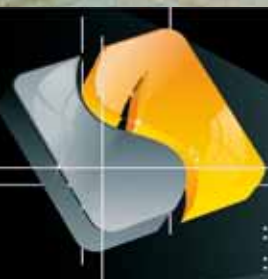


Cantarinhas movimentam Bragança



FSARQUITECTOS

:: ARQUITECTURA :: CERTIFICAÇÃO ENERGÉTICA
:: ENGENHARIA :: MOBILIÁRIO POR MEDIDA



WWW.FSARQUITECTOS.PT
ARQ. MÁRIO FONSECA
ARQ. ANTÓNIO SEGA
ENG. VIRIATO GALEGO
IPEMITO QUALIFICADO



2 **AVOZ**
DO NORDESTE

**josé mário
leite**

Director-adjunto do
Instituto Gulbenkian
de Ciência

Palavras Soltas

0,5 - 0,5/n ou

As seis mulheres perdidas

Em criança entretinha-me, algumas vezes, juntamente com a minha irmã a fazer os casamentos da aldeia. Juntávamos de um lado todos os rapazes e homens solteiros e íamos procurando emparelhá-los com uma rapariga ou mulher ainda solteira ou viúva. Lembro-me que havia uma família em que os filhos eram todos rapazes e, igualmente, uma outra onde havia apenas meninas. Achávamos piada ao facto e era um fator facilitador da nossa tarefa. Que não era difícil pois, mais coisa, menos coisa, havia sempre possibilidade de levar o emparelhamento até ao final. Como diz o nosso povo, encontrávamos sempre um testo para cada panela.

Do nosso povo é a tradição das pulhas que em verso, pelo carnaval, eram atiradas por voz potente enfiada na extremidade de um funil em que, entre outros dizeres de escárnio e mal-dizer se anunciavam os «casamentos» dos que na aldeia moravam sós. E não consta que houvesse falta de «noivos» ou «noi-

vas» para as ridicularizadas celebrações.

Mas é igualmente popular o ditado que garante que há, para cada homem, sete mulheres disponíveis. Nessa altura fazia-me grande confusão tal abundância feminina que nunca descortinei. Era aliás vulgar ouvir no terreiro da fonte, quando alguém chamava tal aforismo à colação: — Por onde andarão as outras seis que me calham que eu nunca as encontrei?

E deviam ser muitas e desparecidas em parte incerta pois todos a que a tal se referiam repetiam o mesmo mais ou menos pelas mesmas palavras. Era preciso haver comprovação factual já que ali não batia a bota com a perdigota. Ora o que se passa é que, bem pelo contrário, a regra é outra. Há, tendencialmente, tantos homens como mulheres, numa população suficientemente grande (a fórmula que Hamilton definiu para a combinação ótima da proporção de machos em n ovos de vespas do figo colocados no mesmo é $0,5-0,5/n$ que para n suficientemente grande tende para $0,5$ ou seja 50 por cento e que, na esmagadora maioria dos seres vivos rege a distribuição dos indivíduos por sexo).

Mas porquê? Porque a própria evolução assim o determinou e mantém ao longo dos infinitos tempos que a vida leva

na terra. Porque resulta da autorregulação natural.

Um ser vivo caracteriza-se, segundo a definição de Maynard-Smith por ser uma entidade que se reproduz, cujas características são hereditárias e que se tiver mutações a diversidade possível é muito grande. Imaginemos agora que numa dada população havia uma tendência genética para que as mais mulheres fossem substancialmente em maior número que os homens. Como essa característica se herda haveria sempre mais mulheres até que numa mutação um dos indivíduos adquirisse a característica de ter preferencialmente mais filhos machos. Havendo mulheres disponíveis obviamente que estes se reproduziriam rapidamente e como transmitiriam essa característica aos descendentes, facilmente se compreenderia que nas gerações seguintes o número de homens iria aumentar rapidamente até se atingir o equilíbrio. Em equilíbrio, igualmente se entende que qualquer das características “desviantes” (para ter mais descendentes masculinos ou femininos) não assume qualquer relevância ou vantagem competitiva. Daí a concordância como o demonstra o cientista Francisco Dionísio no seu livro “Uma tampa para cada tacho” que é como em Lisboa chamam aos testos e às panelas!



ficha técnica

Nesta edição



Economia
8 | Uma feira com história

9 | A moda das Cantarinhas



10 | “Feira das Cantarinhas é uma imagem de marca de Bragança”



12 | Coaching para salvar as empresas da região

Entrevista

6 | “Trás-os-Montes no top 3 dos pedidos de ajuda por sobre-endividamento”



e ainda:

Opinião

2 | 0,5 –0,5/n ou As seis mulheres perdidas

José Mário Leite

4 | Hocus Pocus! Portugueses de olhos bem abertos perante a crise?

Humberto Ribeiro

5 | O vilão

Luís Frólén

“Com todo o direito”

14 | Contratos fora do estabelecimento comercial (II):
As vendas ao domicílio

Rute Couto

0 peso das tradições

A história da Feira das Cantarinhas perde-se no tempo. Começou por ser uma feira de troca de peças artesanais e de bens alimentares, depois as populações das aldeias mais distantes começaram a vir à cidade vender aquilo que produziam durante o ano e, actualmente, vêm negociantes de todo o País e a Feira das Cantarinhas tornou-se num ícone nacional.

A Feira ganhou dimensão e importância económica, mas a tradição mantém-se e as tradicionais cantarinhas de Pínela continuam a ser o símbolo da feira à qual dão o nome. As pessoas continuam a procurar estes objectos em barro para oferecer como recordação e há mesmo quem diga que este pequeno objecto dá sorte. E nos tempos que correm a sorte é mesmo a maior amiga para quem a vida não lhe corre de feição. Mas pondo as superstições de parte, a verdade é que a Feira das Cantarinhas vai hoje muito além das tradicionais cantarinhas. Há uma panóplia de produtos que são vendidos nesta feira, mas o objecto que esteve na sua origem não perdeu importância e continua a ser o símbolo deste grande certame regional.

A organização deste evento ainda não efectuou nenhum estudo que traduza o impacto da feira em números, mas sabe-se que são milhares de pessoas aquelas que se deslocam a Bragança por altura da Feira das Cantarinhas e o volume de negócios por estes dias também ascende seguramente aos milhares de euros. A organização tem expositores em lista de espera e há mesmo quem deixe lugar marcado para o ano seguinte, o que demonstra a importância deste evento para quem



teresa
batista

vive do negócio.

Numa altura em que a economia precisa de impulsos, esta Feira é, sem dúvida, um impulso positivo para a economia local e, até, nacional. Alia a venda de artesanato a uma vasta panóplia de artigos, não esquecendo a animação e a componente cultural, que aproximam este evento de um público diversificado.

Durante sete dias, a cidade enche-se de movimento. Vê-se gente no centro histórico, cada vez mais despovoado, que se espalha até às imediações da Câmara Municipal de Bragança, onde a Feira das Cantarinhas ganha uma maior dimensão.

O comércio tradicional também é envolvido na iniciativa, para que os negócios da terra também possam beneficiar com a vinda de pessoas de diversos pontos do País e da vizinha Espanha.

E como em tempo de crise não se podem baixar os braços, Bragança ergue-os para receber mais uma Feira das Cantarinhas, que terá um impacto positivo na economia regional.



**humberto
ribeiro**

Docente do IPB

4

AVOZ
DO ECONOMISTA

Portugueses, gregos e tantos outros povos europeus, sobretudo na zona Euro, estão “entre a espada e a parede” e a sofrer profundamente com as medidas impostas para combater a crise das dívidas.

Porque é que as medidas de austeridade são tão gravosas?

Porque os níveis da dívida pública já eram muito elevados antes do pico da crise financeira, em 2008, e os governos desde então ainda expandiram mais os seus orçamentos (já deficitários) de modo a mitigar os efeitos da crise na economia, resultando em níveis de dívida público acumulados insustentáveis e alvo da máxima preocupação pelos respectivos credores em relação a um provável incumprimento, tal a escala dos compromissos assumidos, em juros e reembolsos, em face de decréscimos significativos na criação de riqueza (PIB).

Porque é que os portugueses andam tão atordoados, quase depressivos, com as medidas

Hocus Pocus! Portugueses de olhos bem abertos perante a crise?

de ajuste financeiro (austeridade), tomadas pelo governo, mas mandatadas pela troika, que é afinal a voz dos credores?

É o preço de pertencer à moeda única, o Euro. Num passado recente esta crise resolver-se-ia com inflação, mas agora apenas a deflação está disponível. E ela foi-nos imposta de modo acelerado.

Perante tais dificuldades, no passado os governos limitaram-se a expandir a massa monetária em circulação. As autoridades monetárias criavam moeda, gerando o aumento dos preços (inflação). Este processo conduzia também à desvalorização da moeda, o escudo, tornando as exportações mais baratas e competitivas e restringindo as importações do exterior, que ficavam mais caras. Deste modo também se fomentava o equilíbrio da balança comercial. Se tal ainda não fosse suficiente, ou conveniente, decretava-se uma desvalorização do escudo, como por exemplo na anterior visita do FMI, em 1983, em que se fixou uma desvalorização de 12 por cento em Junho, mais 1 por cento ao mês, para forçar este ajustamento externo. A generalidade dos portugueses ficava mais pobre com estas políticas, mas muitos não o perceberam logo, foram iludidos, como passo a explicar. Nos anos 80, os juros bancários chegaram a superar facilmente os 25 por cento! 10.000 euros depositados no banco valorizariam 2500 euros ao final de um ano. Simpático! Para além do mais, a casa que tinha sido comprada ou construída há alguns anos

já valia o dobro, bem como uns terrenos recebidos em herança. É verdade que sempre que ia ao supermercado a conta subia cada vez mais, bem como os preços dos bens e serviços em geral. Mas também era frequentemente aumentado no trabalho. Um funcionário que ganhasse 10.000 euros e fosse aumentado em 15 por cento (isto é, 1500 euros), no início do ano, teria que esperar pela evolução da inflação ao longo do ano para depois fazer o balanço final. Uma questão crítica, até porque a inflação anual nos anos 80 chegou a ultrapassar os 29 por cento (1984)! Face aos números que enunciei, tal significaria que os 10.000 euros depositados no início de Janeiro resultariam num total de 12.500 euros no final de Dezembro. Mas estes 12.500 euros comprariam menos do que os 10.000 do início do ano, pois um cabaz de bens e serviços que custava 10.000 euros em Janeiro, passaria a custar em média 12.900 euros no final do ano. Ou seja, o iludido depositante arrecada um ganho anual nominal de 2500 euros, mas afinal, deflacionando (expurgando o aumento dos preços no período) perdeu 400 euros!

Idem para o trabalhador, que pensou ter ganho mais 1500 euros ao mês, quando afinal esteve a perder, em média, 1450 euros. Humm, agora percebo porque é que cada vez sobrava menos dinheiro do salário após as idas ao supermercado.

No entanto, desde que um agregado familiar não tivesse rendimentos muito baixos (tipicamente os pobres, aqueles

que sofrem mais com a inflação... e com tudo!), a sensação era em geral positiva, devido à valorização (ilusória) dos rendimentos e património. Hocus Pocus! Há muitas formas de iludir. A ilusão não é monopólio dos ilusionistas. Políticos e economistas também se ajeitam nos truques! Desta vez a crise trouxe uma história diferente, a tal deflação. O facto de estar no euro não nos permite nem criar inflação, nem desvalorizar a moeda. Desde que aderimos à moeda única que perdemos a política cambial e a monetária. Se não quisermos sair agora do euro temos que suportar descidas significativas no rendimento disponível: cortes de salários e limitações no endividamento. Com menor afluência de rendimentos a especulação desaparece, os valores do património, tais como casas ou terrenos, tendem a cair. A inflação que se regista é essencialmente importada, com o aumento do preço do crude à cabeça. Como consequência, apesar de haver menos dinheiro e uma quebra na procura, os preços dos bens essenciais resistem, podendo até subir. Angustiadados por verem o património a desvalorizar, ou pior, sem dinheiro para comprar o essencial, desta vez os Portugueses estão a sentir a crise na “carne”, só esperemos que não chegue aos ossos!

O que prefere o leitor: a ilusão da inflação, ou a desilusão da deflação? Mesmo sabendo que o ser humano prefere ser enganado a ter que enfrentar a realidade, em boa verdade não interessa, fica sempre a perder!

O vilão

São cinco os ingredientes básicos para uma boa história: personagem principal, objectivo, oposição, final memorável e conclusão (moral).

Claro que a personagem principal é o herói da nossa história. Pode ele ser um cowboy alto, espadaúdo, com barba por fazer a fumar um cigarro (caso seja um herói politicamente incorreto) ou um banqueiro vestido em fato italiano. O nosso herói tem um objectivo. Pode não dizê-lo. Pode não sabê-lo, mas carrega consigo uma aspiração nobre de valor inquestionável como salvar uma donzela, lutar contra o mal ou salvar o planeta. Havendo um herói, há um vilão. Temos que ter oposição. E quanto melhor, mais esperto, mais matreiro for o nosso vilão, melhor deverá ser o nosso herói. O confronto das duas posições desenrola-se naquela que é a parte sumarenta das boas histórias. Somos levados então para o final, que deverá ser, de preferência, memorável. O

leitor não se esquece assim tão facilmente, nem da história, nem da sua moral.

Recentemente a Caixa Geral de Depósitos foi considerada pela “Carbon Disclosure Project – CDP” a melhor instituição financeira ibérica numa economia de baixo carbono. A CDP é uma organização cujo objectivo é informar os acionistas das oportunidades de negócio decorrentes do aquecimento global. Os meus sinceros parabéns ao grupo Caixa. À Luz desse título, a Caixa promove o seguinte lema: “A Caixa é líder no combate às alterações climáticas”.

Os publicitários da Caixa fizeram valer os seus vencimentos. Apenas numa frase conseguiram contar uma história pungente com todos os ingredientes básicos: o cowboy Caixa (nosso herói) na sua luta por um futuro melhor (objectivo nobre) contra o carbono (o rival) salva a donzela (a natureza) do mal (alterações climáticas). Mas eu não posso senão ter simpatia pelo nosso vilão uma vez que tenho cerca de 14 kg de carbono no meu organismo

(quimicamente ligado entre si ou a outros átomos). Não só! Exalo CO_2 diariamente desde que nasci. Aliás, esta é uma característica dos seres humanos que respiram. E não é exclusivamente minha – também é dos restantes 7 mil milhões de habitantes da Terra. Inalam oxigénio e exalam aproximadamente 1,1 kg de CO_2 diariamente. Até a publicação desta crónica terei exalado mais de 16 toneladas de CO_2 . Garanto-vos solenemente, e por mais protocolos que venham a ser assinados, que só deixarei de exalar CO_2 quando deixar de respirar.

Felizmente o mundo é muito mais engraçado do que faz crer uma publicidade habilidosa. Afinal, o vilão poderá ser muito bonzinho, o nosso herói poderá ter pés de barro e os seus objectivos – por mais nobres que sejam, até poderão desencadear consequências muito gravosas.

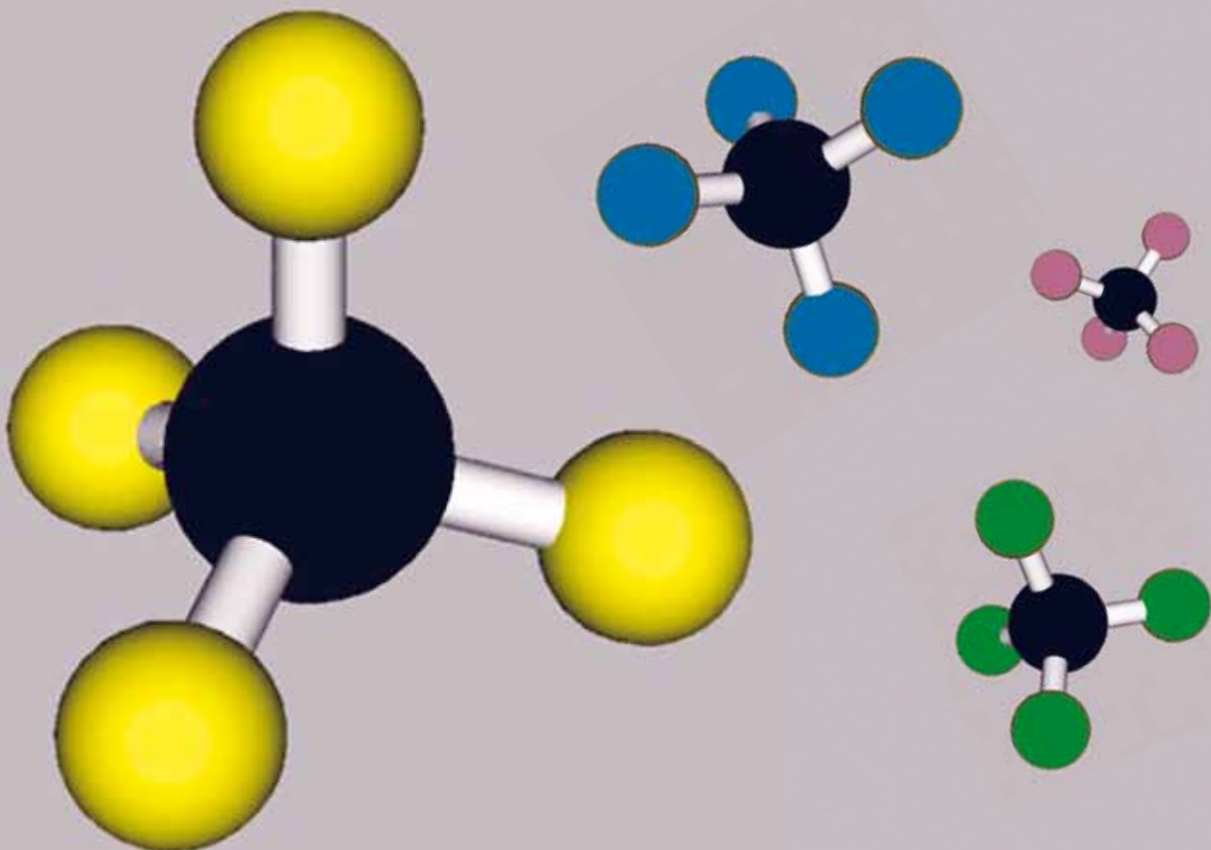
Vamos reabilitar alguns dos vilões mal tratados pela nossa sociedade. Por um pouco mais de seriedade – a sociedade agradece.



**luís frólen
ribeiro**

Professor
e Investigador
(IPB)

“Taxar o carbono é fazer as pessoas pagarem também pelo ar que respiram - literalmente”.



“Trás-os-Montes no top 3 dos pedidos”

O orçamento das famílias está cada vez mais reduzido com os sucessivos cortes impostos pelo Governo para cumprir o acordo com a Troika. O sobre-endividamento é um problema que afecta cada vez mais portugueses e as famílias do Nordeste Transmontano não são excepção. Em entrevista à Voz do Nordeste, António Godinho, administrador da ExChange, uma empresa de consultoria financeira com representação no distrito de Bragança, deixa alguns conselhos às famílias para conseguirem poupar dinheiro em tempo de crise.

Voz do Nordeste (VN) – Qual o impacto do aumento das taxas de IVA nos orçamentos familiares?

António Godinho (AG) - É um impacto relevante, pois este imposto está sempre presente no dia-a-dia dos consumidores e gastos familiares. Estimamos um acréscimo de cerca de 6 por cento nas despesas mensais das famílias, o que irá contribuir para uma redução significativa do dinheiro

disponível para consumo e poupança.

VN – De que forma as famílias podem poupar este ano?

AG - A poupança deve ser gerada à conta de uma contenção nos hábitos de consumo, sobretudo nos bens ou serviços mais supérfluos, como sejam férias, vestuário, alimentação fora de casa, etc. Deve-se ter uma inteligência financeira

cada vez mais apurada e não gastar a mais quando se pode gastar menos.

VN – Quais as melhores soluções para aplicar as poupanças?

AG - Existem muitas soluções disponíveis, como sejam: seguros de capitalização (interessantes para pequenas entregas mensais a no mínimo de 5 anos), depósitos a prazo (para quem privilegie a liquidez), produtos de capital garantido (a partir dos 2 anos) e fundos de investimento. A regra de ouro deve ser sempre a diversificação da poupança, não colocando todos os ovos no mesmo cesto.

VN – Há famílias que vão ter dificuldade em fazer face a todos os compromissos financeiros com o aumento das despesas. Onde é que devem começar a cortar?

AG - Para além dos conselhos de poupança numa óptica de racionalização dos hábitos de consumo, é bom poder ter um consultor financeiro para apoiar a família. Este pode actuar se a família tiver créditos, podendo aconselhar a renegociar os seus créditos e verificar se é possível a sua consolidação. O consultor financeiro deve procurar poupança nos seguros e aconselhar os investimentos da família. Igualmente numa óptica de educação financeira

“A poupança deve ser gerada à conta de uma contenção nos hábitos de consumo, sobretudo nos bens ou serviços mais supérfluos, como sejam férias, vestuário, alimentação fora de casa ...”



pedidos de ajuda por sobre-endividamento”

ra, o consultor financeiro deve ajudar as famílias na gestão do seu orçamento familiar, ajudando-as a identificar os seus gastos e dando-lhes recomendações genéricas, mas práticas e aplicáveis no seu dia-a-dia.

VN – Durante este ano é aconselhável as famílias pedirem crédito para comprar casa ou a melhor solução é optar pelo arrendamento?

AG - Depende e varia de caso para caso. Se os rendimentos do agregado familiar ultrapassar os 70 por cento relativamente ao valor da prestação do crédito e se tiverem algum capital próprio, pode ser interessante comprar casa a crédito, nomeadamente aceder à Bolsa de Imóveis dos Bancos em condições preferenciais.

“Deve-se ter uma inteligência financeira cada vez mais apurada e não gastar a mais quando se pode gastar menos”.

VN – A Exchange dá aconselhamento a pessoas, famílias ou empresas com graves problemas financeiros. Quais são os pedidos de ajuda que vos chegam em maior número?

AG - Não é o nosso target, mas temos uma parceria com uma entidade especialista na área da recuperação financeira a particulares. Os problemas de sobre-endividamento são os mais frequentes.

VN – Há mais famílias ou mais empresas a solicitar a vossa ajuda na sequência



da crise?

AG - São mais frequentes os casos que envolvem particulares e famílias.

VN – A Exchange consegue encontrar sempre uma solução para todos os casos?

AG - É essa a nossa missão e o nosso desígnio. No limite, somos os melhores conselheiros financeiros independentes.

VN – Pelos pedidos de ajuda que chegam à Exchange é possível comparar a situação do distrito de Bragança face às restantes regiões do País?

AG - Sim. O distrito de Bragança e a região de Trás-os-Montes estão no top 3 dos

pedidos de ajuda por sobre-endividamento.

VN – Que conselhos deixa às famílias e às pequenas empresas para enfrentarem este ano difícil?

AG - É fundamental adequarem os seus custos às suas

receitas, por forma a conseguirem gerar alguma poupança mensal. Para além disso, é fundamental as famílias e as pequenas empresas socorram-se de um consultor financeiro independente para os acompanharem em todas as decisões financeiras da sua vida, não apenas este ano.

António Godinho iniciou a sua actividade profissional na banca. Posteriormente, e desde 1997, foi co-fundador e administrador do Grupo Onebiz, que é o grupo líder em Portugal na gestão de marcas e redes de serviços em sistema de franchising. Licenciado em Gestão de Empresas (UP) é, actualmente, administrador executivo do Grupo Financeiro Sartorial, com presença em 30 países e da Exchange, que é a rede líder nacional em consultoria financeira.



PERFIL

Uma feira com história

População das aldeias aproveitava a Feira das Cantarinhas para venderem aquilo que produziam

As origens da Feira das Cantarinhas perdem-se no tempo. Reza a história que D. Afonso III deu a Bragança uma carta de feira, em 1272, na qual os feirantes eram livres de vender sem ter que pagar nada

em troca.

Mais tarde, D. Fernando, D. João I e D. Afonso V fomentaram o negócio local. A preocupação era defender os interesses dos povos que habitavam nas localidades mais distantes da cidade.

De origem Medieval, a Feira das Cantarinhas realizava-se dentro ou fora da Cidadela e manteve-se até há 40 ou 50 anos com marcas medievais.

Pela manhã, os habitantes das aldeias limítrofes vinham à cidade pelos caminhos rurais.

A Feira das Cantarinhas era uma verdadeira celebração festiva. De véspera, preparavam-se os alforjes com os produtos que se traziam para a feira. Tudo se acomodava de modo a que sobrasse um pe-

queno espaço, onde cabia também a ração para os animais, que iam enfeitados com uma colcha de lã vermelha ou branca, tecida no tear.

Todos se apressavam para escolher um bom lugar, onde a exposição dos produtos facilitasse a venda. No largo de S. Vicente, juntavam-se os vendedores que vinham das aldeias, nomeadamente as cântaras de Pinela, latoeiros, ferreiros, entre outros objectos artesanais, hortaliça e renovos, queijos e os raminhos de cerejas.

Rua abaixo, rua acima, há movimento entre compradores e vendedores. Do lado sul, nuvens negras ameaçavam chuva iminente.

O dia 3 de Maio é dia de feira e de festa, uma tradição que se mantém até aos dias de hoje. Actualmente, a Feira das Cantarinhas continua a ter como característica principal a comercialização de cantarinhas de barro, que, segundo as pessoas mais antigas, dão sorte a quem as receber.

No âmbito da Feira das Cantarinhas, também se realizam actividades culturais e recreativas.

A este certame junta-se a Feira de Artesanato, que, este ano, decorre na Praça da Sé.



A moda das Cantarinhas

Artesãs de Pinela mantêm viva tradição que dá nome à feira mais emblemática de Bragança

É por amor à arte que Julieta Alves e Rosário Diegues continuam a fazer cantarinhãs de Pinela. Estas típicas peças em barro dão o nome à feira mais emblemática da cidade de Bragança e são os artigos mais procurados por quem visita este certame e quer levar uma recordação para casa.

As artesãs trabalham o barro durante todo o ano, mas é por altura da Feira das Cantarinhas que o número de pedidos dispara e há anos em que Julieta e Rosário não têm mãos a medir para satisfazer todas as encomendas. “Temos anos de fazer cerca de mil cantarinhãs, outros anos fazemos 900 ou 700 peças, depende da procura. Mas há muita gente que procura esta peça artesanal para oferta”, realça Julieta Alves.

Para a edição deste ano, as artesãs já começaram a moldar cantarinhãs e algumas até já foram cozidas no forno. A data aproxima-se e aumenta a azáfama no atelier onde o barro é transformado em objectos artesanais. “No primeiro ano que participámos na feira, ainda era no Eixo Atlântico, vendemos as cantarinhãs todas que levámos. Ainda fizemos mais na própria feira e as pessoas levavam-nas mesmo sem estarem cozidas”, recorda Julieta Alves.

Na roda, Rosário Diegues molda o barro e dá forma às tradicionais cantarinhãs em miniatura. Mas antes de pôr a roda a funcionar, a artesã conta que é preciso ir apanhar o barro, peneirá-lo, juntar-lhe a mistura que o faz ligar, amassá-lo, ficar a enxugar e só depois é que se fazem as bolas

que são moldadas na roda. Este é um trabalho árduo que a juventude não quer aprender, mas Julieta e Rosário fazem questão de manter viva a tradição da sua terra natal. “Começámos do zero. Havia muita gente que não acreditava no nosso projecto, mas até agora temos conseguido fazer aquilo que realmente gostamos”, enaltece Julieta. A história das cantarinhãs perde-se no tempo. Na memória da população ainda estão os tempos em que as pessoas de Pinela vinham até Bragança no dia 3 de Maio para venderem as peças em barro que faziam durante todo o ano. Nessa altura, eram peças utilitárias, entre as quais estavam as cantarinhãs, usadas para transportar água.

Já as miniaturas surgiram para oferecer aos mais pequenos, mas depressa a moda passou para a juventude. Os rapazes vinham à feira comprar as cantarinhãs para oferecer à pessoa amada. “A rapariga que recebesse um maior número de cantarinhãs era a mais pretendida”, recorda Julieta Alves.

Os tempos mudaram e as cantarinhãs continuam a dar nome a um certame que alia tradição e modernidade e que tem vindo a ganhar importância económica no concelho de Bragança.



“Feira das Cantarinhas é uma i

Está aí mais uma edição da Feira das Cantarinhas de Bragança. De 28 de Abril a 6 de Maio, a capital de distrito recebe um dos maiores eventos da região, que é já uma marca a nível nacional. Cerca de 400 expositores vão dar dimensão a esta feira, que atrai milhares de pessoas de diversos pontos do País e tem um forte impacto para a economia do concelho de Bragança. Em entrevista à Voz do Nordeste, o presidente da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), Jorge Alves, fala dos números, mas também da componente lúdica e cultural da tradicional Feira das Cantarinhas. A aposta da organização é aliar tradição e modernidade, para fortalecer um evento que é auto-sustentável e tem vindo a ganhar dimensão ao longo dos anos.



Voz do Nordeste (VN) – A Feira das Cantarinhas é um evento emblemático da cidade de Bragança. Qual é o impacto económico do evento para a cidade?

Jorge Alves (JA) – Este evento perde-se nas memórias da cultura bragançana. Sabemos que resultou da feira do renovo, no início da Primavera, onde surgiam as primeiras cerejas. Entretanto a feira foi evoluindo, foi-se adaptando aos actos de comércio e à dimensão da cidade e hoje é um grande evento. Há quem diga que perdeu a sua genuinidade e já não é tanto renovo. É verdade que as actividades agrícolas baixaram e logo perdeu preponderância o renovo. Por isso, a Feira das Cantarinhas enquanto ideia genuína perdeu importância económica. Por outro lado, ganhou impacto

económico noutra género de actividades, mais viradas para o comércio, que em tempos se assumiu como uma montra de produtos novos. Hoje, para além do impacto do comércio, foi evoluindo para um espaço de troca mais alargado, um espaço de diversão e de la-

“Mas não é só o volume de negócios que é importante. O que é realmente importante é a centralidade que a Feira das Cantarinhas tem, que é já uma imagem de marca de Bragança”.

zer. E nestas circunstâncias, a importância económica também se alia à importância da socialização e da capacidade de aproximação das pessoas.

VN – Mas em termos de volume de negócios também é um dos eventos com mais

impacto na economia da cidade e do próprio concelho de Bragança...

JA – Sim. Quando se tem 68 expositores de artesanato e 317 expositores na Feira das Cantarinhas. Atendendo ao número de gente que vem vender e ao número de gente

que vem comprar, vai animar a cidade no seu todo e claro que as trocas se sucederão. Estamos em crer que, não obstante as dificuldades económicas e financeiras que atravessa o País, ainda assim a Feira das Cantarinhas é interessante para os comercian-

tes e para a própria cidade ao nível do volume de negócios. Mas não é só o volume de negócios que é importante. O que é realmente importante é a centralidade que a Feira das Cantarinhas tem, que é já uma imagem de marca de Bragança.

É um evento auto-sustentável e por aí já vale a pena mantê-lo. Quando se fazem feiras por essas cidades fora, a maioria são subsidiadas. Na Feira das Cantarinhas existe uma parceria entre a Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança e a Câmara Municipal, que cede o espaço e os expositores, e a associação a logística.

VN – Em tempo de crise qual é o orçamento da feira?

JA – O orçamento desta feira são 36 mil euros para um evento que vai do dia 28 de

Imagem de marca de Bragança”

Abril ao dia 6 de Maio. Esta é uma feira das gentes, é uma feira da terra, uma feira genuína.

VN – Esta feira tem também a particularidade de ser realizada ao ar livre e em diferentes pontos da cidade. Este ano vai ser mantida a disposição da feira?

JA – Vamos manter a Feira das Cantarinhas no seu lugar natural, em redor da Câmara Municipal, a Feira de Artesanato também vai ficar na Praça da Sé. E vamos fazer outra iniciativa, que é o comércio sai à rua. Convidámos os nossos associados a fazerem uma montra fora da loja para mostrarem os seus produtos e criar o espaço aberto do comércio.

VN – Esta é também uma forma dos comerciantes poderem mostrar-se a quem visita a cidade por estes dias...

JA – Mostrar e não só. É uma forma dos representantes do comércio tradicional poderem participar. Esta feira preenche o centro da cidade, dá-lhe mais vida, chama as pessoas a virem cá. E nestas circunstâncias, para que as pessoas possam vender, o mais importante é criar condições para criar centro na cidade de Bragança.

VN – Teme que este ano venha menos gente à feira, devido à conjuntura económica desfavorável? Também notaram alguma quebra ao nível do número de expositores?

JA – Esta feira é sempre um sucesso. Nós temos lista de espera ao nível dos expositores. Esta é uma feira nacional. A inovação está na junção de cantarinhas, artesanato e comércio na rua, para criar dimensão e para que toda a gente se sinta envolvida no mesmo evento. Assim, quem for ao comércio pode ir ao artesanato e à feira das cantarinhas e faz o três em um e traz mais gente.

Em relação à gente que vem de fora, temos um constrangimento muito forte, que são as obras no IP4, quer para o lado espanhol, quer para o sul do distrito e ligação ao litoral.

No entanto, estamos em crer que as acessibilidades não se vão traduzir numa diminuição do número de pessoas e esperamos muita gente em Bragança.

VN – Esta é uma feira diversificada, mas as Cantarinhas continuam a ser uma marca importante neste evento...

JA – As cantarinhas são um símbolo da feira à qual dão o nome. Desde cantarinhas

de vários tamanhos e feitios, às cantarinhãs com o chilrear dos pássaros. E também ainda há aquelas pessoas que vinham à Feira das Cantarinhas comprar o “preto”, porque dava sorte. Isso é a vertente cultural desta feira. A feira das cantarinhãs é irrep-

nós percebemos que as pessoas estão contentes com o negócio, porque estão sempre prontos para vir no ano seguinte e marcam presença de uns anos para os outros, o que quer dizer que esta feira já faz parte do seu roteiro. Este ano, vamos ter ainda

“A Feira das Cantarinhas é irrepetível e é exportável. Ela nasce, cresce e sustenta-se e vai seguramente perpetuar-se para além das modas, porque é o símbolo de uma cultura”.

tível e é exportável. Ela nasce, cresce e sustenta-se e vai, seguramente, perpetuar-se para além das modas, porque é o símbolo de uma cultura.

Nos próximos anos, o sector primário tem tendência para subir e o renovo vai ganhar novamente importância como rendimento das famílias. E, por isso, acho que a Feira das Cantarinhas vai ter um bom futuro.

VN – Quantas pessoas é que visitam Bragança durante a Feira das Cantarinhas?

JA – Milhares de pessoas seguramente. Nós temos pessoas que vêm de diferentes pontos do País e da vizinha Espanha. Tal como expositores, vêm de todo o lado. E

uma atracção suplementar. No último dia, dia 6 de Maio, vamos ter o programa “As Tardes de Domingo”, da TVI, em directo da Praça da Sé. São seis horas directas de Bragança para Portugal.

VN – Para além da vertente económica, a animação também é um atractivo nesta feira...

JA – Vamos ter as tunas, bandas filarmónicas e ranchos folclóricos, que se aliam, mais uma vez, a nós para animarem as nossas ruas. À noite também temos concertos de grupos musicais da terra. As pessoas mobilizaram-se e esperamos muita animação nesta edição da Feira das Cantarinhas.



Coaching para salvar a

Bragança vai ter, brevemente, um MBA em Coaching para Executivos. Trata-se de formar chefias e quadros das organizações regionais, bem como novos executivos, segundo um modelo de Coaching Style of Management, trazendo a cultura de Coaching, nomeadamente visão, capacidade empreendedora e valores, para dentro das organizações. Trata-se de uma iniciativa da ENSIBRIGA que, desta forma, reforça e inova na oferta de formação profissional de executivos e novos líderes.

Em entrevista à Voz do Nordeste, Miguel Andrade e Maria Beatriz Jurado, os responsáveis pela concepção e implementação do projecto, falam da importância desta formação para as empresas e das mais-valias deste curso para o tecido empresarial da região e para a comunidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Miguel Andrade é mestre em Psicologia Social e Organizacional, Coach profissional e membro do Chapter português da Federação Internacional de Coaching (ICF) e Maria Beatriz Jurado é doutoranda em Gestão.

Voz Nordeste (VN) – Gos-tariamos que, em primeiro lugar, nos explicasse em que consiste este MBA para executivos baseado no coaching.

Miguel Andrade (MA) – Deixe-me começar por sublinhar a iniciativa da ENSIBRIGA: desafiar dois professores do Porto e de Lisboa a dar corpo a esta sua ideia. Há muito tempo, aliás, que colaboro com a Professora Maria Beatriz Jurado na formação profissional de chefias e quadros. Desta vez, havia a possibilidade de inovar nesse cam-

po, pois entretanto passou a haver, em Portugal, profissionais altamente treinados em Coaching. Este é um modelo poderoso de desenvolvimento de pessoas, equipas e organizações. Mais precisamente, o coaching é uma parceria baseada em valores e orientada para a acção e concretização de objectivos, através de um processo criativo de descoberta e maximização do potencial do coachee.

VN – Então em que consiste essa abordagem de coaching e qual o seu carácter



inovador?

MA – Quer a abordagem, quer o seu carácter inovador podem-se resumir em três princípios básicos. Primeiro:

vimento no projecto tem aspectos comuns e outros diferenciados relativamente ao Professor Miguel Andrade. Quais são esses aspec-

"Como com qualquer sociedade, aplica-se a Trás-os-Montes e suas gentes, instituições e pessoas uma máxima muito antiga: "ou nos salvamos todos, ou ninguém se salva"."

para mudar é preciso ir além do "mais do mesmo" e o coaching é um estilo de pensar, sentir e agir diferente e com muito bons resultados. Segundo: o foco são as pessoas, mas orienta-se para a acção e para os resultados. Terceiro: para haver criatividade e empreendedorismo, a aprendizagem tem que ser de natureza transformadora, através, neste caso, de toda a experiência e de coaching pessoal e de equipa. Este MBA reúne estas e outras condições críticas de sucesso. Não se limita a propor inovação, inova.

VN – Professora Maria Beatriz, enquanto Doutoranda em Gestão, o seu envol-

tos diferenciadores?

Maria Beatriz (MB) – Enquanto co-responsável pela concepção e gestão do projecto, felicito a Ensibriga pelo arrojo de aceitar o desafio de se envolver num projecto completamente diferente, pelo menos na região de Trás-os-Montes. E ele é diferente, porquê? Porque prevê duas abordagens, entre si complementares, ambas focadas, para cada um dos nossos participantes, no seu contributo para a melhoria da performance do negócio e para a concretização de vantagens competitivas. Falamos do Coaching, já caracterizado pelo Professor Miguel, e do Mentoring, pelo qual me responsabilizarei.

as empresas da região

Com efeito, o meu papel será, à semelhança do Mentor de Telémaco, concentrar-me no ambiente de negócios formal de cada participante, nos seus objectivos, planos, medidas, análises de desempenho e de resultados e, com a prudência que se impõe, aconselhar e sugerir, em termos de resolução de problemas concretos. Juntos, mentor e tutorado, progrediremos no alargar das competências do último, na visão geral e operatória do mundo dos nossos dias, no entendimento da natureza humana e de como integrar as suas idiossincrasias na superação dos obstáculos na profissão.

VN – O seu relacionamento com os participantes do MBA será, portanto, também individual?

MB – Sem dúvida. A designação mais comum é a de “Mentoring de Um para Um”. Com cada participante, ajudarei no desenvolvimento das suas competências pessoais, sociais, de projecto, de pen-

samento, análise e escolha estratégica. Sobretudo, partilharemos as nossas experiências de Líder-coach, isto é líder que constitui ele próprio um recurso para os seus colaboradores, enquanto coach que estabelece normas claras, que mantém em grau elevado as suas e as expectativas do liderado, que dá o exemplo.

"(...) Para mudar é preciso ir além do "mais do mesmo" e o coaching é um estilo de pensar, sentir e agir diferente e com muito bons resultados".

VN – Na prática como será e se vai concretizar este MBA?

MA – O programa, a ser publicitado brevemente, desenvolve-se por quatro ciclos. Primeiro, e começando pelo princípio, é o desenvolvimento de competências de vida e de trabalho. Segundo, conhecendo o “terreno”, desenvolvimento de competências transversais. Terceira, forjando os actores e o estilo, desenvolvendo competências/skills de coaching. Quarto, aprender fazendo. Desenho e implementação de projecto, empreendendo com apoio de mentoring/coaching e avaliação de resultados.

VN – Em concreto, quando e como se implementará?

MA – De acordo com o planeamento feito, o MBA será publicitado e apresentado às instituições relevantes nas duas primeiras semanas de Abril,

tendo lugar as inscrições e entrevistas de selecção até inícios de Maio, data em que

tema de um dos ciclos.

MB – O Coaching Estratégico visa, a um tempo, o desenvolvimento pessoal dos coachees, mas sem descuidar a ponderação do estilo de liderança da empresa, do seu desenvolvimento organizacional positivo e a ajuda a dar, de forma também pragmática, para a consecução dos resultados do negócio, em ambientes em permanente mutação. Para tal desiderato, obviamente, que o mentoring/coaching deverá posicionar-se no cerne da estratégia da empresa.

MA – Como com qualquer sociedade, aplica-se a Trás-os-Montes e suas gentes, instituições e pessoas uma máxima muito antiga: “ou nos salvamos todos, ou ninguém se salva”.

Conhecer essa realidade profundamente é, para além disso, uma variável essencial de qualquer projecto: a envolvente externa que inclui o mercado, mas vai mais longe. Neste ciclo, convidaremos personalidades transmontanas a debaterem com os nossos alunos a realidade transmontana e o que é relevante para os seus projectos. Além disto alargaremos esse debate através do ciclo de conferências, todas em forma de painel e debate.





r u t e
c o u t o

Jurista e docente
do IPB

Contratos fora do estabelecimento comercial (I): As vendas à distância

do fornecedor e do consumidor. Incluem-se as vendas por telefone, fax, catálogo, e-mail, on-line ou televendas.

Informação prévia. O consumidor deve ser informado, antes da celebração de qualquer contrato à distância, e de forma clara e compreensível, sobre vários aspectos: identidade do fornecedor; características essenciais do bem ou serviço; preço; despesas de entrega; modalidades de pagamento, entrega ou execução; direito de resolução; custo da técnica de comunicação (por exemplo, envio de uma sms); prazo de validade da oferta (como nos casos de promoções e limitação de stocks); duração mínima do contrato (se houver uma execução continuada, como a subscrição de serviços de informação por telemóvel). Estas informações devem depois ser confirmadas em sede de execução do contrato, por escrito ou noutro suporte durável.

Arrependimento. Neste tipo de contratos, o consumidor dispõe de 14 dias para resolver (terminar) o contrato, sem indicar qualquer motivo. Ou seja, não é necessário que haja algum defeito, basta que o consumidor esteja arrependido da compra efectuada. Para exercer este direito, o consumidor deve enviar uma carta registada com aviso de recepção comunicando ao fornecedor essa vontade. O consumidor deve restituir os bens nas devidas condições, e o fornecedor deve reembolsar o pagamento do consumidor no prazo máximo de trinta dias (se ultrapassar este tempo, terá de devolver em dobro). Se havia um contrato de crédito associado, também este é automaticamente resolvido.

Restrições ao direito de resolução. Há obviamente situações em que este direito de livre resolução não pode ser exercido. Não haverá possibilidade de devolução de bens personalizados (por exemplo, com o nome gravado), bens susceptíveis de deterioração (como alimentos), jornais e revistas, serviços de apostas e lotarias, bem como gravações áudio e vídeo, discos e programas informáticos (se tiver sido retirado o "selo de garantia de inviolabilidade") ou serviços prestados antes de terminado o prazo dos 14 dias.

Comércio electrónico. Quando existe uma oferta de produtos ou serviços on-line, o fornecedor, ao receber uma ordem de encomenda, deve acusar a recepção também por meios electrónicos. Mas a encomenda só se torna definitiva com a confirmação do consumidor, dada na sequência daquele aviso de recepção, reiterando a ordem emitida.

Cumprimento da encomenda. O fornecedor deve dar cumprimento à encomenda o mais tardar no prazo de 30 dias. Em caso de indisponibilidade do bem ou serviço encomendado, o fornecedor deve informar o consumidor e reembolsá-lo dos montantes pagos (no prazo de trinta dias, sob pena de devolução em dobro). Pode ser fornecido um produto ou serviço de qualidade e preço equivalente, se essa possibilidade tiver sido prevista contratualmente.

Nota: Se o fornecedor não cumprir as suas obrigações de informação, o prazo para o consumidor resolver o contrato passa de 14 dias para 3 meses.

Legislação:

Decreto-Lei 143/2001, de 26 de Abril (Protecção dos consumidores nos contratos celebrados fora dos estabelecimentos comerciais) e Decreto-Lei 7/2004, de 7 de Janeiro (Comércio Electrónico), com as respectivas alterações.

Para perguntas e sugestões:
comtododireito@ipb.pt

Comprar à distância (por exemplo, por telefone ou através da internet) tem especificidades, desde logo porque o consumidor não tem contacto directo com o produto ou serviço antes da celebração do contrato. Como proteger o consumidor nestas situações?

Técnicas de comunicação à distância. Estamos perante um contrato à distância sempre que seja utilizado, para a sua celebração, um meio sem a presença física e simultânea



FEIRA DAS CANTARINHAS 2012

1 a 3 de Maio

ZONA ENVOLVENTE AO MERCADO MUNICIPAL

XXVI FEIRA DE ARTESANATO DE BRAGANÇA 2 a 6 de Maio

PRAÇA DA SÉ, RUA ALEXANDRE HERCULANO E RUA DA REPÚBLICA



*TODAS AS ACTUAÇÕES DECORREM NO PALCO
OU NA ZONA DA XXVI FEIRA DE ARTESANATO

DIA 28 DE ABRIL – SÁBADO

10.00 7ª EXPOSIÇÃO CANINA MONOGRÁFICA DO
CÃO DE GADO TRANSMONTANO
LOCAL: TERRADO DO MERCADO MUNICIPAL DE
BRAGANÇA

DIA 1 DE MAIO – TERÇA-FEIRA

9.00 ABERTURA DA FEIRA DAS
CANTARINHAS 2012
LOCAL DA FEIRA: ZONA ENVOLVENTE AO MERCADO
MUNICIPAL
24.00 ENCERRAMENTO DA FEIRA DAS
CANTARINHAS

DIA 2 DE MAIO – QUARTA-FEIRA

9.00 ABERTURA DA FEIRA DAS CANTARINHAS
10.30 ABERTURA OFICIAL DA XXVI FEIRA DE
ARTESANATO DE BRAGANÇA
LOCAL: PRAÇA DA SÉ, RUA ALEXANDRE HERCULANO E RUA
DA REPÚBLICA
15.30 GRUPO DE VIOLINOS DO AGRUPAMENTO DE
ESCOLAS AUGUSTO MORENO

20.30 13ª MILHA DAS CANTARINHAS
ORGANIZAÇÃO: GINÁSIO CLUBE DE BRAGANÇA E
CÂMARA MUNICIPAL DE BRAGANÇA
LOCAL: AVENIDA SÁ CARNEIRO (JUNTO AO TEATRO
MUNICIPAL)
21.00 TONA TUNA - TUNA FEMININA DO IPB
24.00 ENCERRAMENTO DA FEIRA DE
ARTESANATO E DA FEIRA DAS
CANTARINHAS

DIA 3 DE MAIO – QUINTA-FEIRA

9.00 ABERTURA DA FEIRA DAS CANTARINHAS
10.30 ABERTURA DA FEIRA DE ARTESANATO
16.00 LUTA DE TOUROS
ORGANIZAÇÃO: ASSOCIAÇÃO DE AÇEHA DE TOUROS
TERRA FRIA
LOCAL: CAMPO DO TRINTA
17.30 REAL TUNA UNIVERSITÁRIA - TUNA
MASCULINA DO IPB
21.00 GRUPO POPULAR DOS SANTOS MÁRTIRES
22.00 GRUPO DE FADOS DOS SANTOS MÁRTIRES
24.00 ENCERRAMENTO DA FEIRA DE
ARTESANATO E FIM DA FEIRA DAS
CANTARINHAS 2012

DIA 4 DE MAIO – SEXTA-FEIRA

10.30 ABERTURA DA FEIRA DE ARTESANATO
17.00 TUNA/RANCHO DO LAR DE S. FRANCISCO
21.00 GRUPO MATSON BAND
24.00 ENCERRAMENTO DA FEIRA DE
ARTESANATO

DIA 5 DE MAIO – SÁBADO

10.30 ABERTURA DA FEIRA DE ARTESANATO
16.30 RANCHO FOLCLÓRICO DA MÃE D'ÁGUA
17.00 GRUPO TERRA FIRME
21.00 GRUPO RED HOUSE BAND
24.00 ENCERRAMENTO DA FEIRA DE ARTESANATO

DIA 6 DE MAIO – DOMINGO

10.30 ABERTURA DA FEIRA DE ARTESANATO
14.00 às 20.00 - TRANSMISSÃO
EM DIRECTO DA TVI 
A PARTIR DA PRAÇA CAMÕES:
«FESTA DE ARTESANATO DE BRAGANÇA»
16.00 BANDA FILARMÓNICA DE BRAGANÇA
22.00 FIM DA XXVI FEIRA DE ARTESANATO



www.parquebiologicodevinhais.com

PARQUE BIOLÓGICO de Vinhais

Venha descobrir os
ENCANTOS DA NATUREZA



Câmara
Municipal
de Vinhais



ABERTO DIARIAMENTE
a 2 Kms de Vinhais

Parque Biológico de Vinhais Alto da Cidadelha
Apartado 15, 5320 Vinhais
tel/fax: 273771040 tlm: 933 260 304
email: vinhais@parquebiologico.pt



Parque
Biológico
Vinhais