oficina da Marca actua. Conseguimos sensibilizar os participantes do Workshop, alguns criaram a sua própria marca, alguns estão actualmente a trabalhar o negócio da família e outros até

abriram empresas de serviços de Design”, Joana Campos Silva – CIO Chief Imagination Officer - Oficina da Marca.

Após a dedicação destes jovens Talentos, cerca de seis pessoas foram convidadas a integrarem a nossa Equipa Oficina da Marca e dois jovens ao longo do Workshop foram convidadas para integrarem a Equipa de outras empresas. O envolvimento entre a equipa do Workshop e nossa Equipa de Orientadores foi tal que decidiram viajar até Londres, apoiando-nos na 4ª Edição do Design Events – 100% Design London, onde estiveram envolvidas doze Marcas Portuguesas à procura da Internacionalização. Em menos de meio ano, esta parceria entre Palácio das Artes e Portugal Brands já envolveu cerca de 80 pessoas nacionais e internacionais. Pela Oficina da Marca já passaram três Espanholas de Design de Interiores, no workshop acolhemos uma aluna Francesa de Design de Produto, uma Polaca e uma Espanhola de Design Industrial. Acreditamos que esta parceria continuará a ser um verdadeiro sucesso e o Porto sem esta parceria entre a Menina Design e a Fundação da Juventude já não seria a mesma coisa.

www.meninadesign.pt

www.portugalbrands.pt

EVAN ROTH

Evan Roth é um artista e pesquisador, cujo trabalho explora a intersecção da cultura livre e da cultura popular.

Os seus projectos mais notáveis são a L.A.S.E.R. Tag e o LED Throwies (Graffiti Research Lab).

O trabalho de Roth está na colecção permanente do MoMA (Nova Iorque) e tem sido amplamente exposto na América, Europa e Ásia, incluindo o Pompidou (Paris), o Kunsthalle (Viena), a Tate (Londres), da Fondation Cartier (Paris).

Roth recebeu vários prémios pelo seu trabalho, incluindo o Golden Nica Ars Electronica, Rhizome/The New Museum commissions (2007,2009), o Future Everything Award e o Brit Insurance Designs of the Year.

Roth é co-fundador do Graffiti Research Lab e da Free Art & Technology Lab (Laboratório FAT), baseado na web, a pesquisa de código aberto e laboratório de desenvolvimento.

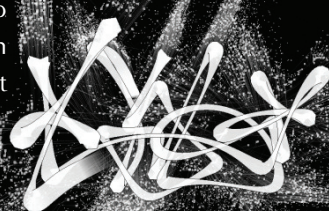
Roth e sua obra tem sido destaque em vários pontos de comunicação a nível mundial, incluindo NPR, o New York Times, Liberation, a Revista Time, CNN, The Guardian, a ABC News e Esquire.

evan-roth.com

graffitiresearchlab.com

graffitianalysis.com

eyewriter.org



PROJECTO E COMPROMISSO TECMAIA

www.tecmaia.pt

FT: Para quem não conhece o mundo Tecmaia como o descreve?

AT: É o conceito oficial definido pela IASP – Associação Internacional de Parques de Ciência e Tecnologia, do qual o TecMaia é associado. Um PCT é um parque de negócios que visa a transferência de tecnologia através de incubação de empresas e do apoio a start up. Tem ligações formais com Universidades e desempenha várias funções para atingir a sua missão de qualificar emprego. A função empresarial como espaço receptor de empresas de base tecnológica, quer de indústria quer de serviços, com uma forte componente de inovação e desenvolvimento. A função saber como a localização de instituições de ensino e de investigação aplicada assim como a dinamização de actividades de formação especializada, de demonstração de novas técnicas e tecnologias em diversas áreas de competência. A função lazer/bem-estar como um espaço de convergência de utentes e visitantes para uma aproximação à sociedade da informação e às novas tecnologias, através da criação de ambientes apropriados e de infra-estruturas adequadas de desporto, de lazer e bem-estar.

Estas vantagens não são habituais noutros equipamentos. Soma-se, ainda, a ligação às Universidades e a outras instituições de referência.

FT: Desde quando integrou o Tecmaia?

AT: Desde o início do projecto em 1999, quando o então Ministro da Economia do Governo de António Guterres, Dr. Joaquim Pina de Moura, desafiou o Presidente da Câmara da Maia, Prof. José Vieira de Carvalho a encontrar uma solução para a saída da Texas e da Samsung de Portugal, que este não hesitou. Foi a oportunidade e o momento de avançar com o Parque de Ciência e Tecnologia na Maia. A Texas e a Samsung saíram da Maia em finais de 1999 e a 10 de Dezembro de 2001 era feita inauguração formal do Parque, com a primeira empresa a entrar no início de 2000.

FT: Como encarou ser Director Geral do Tecmaia?

AT: Encarei com um espírito de missão e de serviço a um Concelho que muito tem feito pela Área Metropolitana do Porto e pelo desenvolvimento empresarial com uma forte liderança autárquica corporizada no Presidente Bragança Fernandes.

FT: Quais são os Objectivos do Tecmaia?

AT: Ser The best place to work em Portugal. O TecMaia assume um desafio estratégico para um novo modelo de economia para Portugal, assente na qualificação dos recursos

humanos e na melhoria da produtividade. Com um forte contributo dos fundos comunitários estruturais, a economia passa por um processo de grande actualização tecnológica. A qualidade dos produtos, a capacidade de respeitar prazos de entrega cada vez mais rigorosos, a flexibilidade das linhas de produção, a capacidade para absorver novas tecnologias são presentemente, e cada vez mais os trunfos para captar e fidelizar o cliente externo, relegando a vantagem oferecida pelos baixos custos salariais para um papel secundário.

FT: Enquanto Director Geral do Tecmaia até onde pretende levar o Tecmaia?

AT: Enquanto tiver a confiança dos accionistas da empresa gostava que concluir todo o ciclo de investimento do Tecmaia completando os lotes de terreno remanescentes e afirmando o projecto de um modo consolidado e sustentável.

FT: Se não estivesse no Tecmaia onde gostaria de estar neste momento em que responde a estas questões?

AT: Existe mais vida para além do Tecmaia felizmente. Tenho perfeita consciência que em todos os projectos da nossa vida existe sempre mais um para fazer mas tenho um compromisso com o Presidente da C.M., o Eng. Bragança Fernandes, um amigo e grande autarca a quem a Maia muito deve pela sua visão e apoio ao empreendedorismo e aos aspectos sociais.



António Tavares

António Tavares é Director-Geral do Tecmaia. Licenciado em Direito e Doutorado em Ciência Política, Cidadania e Relações Internacionais na Universidade Lusófona do Porto, foi deputado na Assembleia da República, membro da Alta Autoridade para

a Comunicação Social, Administrador de uma SAD desportiva, membro do Conselho Científico do ISMAI - Instituto Superior da Maia e hoje pertence ao Conselho Estratégico da Universidade Lusófona do Porto, bem como é Presidente da Direcção da TEC-PARQUES e Provedor da Santa Casa da Misericórdia do Porto. No ano 2009/2010, o Rotary Clube da Maia decidiu homenagear António Tavares, “uma pessoa que «além de um vasto e rico percurso profissional, tem uma faceta de cidadão com vocação inclinada para o associativismo”, descreveu Adérito Santos, Relações Públicas do Rotary Clube da Maia”. Um momento singular e que muito o sensibilizou, uma vez todo o seu trabalho desenvolvido e empenho foram aqui premiados.

INSITESVISEU

COMO NASCEM AS IDEIAS

De certeza que alguns dos leitores devem ter pensando no Bruno Munari e no seu famoso livro “Como nascem os objectos” ao ler o título desta apresentação...e é do todo impossível pensar em projectos ou criatividade sem lembrar o famoso esquema de como fazer um “arrocito”.

Para nós, a dizer verdade, todo começou por aí, não tanto na leitura do livro, mais sim na cozinha e a fazer o “arrocito”.

A conversa girava em torno da cidade de Viseu, da sua dinâmica cultural, dos projectos de intervenção e dinamização cultural, das exposições plásticas, da arte pública da cidade, das instituições presentes e activas nesse momento...

Comentámos as diversas possibilidades que a própria cidade de Viseu apresentava dada a sua centralidade num eixo, não virtual, que ligava (liga) as cidades espanholas de Salamanca e Cidade Rodrigo com Aveiro e Porto...

Falámos também sobre a obrigação de as instituições educativas da cidade promoverem o gosto pela arte e a cultura e reconhecerem a sua importância na construção de uma sociedade mais inclusiva.

E no âmbito desta conversa surgiu a pergunta: Que poderíamos nós fazer, a partir do nosso espaço universitário, o Instituto Piaget, no que respeita a todos estes assuntos? Como contribuir e melhorar a dinâmica cultural e artística da cidade?

A IDEIA

Desenhar e produzir um “produto cultural” de carácter anual, eixo vertebrador de diferentes actividades de desenvolvimento cultural e artístico, suficientemente atractivo para transforma-se numa imagem de marca, por um lado para o Instituto Piaget e por outro para a própria cidade de Viseu.

E assim, no ano 2008, nasceu o projecto INSITESVISEU, pensado e elaborado a partir de uma vertente importante: a investigação.

O referido projecto divide-se em duas componentes diferenciadas:

1) Intervenção em espaços públicos, com performances na cidade, e exposições;

2) Cursos de formação em educação artística para todos os públicos.

Em termos de actividades e públicos deve destacar-se o seguinte:

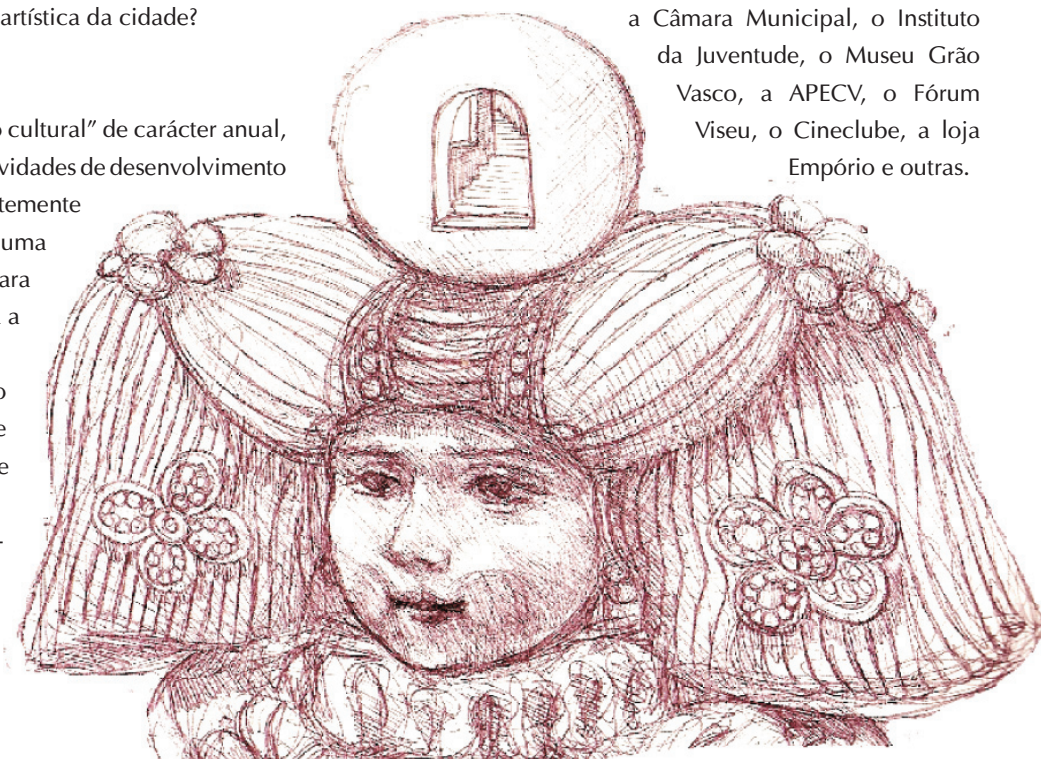
- A performance realizada no ano 2008 - “O último grito de Velázquez: Onde está o cão”, relacionada com uma hipotética vinda do Pintor Diego Velázquez a Viseu, com a presença de cerca de 400 pessoas;

- O ateliê artístico realizado no ano 2009 - “Pintando como os Grandes Mestres” onde foi reproduzido o quadro do pintor Vasco Fernandes, o Grão Vasco, “O Baptismo de Cristo”, por um grupo de 9 crianças (entre os 10 e os 13 anos);

- O 1º Festival de Desenho da Cidade de Viseu, organizado em parceria com a APECV, que contou com a colaboração de um grupo importante de Professores de Artes Visuais e com um elevado número de participantes nas diversas actividades realizadas ao livre no Parque do Fontelo.

O projecto é coordenado por Ana María Barbero Franco, Professora no Instituto Piaget e pelo artista plástico Yuraldi Rodriguez .

Desde o início e até à data contou já com a colaboração de diversas instituições da cidade como a Câmara Municipal, o Instituto da Juventude, o Museu Grão Vasco, a APECV, o Fórum Viseu, o Cineclub, a loja Empório e outras.



Um projecto do
Instituto Piaget

www.ipiaget.org

18º PEJENE

PROGRAMA DE ESTÁGIOS DE JOVENS
ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR NAS EMPRESAS

2009/2010 RESULTADOS

Nº de jovens candidatos: 1.529
Nº de jovens pré-seleccionados: 1.146
Nº de vagas para estágio: 486



PEJENE

O TEU PASSAPORTE
PARA O MUNDO DO
TRABALHO

ORGANIZAÇÃO / PROMOÇÃO



21
anos
Fundação
da juventude

PORTO
Casa da Companhia
Rua das Flores, n.º 69
4050-265 Porto
tel: +351 22 339 35 30
fax: +351 22 339 35 44
e-mail: geral@fjuventude.pt

LISBOA E VALE DO TEJO
Quinta de Santa Marta
1495-120 Alges
tel: +351 21 412 63 70
fax: +351 21 410 79 09
e-mail: lisboa@fjuventude.pt

ALGARVE
Rua Maria Aboim, n.º 1
8800-405 Tavira
tel: +351 281 370 607
fax: +351 281 381 502
e-mail: algarve@fjuventude.pt

REGIÃO AUTÓNOMA DA MADEIRA
Bairro da Ajuda
Bloco 28, Cave C
9000-117 Funchal
tel: +351 291 280 629
fax: +351 291 280 638
e-mail: madeira@fjuventude.pt

WWW.FJUVENTUDE.PT/PEJENE2010

[HTTP://PEJENE.WORDPRESS.COM](http://PEJENE.WORDPRESS.COM)

PEJENE@FJUVENTUDE.PT

patrocinadores



apoios





Workshop de Estúdio e Fotografia Publicitária

O Instituto Português de Fotografia promove este workshop para publicitários e fotógrafos que pretendam compreender melhor os objectivos inerentes à fotografia publicitária, o uso de iluminação em ambiente controlado de estúdio, e também como melhorar a comunicação entre fotógrafos e criativos. O objectivo é que os formandos conclua o workshop aptos a manusear diversos tipos de equipamento de estúdio, a controlar fontes diferentes de iluminação, a criar iluminações específicas para os materiais fotografados, e a interpretar briefings publicitários. Os interessados deverão ter conhecimentos de técnica fotográfica e de informática (na óptica do utilizador), e deverão ter equipamento fotográfico digital que permita controlar manualmente a exposição, focagem, sensibilidade e temperatura da cor. O workshop tem a duração de 30 horas, divididas em 10 sessões, ministradas às segundas e terças-feiras, entre as 20h e as 23h. O início dá-se a 17 de Janeiro, terminando a 15 de Fevereiro. As inscrições devem ser feitas na secretaria do Instituto Português de Fotografia, ou por e-mail. + info: www.ipf.pt



Workshop "Traduzir Teatro: Especificidades e Desafios"

Sob a orientação de Manuela Carvalho e Daniela Di Pasquale, este workshop abordará a temática da tradução de teatro, do ponto de vista da escolha de estratégias deste tipo de tradução, quando associada à enunciação do texto em cena, à leitura do texto, e ao seu contexto de recepção. O workshop está dividido em duas partes: a introdução aos tópicos de tradução, e a oficina de tradução. O workshop realizar-se-à na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, sala 5.2, nos dias 27 e 28 de Janeiro de 2011, entre as 14h e as 18h. A inscrição deve ser feita até dia 10 de Janeiro de 2011.

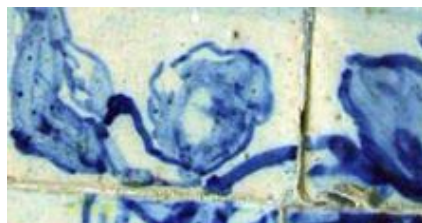
+ info: <http://tetra.fl.ul.pt/tetra/actividades/a-decorrer/traducao-teatral>

Workshop de Percussão Criativa

Data: 11 de Dezembro (10h30 - 17h00)
Local: MODO B, Rua Teixeira de Pascoaes, nº. 21a - Bairro das Estacas, Lisboa.
Este workshop visa explorar o vasto universo da percussão, nas suas mais diversas expressões criativas, começando pela percussão corporal, passando pela percussão urbana com instrumentos de reciclagem e culminando nos instrumentos tradicionais.

Os participantes terão a possibilidade de explorar, criar e compor ritmos e temas musicais e vivenciar a experiência de tocar em grupo. Este será o primeiro de uma série de três workshops dedicados ao universo da percussão criativa.

+ info: www.modob.host22.com



Bolsas Jovens Criadores

Trata-se de uma iniciativa apoiada pelo Instituto Português da Juventude que tem

como objectivo estimular o trabalho criativo dos jovens nas diversas áreas das Artes e das Letras, competindo ao Centro Nacional de Cultura a gestão do processo de selecção e acompanhamento dos bolsеiros.

Dirigidas a jovens de nacionalidade portuguesa de idade não superior a 30 anos, pretende-se com as Bolsas Jovens Criadores incentivar e apoiar o trabalho criativo dos jovens nas diversas áreas das artes e das letras, nomeadamente nas áreas de Música, Artes Visuais, Literatura e Artes do Espectáculo.

Foram até hoje distribuídas mais de 200 bolsas, permitindo a muitos jovens consolidar as suas carreiras artísticas, tendo-se muitos deles distinguido na criação cultural e artística nacional.

+ info e candidaturas:

Centro Nacional de Cultura

tel: 21 346 67 22

email: alexandra.prista@cnc.pt



Imagine Cup

A Microsoft volta a organizar a Imagine Cup, cuja final terá este ano lugar em Nova Iorque. A competição visa o reconhecimento de estudantes que demonstrem excelência ao nível técnico e artístico, desafiando-os criativamente, e procurando também sensibilizar o público para temas ligados aos grandes problemas (e soluções para estes) do novo milénio. Os interessados (que devem ser estudantes com o mínimo de 16 anos) podem concorrer a cinco diferentes categorias: Design de Software, Embedded Development, Design de Jogos, Media Digitais, e Desafios de Tecnologia Informática.

Os prazos limite para a inscrição variam entre 1 de Dezembro de 2010 e 5 de Maio de 2011, conforme a categoria.

+ info: www.imaginecup.com





Concurso de Design Equipamento Urbano

Sobre o mote “Transformar o Velho em Novo”, a Caixa Geral de Depósitos apresenta a 3ª edição do seu concurso anual de design, destinado aos estudantes desta área do Ensino Superior.

O objectivo deste ano é tornar inerente aos futuros designers o “Pensar a Cidade”, considerando a interacção entre homem e espaço, através do recurso ao Eco Design: formas alternativas de construção, que contribuam para a preservação dos recursos naturais. É incentivada a produção com materiais originários das fileiras de reciclagem, e os projectos apresentados devem, portanto, ser sustentáveis, mas também capazes de seduzir o cidadão mais comum, atendendo às necessidades especiais que este pode ter.

As candidaturas devem ser entregues até ao dia 7 de Janeiro de 2011, sendo as peças finalistas anunciadas a 18 do mesmo mês.

+ info: www.cgdp.pt

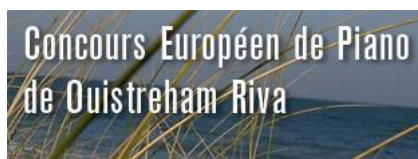


Concurso Anual Universitário RENAULT

De modo a premiar estudos elaborados quanto a “Estratégias de Marketing e Comunicação para a Promoção de Carros Eléctricos”, a Renault lança o seu Concurso Anual Universitário. Pretende-se com este ajudar a desenvolver a excelência na formação académica complementar dos alunos do Ensino Superior, estimulando a criatividade e a inovação. É assim dado enfoque à praticidade das es-

tratégias referidas, nomeadamente quanto à apresentação de soluções inovadoras sobre a temática. O concurso está dividido em duas etapas, correspondentes ao primeiro e segundo semestre do ano lectivo académico. Os alunos premiados (para além de um prémio monetário partilhado com o docente que os acompanhe no projecto), auferem da possibilidade de realizar um estágio na Renault Portugal.

+ info: <http://www.renault.pt/descubra-a-renault/meio-ambiente/concurso-universitario/>



Concurso Europeu de Piano

O Concurso Europeu de Piano, atribuído bianalmente pela CEPOR – Association Concours Européen de Piano de Oistreham Riva, regressa em 2011, com a finalidade de continuar a premiar jovens pianistas europeus. O objectivo deste concurso é também a aproximação de cidadãos europeus, através da partilha de hábitos culturais comuns, promovida pela organização deste encontro cultural. Os interessados em participar devem, na primeira fase, enviar um CD para avaliação do júri, que será nesta edição liderado pelo pianista sueco Roland Pöntinen.

Os participantes seleccionados passam à segunda fase do concurso, da qual sairão os 25 finalistas para a terceira fase. Os 3 finalistas nesta seleccionados, serão convidados a dar um concerto na final. Os vencedores receberão um prémio monetário, e apoio para a gravação de um CD e para a organização de concertos na Europa.

+ info: www.piano-competition.eu

Concurso de Ideias

Modernização dos Ninhos de Empresas
Da responsabilidade da Fundação da Juventude, este concurso promove um maior

envolvimento dos jovens arquitectos ou estudantes de arquitectura e outras áreas complementares na requalificação do Ninho de Empresas do Porto, sendo que o projecto vencedor terá de ter as condições bastantes e necessárias para a sua aplicação noutros espaços existentes ou que a Fundação da Juventude venha a criar. Os concorrentes devem ser jovens licenciados ou estudantes (até aos 35 anos), nas áreas de Arquitectura, Design de Interiores, Belas Artes, entre outros.

+ info: www.fjuventude.pt



Modernização dos Ninhos de Empresas



Eventos



Trienal de Lisboa

De 14 Outubro 2010 a 16 Janeiro 2011

A Trienal de Arquitectura de Lisboa, é o maior evento no campo da arquitectura da Península Ibérica. Assente na grande qualidade e no desenvolvimento da arquitectura portuguesa, a Trienal pretende constituir-se como um grande fórum de discussão das questões da arquitectura contemporânea, partindo do princípio que a prática arquitectónica é uma expressão fundamental da criação do lugar, da construção de uma cidadania integradora e da afirmação cultural.

+info: www.trienaldelisboa.com



Por uma cultura

criativa

Estimular a criatividade, apoiar ideias inovadoras, criar condições para o país avançar, faz parte da cultura empresarial da Liberty Seguros. Procuramos promover o talento e a iniciativa tanto na nossa empresa como na sociedade, através da ligação a eventos de produção e divulgação artística/cultural. **Afinal, apoiar a Criatividade também é uma questão de Cultura.**

Liberty Seguros
808 243 000
+351 213 124 300 (no estrangeiro)
Fax 213 553 300
geral@libertyseguros.pt

Atendimento Personalizado das 9h às 18h,
todos os dias úteis
Atendimento Permanente 24h por dia,
365 dias por ano

www.libertyseguros.pt

Av. Fontes Pereira de Melo,
n.º 6 - 11.º - 1069-001 Lisboa



**Liberty
Seguros**

Pela protecção dos valores da vida.

Liberty Seguros, S.A. Av. Fontes Pereira de Melo, n.º 6, 11.º - 1069-001 Lisboa - Tel. 21 312 43 00
Fax 21 355 33 00 - www.libertyseguros.pt - Pessoa Colectiva matriculada na Cons. Reg. Comercial de Lisboa
sob o número 500 068 658, com o Capital Social de €24.348.750,69.

Apoiar os jovens
talentos é apostar
num futuro melhor.

Apoiar a cultura é valorizar o espírito artístico e a expressividade que cada jovem possui, contribuindo para uma sociedade melhor e um futuro mais rico. Para os Jogos Santa Casa, a cultura e o talento serão sempre uma aposta ganha.