magazine

Mulheres à obra

n04
janeiro
2020
trimestral

ANO NOVO negócios novos

MULHERES À OBRA

O USO DO ESPAÇO
enquanto ferramenta de vendas

COMPETÊNCIAS HIGH TOUCH
As competências do Século XXI

SUCESSO! CHEGÁMOS AO
Algarve, ao Norte e à Madeira

FILHOS DO CORAÇÃO
Mulheres a mudar o mundo

Editorial

Ano Novo, Negócios Novos. É este o tema deste número da nossa revista. É um tema adequado para o primeiro mês do ano, mas é igualmente adequado ao momento em que nos encontramos nas Mulheres à Obra.

A Equipa da Mulheres à Obra Magazine

Este ano iremos cumprir o nosso terceiro aniversário e, para muitos, por vezes até para nós próprias, é um milagre termos chegado até aqui, principalmente considerando a dimensão que atingimos.

É por isso caso para celebrar, para brindar a este milagre sem precedentes que é uma comunidade colaborativa de mulheres empreendedoras que nasceu de forma espontânea e tem crescido organicamente até atingir dimensões nunca previstas.

É igualmente o momento certo para fazer um balanço, terminar projetos que correram menos bem, reformular outros que precisam de um novo impulso e dar corpo a novas iniciativas.

É o caso desta nossa revista Mulheres à Obra que, apesar da sua inequívoca qualidade, não conseguiu até agora conquistar uma sustentabilidade financeira que lhe permita manter os elevados padrões que atingimos sem nos levar ao esgotamento.

Vamos por isso abandonar o formato de revista trimestral e vamos passar a apresentar números temáticos, relacionados com épocas especiais ou com os nossos eventos. Os artigos, crónicas e notícias continuarão a ser publicados periodicamente no nosso Portal.

Agradecemos à equipa fabulosa que esteve connosco desde o início e que fez as nossas capas absolutamente extraordinárias, de forma totalmente voluntária, investindo os seus próprios recursos: Cátia Alpedrinha (fotografia), Alexandra Carvalho (stylling) e Marta Matias (maquilhagem). São profissionais de excelência a quem nunca poderemos agradecer o suficiente.

Agradecemos igualmente às patrocinadoras que nos apoiaram ao longo deste projeto, principalmente as duas únicas patrocinadoras anuais da revista, Cristina Mendes Gomes (Números e Cardinais) e Catarina Vaz (Festas Boneca Kika).

O empreendedorismo é feito de avanços e recuos, pelo que tudo é caminho e aprendizagem. Fiquem por isso connosco, pois continuaremos a promover a colaboração entre mulheres empreendedoras, de uma forma ou de outra!

n04 / 2020

Janeiro

A Mulheres à Obra Magazine apresenta artigos de autoras portuguesas, brasileiras e angolanas e mantém sempre a grafia original.

2 editorial

8 solidariedade — **Filhos do Coração - Mulheres que mudam o mundo**

12 empregabilidade — **Competências High Touch, as competências do Séc. XXI**
Paula Trigo

16 vendas — **O uso do espaço enquanto feramenta de vendas**
Regina Courela

20 mulheres à obra — **Coordenações Regionais Mulheres à Obra - Notícias**

30 espaço — **LEAP Sete Rios**

34 biografias — **As Primeiras**
Isa Silva

42 marketing — **Dicas para um Plano de Marketing Pessoal de sucesso**
Sónia Cristina Paiva

46 empreendedorismo — **8 erros que está a cometer online e provavelmente não sabe**
Filipa Cardoso

50 empreendedorismo — **Inspire Us!**

52 sociedade — **3 razões pelas quais não deve querer estar feliz**
Camila Rodrigues

56 capa — **Making Of - Capa de uma revista**

60 casa — **O Feng Shui Simbólico**
Sofia Batalha

66 formação — **5 dicas para aprender inglês com a Netflix**
Ana Calha

70 conto — **Talvez devagarinho possas voltar a aprender**
Florbela Rosa Barão da Silva

72 corpo — **A importância da mudança de mentalidade para alcançar o peso ideal**
Sara Prisal

76 receita — **3 receitas de Trufas**
Lara Pombo

78 mulheres — **Maria João Pires - A pérola do piano**
Isa Silva

80 olhares — **Ilustração, pintura, fotografia e artesanato**

87 instas

Mulheres à obra

Directora e Editora: Camila Rodrigues | **Directora Adjunta:** Carla Lopes | **Nº de inscrição na ERC:** 127236 | **Propriedade:** Mulheres à Obra® | **Sede:** Rua Abel Manta n 3 loja esq., Bairro da Carochia, 2620-263 Ramada, Portugal | **Sede da Redacção e da Editora:** Rua Abel Manta n 3 loja esq., Bairro da Carochia, 2620-263 Ramada, Portugal | **Colaboraram nesta edição** Ana Calha, Camila Rodrigues, Filipa Cardoso, Florbela Rosa Barão da Silva, Isa Silva, Lara Pombo , Paula Trigo, Regina Courela, Sara Prisal, Sofia Batalha, Sónia Cristina Paiva, Alexandra Simões de Carvalho (styling), Marta Matias (make up), Cátia Alpedrinha (fotografia), Sónia Rainho (cabelos), | **Design e paginação** Isa Silva | **Bancos de Imagens** Unsplash

© 2020 Mulheres à Obra Magazine | Todos os direitos reservados. As imagens e textos têm direitos reservados e são propriedade dos seus respectivos donos. Todos os direitos reservados.

Números & Cardinais

Contabilidade e Consultoria de Gestão, Lda.
Av. São Miguel, nº249, escritório 42, São Miguel das Encostas
2775-751 Carcavelos
216 063 574 | 966 117 649
cristina.gomes@numerosecardinais.pt
www.numerosecardinais.pt
Facebook.com/NumerosCardinais

Boneca Kika

Casamentos, Batizados,
Festas de Aniversário, Eventos empresariais
968 911 528

boneca.kika.festas@gmail.com
www.bonecakika.com
Facebook.com/boneca.kika.festas

MULHERES À OBRA

TAGUSPARK

Conferência

AS VOZES DO EMPREENDEDORISMO FEMININO

5, 6 E 7 DE MARÇO DE 2020

www.mulheresaobra.pt
comunidade colaborativa de mulheres empreendedoras

Pub

radioava.global
A PRIMEIRA RÁDIO HOLÍSTICA DA LUSOFONIA

CONTEÚDOS PARA O DESENVOLVIMENTO HUMANO

info@radioava.global

+351.913.813.621

Filhos do Coração

Mulheres que mudam o mundo

Alexandra Borges é uma jornalista de referência que, ao longo dos anos, nos tem emocionado com as suas reportagens, as quais abordam questões sociais e dilemas humanitários complexos. Incapaz de se manter indiferente às realidades que retrata no seu trabalho, na sequência de uma das suas reportagens fundou a Associação Filhos do Coração. Conversámos com ela para perceber as suas motivações na constituição deste projeto.

Ao longo da tua carreira tens vindo a confrontar-te com muitas situações dramáticas, que tens vindo a expor nas tuas reportagens. O que encontraste no Lago Volta que te fez ir mais além e criar esta associação?

Encontrei um silêncio ensurdecedor difícil de ignorar: milhares de crianças pequenas, de 3 e 4 anos, a trabalhar como escravas na pesca do lago Volta , sem se conseguir escutar o ruído da infância. Algo muito violento que me marcou até hoje.

Na tua opinião, quais são as causas para a escravatura destas crianças e o que teria que mudar para prevenir estas situações?

Apoio às situações de pobreza e, sobretudo, às mães solteiras, divorciadas e viúvas, que são segregadas por aquela sociedade e que ficam com os filhos a seu cargo. Investir no planeamento familiar e na valorização da criança como sujeito de direitos. As crianças no Gana têm que deixar de ser tratadas como objectos e

- passar a ter direito a uma infância com saúde, alimentação e educação garantidas.

Como tem sido o acolhimento da associação no terreno, por parte das comunidades, autoridades locais/ nacionais e outras organizações sem fins lucrativos a operar no local?

Tem corrido muito bem. Temos uma parceira Americana que facilita as relações institucionais e Politicas.
Para a angariação de fundos, escreveste dois livros. Fala-nos deles.
Na verdade temos 3: dois infantis e um de aventuras reais. A edição desses livros faz parte do nosso objectivo final que é diferenciar essas crianças, proporcionando-lhes o acesso à Educação.
O livro "Filhos do Coração" foi escrito por mim e pelo Luís Figo e deu o nome a esta associação.
O Resgate é um livro que escrevi a meias com a minha sobrinha Rita numa viagem ao Gana que fizemos juntas e onde contamos a história destes resgates.
Por fim, o livro infantil "É mais forte o que nos une, do que aquilo que nos separa" mais um livro infantil, escrito por várias caras da SIC, RTP e TVI que se juntaram, a meu pedido, a favor desta causa nobre. Este livro é especial porque tem duas histórias: uma foi ilustrada por crianças portuguesas, outra pelos nossos meninos do Gana resgatados à escravatura infantil.

Como as nossas leitoras podem apoiar a associação?

Comprando on-line, através do nosso site (**www.filhosdocoracao.com**), no Pingo Doce, no Corte Inglês, na Note! e na Wook e Bertrand online a nossa agenda solidária, cujo valor reverte 100% para a educação das nossa crianças.

Acompanhe todas as novidades sobre a Associação Filhos do Coração:

Site: www.filhosdocoracao.org

Facebook: FilhosDoCoracao

Instagram: filhoscoracao

YouTube: Filhos do Coração

FILHOS DO CORAÇÃO

Pub

EXCELLENCE HIGH VALUE QUALITY CONFIDENCE

DIRECT RAPPORT SPECIALISATION TAILORED SOLUTIONS CONSULTING TRANSPARENCY RIGHT CHOICES

COMPETENCIES SKILLS RESULTS AVAILABILITY ASSURANCE SUPPORT LANGUAGE SOLUTIONS

CAL Translation and Training

Translation and Training

Tradução Técnica e Literária

Revisão de Texto

Consultoria Linguística

Edição

Transcrição

Localização

Formação de Línguas

Membro de

Associação Portuguesa de Tradutores

Associação de Profissionais de Tradução e de Interpretação

Asetrad
Asociación Española de Tradutores, Correctores e Intérpretes

caltranslation.com
carlalopes.trad@gmail.com
964 296 691
Comunidade Internacional de Tradutores Proz.com

FOCUS COOPERATION DEDICATION TRUST

Competências High Touch

as competências do Séc. XXI

Human Age
já ouviu falar?

A Human Age bate-nos à porta e com ela surgem profundas mudanças e enormes desafios sobre como manter a sustentabilidade das organizações e a empregabilidade das pessoas.

Se até há bem pouco tempo grande parte das organizações era fortemente orientada por um paradigma de recrutamento *high tech*, com enorme valorização das competências técnicas e tecnológicas dos seus colaboradores, começa hoje a emergir a necessidade de recentrar no homem aquilo que é do homem.
As tendências recentes no domínio da inteligência artificial, dos materiais nano estruturados, da biologia sintética, da engenharia metabólica e da energia sem fios, entre outros, ameaçam a empregabilidade massiva dos profissionais *high tech*. Num cenário em que existem já previsões sobre os "danos colaterais" dos avanços emergentes ao nível por exemplo da robótica avançada, os quais poderão fazer 5 milhões de desempregados até ao final de 2020, urge identificar a marca distintiva do homem face à máquina. E é aqui que as habilidades sociais e criativas começam a conquistar terreno.
E falar de habilidades sociais e criativas é regressar a "A nova inteligência" de Daniel Pink e recuperar a sua visão e investigação sobre aquilo que considera serem as habilidades críticas para o século XXI, as quais designou por habilidades *high touch*. Exemplifica o autor que ingressar hoje na Escola de Gestão de Harvard é mais fácil do que fazê-lo no Departamento de Artes da UCLA (Universidade da Califórnia, Los Angeles) pois as empresas procuram incessantemente trazer a estética e a beleza ao que comercializam, fazendo com que as pós-graduações em áreas artísticas sejam uma das qualificações mais valorizadas.
Por outro lado, profissões que evoluíram ao longo dos tempos com muito suporte tecnológico - tome-se o caso da medicina, por exemplo – e que funcionam com base naquilo que o autor designa por "interesse distanciado", estão a caminhar no sentido da empatia, não por considerarem o modelo anterior desadequado, mas antes insuficiente.
O organismo responsável nos EUA pela acreditação das faculdades de medicina, estabeleceu já a comunicação eficiente e empática com os pacientes como um critério de avaliação geral dos estudantes desta área e a Faculdade de Medicina da Universidade Thomas Jefferson, em Filadélfia, por exemplo, desenvolveu um instrumento para medir esta aptidão que designou por *JSPE – Jefferson Scale of Physician Empathy*.
Também no *World Economic Forum* de 2016, no relatório *The Future of Jobs*, se apontavam as tendências ao nível da evolução do emprego e das competências, reforçando-se uma enorme tendência disruptiva a 5 anos com os modelos de negócio e mercados de trabalho atuais.
Na página 20 do referido relatório, referia-se que em média, em 2020, mais de 1/3 dos perfis de competências para a maior parte das ocupações, seriam constituídos por competências que não eram, à época, consideradas cruciais.
E que competências são essas? Entre outras, resolução de problemas complexos, pensamento crítico, criatividade, gestão de pessoas, capacidade de se coordenar com outros, inteligência emocional, capacidade de discernimento e de tomada de decisão, orientação para o serviço, negociação e flexibilidade cognitiva.
O cenário desta nova ascensão das competências relacionais e transversais está traçado. O desafio que se nos apresenta,

hoje, é o de desenvolvermos, massiva e continuadamente, estas capacidades.
Esta última questão remete-nos para o conceito de sobriedade emocional. Não é possível desenvolvermos competências de *human touch* se não possuirmos nós próprios sólidas competências de sobriedade emocional. Dito de outra forma, eu não serei capaz de me relacionar de forma saudável com outros se não possuir uma relação saudável comigo próprio.
Por sobriedade emocional entendemos a arte de nos libertarmos de condicionamentos culturais, de opiniões alheias e de crenças instaladas em fases precoces da existência sobre quem "deveríamos ser". Implica também libertarmo-nos da escravidão relativamente aos nossos estados emocionais, de experienciarmos as emoções que os acompanham, de as respeitar, mas, em simultâneo, de lhes responder como respondemos a outros tipos de informação, não nos transformando na própria emoção.
Desenvolver sobriedade emocional implica, entre outras coisas:

- O desenvolvimento de competências que coloquem o meu centro de gravidade emocional dentro de mim próprio e não dependente de fatores externos;
- Saber "aceder a" e manter, um estado emocional saudável mesmo em presença de situações desafiadoras, perturbadoras ou que estão fora do meu controlo;
- Aceitar as minhas "imperfeições" desenvolvendo uma espécie de liberdade emocional que permita trazer autenticidade e congruência à minha vida.

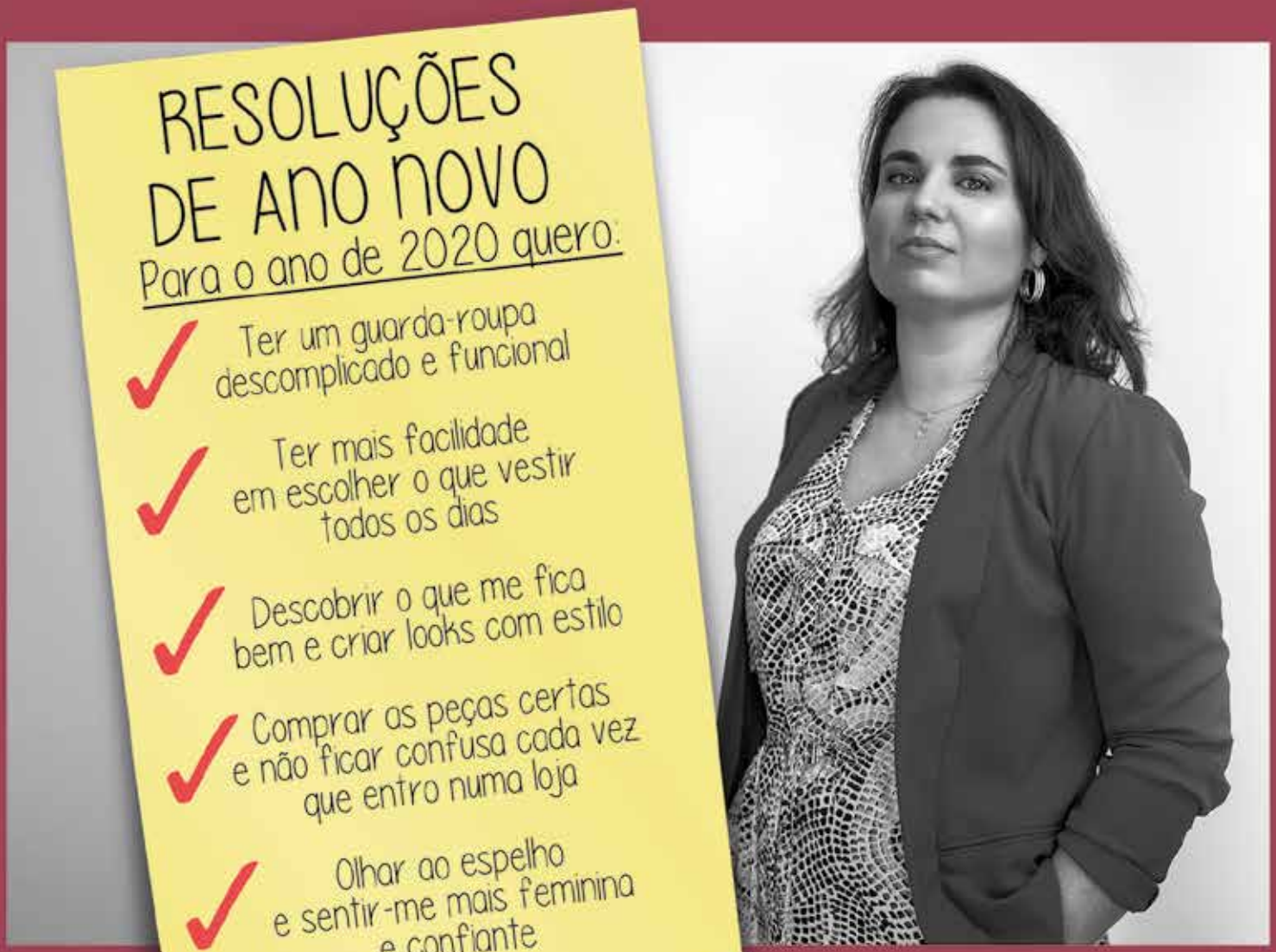
John Grinder, co-criador da PNL e do Novo Código da PNL possui uma reflexão muito interessante em que, de forma clara, evidencia que o estado emocional é uma escolha, ao afirmar: **o problema nunca é o problema – o problema é o estado em que eu me coloco quando "entro" no problema.**
E se, afinal, os nossos estados emocionais são uma escolha, porque não passarmos a ser cada vez mais conscientes do impacto das escolhas que fazemos a cada momento, nas nossas vidas e nas vidas dos que nos rodeiam? ■

Foto: Bernardo Lopes

Pub

RITA COMPLETO

CONSULTORIA DE IMAGEM



WWW.RITACOMPLETO.COM

CONSULTORIA@RITACOMPLETO.COM 965301970

O uso do espaço enquanto ferramenta de vendas

Quando se tem um espaço comercial há muita coisa a considerar, existem muitos detalhes que devem ser cuidados. O atendimento;a gestão de stock; o cumprimento dos horários; a gestão de rotinas; a manutenção da loja; o relacionamento com todos os fornecedores internos e externos. A exposição do stock e respectivovisual merchandising; técnicas de vendas; entre muitos outros.

foto: Adriana Costa

A exposição do stock e respectivas técnicas de visual merchandising (vitrinismo) são ferramentas essenciais quando se trata de usar o espaço como ferramenta de vendas. O espaço comercial deve ser visto como uma das muitas ferramentas de vendas. E para que isso aconteça de modo eficiente existem vários aspectos a ter em consideração:

- A dimensão do espaço
- A diversidade da gama e a sua distribuição por categorias (função; cor; estilo; material; género; idades;etc): Esta distribuição depende muito da área de negócio
- Volume de vendas de cada categoria
- Necessidade de espaço para stock de cada categoria
- Posicionamento do balcão de pagamento
- Posicionamento de outros serviços presentes no espaço
- Considerar todas as anteriores e assegurar uma boa experiência de compra ao cliente

Significa isto que todo e qualquer artigo presente numa loja deve ter uma localização definida. Desde a vassoura e a pá que se usam na limpeza, a gaveta onde se guardam canetas e outros consumíveis e cada artigo que existe disponível para venda.
E é do espaço que é alocado a esses artigos que trata este artigo. Depois de terem sido divididos em categorias, devem ser alocados no espaço mediante a sua importância e relevância para o negócio. O mesmo deve ser feito com o espaço, é feita uma análise deste e avalia-se quais os seus melhores pontos estratégicos e são estes que devem ser utilizados para os artigos mais importantes da coleção.

Existem os pontos estratégicos de posicionamento do espaço que são comuns em quase todos os negócios, como a entrada de loja, por exemplo. Existem outros que, para serem conhecidos e bem utilizados, implicam que se saiba como os clientes se movimentam no espaço. Tendo sempre presente a ideia de que o cliente tem de se sentir bem e confortável durante o processo de compra.
O cliente deve conseguir movimentar-se facilmente e identificar facilmente onde pode encontrar o quê (as categorias já mencionadas). Para que isto aconteça é muito importante conhecer o processo de compra. Como compram os clientes, como fazem esse processo? Por exemplo, quando alguém se dirige a uma loja de sapatos é comum saber o que quer comprar. Sapatos de salto raso; salto alto; botas; sapatilhas; sandálias; etc. E só depois vem o estilo, a cor e evidentemente o tamanho. Já existem lojas que fazem logo a primeira filtragem pelo tamanho, porque na verdade esta é a primeira forma de selecionar o modelo.
Em qualquer área de negócio, o processo é o mesmo. Só variam as categorias.
Outra forma de fazer a distribuição da gama é dividir o espaço pelas diferentes categorias, de forma proporcional ao

> *Numa loja, cada metro quadrado do espaço, deve ter um objetivo de vendas*

peso das vendas. E esta é provavelmente a mais recomendada. Ou seja, se uma das categorias de artigos representa 25% das vendas. Então deverá ocupar cerca de 25% do espaço. Claro que isto sofre ajustes em função da dimensão do espaço e da diversidade da gama.
A regra do bom senso aplica-se. Para o sucesso do negócio, o importante é estar consciente de que não há nada deixado ao acaso. Todos os artigos são dispostos de uma forma estratégica.
Todas as técnicas de visual merchandising utilizadas tiveram uma motivação para além da simples exposição de um artigo:

- Criar a impressão de peço baixo
- Realçar a qualidade de um artigo
- Mostrar a funcionalidade de uma peça
- Fazer uma quebra visual no layout
- Destacar uma novidade
- Mostrar os benefícios de um produto

Quando todos estes factores são considerados, não há metro quadrado na loja que não tenha um objectivo de vendas e não existem vendas descontroladas. Ou seja, o gestor de loja tem pleno conhecimento do espaço necessário para cada artigo que tem disponível para venda e sabe exactamente que espaço da sua loja é mais rentável. A utilização do espaço enquanto ferramenta de vendas ajuda a levar o negócio para outro nível e assegura que existe um maior controlo e conhecimento da gama. Pois só se pode fazer um bom aproveitamento do espaço, tendo um excelente conhecimento do potencial da gama.
O contrário também é verdade. Só se pode aproveitar todo o potencial da gama conhecendo e criando pontos estratégicos

no layout da loja. Quando se tem conhecimento dos pontos estratégicos da loja e do potencial de cada artigo, todos os metros quadrados da loja devem ter um objetivo de vendas e sempre que este não é cumprido deve ser revisto e eventualmente trocar o artigo de sítio.
Em todas as áreas de negócio existe sazonalidade, é por isso essencial que haja um planeamento e se saiba de antemão qual é o espaço flexível que vai ser usado em campanhas sazonais como a Páscoa e o Natal.
Resumindo o que foi dito anteriormente, é importante haver uma distribuição consciente do espaço. Que tenha presente o volume de vendas; o volume de stock necessário e, acima de tudo, o processo de compra do cliente. Quando estes três fatores são considerados, uma boa parte do trabalho no que se refere à utilização do espaço enquanto ferramenta de vendas já está feito.

Pub

MEDIAÇÃO IMOBILIÁRIA
INTERMEDIAÇÃO DE CRÉDITO
MEDIAÇÃO DE OBRAS
CONSTRUÇÃO DE IMÓVEIS
MEDIAÇÃO DE SEGUROS

ANA ROCHA SANDRA COUTO
CONSULTORIA IMOBILIARIA • Lic. AMI 10960

934 964 734
ANAFROCHA@DECISOESESOLUCOES.COM

962 859 002
SANDRACOUTO@DECISOESESOLUCOES.COM

Coordenações Regionais Notícias

MULHERES À OBRA®

Algarve

Uma tarde de Tertúlia repleta boa disposição

Após um evento de lançamento que superou todas as expectativas, realizou-se no dia 9 de Novembro o segundo Encontro das MAO Algarve. Desta vez o grupo reuniu-se em Faro, no Atelier Cowork.
Tal como aconteceu no evento de outubro do grupo algarvio das Mulheres à Obra, também neste segundo encontro as expectativas forma superadas. Cerca de 15 mulheres de todos os pontos do Algarve reuniram-se numa tarde de Tertúlia e Networking, no Atelier Cowork, empresa que pertence a uma MAO, Rita Sampaio e que disponibilizou o espaço para este encontro.
Esta foi uma tarde de partilhas intimistas e de inspiração entre as presentes. Durante a tarde, foram várias as alturas em que existiram momentos de introspeção, nos quais as presentes puderam depois partilhar os seus pensamentos e sentimentos.
Para dar início à Tertúlia as coordenadoras

Algarve

da região, Ana Cristina Rosa e Patrícia Rosa, dinamizaram um momento divertido de apresentação para que todas se conhecessem e lembrassem os nomes umas das outras, fazendo três rondas em que tiveram de dizer os nomes de outras, para que os memorizassem.
Após as apresentações, foi feita uma dinâmica "Points of You®" na qual as empreendedoras, à luz da palavra e imagem que tinham tirado do círculo de cartas, tiveram de explicar o seu negócio num minuto. Este foi um momento desafiante vivido por todas, pois é difícil explicar em tão pouco tempo do que se trata cada negócio, mas todas conseguiram superar a "prova" com distinção.
De seguida foram feitas algumas questões sobre empreendedorismo, por forma a que cada uma das 15 mulheres falasse dos desafios que sente enquanto empreendedora, contando com a ajuda das restantes para que juntas conseguissem arranjar formas de ultrapassá-los.
Quase a terminar o encontro, realizaram-se jogos de alinhamento de estratégias e objetivos a cumprir, alinhavando, desta forma, as ideias que cada empreendedora quer pôr em prática no seu negócio e como o pode fazer.
O encontro foi pautado por vários momentos de partilha e de entreajuda entre todas as MAO presentes.
Esta tarde de Tertúlia culminou numa degustação de Cerveja Artesanal, oferecida

pela empresa Nova Vida, pertencente a uma das participantes, Neuza Sermain. E ainda um lanche partilhado e divertidos momentos de Networking.
As coordenadoras, Ana Cristina Rosa e Patrícia Rosa, vêem com grande importância a realização destes encontros onde "é possível gerar conhecimento e ampliar a rede de sinergias de cada empreendedora, dando mais valor aos seus negócios.".
As MAO continuam a todo o gás no Algarve, com o seu objetivo de descentralizar eventos e iniciativas, trazendo até às diferentes regiões algarvias parte do trabalho que se tem desenvolvido sobretudo na zona de grande Lisboa. As coordenadoras vêm um futuro sorridente para as Mulheres à Obra no Algarve.

ATELIER - Coworking& Sala de Formação em Faro

Fundado por duas irmãs, Rita e Sara Sampaio, este é um espaço dedicado à criatividade e à partilha de conhecimento. Com um ambiente inspirador, tranquilo e confortável, oferece dois serviços: o coworking e a sala de formação, e recebe eventos de networking e formações regularmente.
Acompanhe a agenda de eventos no Facebook: Atelier Cowork Faro ou agende já a sua visita com a Rita através do 964191638.

Madeira

foto: Barcara Photography

As Mulheres à Obra chegaram à Madeira!

O evento de apresentação das Mulheres à Obra e respetiva Coordenação Regional da Madeira, realizou-se no dia 16 de Novembro, no Auditório do Museu da Eletricidade - Casa da Luz. Contou com um conjunto significativo de apoios e patrocínios, eles próprios exemplos da vitalidade empreendedora da região.

Oradoras

Drª Cristina Gouveia
Vogal do Conselho Diretivo do IDE - Instituto de Desenvolvimento Empresarial
"Competir, Diversificar, Internacionalizar" é o nosso lema. Assumindo-se como organismo coordenador de todos os apoios aos sectores secundários e terciários da nossa economia, o Instituto de Desenvolvimento Empresarial da Região Autónoma da Madeira aposta numa numa gestão integrada dos instrumentos de apoio ao tecido empresarial, nomeadamente no que se refere ao Investimento, ao Financiamento e ao Funcionamento.
www.ideram.pt

Adriana Camacho
Profissional de estética na Adriana Laser & Aesthetics
Desde os meus 21 anos que sou empresária e há 7 anos que construi um dos meus maiores sonhos, Adriana Laser & Aesthetics. Sou profissional de estética desde os meus 17 anos e desde então tenho aumentado a formação para estética avançada. Sou muito grata e muito realizada por embelezar todas as pessoas.
www.adrianalaser.com

Antonela Carsta
37 anos, formada em Design de Interiores, em 2009 por circunstâncias da época que vivia a 1 mês de ser mãe, abriu a sua primeira empresa na área da Moda em Setembro de 2009, a 4Affection Lda, agência de Modelos e Hospedeiras. Passados alguns anos, 2015, já com a primeira empresa solidificada no mercado regional, aventura-se a abrir uma empresa de agenciamento de artistas, produção de espetáculos e organização de eventos, inovadora no mercado regional, a Paradise Circus Lda, que mais tarde dá espaço á abertura do espaço Ritual do Sal, um paraíso junto ao mar com um design característico e cheio de personalidade.
Persistente, lutadora, carismática, dinâmica e proativa são as palavras que rapidamente definem Antonela Carsta enquanto empresária, nunca deixando de sonhar e querer mais e mais, porque ser empreendedora foi a melhor escolha que fez.
www.4affection.pt

Isabel Borges
"Faço 37 a 31 dez ... como já estou quase lá , já assumi os meus 57 anos". Era este o lema da minha mãe, a minha maior fã, a minha melhor amiga, uma mulher linda, amorosa e alegre, que partiu quando eu tinha 13 anos .
Sou formada em turismo pelo ISLA - Instituto superior de línguas e administração.
O meu negócio é na área da Produção de eventos e decoração de interiores.
Comecei a empreender em 1988, quando decido sair do Turismo, depois de lá ter estado 10 anos trabalhando com o melhor dos secretários de Turismo da região Autónoma da Madeira, João Carlos Abreu - com ele participo e crio projectos para o departamento de Animação que organiza e promove os cartazes de animação turística da região, hoje em dia somos grandes amigos e fãs um do outro.
Fundo o Esboço com a Nini Andrade Silva, em 1998 (éramos as maiores amigas desde os 4 anos de idade) ... 20 anos depois deixo o Esboço e o Atelier Nini Andrade Silva onde detinha uma quota de 33,3 % e já com sedes em Lisboa e Kuala Lumpur, e lanço me sozinha noutro desafio, fundando a minha sociedade unipessoal Dream Flowers by Isabel Borges que hoje tem nome assente no mercado da especialidade, com trabalhos realizados em Portugal, em Londres, e nos Emirados Árabes, com passagens por Las Vegas a convite do Cirque du Soleil como designer de vestuário .
www.dreamflowersbyisabel.com

Testemunhos de Empreendedoras

Cláudia Spínola
Gerente da CS - Design Flower
Dinamismo e inovação são dois adjectivos que caracterizam a nossa empresa, venha conhecê-la. Possuímos formação em arte floral e decoração de eventos. Dispomos dos serviços de Wedding planner,florista, convites, brindes e tudo o que precisa para o seu evento.
www.csflowersdesign.com

Verónica Faria
Coach e Formadora, especialista em Carreira, Empreendedorismo e Liderança.
Ajudo Profissionais Determinados que querem abraçar o seu POTENCIAL ▶

Madeira

e AFIRMAR a sua VERDADE, sem comprometer a sua carreira. Tudo isto, rumo a uma VIDA mais EXTRAORDINÁRIA. Afinal é isso que merecemos! Sou criadora dos Programas "V+Liderança" e "Desenvolvimento Profissional e Equilíbrio Emocional", que já ajudou centenas de pessoas a obterem mais e melhores resultados na sua VIDA PROFISSIONAL, com impacto poderosos na sua VIDA PESSOAL.
www.veronicafaria.pt

Bárbara Fernandes
Fotógrafa
Bárbara Photography é uma profissional dedicada de corpo e alma à fotografia. Disponibiliza vários serviços e produtos, desde registos fotográficos de Casamentos, Batizados ,Primeiras Comunhões, Álbuns e Books digitais de vários tamanhos a gosto do cliente, impressão de fotos em papel, tela e pvc em diversos tamanhos.
Facebook.com/BarbaraPhotography

Lara Hein
Proprietária da 3D Fun Art Museum
O 3D FUN ART MUSEUM é um espaço descontraído, para todas as idades. Um conceito de museu diferente do habitual, uma vez que alia a arte à diversão e permite que os visitantes possam usufruir de bons momentos a criar boas memórias.
Dispõe de cerca de 40 cenários diferentes, entre imagens 3D e ilusões ópticas, que nos fazem entrar no mundo da fantasia e da imaginação e acreditar que tudo é possível. Aqui, os visitantes podem encarnar o médico de Van Gogh, aventurar-se num safari ou até ter um dinossauro como animal de estimação!
Um espaço que alia a ciência da percepção visual à magia da ilusão e faz tudo parecer possível.
As fotografias são permitidas e até incentivadas. Um espaço para todas as idades, para visitar munido de um dispositivo com câmara fotográfica e uma pitada de descontração.
Facebook.com/3dfunart

foto: Bárbara Photography

Estela Passos
Proprietária da Princelandia
A Princelandia Madeira é um SPA educacional para crianças e surge no ano de 2016 através de duas amigas (Estela Passos e Marla Catanho) que são mães e gostavam de proporcionar momentos especiais e únicos às crianças.
Candidatamos ao Empreender 2020 e o nosso projeto foi financiado por esta medida.
www.princelandia.com

Maria João Gonçalves
Cake Designer
Maria João Gonçalves deixou a carreira de Enfermagem no passado e é uma Cake Designer com 13 anos de experiência, com impacto a nível nacional e internacional. O seu trabalho foi capa da prestigiada revista americana Cake Central Magazine. Foi palestrante convidada da 1ª conferência TEDx Funchal, bem como, nas 1ª à 4ª edições do Congresso Internacional de Confeitaria Artística do Brasil (Conisugar).
www.MariaJoaoBolosArtisticos.com

Sara Cunha
Gestora de vendas - Bimby Madeira
A Bimby Portugal tem 1600 agentes, de norte a sul e ilhas. Na Madeira a equipa conta com 25 agentes. Trabalhamos com muita Paixão porque acreditamos que fazemos a diferença na vida das pessoas. Mais do que um produto vendemos um ESTILO DE VIDA.
www.bimby.pt

Patrocinadores

Startup Madeira
Presidente Executivo: Carlos Soares Lopes
Incubadora de dinamização do empreendedorismo
A Startup Madeira é a incubadora responsável pela dinamização do empreendedorismo, da inovação e da proteção do conhecimento. A incubação de empresas e a realização contínua de programas de empreendedorismo e inovação fazem parte da estratégia desta instituição que auxilia empreendedores e startups no desenvolvimento e expansão dos seus negócios.
www.startupmadeira.eu

Mania da Cozinha
Restaurante
A Mania da Cozinha é um restaurante familiar, localizado na zona histórica de São Pedro, no Funchal, no qual já há 20 anos disponibilizamos deliciosas refeições, num ambiente acolhedor e simpático. As opções vegetarianas são uma constante no nosso menu, bem como as aulas de culinária, sobretudo de cozinha macrobiótica.
www.facebook.com/maniacozinha

Na Minha Terra Tv
Canal livestream
O canal NAMINHATERRA TV é a TV que aproxima as pessoas às suas raízes através da transmissão em direto de eventos.
Pioneiros em Portugal na comercialização do serviço de transmissão em direto/ Livestream de eventos na Internet para as comunidades, somos um canal TV privado que procura a excelência na difusão e na produção, transmitindo em tempo real para todo o mundo, evidenciando, revitalizando e difundindo a identidade cultural das regiões e das suas gentes.
www.naminhaterra.com

Porto

Lançamento da Coordenação Regional

Decorreu no dia 9 de Novembro, no Clube House – Vale Pisão, o lançamento da Coordenação Regional do Norte das Mulheres à Obra, cerca de 50 convidadas, onde puderam compreender melhor o papel das Mulheres à Obra, os planos daqui para a frente, e pelos testemunhos de Mulheres Empreendedoras convidadas que partilharam as suas histórias e experiências como forma de incentivar as participantes. Houve ainda um momento de networking e troca de contatos.
Para além da disponibilização do espaço, por parte da Gerência do Clube House, contámos com a ajuda de duas profissionais incríveis, Ana Ruchel e Liliane Machado, da Empresa Oficineiros, responsáveis pela comunicação e promoção do evento. Contámos com o apoio da Agência de Comunicação Deta, na personalização dos

DETA®

VALE PISÃO
CLUB HOUSE · RESTAURANTE · WINE BAR

lápis que oferecemos às participantes e de molduras para serem usadas nas fotos e posterior postagem nas redes sociais. Estiveram presentes duas marcas empreendedoras, a MIA-MÔ e a marca de calçado eco-friendly, Verney.
O balanço foi muito positivo, pelo feedback que obtivemos e superou as nossas expectativas.

Recém-lançada, Coordenação Norte das Mulheres à Obra planeia diferentes ações para 2020. Encontros, workshops e até um Congresso estão previstos para o primeiro semestre

O que procuram mulheres dinâmicas e empreendedoras para 2020? A oportunidade de crescimento pessoal e profissional. O grupo de empreendedoras portuguesas do movimento Mulheres à Obra planeia meses com agitação e dinamismo. A Coordenação Norte do Movimento, recém lançada num encontro em Vale Pisão, tem pela frente o desafio de promover novos momentos de empreendedorismo feminino. Braga e Guimarães devem ser as primeiras cidades beneficiadas com palestras e workshops, e o Porto receberá em maio centenas de participantes num Congresso das Mulheres à Obra. Sónia Cristina Paiva e Raquel Pelicano estão a frente da região Norte. Explicam que estão abertas a ideias e parcerias para levar momentos de informação a todas as cidades do Norte de Portugal. Os factos estão à vista, com o número de mulheres que conseguiram reunir no primeiro evento oficial da gestão da dupla: o lançamento da Coordenação Norte.
Um somatório de histórias de empreendedorismo profissional e pessoal. Assim pode-se definir o primeiro passo da Coordenação Norte do Mulheres à Obra. Dezenas de mulheres marcaram o lançamento oficial desse movimento colaborativo com mais de cem mil mulheres em Portugal e Angola. Nascido em 2017 em Lisboa, como maneira de estimular o networking e aperfeiçoamento de mulheres profissionais, as Mulheres à Obra marcaram em 2019 uma importante etapa: a regionalização de grupos de trabalho.
No Norte de Portugal, Sónia Cristina Paiva e Raquel Pelicano representam um grupo de empreendedoras com o mesmo objetivo: apoio e estímulo entre profissionais que equilibram atividades no ambiente de trabalho e familiar sem se esquecerem dos cuidados com o "ser" mulher.
No lançamento no Vale Pisão, cerca de 50 convidadas puderam compreender melhor o papel das Mulheres à Obra, os planos

Oficina das Palavras
INTELIGÊNCIA EM COMUNICAÇÃO E CONTEÚDO

Porto

daqui para frente e também prestigiaram a conversa com empreendedoras convidadas para exporem as suas trajetórias. "Eu e a Raquel sempre tivemos a pretensão de fazer um lançamento da Coordenação Regional do Norte das Mulheres à Obra com um formato diferente, que passou não só pela escolha do espaço, como também pelos testemunhos de Mulheres Empreendedoras que partilharam as suas experiências como forma de incentivar as participantes. Houve ainda um momento de networking e troca de contatos", explica Sónia Cristina Paiva.

Raquel Pelicano, igualmente satisfeita com o resultado do primeiro encontro, acrescenta a emoção de partilhar o projeto no Norte de Portugal. "Para primeiro evento e apresentação do Projeto, considero que correu bastante bem. As oradoras deixaram-nos as suas vivências e as suas experiências, e tocaram os corações de todas as participantes. Não tenho palavras para descrever o que senti durante este dia. A emoção de poder partilhar este projeto das Mulheres à Obra na Região Norte, é indescritível", declara Raquel Pelicano.

E agora? Este grupo dinâmico planeia uma missão ainda mais desafiadora, um Congresso em 9 de maio de 2020, com a presença de 200 convidadas. ■

Mais informações acerca do funcionamento e como fazer parte deste grupo, basta entrar em contato pelo email: mao.norte@mulheresaobra.pt ou pelos sites
www.soniacristinapaiva.com
www.pelicanoconsultores.pt

MULHERES À OBRA

UMA NOVA GERAÇÃO
DE MULHERES EMPREENDEDORAS

COORDENADORAS regionais

ALGARVE

mao.algarve@mulheresaobra.pt

Ana Cristina Rosa
912 374 746

Patrícia Rosa
916 262 499

MADEIRA

mao.madeira@mulheresaobra.pt

Carolina Andrade
924 048 020

Gregória Pereira
919 400 358

NORTE

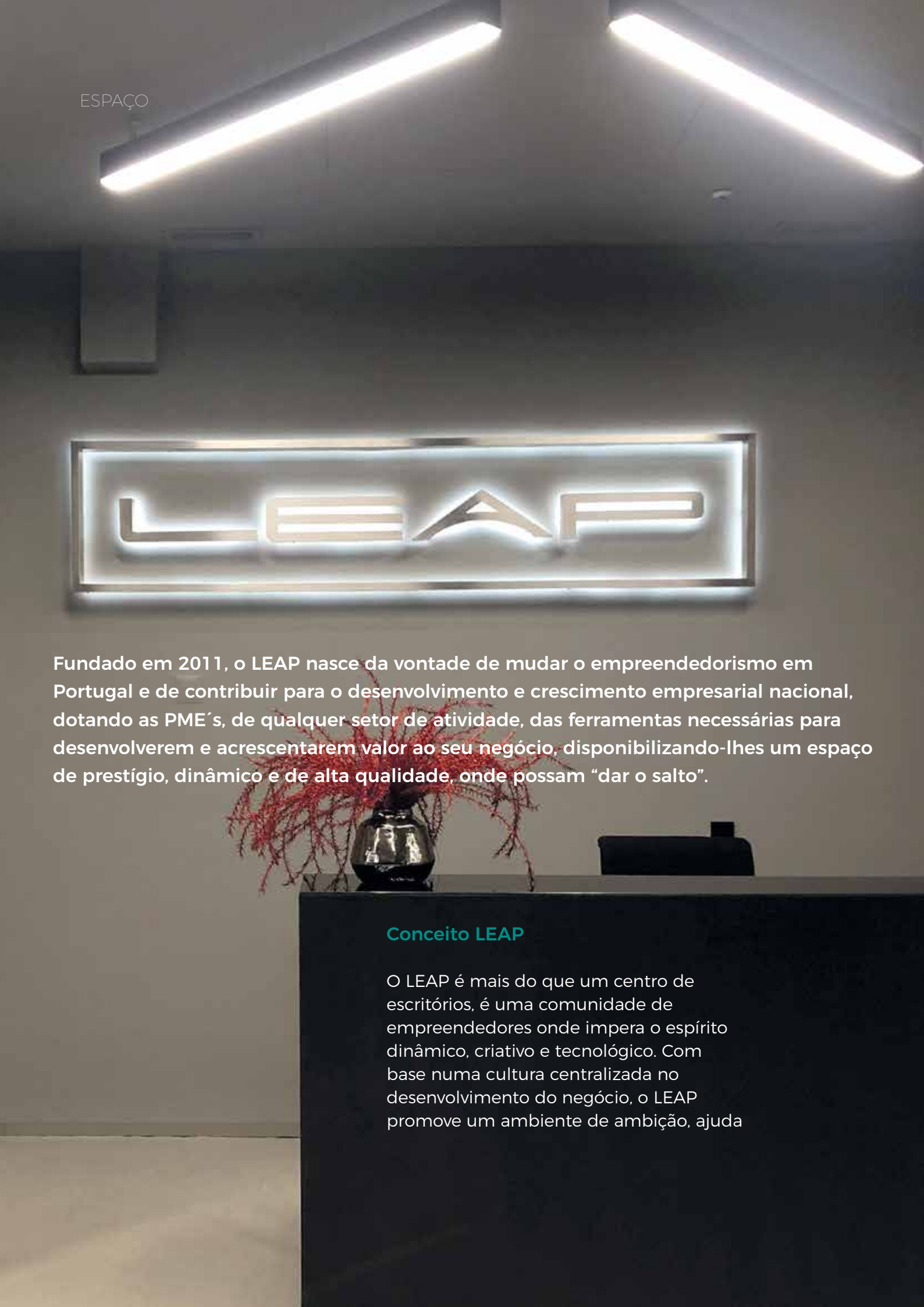
Zona de atuação:
Distrito do Porto, Braga e Guimarães

mao.norte@mulheresaobra.pt

Raquel Pelicano
927 200 454

Sónia Cristina Paiva
930 530 243

www.mulheresaobra.pt
comunidade colaborativa de mulheres empreendedoras



Fundado em 2011, o LEAP nasce da vontade de mudar o empreendedorismo em Portugal e de contribuir para o desenvolvimento e crescimento empresarial nacional, dotando as PME´s, de qualquer setor de atividade, das ferramentas necessárias para desenvolverem e acrescentarem valor ao seu negócio, disponibilizando-lhes um espaço de prestígio, dinâmico e de alta qualidade, onde possam "dar o salto".

Conceito LEAP

O LEAP é mais do que um centro de escritórios, é uma comunidade de empreendedores onde impera o espírito dinâmico, criativo e tecnológico. Com base numa cultura centralizada no desenvolvimento do negócio, o LEAP promove um ambiente de ambição, ajuda

mútua e amizade. Tudo para que cada empresa se foque apenas no seu negócio.
Face a outros centros de escritórios, o LEAP distingue-se e diferencia-se pelos seus serviços, flexibilidade e localização.
Em termos de estrutura e espaços, atualmente a rede LEAP compreende o LEAP Amoreiras, o LEAP Santos, o LEAP Docas e o LEAP Sete Rios, inaugurado no início de novembro.
Segundo Ana Redondo, Global Manager do LEAP, "Em resposta às necessidades do mercado atual, todos os espaços LEAP oferecem soluções "chave-na-mão". Desta forma, permite que cada empresa cresça ao seu ritmo e de acordo com o seu budget, sem ter de se preocupar com a contratação de serviços a fornecedores e negociar preços, possibilitando assim uma otimização de custos e uma flexibilidade contratual sem compromissos de longo prazo."
Nestas soluções "chave-na-mão", associadas à inovação tecnológica e ao empreendedorismo, é de destacar o crescimento da procura de cowork e de escritórios virtuais. A possibilidade de trabalhar em qualquer parte, a qualquer hora, maximizando a eficiência e minimizando custos é, neste momento, a procura da economia moderna.
O cowork, além de evitar custos avultados com rendas e impostos, permite aos profissionais restabelecerem algumas rotinas, separarem a vida pessoal e profissional, evitando o isolamento social. É ainda um excelente ambiente para desenvolver networking e estabelecer contactos na sua área de negócio.
Quanto aos escritórios virtuais, são uma alternativa à aquisição ou arrendamento de um escritório físico. Além da redução de custos, permitem a qualquer profissional ter um escritório sem sair de casa e em qualquer parte do mundo, fazendo com que sejam ▸

- uma solução ideal para empresas que pretendem instalar-se de forma rápida, ganhar dimensão e ter uma localização de prestígio.
  Um dos grandes focos do LEAP é também promover e fomentar a criação e o desenvolvimento de uma boa rede de contactos profissionais. Para isso, nos centros LEAP são desenvolvidas, com regularidade, diversas iniciativas e atividades que permitem gerar sinergias e parcerias entre as empresas presentes, tais como: formações, pequenos-almoços de networking e eventos de convívio.
  Ter uma boa rede de contactos profissional nunca foi tão importante para o sucesso de uma empresa e até mesmo para o sucesso profissional individual. Uma rede forte permite adquirir uma visão aprofundada das tendências do mercado em geral, e da respetiva área de negócio em particular, para além de abrir um mundo de oportunidades, onde pode conhecer futuros parceiros e clientes.

Localizações

Nas proximidades de cada um dos centros de escritórios LEAP existem boas acessibilidades, restaurantes e/ou cafetarias de cozinha saudável, ginásios, espaços de artes e eventos, parques de estacionamento, entre diversos outros serviços, que complementam o dia-a-dia

de todos os que fazem parte desta comunidade.
Os clientes que procuram conciliar a produtividade com a vida social de forma equilibrada e saudável e, nos espaços LEAP encontram, o complemento para responder a essa necessidade.
O LEAP conta já com 4 centros de escritórios: o LEAP Amoreiras, o LEAP Docas, o LEAP Santos e o LEAP Sete Rios.

Ana Redondo

LEAP Sete Rios

Aberto em formato soft opening desde novembro de 2019, e localizado no edifício 7Rios (antigas galerias comerciais Twin Towers), no centro de Lisboa (freguesia de Campolide), com uma área de 3.000m2, é o maior e mais recente centro de escritórios da rede LEAP.
Com excelentes acessibilidades, este espaço fica apenas a 200m dos principais meios de transporte da zona (estação ferroviária, rodoviária e metro) e tem capacidade máxima de 340workstations, num conceito de flexible Office solutions (open space para cowork e escritórios individuais e privados).
Para além de todos os serviços de escritório virtual, hot desk, private desk ou cowork e escritórios privados, possui copa com área partilhada e zona de refeições, salas de reuniões totalmente equipadas, lounge, hub's para quick meetings e phone boxes para telefonemas privados.
Os serviços partilhados do LEAP consistem em: receção (atendimento telefónico personalizado e distribuição da correspondência), internet, suporte de IT, limpeza diária, utilização da copa para refeições, utilização individual de salas de reunião comuns (totalmente equipadas), acesso à reprografia, mobiliário, serviço de vigilância com acesso 24/7 ao espaço de trabalho.
Com uma arquitetura modular, o LEAP Sete Rios disponibiliza a flexibilidade que se ajusta às necessidades de cada cliente, num ambiente descontraído que permite conciliar o lado profissional e formal.
Cada cliente pode escolher a sua melhor Office solution, à medida do seu budget, por forma a impulsionar o seu negócio, para "dar o salto" (leap), personificando o nome LEAP. ■

BIOGRAFIAS

As Primeiras

Muitas passaram e, ainda, passam despercebidas, outras marcaram pela diferença e coragem, mas todas são pioneiras num mundo de homens. Venham conhecer a história por detrás de um livro que traça as biografias de Portuguesas que se destacaram por serem as Primeiras.

Ilustração: Isa Silva

Escrito por Luísa Viana de Paiva Boléo e Margarida Pereira-Müller, o livro 'As Primeiras' foi lançado no final de 2019 e promete surpreender todos que o lerem, tanto pela diversidade como pelas histórias reveladas.
Margarida Pereira-Müller nasceu em Portalegre e é licenciada em Filologia Germânica. Viveu na Alemanha onde trabalhou como correspondente e, mais tarde, dedicou-se ao mundo da gastronomia, resultado das suas inúmeras viagens. Já publicou vários livros entre contos infantis (dois deles estão no Plano Nacional de Leitura), biografias e gastronomia, tendo escrito também sobre mulheres.
Luísa Viana de Paiva Boléo nasceu em Coimbra. É licenciada em História e esteve ligada às bibliotecas e serviços de documentação. Foi editora de revistas no Gabinete de Direito Europeu e da Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres e já editou vários livros de biografias. Foi com ela que conversei a propósito do lançamento do livro.

Conheci a Luísa pelo Facebook quando me fez o convite para criar a ilustração da capa.

Fale-me um pouco de si e do seu percurso

Venho de uma grande família onde sou a quarta de nove filhos. O meu pai era professor universitário na área de linguística e filologia e a minha mãe tirou o curso de puericultura em solteira e pertenceu às Noelistas. Tinha uma cultura acima da média.
Ao ter crescido em Coimbra acabei por não ter os inconvenientes de uma cidade grande como Lisboa nem as limitações de uma cidade pequena. Coimbra sempre teve uma vida cultural importante. Comecei a escrever muito nova e como tinha uma casa cheia de livros - o meu pai tinha com acervo enorme - teve um forte impacto no meu percurso.
Era um investigador, escrevia muito dentro da sua área e viajava bastante, pois

Luísa Viana de Paiva Boléo e M. Margarida Pereira-Müller

dominava 6 línguas. A minha irmã mais velha foi professora do secundário e editou vários livros para o ensino, alguns do meus irmãos tornaram-se tradutores e o irmão mais novo, João Paulo, é um especialista em Banda Desenhada. Portanto cresci rodeada de escrita e de leitura.
Quando vim fazer o curso de História para Lisboa comecei a escrever para revistas e jornais. Um dos temas eram biografias de mulheres. Sempre achei importante falar de mulheres por serem menos conhecidas.
Colaborei regularmente com várias revistas e jornais, nomeadamente Máxima, Público, Notícias Magazine, Expresso e Visão, e fui responsável pela revista 'Notícias' da Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres.
Também escrevo sobre homens, mas a grande maioria é sobre mulheres porque são mais esquecidas. Recentemente muitos autores e autoras pelo mundo inteiro estão a dar-lhe o seu devido destaque.

Quantos livros é que já escreveu?

No ano em que o meu filho nasceu escrevi um livro ilustrado pelo meu marido chamado 'Raposa Vegetariana'. É um livro pequeno mas muito especial porque tem um valor sentimental. Mais tarde escrevi 'Casa Havaneza – 140 anos à esquina do Chiado', 'D. Maria I, A Rainha Louca', 'D. Maria II, A Rainha Insubmissa' e 'Marquesa de Alorna - Querida Leonor'. 'As Primeiras' é o meu sexto livro. Mas em termos de artigos na imprensa terei muito perto da centena.

Como tiveram a ideia do livro? Como tudo começou?

Durante os anos em que fui responsável pela revista 'Notícias' e pela biblioteca da Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres, entre os anos de 1991 a 2000, tive acesso a livros raros e a arquivo de recortes de jornais. Guardava exemplares das revistas e tirava fotocópias desses recortes porque achava fantástico o que aquelas mulheres faziam. Eram notícias sobre a primeira juíza, as primeiras militares, a primeira guarda-freio da Carris... um conjunto de descobertas que não poderia deixar escapar.

Luísa com Ana Marques e José Figueiras no programa Alô Portugal da SIC

Isa Silva

Entrevistámos várias mulheres referidas no livro e muitos familiares das já falecidas. Queremos aproveitar para agradecer, tanto a estas pessoas como a várias entidades, as muitas imagens únicas que colocámos no livro.

Sobre a capa do livro, quer falar sobre isso?

Vi o trabalho da Isa Silva na internet e gostei do traço porque quando a editora nos apresentou a capa não gostei. Como já editei dois livros na Esfera dos Livros e as conheço há mais de quinze anos, disse que não era aquela a capa que desejava e deram-me oportunidade de escolher desde que tivesse, também, a concordância da Margarida.
A Isa "caiu-me do céu" e, como não há coincidências, contactei-a, falámos e a capa surgiu exactamente como desejei. Autoras e equipa editorial bateram palmas. E os leitores também gostam.

Quais foram as maiores dificuldades na recolha da informação?

As principais dificuldades são saber com certeza absoluta qual era "a primeira" naquela área, porque nos jornais e revistas há muitas informações erradas. Tinha de ser tudo passado pela peneira mais fina.
No meu caso foram datas referentes à Guiomar de Vilhena, que foi a primeira empresária vinícola da Europa e que nasceu na ilha da Madeira. Sabia que tinha vivido no século XVIII e que havia um descendente que tem um cargo numa Santa Casa da

Tenho recortes de inúmeras publicações, algumas de 1977, muito antes de estar na Comissão, e fui criando um arquivo sempre a pensar que me poderiam ser uteis um dia. Este hábito de fazer recortes veio do meu pai. Em meados de 2010 conheci a Margarida, que já escrevia e também tinha uma componente feminista, e logo percebemos que tínhamos uma ideia comum de dedicar um livro às pioneiras. Porém, a conciliação de agendas tornou-se um obstáculo e só uns anos mais tarde, em 2018, é que foi possível avançar com o livro. Começámos por fazer uma listagem por profissões mas percebemos que seria complicadíssimo e então decidimos pegar nos nomes que já conhecíamos como, por exemplo, a Primeira Primeira Ministra Maria de Lourdes Pintasilgo, mulheres na medicina e advocacia e em algumas militares.
Quando fomos propor o livro à Esfera dos Livros já levávamos mais de cinquenta mulheres seleccionadas. A resposta foi positiva e tivemos a indicação para avançar. Sabíamos que o livro não iria ter ilustrações a cores que são caras, mas poderíamos colocar recortes de jornais e fotografias a preto e branco. Antes do verão estava terminado.

Misericórdia na província, mas não quis falar comigo. Mandou dizer que não sabia as datas, nem de nascimento nem de morte. Encontrei na Biblioteca Nacional em livros de linhagens. Há muitos nomes de mulheres nos Almanaques de Lembranças Luso-Brasileiro de que possuo a colecção quase completa. Outra com alguma dificuldade foi a mais antiga de todas, de 1517, que é a capitoa (trata-se da mulher que fica à frente da capitania do Brasil), a primeira governadora das Américas, Brites de Albuquerque, e não conseguimos encontrar nem um desenho ou retrato. Há alguns elementos por parte do Brasil mas nada de Portugal porque, como sabem, o Brasil naquela época era território português.
De resto, podemos dizer que tivemos sorte com os familiares e com a pesquisa que fizemos.

Luísa com duas Faroeiras durante o lançamento do livro na FNAC Colombo

Aposto que tiveram muitas surpresas nesta investigação que fizeram para o livro...

Sim, sim! Tenho alguns exemplos. Sabia vagamente que uma mulher tinha conseguido uma condecoração militar e a Margarida "descobriu" a submarinista num jornal. Esta entrou no livro numa fase final. Embarcou na sua primeira missão em 2019. A Margarida também descobriu um grupo de forcadas, o que é raríssimo. As únicas. Também ficámos admiradas por conhecer as primeiras faroleiras, que são todas dos Açores porque é a zona do país com mais faróis. A primeira mestrina... pensámos que era mais actual e afinal nasceu nos anos 20 do século XX. Descobrimos coisas fantásticas de todas que fazem parte deste livro, o que aumentou a nossa admiração ainda mais porque desbravaram caminhos difíceis.

... até porque com a publicação deste livro podem ficar a conhecer muitos nomes de outras profissões...

Sim, claro. Nós ficaríamos muito contentes que nos viessem dar novos nomes porque há ainda muito para descobrir.

De todas as mulheres que mencionaram no livro, qual é aquela que mais admira?

Não posso referir apenas uma, mas admiro a Isabel Bandeira de Mello, a primeira pára-quedista civil, porque chegou a ser a primeira entre homens e mulheres quando, na Guerra do Ultramar, saltou em Angola e Moçambique. Ela foi várias vezes a primeira. Foi, também, a primeira a tirar o brevet de piloto de balão de ar quente. Contou-

me que, quando estava a fazer a formação nos EUA, tinha de sair de noite para treinar porque os voos eram a essa hora. Deixava o marido e os filhos na cidade e viajava muitos quilómetros sozinha de noite.
Outra que gostava de destacar é a Elisabete Jacinto. Não é uma pessoa qualquer que se aventura, com um camião, pelo deserto com as terríveis tempestades de areia entre tantos outros perigos, muitas vezes até a morte.
Mas também admiramos mulheres que foram para a universidade e que tiveram que passar por um rigoroso escrutínio de professores para conseguirem estudar. Há mulheres verdadeiramente admiráveis pela coragem e tenacidade que tiveram.

Se algumas destas mulheres viessem nos dias de hoje teriam dificuldades semelhantes? Tenho a sensação de que em alguns sectores as coisas pouco evoluíram.

Acho que as mulheres continuam, em determinadas áreas de poder, a ter muita dificuldade em chegar ao topo. A Margarida e eu, na introdução do livro, referimos que em Novembro de 2019 entraram 2 mulheres para cargos muitos importantes na União Europeia. Não sabemos se vão ser boas ou más profissionais, mas sabemos que foi um longo caminho até o conseguirem.
Ainda há feudos entre os homens para não deixarem entrar mulheres. Temos, por exemplo, o caso da arbitragem e da banca. Existe uma barreira séria.

Será que ainda vivemos num país tacanho?

Não é o país que é tacanho. São as pessoas. É como a história de se dizer que o português é muito triste. Já os franceses acham que "les portugais sont toujours gais".
Acho que há na província ainda aquela mentalidade do luto, ainda muito ligada à religião, mulheres que ficam eternamente de luto mesmo que os maridos não tenham sido bons para elas, mesmo que os maridos lhes tenham batido. Há uma parte cultural extremamente forte com imenso poder sobre as pessoas. Uma má interpretação da tradição.
Não me esqueço de um caso de uma mulher que tinha sido condenada por ter morto o marido e depois dos juízes terem reapreciado o processo, a sentença foi muito mais leve, visto que fora durante anos vítima de violência. Lembro-me perfeitamente de ter visto na televisão a reportagem sobre o seu regresso, vestida de luto, a entrar em casa e como as pessoas da terra a receberem mal. Não lhe falavam.
Uma coisa absolutamente chocante saber que há actualmente raparigas cujos namorados lhes batem e que acham isso normal. Tem de haver um grande estudo, uma alteração profunda nos apoios para combater este mal cultural ainda muito enraizado na população portuguesa.

O que gostaria que mudasse no mundo em relação às mulheres?

Temos de dividir o mundo ocidental, aquilo que chamamos Europa, Estados Unidos, Canadá e os países em que a religião ainda é lei.
É óbvio que há imensos movimentos de mulheres muçulmanas e de outras religiões que se têm rebelado e lutado contra essas sociedades que minimizam as mulheres, mas infelizmente os fundamentalistas ▸

> *Acho que as mulheres continuam, em determinadas áreas de poder, a ser muito difícil chegar ao topo. (...) Ainda há feudos entre os homens para não deixarem entrar mulheres.*

existem e têm muito poder. É difícil mudar mentalidades culturais em décadas. Demora muitíssimo tempo.
E o que essas mulheres corajosas têm feito, que têm impedido muitas tradições ancestrais como, por exemplo, a mutilação genital feminina em África. Mas é uma luta de décadas. Todavia já se vão dando muitos passos.
É claro que deve haver mudanças na legislação mas são as próprias mulheres, e as que não estão bem, que têm de lutar contra actividades e tradições que são barbaridades. Mas, também, é preciso que os homens, os professores, os legisladores, os pensadores dêem um empurrãozinho.
O apoio dentro da família, o apoio a nível de comunidade, o apoio a nível profissional, tem de aumentar para que essa luta seja mais eficiente e que traga melhores resultados.
As próprias mulheres têm de desbravar esse caminho.

Ainda há muitas mulheres para referenciar. Já estão a pensar num segundo livro?

Sim. Eu e a Margarida temos mais de cinquenta mulheres ainda para divulgar. Vamos deixar que este livro faça o seu trajecto editorial, convém que chegue a toda a gente e, quando for oportuno, editamos o volume II.
Já estamos a trabalhar nesse sentido neste início de 2020.
Há ainda uma quantidade de mulheres que queremos revelar, como por exemplo nas áreas do desporto, engenharias e ciências, sindicatos, artesanato, mulheres que estão a abrir caminhos.
Todos os anos aparecem Primeiras com a natural evolução de novas técnicas e profissões. Há uma portuguesa cientista-astronauta na NASA, mas não posso revelar mais nada.

Que mensagem gostaria de deixar às nossas leitoras?

Que a humanidade é feita de homens e mulheres.
Que a geração da minha neta - que tem dois anos e meio - encontre a igualdade de oportunidades, cargos e de participação cívica, que não seja apenas uma palavra.
Que a Igualdade seja real, pelo menos no mundo ocidental, porque nos países em que a lei é a religião demora mais tempo. Os últimos acontecimentos no Médio Oriente mostram que Elas estão atentas e querem a mudança.
Acho que o século XXI vai ser muito surpreendente. Acredito que este assunto vai deixar de ser assunto. ■

Pub

isa
silva
.com

Ilustração
Design Gráfico
Paginação
Workshops
Pintura
Live Sketching & Desenho
Arte Urbana & Pintura Mural
Artesanato
Fotografia
Escrita Criativa

instagram.com/isasilva5
facebook.com/Isa.Silva.com.site
MarciLand5.**etsy**.com
steller.co/isa_silva
twitter.com/isv5

isasilvafotografia@gmail.com
www.isasilva.com

Dicas para um Plano de Marketing Pessoal de sucesso

As mulheres empreendedoras da comunidade 'Mulheres à Obra' partilham dicas úteis que pode colocar em prática na sua vida profissional e/ou pessoal. Sónia Cristina Paiva, consultora de imagem, indica quais os aspectos fundamentais que deve ter em conta para ter sucesso no seu marketing pessoal.

Há uma questão que devemos colocar a nós próprios: Se a minha marca sou eu, então devo investir no meu Marketing Pessoal? A resposta é sim.
A importância do Marketing Pessoal está justamente em garantir que as outras pessoas percebam as qualidades do nosso trabalho e os diferenciais que possuímos relativamente aos demais. Aspetos como o comportamento, atitudes, discursos, vocabulário, valores e objetivos são apenas alguns dos componentes que ajudam a moldar a nossa imagem perante os colegas de trabalho e eventuais concorrentes e clientes.
Para garantir o sucesso da sua estratégia de marketing pessoal, deverá ter em consideração alguns aspetos essenciais que estão resumidos na teoria dos seis Ps:

1. Preço: O preço refere-se ao valor que será cobrado pelo produto ou serviço que está a ser apresentado. É preciso, numa fase inicial, identificar a melhor forma de apresentar o preço ao público alvo.
Importa definir os fatores que determinam

o preço do seu serviço, ou seja, mencionar taxas e métricas específicas. Por exemplo, se é fotógrafo e cobrar uma determinada importância pelo serviço que irá prestar por uma sessão, deve especificar o que o valor contempla, desde as horas de trabalho, as entregas, os resultados e outros aspetos práticos que sejam essenciais para a concretização do serviço. Com isto, demonstrará organização e transparência para com os clientes.

2. Praça: É o ambiente em que o produto será vendido. É preciso identificar onde é que o seu público alvo se concentra. O ambiente pode ser físico ou virtual, e cada tipo de ambiente irá exigir uma abordagem específica.

3. Produto: Refere-se à maneira como descreve o produto/serviço que deseja vender. Quais são as suas características e o seu diferencial face a outras ofertas similares no mercado.

4. Pessoas: Quais os grupos ou características das pessoas que quer trabalhar, a sua faixa etária, estado civil, sexo, área de formação e outros aspetos que permitam traçar a sua caraterização sócio-demográfica. Aqui terá que definir com clareza qual o público que quer atingir.

5. Promoção: Aqui deve identificar qual a melhor estratégia para divulgar e vender o seu produto ou serviço.

6. Posicionamento: Finalmente, deve definir uma estratégia para ser reconhecido por aquilo que faz, com o objetivo de ser considerado uma autoridade na sua área.

Depois de perceber a teoria subjacente ao Plano de Marketing Pessoal, siga as dicas para realizar estratégias que tragam o lucro e o prestígio que procura.

Conheça o seu público

Numa primeira fase, importa efetuar pesquisas e estudos sobre o seu público alvo. Identifique onde estão concentrados, quais as redes sociais que utilizam com mais frequência, o que procuram num produto ou serviço com as características do seu. Essa pesquisa ajudará a identificar a estratégia a adotar na apresentação do seu produto.

Conheça a sua concorrência

Apesar de ser uma dica para o mercado em geral, é importante identificar as estratégicas dos seus concorrentes. E a partir daí realizar campanhas com um conteúdo original, diferenciado e que se destaquem. Lembre-se que o marketing, além de vender o produto, dissemina o nome da sua marca.

Tenha um plano de marketing

Saiba quais são os fatores internos e externos que influenciam a sua campanha. É preciso levar em consideração, no seu plano de marketing, o valor que poderá ser investido e o retorno que espera do investimento. Caso o retorno não seja o esperado, adote outra estratégia.
Consolide o visual da sua marca
Adote uma imagem que seja coerente com a mensagem que deseja transmitir. Por exemplo, quando define as cores e

caraterísticas da sua marca, espera-se que o seu público se lembre e reconheça os seus produtos ou do nome da empresa por essas mesmas caraterísticas, associando-as a determinados valores, gostos e estilos. Tenha muita atenção e cuidado quando efetua qualquer atualização ao seu visual. As alterações constantes do logótipo, das fotos, cores e outros elementos relacionados com a identidade da marca podem gerar confusão e perturbar o reconhecimento por parte dos clientes.

Adapte-se

É crucial que a sua empresa se consiga adaptar às diferentes situações externas para continuar a conquistar os clientes. O contexto está em constante mudança e a sua abordagem ao mercado terá que manter sempre o seu dinamismo. Antecipe-se e esteja sempre atento às tendências e novidades para as integrar na sua abordagem.

Esteja em diferentes canais de comunicação

Esteja onde estão os seus clientes: Facebook, Instagram, Pinterest, Linkedin e outras redes sociais, cada uma apresenta um potencial específico que poderá ser mais ou menos relevante para o seu público. Faça uma análise prévia do público presente em cada uma destas redes sociais e defina as suas prioridades em função da prevalência dos seus potenciais clientes em cada uma delas. Para além disso, na era do virtual não esqueça o presencial. Dependendo do serviço/produto que oferece, pode ser essencial ter um espaço físico disponível para receber os clientes, seja em permanência, por exemplo uma loja ou um escritório, seja pontualmente, mediante a participação em mostras, feiras e mercados na sua área de atuação.

Mostre provas tangíveis do seu sucesso

Nunca substime a importância da consistência ao apresentar-se como um produto ou marca. Crie uma marca coesa e de qualidade antes de se lançar no mercado e utilize os seus canais para apresentar o seu portfólio, os casos de sucesso e os testemunhos de clientes satisfeitos. Nunca substime o poder das referências. ■

Pub

Happy girls are the prettiest.

MADE WITH ♥ IN PORTUGAL

www.missus.pt

Fórum Oeiras | Rua Dr. José da Cunha 25A 2780-187 Oeiras

8 erros que está a cometer online e provavelmente não sabe

Gerir um negócio não é uma tarefa tão simples e linear como muitos nos fazem acreditar. Além de todas as tarefas inerentes ao próprio negócio, é também preciso gerir as redes sociais, trabalhar as estratégias, desenvolver uma boa comunicação, organizar a parte administrativa. E, no meio de tantas tarefas, é normal que erros aconteçam. Até porque, se pensarmos bem, errar é humano.
Mas sabe que alguns dos erros que pode estar a cometer podem colocar em causa a reputação do seu negócio?

8 erros que está a cometer online e provavelmente ignora

São poucos os negócios que não se encontram divulgados online. É por isso que basta uma análise rápida a algumas páginas para perceber que existem erros quase transversais a todos esses negócios.
Para o ajudar, deixamos-lhe algumas dicas de erros que provavelmente comete (ou já cometeu) no seu negócio. É importante frisar que esses erros podem colocar em risco a reputação da sua empresa. Conheça-os de seguida.

1

Ignorar as reclamações de clientes

Este é um dos erros mais comuns e que tem de deixar de cometer HOJE mesmo.
Ignorar questões importantes, reclamações ou situações que impliquem um pedido de desculpa, é uma forma de fazer com que a reputação do seu negócio desça abruptamente.
Contudo, entrar em discussões públicas nas redes sociais ou em qualquer plataforma, também não é uma boa estratégia.
Resolva todas as situações por mensagem privada, email ou mesmo por telefone. Mas não deixe nunca de as resolver, sob pena de deixar o consumidor ainda mais insatisfeito.

2

Realizar avaliações falsas

Pode parecer estranho, mas até as grandes empresas têm (por vezes) atitudes como esta. Tenha em mente que na maior parte das vezes é simples perceber se uma avaliação é ou não verdadeira. E um dos piores erros que pode cometer é realmente fazê-lo, pois só irá diminuir a credibilidade do seu negócio.
Sempre que possível peça uma crítica positiva aos seus verdadeiros clientes. Eles, na maior parte das vezes, fazem de bom grado! E isso sim, irá fazer toda a diferença para o seu negócio.
Outro ponto importante passa por NUNCA fazer reviews negativas à concorrência, só porque sim.

3

Não analisar a sua reputação online

A verdade é que muitas empresas esperam até que algo manche a sua reputação para começarem a agir.
Desta forma, gerir diariamente a reputação do seu negócio, através das redes sociais, diretórios de empresas e todas as outras plataformas, irá ajudar a tornar a sua marca ainda mais relevante.
Se este é um dos erros que está a cometer online, está na altura de o travar completamente.

4

Não ouvir o que os seus clientes têm a dizer

Na grande maioria dos casos, as reclamações dos clientes não são devidamente tratadas e acabam por cair no esquecimento, provocando um sentimento de impotência em quem reclamou.
O pior é que uma grande parte dos empresários está neste momento a cometer erros deste género.
Para ultrapassar esta questão, tenha sempre disponíveis canais onde o consumidor pode, de forma privada, expor as suas dúvidas. Pois caso contrário é provável que eles acabem a reclamar nas redes sociais.

5 Apagar ou ignorar comentários negativos

Infelizmente a grande maioria das empresas não faz a mínima ideia de como responder a um comentário negativo, e acaba muitas vezes por apagar ou ignorar o mesmo.
Saiba desde já que, se está a cometer erros destes, não o faça mais. Este tipo de situação pode não só prejudicar a reputação do seu negócio, como refletir-se no volume de vendas. E temos a certeza que é algo que definitivamente não quer.

6 Não aproveitar os contactos positivos

Muitas vezes os empresários perdem a oportunidade de aprofundar as relações com os seus clientes, simplesmente porque optam por não responder a avaliações positivas.
Certifique-se sempre que responde e agradece a todas as críticas que os seus clientes fazem.
Acredite que esta é uma forma simples de melhorar o vosso relacionamento, mas também de passar uma imagem positiva da sua empresa a potenciais clientes que ainda não conhecem muito bem o seu negócio.

7 Não gerar conteúdo suficiente para se posicionar

Implementar uma estratégia de marketing de conteúdos não é uma tarefa simples, já que requer da sua parte um trabalho árduo de análise e avaliação do que deve ou não ser publicado.
Contudo, saiba que o conteúdo é uma das melhores formas de alavancar o seu negócio, e dessa forma chegar mais facilmente aos seus potenciais clientes, destacando-se da concorrência.
Pesquise e implemente corretamente esta estratégia no seu negócio. Vai ver que a médio prazo irá obter um excelente retorno.

8 Não ser consistente

Um dos piores erros que pode cometer online é a inconsistência. Quem segue o seu negócio e acompanha aquilo que vai publicando no blog e nas redes sociais, acaba por se habituar ao ritmo em que vai publicando.
Por isso, se de um dia para o outro mudar tudo e não disser "nada" aos seus seguidores, eles vão deixar de seguir a página tão atentamente como faziam.
Acredite que, quando falamos de cometer erros online, este é sem qualquer sombra de dúvida um dos piores.

Agora que já sabe quais os 8 erros mais comuns que os empresários cometem online, está na hora de começar hoje mesmo a deixá-los para trás, e seguir um novo caminho.
E tenha muita atenção, pois gerir a reputação do seu negócio através das ferramentas digitais não é um processo assim tão simples como pode parecer à primeira vista. ■

Pub

Conheça a Ourivesaria Clássica
Levamos beleza, elegância e
modernidade a todos os
nossos clientes há 30 anos.
Celsus
Uma joia para cada ocasião
Clássica
Ourivesaria
Jardim Cesário Verde, Loja 9-A | 2790-327 Queijas
E-mail: info@ourivesariaclassica.pt
https://ourivesariaclassica.pt/
Redes sociais:

Inspire Us!

O empreendedorismo feminino veio para ficar mas apresenta muitos desafios que devem ser abordados com pragmatismo e consistência. Por isso, é sempre um prazer encontrar entidades que trabalham para promover a sustentabilidade dos negócios criados por mulheres.

Quando fomos convidadas para apresentar as Mulheres à Obra aos parceiros do projeto europeu Inspire Us!, não imaginávamos que nos esperavam tantas oportunidades de aprendizagem e parceria. Ficámos muito impressionadas com o dinamismo dos participantes neste projeto e estamos já a planear novas iniciativas conjuntas com alguns deles.
Saibam o que nos propõe este projeto tão interessante pela voz da sua representante em Portugal, Teresa Valente, da StoryTellMe.

Em que consiste o projeto Inspire Us?

Inspire Us! Women Entrepreneurs, é um Projeto financiado pela Ação-Chave 2 (KA2) - Cooperação para a inovação e o intercâmbio de boas práticas (Parcerias Estratégicas), do Erasmus + da UE, e visa a motivação e apoio de mulheres empreendedoras na aquisição e desenvolvimento de novas competências-chave, a fim de promover a empregabilidade, o empreendedorismo, o desenvolvimento socioeducativo e pessoal, bem como a igualdade de género e a participação na vida cívica e social.

Qual a motivação para criar um projeto com este âmbito?

O plano de ação da UE para o empreendedorismo 2020 reconhece o empreendedorismo e o trabalho independente como fator essencial para alcançar o crescimento económico e a criação de emprego. A promoção da autonomia económica das mulheres e do desenvolvimento de competências empresariais é um pilar essencial da Estratégia da ONU para a Juventude e a Igualdade de Género.
Este projecto pretende ser uma alavanca de motivação da atitude empreendedora.

Quem são os parceiros do projeto?

O projeto é implementado em 6 países com a colaboração de 6 organizações: Grant Xpert Consulting Ltd (Chipre), Four Elements SA (Grécia), CESIE (Itália), Story Tell me (Portugal), PIA Velenje (Eslovénia), ISOB GMBH (Alemanha).

Que iniciativas têm previstas em Portugal?

O consórcio desenvolveu uma ferramenta de autoavaliação, que ajudará as mulheres a compreenderem-se melhor, no que respeita à sua personalidade e perfil psicológico, e como isso poderá afetar a sua trajetória profissional, que está online no site do projecto: www.inspireus.eu
Está previsto a realização de um workshop em cada país, incluindo em Portugal: "SHOW ME THE PATH - INSPIRE US!", o qual será realizado no primeiro trimestre de 2020.
Temos ainda um programa de formação em empreendorismo, com o foco no factor motivacional, que será disponibilizado online no 2 trimestre de 2020 e será gratuito.

Que impacto esperam que o projeto venha a ter no nosso país?

O projeto "Inspire Us!", pretende criar uma comunidade de mulheres empreendedoras, com idades compreendidas entre os 25 e os 40 anos, em toda a UE, e criar ferramentas e condições para ultrapassar quaisquer deficiências e obstáculos para alcançarem a autoconsciência, com foco nos fatores motivacionais para a criação do próprio negócio. ■

Para mais informações:
Teresa Valente – StoryTellme

3 razões pelas quais não deve querer estar feliz

Sim, é isso mesmo, não é nenhum engano, leu bem. Não deve querer estar feliz. Certamente isto parece-lhe estranho, pois a felicidade tem sido apresentada como o bem supremo que todos buscam, a meta que os gurus de desenvolvimento pessoal nos apontam a todo o momento, o tema de inúmeros livros de auto-ajuda, filmes inspiradores e blogs motivacionais.

Para perceber porque deve rejeitar esta noção de felicidade como um fim absoluto, vamos fazer um exercício simples com dois cenários distintos.

Cenário 1: 10 Pessoas que não sabem nadar têm aulas de natação intensivamente, durante uma semana, numa piscina com pé. No final dessa semana, são levadas para uma piscina sem pé, com 15 metros de comprimento, e são confrontadas com um desafio: devem atravessar a piscina a nado, com o apoio de uma pequena prancha. Podemos imaginar que todas estas pessoas, ou pelo menos a grande maioria, irá conseguir cumprir o desafio, que é realista para a maioria delas, considerando a preparação prévia que tiveram, o apoio de que dispõem, a distância reduzida que têm que percorrer e o meio controlado em que vão enfrentar o desafio. Mesmo que a experiência seja repetida inúmeras vezes, a taxa de sucesso deverá ser elevada.

Cenário 2: As mesmas 10 pessoas que não sabem nadar são levadas de barco e são lançadas para o mar, sem qualquer preparação prévia e sem prancha ou qualquer outro tipo de apoio. O seu desafio é nadar 1 km até à costa, no meio das correntes e da ondulação, num mar habitualmente muito frio.

Podemos imaginar que a taxa de sucesso será significativamente inferior à verificada no cenário 1, considerando a falta de preparação que as pessoas tiveram, a ausência de apoio de que dispõem, a elevada distância que terão que percorrer e o meio adverso em que terão que cumprir o seu desafio. No entanto, as pessoas são as mesmas.
Se a experiência do cenário 2 for repetida inúmeras vezes, é possível que surja um indivíduo, entre centenas ou milhares, que consegue cumprir o desafio. O seu sucesso invulgar irá dever-se a uma combinação improvável de circunstâncias, umas inerentes ao próprio indivíduo (uma habilidade inata para a natação; uma resistência física e mental muito superior à média) e outras ao contexto (correntes favoráveis, temperatura amena da água durante a realização do desafio; ondas que ajudam a chegar a terra).
O busílis da questão surge quando o sucesso excecional deste indivíduo é enaltecido e apresentado como um modelo a seguir por todos os outros, com base no argumento simplista de que se ele conseguiu, qualquer um tem a obrigação de conseguir, pois está provado que é possível. E se o sucesso está ao alcance de qualquer um, independentemente da adversidade das circunstâncias, então é da responsabilidade de cada indivíduo procurar desenvolver-se internamente para atingir a excelência que lhe permitirá superar qualquer obstáculo.
É este o argumento subjacente ao mito do «self made man» que os Estados Unidos produziram e têm disseminado, com enorme sucesso, por todo o mundo. Como demonstram Edgar Cabanas e Eva Illouz no seu livro A Ditadura da Felicidade, é este o mantra subjacente a toda uma indústria milionária de desenvolvimento pessoal e busca da felicidade que suporta (e é suportada) pela ideologia neoliberal.

De acordo com esta ideologia, o bom cidadão é aquele que realiza todo o seu potencial de acordo com as necessidades do sistema político e económico em que se insere, que deseja acima de tudo cidadãos que chamem a si toda a responsabilidade pela sua própria qualidade de vida e bem estar. Para tal, devemos estar felizes, pois a atitude positiva irá ser o catalizador de todo o processo de desenvolvimento pessoal no sentido da excelência.
Deve rejeitar esta noção de felicidade por 3 razões muito simples:

1. **É estúpido:** por mais floreados e voltas que se dêem para embelezar o raciocínio subjacente à concepção redutora de felicidade que aqui analisamos, a verdade é que é profundamente simplista e induz em erro. Os avanços e recuos são naturais e fazem parte da vida, assim como a infelicidade, a insegurança e a frustração são sentimentos perfeitamente naturais que não podem nem devem ser rejeitados nem são sinónimo de fracasso. Não há fórmulas para o sucesso, pois cada caso é um caso e, acima de tudo, se o atirarem para o alto mar sem que saiba nadar, não há atitude positiva que lhe valha.
2. **É dispendioso:** tal como na idade média os crédulos gastavam o que tinham e o que não tinham para comprar o seu lugar no céu, o seu equivalente contemporâneo investe quantias absurdas (que por vezes originam verdadeiros apuros financeiros), em gurus, mentores, coaches, eventos e outras coisas que tais, as quais possuem o mesmo nível de aderência à realidade do Pai Natal e do Coelhinho da Páscoa.

3. **É perigoso:** quando mais nos fechamos sobre nós próprios, mais ignoramos o nosso contexto. Se nos focamos apenas em nós e assumimos toda a responsabilidade pelo nosso próprio sucesso, desresponsabilizamos os nossos líderes eleitos que têm por dever criar as condições que tornem esse sucesso possível. Com cidadãos obcecados consigo próprios e alheados da realidade política, económica e social em que vivem, os mecanismos de controlo democrático deixam de funcionar e a democracia perde qualidade.

Resumindo e concluindo, enquanto andamos alegremente a saltitar de nenúfar em nenúfar em busca do nosso eu interior, há um conjunto de questões essenciais para o bem estar de todos nós que nos passam ao lado. Questões como a justiça social, a equidade, os serviços públicos de qualidade, são essenciais para o equilíbrio de qualquer sociedade e para a capacidade de realização pessoal e profissional dos cidadãos, independentemente do esforço individual que cada um possa fazer para atingir os seus próprios objetivos.

E o nosso objetivo não tem que ser chegar à meta antes que todos os outros. O nosso objetivo pode passar por desejar viver numa sociedade onde ninguém tem o poder para nos atirar, ou a qualquer outra pessoa, de um barco perdido no alto mar. E se for este o nosso objetivo, não podemos nem devemos estar felizes numa sociedade que caminha para níveis cada vez maiores de desigualdade, onde os direitos sociais estão em recuo e na qual os serviços públicos apresentam graves falhas.

Por isso não seja feliz (no sentido simplista do termo). Esteja inquieto, questione-se, informe-se, procure soluções, organize-se em conjunto com os seus pares e pense no bem comum. Procure construir uma sociedade onde o bem-estar, a qualidade de vida e a realização pessoal (mais do que a felicidade e o sucesso) não sejam apenas uma exceção para alguns iluminados, mas sim uma meta exequível para todos aqueles que estejam dispostos a trabalhar para eles, dentro das suas reais possibilidades, competências e necessidades.

Assim estará a contribuir não apenas para o seu próprio desenvolvimento pessoal, mas também para o desenvolvimento da nossa sociedade no seu todo. Ao mesmo tempo, goze os seus momentos de felicidade, com a plena consciência que é uma emoção efémera e não um fim absoluto; é apenas mais uma emoção entre tantas outras que fazem parte da sua vivência e refletem as suas experiências. Sobretudo, é uma emoção íntima e natural que reflete a sua sensibilidade pessoal e não resulta de fórmulas universais. ■

foto Yesh Kangrang

Pub

CATÓLICA LISBON
BUSINESS & ECONOMICS
Executivos

AWESOME CHANGES ARE IN YOUR HANDS

Programas de Inscrição Aberta
SETEMBRO - DEZEMBRO 2019

GESTÃO

Programa Avançado de Gestão para Executivos (PAGE)
Início: novembro 2019

Gestão Estratégica e Criação de Valor (GE)
Início: novembro 2019

DIGITAL E INOVAÇÃO

Design Thinking for Business Innovation
Início: outubro 2019

Digital Transformation: Reinventar as Empresas na Era Digital
Início: setembro 2019

FINANÇAS

Fintech Disruption Program
Início: outubro 2019

Programa de Fiscalidade Internacional (PFI)
Início: outubro 2019

MARKETING E GESTÃO COMERCIAL

Programa de Gestão de Marketing Digital
Início: setembro 2019

Programa de Gestão Comercial e de Vendas (PGV)
Início: setembro 2019

Programa Executivo de Gestão do Luxo (Porto)
Início: setembro 2019

Programa Executivo de Gestão do Luxo (Lisboa)
Início: setembro 2019

LIDERANÇA, RH E SOFT SKILLS

Os 3 Pilares do Sucesso Profissional e Pessoal: Comunicar, Persuadir e Negociar
Início: novembro 2019

Programa de Especialização em Negociação
Início: novembro 2019

Leadership in Action*
Início: setembro 2019

Active Training in Negociation Skills*
Início: setembro 2019

PROGRAMAS SECTORIAIS / SAÚDE

Leading Pharma: Programa de Gestão para a Indústria Farmacêutica
Início: setembro 2019

CANDIDATURAS ABERTAS

www.clsbe.lisboa.ucp.pt/executivos
Tel: 217 214 220
217 227 801 | 214 269 846
E-mail: executivos@ucp.pt

* Programa lecionado em Inglês.

FT FINANCIAL TIMES · AACSB · EFMD EQUIS ACCREDITED · ASSOCIATION OF MBAS ACCREDITED

CATÓLICA-LISBON is ranked among Europe's Top Business Schools.
Consistently ranked as Best Business School in Portugal.
Triple Crown Accredited.

Making Of

Capa de uma revista

Nas nossas capas, os cenários são escolhidos a dedo. São ambientes especiais, com uma personalidade própria, que transmitem algo indefinível mas ao mesmo tempo muito real. São uma personalidade viva que oferece o seu carácter à fotografia, ao envolver cada uma de nós na sua identidade.

O Terra Lodge reúne todos estes ingredientes. É um espaço especial que nos transmite algo de muito único, um contacto com a natureza profunda das coisas que ecoa pelas paredes rústicas, pela decoração envolvente e pelo verde que espreita pelas janelas.
Foi neste cenário único que mais uma vez a nossa equipa produziu uma fotografia memorável. Deixamos os nossos agradecimentos a estas mulheres fantásticas que nos acompanharam ao longo desta aventura tão exigente mas tão rica e compensadora: Cátia Alpedrinha (fotografia), Alexandra Carvalho (stylling), Marta Matias (maquilhagem) e Sónia Rainho (cabelos).

Terra Lodge

"O Terra Lodge é um projeto de autor que surge do sonho de partilhar o gosto pela natureza, pelo mar, pelo sol, pelas pequenas boas coisas da vida.
O Terra Lodge fica situado em Santo Isidoro, uma típica aldeia rural portuguesa, a 800 metros da Praia de Ribeira D'Ilhas, reserva natural de surf, única na Europa e a 5 quilómetros da Ericeira.
Num vale verdejante protegido do vento, abençoado pelo sol 300 dias por ano, ouve-se o sino da igreja tocar de hora a hora, os pássaros a cantar, numa aldeia real com toda a sua graça, simplicidade e paz,

a apenas 30 minutos de Lisboa, cidade vibrante, fresca cheia de luz, cor e história.
Neste projeto, pensado e criado pelo proprietário Amadeu, foram usadas técnicas de construção antigas e locais, recorrendo quase exclusivamente a materiais nobres como a pedra, a madeira e o ferro, utilizados muito perto da sua forma primária.
Quase tudo o que existe foi reconstruído, reconvertido ou reutilizado, com inspiração industrial, buscando uma reconstrução rural contemporânea, confortável e acolhedora. Este espaço foi pensado para as famílias, para os amigos, para que possam passar aqui um dia feliz, onde têm praia e têm campo, onde podem passear, ouvir os pássaros, surfar, plantar a sua horta, brincar com as suas crianças e o seu cão, ou simplesmente contemplar o pôr do sol, com toda a tranquilidade. Sem pressa, com tempo para viver o tempo." ■

Terra Lodge
Calçada do Cravo, n.º 18,
2640 - 086 Santo Isidoro MFR
Telefone : 932984662
E-mail: ah@terralodge.pt
www.terralodge.pt

Mais informação:
https://sicnoticias.pt/programas/vida-extra/2019-09-14-O-surf-na-Ericeira-e-os-sitios-de-comida-saudavel-no-Porto

https://www.youtube.com/watch?v=C_ORPMX5eLE

Alexandra Simões de Carvalho

Fundadora da Style Your Life
Gestora de Imagem e Formadora certificada há mais de 11 anos, nas áreas de imagem pessoal, profissional e corporativa.
Fundadora da Style your life, foi uma das precursoras do mercado de consultoria de imagem em Portugal, projeto através do qual orienta particulares e empresas a gerir e projetar todo o seu potencial ao nível da Imagem e Identidade Visual. O seu principal objetivo é permitir ao cliente posicionar-se e alcançar uma imagem consistente, clara, credível e autêntica junto do seu mercado e público-alvo.
Licenciada em Psicologia Aplicada (pré-Bolonha), área social e das organizações, pelo ISPA, formou-se em Personal Styling (Tita Aguiar, S. Paulo, Brasil) e em Consultoria de Imagem Pessoal e Empresarial, pela Academia Looking (Lisboa). Complementou a sua formação com o Master em Consultoria de Imagem Corporativa, pela Ilana Berenholc Consultoria de Imagem (S. Paulo Brasil). Especializou-se ainda em Análise de Cores (Método Sazonal Expandido), Estilo Universal e Análise de Tipo Físico e Proporções, pela mesma entidade formadora.
Foi docente na última pós-graduação de Consultoria de Moda e Imagem no IPAM.
Dinamizou durante vários anos rubricas de moda como Fashion Adviser, nos programas "Boa Tarde" e "Sextas Mágicas" na SIC. Atualmente, é responsável pela rubrica de moda do programa "Agora Nós" na RTP1.

Participa, como oradora especialista na área de imagem pessoal e corporativa, em ações e palestras promovidas pelas mais variadas instituições, tanto públicas como privadas. Desempenha ainda funções de Image Consultant, Personal Shopper e Stylist nas Clínicas We Care e em várias lojas de segmento alto.

Style Your Life - A nossa missão

Proporcionamos aos nossos clientes a oportunidade de alcançarem resultados únicos e diferenciados ao nível da imagem pessoal, profissional e corporativa, disponibilizando os instrumentos e o know-How que permitam a cada indivíduo/empresa a possibilidade de gerir e projetar a sua imagem, de acordo com os seus valores e metas pessoais/corporativas.
A linha de intervenção seguida é simples, individual e personalizada. Melhorar, compreender e direcionar positivamente a impressão transmitida, tendo em conta a autenticidade e a credibilidade da imagem projetada, constitui a base da nossa abordagem.

www.styleyourlife.pt

Cátia Alpedrinha Caetano

Valorização Pessoal

São sessões fotográficas com maquilhagem incluída, com o intuíto de aumentar a auto estima, e o empoderamento pessoal.
Estas sessões realizam-se na Ericeira.
Valorização Pessoal: Retratos pessoais e profissionais

www.catiaalpedrinha.com
cat.photo.makeup@gmail.com
Facebook: Catia Alpedrinha Caetano Valorização Pessoal / Retratos em Família
Instagram: @catia_alpedrinha_caetano

Sónia Rainho

Cabeleireira e maquilhadora

Servicos ao domicílio - penteado e maquilhagem de noiva; Festas; Batizados
Trabalho domingos e feriados
No salão - cor/corte/ penteados / extensões
.

965 625 411
Facebook.com/SR.Sonia.Rainho
rainhosoni@gmail.com

o FengShui Simbólico

Sofia Batalha

A abordagem que aqui apresento baseia-se nos conhecimentos ancestrais chineses, mas é adaptada ao aqui e ao agora. É importante reforçar a importância da adaptação deste conhecimento, de traduzir esta informação oriental milenar para o presente, adaptando-a à nossa realidade geográfica e cultural sem desvirtuar os seus princípios fundamentais.

Trata-se, pois, de um método pessoal, isto é, que tem vindo a ser codificado e gerado através da minha experiência pessoal como consultora mas, mais importante, da minha experiência na minha própria casa e vida.
Ao longo desta viagem, que para mim começou no ano de 2002, tenho praticado activamente no meu espaço privado.
Por outro lado, tenho vindo a organizar toda a informação e conclusões. Toda esta sistematização não serve para criar novos dogmas, mas sim um novo método.
É simplesmente o reflexo da minha experiência. Tudo o que aqui está descrito são sugestões que reflectem a minha experiência e que não devem servir como receitas fechadas.
Esta abordagem simbólica não é, nem pretende ser, o método do chapéu negro, mas antes uma abordagem única com especificações diferentes.
Nesta forma de praticar fengshui, há uma aproximação interpessoal, onde os habitantes são incentivados a tomar responsabilidade pelo seu próprio processo de cura e transformação. É criado espaço e tempo para os processos pessoais de autoconhecimento, de purificação e de

> *Uma casa é mais que apenas um local. É uma estrutura física, psíquica e energética de conexões profundas.*

aceitação. É necessária disponibilidade e dedicação ao processo.É uma tomada de consciência plena das nossas crenças e símbolos e de como estes povoam, decoram e convivem na casa que habitamos.

Não há receitas

Não pode haver receitas que sirvam igualmente para todos, pois temos uma matriz energética individual que vibra de forma diferente com um mesmo espaço. Temos os nossos ciclos temporais únicos, que também influenciam a vivência do espaço. Não é possível dar a mesma receita a pessoas diferentes que aparentemente tenham o mesmo problema, pois a raiz da questão normalmente é diferente.
Todos somos incluídos no processo de autocura e para isso contribui a simbologia pessoal e individual de cada habitante. Claro que a simbologia chinesa, tradicionalmente usada em fengshui, não é má ou negativa. A questão é que pode ou não fazer sentido. Pode resultar se a simbologia disser alguma coisa ao indivíduo, mas é possível que não diga nada: afinal, estamos a falar da simbologia de uma civilização a milhares de quilómetros de distância da nossa e cuja história e cultura são completamente diferentes do que conhecemos.

Mitos e fengshui

Não há soluções universais. Enquanto praticante desta arte, não me revejo em artigos de dicas ou de sugestões simplistas, que muitas vezes induzem em erro, metem medo e nunca têm em consideração a especificidade de cada casa e de cada habitante.
O fengshui não é teórico, mas sim prático, tem tudo que ver com a experiência individual dos locais que habitamos. Quando tentamos aplicar receitas ou regras sem saber de onde vêm, corremos o risco de pôr em prática coisas que não façam verdadeiro sentido para o local onde vivemos.
Um dos estudos que tenho feito nos últimos anos tem sido descobrir a raiz prática e vivencial das receitas de fengshui mais disseminadas hoje em dia. Porque todas elas têm uma origem prática e de sobrevivência.
Claro que existem conceitos universais de um espaço seguro, tais como a luminosidade e o conforto térmico, mas o fengshui está também repleto de ideias e conceitos que vêm do seu contexto original, a China milenar.
Dou três exemplos:

- **A porta da casa de banho deve estar sempre fechada** é, talvez, o mito mais disseminado em fengshui. Na antiguidade não havia casas de banho como hoje. Havia latrinas no exterior, que cheiravam mal e traziam riscos reais para a saúde. Naturalmente que não dormir ou cozinhar perto destes locais pútridos era uma regra básica de sobrevivência. Esta imagem viajou

> *A relação com a casa é individual ou depende de regras universais? Na verdade, um pouco de ambos, por isso se chama cocriação.*

no espaço e no tempo até aos dias de hoje, criando um dogma de que a casa de banho tem de estar sempre fechada para que não contamine o resto da casa. No entanto, as casas de banho de hoje, ao estarem perfeitamente funcionais, são locais de limpeza, e, caso não haja cheiros, entupimentos ou outro tipo de manifestações, não há qualquer problema em manter a porta entreaberta.

- **O fogão nunca deve estar ao lado ou em frente ao lava-loiça.** Na Antiguidade, a manutenção do fogo, para cozinhar, iluminar e aquecer, era algo fundamental à vida. Esse fogo valioso podia fazer a diferença entre sobreviver ou não durante mais uma noite. Em termos práticos, este fogo devia ser mantido a todo o custo e, como todos sabemos, a água apaga o fogo. Ter água demasiado perto do fogo podia potenciar acidentes em que este se apagava. Uma vez mais, esta regra básica de segurança viajou até aos dias de hoje, onde é aplicada de forma indiscriminada para se «ter bom fengshui». Acontece que já não se aplica, primeiro, porque os lava-loiças servem exactamente para usar a água para lavar e cozinhar, de forma controlada. Segundo, porque a própria manutenção da chama está hoje em dia muito facilitada, havendo até fogões sem chama, pelo que esta não corre o risco de ser apagada.
- **Espelhos para trazer zonas da casa em falha -** uma das receitas mais comuns na aplicação contemporânea do fengshui, em que se usam os espelhos para «ir buscar»uma zona em falha no caso de a planta da casa não ser regular: sugere-se colocar espelhos para anular a falha estrutural. É suposto o espelho ir buscar energia atrás, curando assim a ausência estrutural em termos energéticos.
No entanto, como todos sabemos, os espelhos atrás são opacos (daí reflectirem à frente). Eles não «vão buscar» nada atrás, pelo contrário, reflectem o que têm em frente, não rectificando a falha atrás, mas duplicando a energia da frente. Além do mais, pode não ser negativo haver falhas na estrutura da casa!

> *O fengshui não deve ser tragédia, é uma ferramenta de soluções. Não deve servir para nos criar mais medo ou aflição, mas sim para nos ajudar a encontrar soluções válidas.*

Como estes exemplos, há muitos outros que foram transportados directamente de uma realidade para outra, ficando descontextualizados e muitas vezes sem sentido. Ora, se fengshui é contexto, temos de ter em conta estas diferenças, olhando para o nosso contexto real e não para teorias que não se aplicam à nossa realidade.

Não se cura o que não se manifesta

Outro dos mitos do fengshui é aplicarmos estas regras na casa de forma indiscriminada. Ora uma das coisas que se diz é que ao ter o fogão ao lado do lava-loiça gera discussões em casa. E então, com ou sem discussões, não vá o diabo tecê-las,

colocam-se colheres de pau entre estes dois elementos na cozinha. Para evitar ou acalmar as eventuais discussões.
É preciso ter noção de que não devemos curar o que não está em desequilíbrio. É o mesmo que colocarmos gesso numa perna porque, eventualmente, podemos parti-la! Não faz muito sentido, pois não? Funciona exactamente da mesma maneira na nossa casa. Não curamos o que não se manifesta, pois isso é simplesmente dispersão da nossa valiosa energia e atenção.O importante é conhecer e compreender os conceitos para os aplicarmos de forma sábia à nossa casa e vida.

A casa ideal e a casa real

A vivência do fengshui é uma descoberta, mas não necessariamente uma surpresa. São redescobertas espaciais, emocionais e temporais. Um relembrar de coisas que fazemos de uma forma natural, mas que ao longo do tempo vamos esquecendo e racionalizando, complicando e perdendo a simplicidade da vivência plena no presente. Basicamente, o fengshui serve para alinhar, física e emocionalmente, e chegar às raízes das nossas questões.

"Uma casa não precisa de regras e dicas de fengshui. Precisa é de ser vivida!"

"Passamos tanto tempo das nossas vidas a racionalizar, tentando apurar a lógica de tudo o que nos rodeia, que deixamos passar despercebida a linguagem metafórica, simbólica e intuitiva que nos circunda."

É importante que não tentemos domesticar e controlar completamente a nossa casa, ela deve ter a capacidade de nos surpreender. Quando nos interessamos por fengshui, começamos a ler, a estudar, e ficamos com uma ideia muito racional desta ancestral arte oriental. Passamos a achar que as coisas e as casas têm de estar muito organizadas e muito arrumadas. Há a síndrome da casa museu, quando existem divisões inteiramente prontas e decoradas, mas não usadas, para não estragar. Nesta abordagem, a casa é para ser vivida. Se não vivemos a casa, não vivemos a vida. Ou, pelo menos, não em pleno.

É preciso não confundir uma casa bonita com uma casa equilibrada.
Uma casa esteticamente bonita ou arrumada não é necessariamente uma casa harmoniosa. Numa análise de feng-shui, temos de olhar para além da estética e perceber como as várias camadas e dimensões da casa se interligam com os habitantes.

Existem duas polaridades, num dos extremos temos o caos e, no extremo oposto, o excesso de controlo sobre o nosso espaço. Nenhuma das duas vivências é saudável. A questão da arrumação é principalmente uma questão prática e estética numa sociedade consumista. Nunca nos podemos esquecer destas duas polaridades, mas principalmente que o caos também pode ser criativo.
Não podemos comprometer uma vivência saudável da casa em função do que deve ou não ser arrumado e de como a casa deve ou não estar. Tenho feito algumas consultas a pessoas que têm como ponto de honra a casa muito arrumada, extremamente controlada. Tudo em ordem, até o ângulo de arrumação das revistas, que também são catalogadas por temas e cores.
Este tipo de controlo do espaço interno normalmente indicia uma sensação muito vulnerável perante o mundo exterior.

Oriente-se para a consciência na sua casa e não para a perfeição. O fengshui oferece soluções e não problemas. Dá-nos a chave da compreensão do simbolismo e linguagem da casa para que possamos compreender-nos melhor. Não almeje a perfeição, almeje a compreensão.

A casa é o nosso reflexo e extensão e deve ser confortável para quem a habita, deve ser prática e, idealmente, deve ter espaço, para que nos surpreenda. Há-de sempre haver pelo menos uma gaveta onde não conseguimos chegar e arrumar. Digo uma gaveta, mas há quem tenha armários ou mesmo divisões inteiras. Há muita pressão social sobre a arrumação, que causa uma série de emoções como vergonha ou culpa de não conseguir cumprir os padrões sociais de arrumação. O que quero transmitir é que fengshui não é sinónimo de arrumação. Pode ser uma via para arrumar, limpar e clarificar, mas é um processo muito mais profundo do que a acção de arrumar.
Não estou a dizer que a arrumação seja má, mas também não estou a dizer que o caos é completamente negativo e mau. Existe um meio-termo. Há pessoas que vivem a sua casa mais na polaridade da arrumação e outras na polaridade do caos. O que interessa é encontrar o equilíbrio no espaço, no corpo

e na vida. E quando precisamos ou somos empurrados pelas transformações da vida, sabermos agir conscientemente sobre a casa e sobre a eterna dinâmica do arruma/vive/ /desarruma.

> *Permite que a sua casa o surpreenda? Ou sente que precisa de a controlar e arrumar? Como lida com o que não é controlado ou pré-estabelecido? Como se permite fluir na casa e na vida?*

Quando aprendemos a linguagem nativa da casa, vemos que é mesmo importante guardar espaço para a surpresa e para que a casa se expresse. Se tivermos sempre o espaço demasiado controlado, não permitimos que a casa se manifeste.

Personalidade da casa

A casa e a sua estrutura física contêm uma série de características, não só físicas e funcionais, mas também energéticas. Todas estas características vão ressoar com os habitantes de diferentes formas, pois as casas são sem dúvida ambientes psicoactivos, ou seja, são activados de forma diferente pela personalidade de cada habitante.
No conjunto, pode dizer-se que todas as casas têm uma personalidade, têm uma identidade própria.É muito interessante quando começamos a rever os espaços que habitamos, pois pode haver uma fase de vida em que nos sentimos muito bem na casa e, de seguida, uma fase em que precisamos de sair, pois o espaço torna-se opressivo. Tudo o que a casa poderia dar-nos já foi cumprido. Nessa fase, se se proporcionar na nossa vida uma mudança de casa, esta será bem-vinda.

> *A sua casa acolhe a sua singularidade? Há espaço para o seu ser?*

É também muito interessante quando começamos a viver e trabalhar a casa para além do físico, pois a perspectiva sobre o espaço muda naturalmente. A casa deixa de ser um depósito estrutural, funcional, mais ou menos rígido de nós e passamos a ser cocriadores da vida, juntamente com a energia fornecida pelo espaço que habitamos.A forma, função e energia de cada divisão influencia o modo como pensamos, sentimos e agimos nela.
Além destas influências, temos a experiência acumulada dos residentes sob a forma de sugestões ambientais sobre o que fazer em determinada divisão. Existe uma sintonia recíproca, tanto damos forma às casas como elas a nós. Os moradores deixam de ser entidades separadas, assumindo um comportamento interdependente com o espaço que habitam. Como diz Winifred Gallagher no seu livro House Thinking: «Quem tu és, é onde estás».
Com uma série de características físicas e energéticas únicas, a casa tem a sua própria personalidade e permite uma série de manifestações aos habitantes. Quer isto dizer que nos expressamos de formas diferentes em casas diferentes.

Texto adaptado do livro "Uma Casa Feliz", Editora IN, Zero a Oito, 2019, de Sofia Batalha ■

5 dicas

para aprender inglês com a NETFLIX

Que delícia é sentar-se no sofá com tempo e poder ver um, dois ou três episódios da sua série preferida na Netflix. Coloca legendas em português ou prefere em inglês? Seja qual for a opção, é possível usar esta ferramenta como se fosse uma aula de inglês com autonomia total.

Foto: Thibault Penin

Com a Netflix tem a oportunidade de ouvir um sem número de sotaques literalmente de todos os cantos do mundo. Nos contextos e registos mais diversos. Consoante a sua área de trabalho ou os seus interesses pessoais, pode escolher um filme ou série específicos para poder ouvir o vocabulário mais apropriado para si.
Além disso, a Netflix permite-lhe uma opção preciosa que vai ajudar muito neste processo. Tem a hipótese de **mudar as legendas para inglês.** Isto é útil a dois níveis. Se tem dificuldades em acompanhar o inglês falado porque é muito rápido e as palavras lhe soam todas muito juntas, pode assim ter o apoio da escrita através das legendas.
É uma dimensão da língua que vai ajudar imenso. Por outro lado, pode treinar-se para afastar o raciocínio natural em português. Pode entrar, nem que seja uns minutos de cada vez, num universo exclusivamente inglês, sem o apoio da tradução.
E se não conseguir ver um filme em inglês em que as legendas estão, ao mesmo tempo,também em inglês? É muito normal. Se ficar difícil demais, vai poder encontrar aqui também formas de usar as legendas em português. O que tem de ficar bem claro é qual é o seu objectivo quando vê um filme ou uma série em inglês. Isto sim, fará toda a diferença nos resultados que vai obter.
A questão agora é como faze-lo. Em geral, temos espectativas um pouco irrealistas de como usar filmes, séries ou canções para aprender inglês. Dizem-nos simplesmente para ouvir muito ou ver muitos filmes. Não é assim tão simples! Em muitos casos, as pessoas acabam por desistir porque não lhes foi dito como ver ou ouvir correctamente. Neste artigo vai poder descobrir 5 formas de melhorar o seu inglês falado, treinar a audição e expandir o seu vocabulário com a Netflix.

1. É um tempo para si. Desfrute.

Vamos pensar neste como o primeiro passo. Ver um filme ou uma série em inglês e colocar as legendas em português. Como é que isto permite aprender inglês? Pode parecer uma contradição, mas é importante falarmos sobre isto porque é comum as pessoas terem alguém na família que as encoraja a ver filmes sem legendas ou com legendas em inglês para poderem aprender.
Para uma pessoa que não consegue manter uma conversa fluente em inglês, este será um exercício com espectativas utópicas que só acabam por causar frustração. Não queremos que ver um filme pelo qual esperávamos há tanto tempo se transforme num peso desnecessário e que acabe por nem perceber o filme.
O que vai naturalmente acontecer é que fica com a ideia de que o seu inglês é pior do que ainda pensava. Errado! O que acontece é que não somos treinados a ler ou ouvir numa segunda língua e não sabemos adaptar as nossas espectativas àquilo que o nosso nível real de inglês nos permite.
Conclusão: o primeiro trabalho de casa é ver o filme com as legendas em português e poder desfrutá-lo à vontade. O que pode sem dúvida fazer é ter atenção às palavras ou expressões que vão sendo usadas aqui e ali. Por agora, por mera curiosidade.

2. Coloque as legendas em inglês

Agora, vamos então mergulhar no inglês. Mais uma vez tem de ter bem claro qual é o seu objectivo. Em todas as dicas daqui

para a frente o foco é, concretamente, aprender ou treinar o seu inglês. Já se riu, chorou, reflectiu ou descansou, e agora pode concentrar-se em aprender.
Ao optar pelas legendas em inglês, é importante ter noção do seu nível. Conforme as suas capacidades vai também ter objectivos diferentes. Através do Quadro Europeu de Referência para as Línguas, consegue ver o que pode esperar do seu nível de inglês. Na sessão Compreender, pode ler sobre os níveis de compreensão oral ou de leitura. É uma pessoa de nível intermédio de inglês, que já consegue manter uma conversa, ainda que com bastantes erros? Mesmo para si, quando vê um filme, não é possível ter como objectivo mais do que ter uma ideia geral do que é dito. Nos níveis mais baixos, ainda menos.
É importante sabermos isto porque, como referido anteriormente, em muitos casos não fomos treinados correctamente a ouvir e ler numa segunda língua. São sempre precisas expectativas ou objectivos distintos. Assim evitam-se angústias desnecessárias. Cada nível, um objectivo diferente.
É possível que um filme inteiro com legendas em inglês seja extremamente cansativo. Vai depender do seu nível. Porque não um episódio ou, então, meio episódio? É sem dúvida um exercício de audição e leitura em inglês maravilhoso que lhe vai permitir estar em sua casa completamente dentro de um mundo mais inglês. Como o objectivo neste caso não é simplesmente desfrutar do que está a ver, preste atenção. Tenha curiosidade sobre o que vê, sobre como se formam frases afirmativas, negativas e perguntas em inglês. Sobre calão ou expressões mais formais. Sobre como interagem as pessoas em inglês quando estão zangadas, apaixonadas ou bem-dispostas. Pense nisto com uma aula de inglês sem professor. Tudo vai depender do foco com que assistir a esses minutos em inglês. Tente ter clareza relativamente ao está à procura de ler ou ouvir.

3. Tome notas, tire fotos

Pode sempre ficar pelas primeiras duas dicas. Por si só já são um bom exercício. Mas pode ir mais fundo. Mais uma vez com as legendas em inglês, escolha cuidadosamente o que quer ver, desta vez por tema. Os documentários são ótimos para isto. Até o canal para crianças é útil, dependendo do que está à procura.
Depois de escolher o tema, vai ver apenas 10 minutos de filme/série. Não é preciso mais. Enquanto vê, escolha 10 expressões ou palavras que lhe pareçam interessantes e úteis para aquilo que pretende. Fotografe-as. Escreva-as. Seja qual for o formato, é essencial que não tome nota só da palavra em si, mas do verbo associado à mesma e/ou da preposição que a segue. Por exemplo, o verbo *look*. Na frase onde o viu, era *look for* ou *look at*? Completamente diferente em inglês. Outro exemplo: *business*. Disseram do *business* ou *make business*? O primeiro está correcto e o segundo não. Palavras soltas têm muito pouco valor. É importante tomar nota do máximo de elementos do contexto onde as encontrou. Essencial também é tomar nota de como se dizem as palavras. Faça pausa, volte atrás e escreva-as como se

dizem. O inglês é uma língua em que a forma como se dizem as palavras é muitas vezes completamente distinta da escrita. Com o som e as legendas tem a oportunidade de ver as duas.
Nota: pode sempre fazer este exercícios com as legendas em português e, quando quiser ver como se escreve uma expressão específica, mudar as legendas para inglês. Tudo é possível.

4. Pratique falar inglês

Esta dica pode ser um momento de verdadeira diversão. E até ser feita em família ou com amigos. Escolha um excerto de 5 ou 10 minutos de um filme ou série e tente dize-lo em voz alta. Recorda-se de que referimos ter sempre um objectivo? Aqui tem duas escolhas. Ou o objectivo é simplesmente divertir-se e simular por exemplo um diálogo ou, por outro lado, quer mais claramente aprender a dizer frases da forma mais natural possível em inglês. Nas aulas de inglês deve ser treinado para não parecer robótico quando fala. Isto acontece porque as palavras são ditas todas separadas. No ensino da pronúncia, mais importante do que treinar sotaques é ensinar os alunos a unir as palavras de forma natural. Tudo isto se treina. Aqui tem uma óptima oportunidade. Olhe para as legendas, oiça o que é dito e repita as vezes que quiser. O resultado? Vai ser cada vez mais fácil compreender quando as pessoas falam inglês real e natural.

5. Vá pela Netflix a dentro

Esta última dica tem a ver com a necessidade de aprender inglês de uma dada área do conhecimento. Com tanto por onde escolher, proponha-se ver vários programas dentro de uma mesma temática. Durante um determinado período de tempo. Duas semanas, um mês... Com as legendas em inglês, preste simplesmente atenção ao vocabulário que se repete. Vai ver como vai reparar em tanta coisa. E registe-o. Tome nota de palavras e expressões por temas.
Em suma, a Netflix é uma ferramenta poderosa para aprender inglês. Vai depender de si ter clareza para decidir como ler ou ouvir o que é dito. Procura lazer, aprendizagem, praticar a pronúncia ou conhecer vocabulário novo? A escolha é sua. Com dedicação, vai conseguir aprender muito inglês novo. A chave em todos estes exercícios é ter curiosidade activa. ■

CONTO

Florbela Rosa Barão da Silva

Talvez devagarinho possas voltar a aprender

As férias são como uma estação de serviço de uma autoestrada. Onde nos vamos refrescar, reabastecer de combustível e deixar para trás o que não interessa. Mas depois de algum tempo é necessário pôr o pé no acelerador e voltar para a autoestrada.

A ideia de voltar e recomeçar tudo de novo pode ser motivo de stress ou de perda de agilidade. Acontece-me frequentemente quando volto ao carro para sair da estação de serviço e me sinto já destreinada da condução. Abrandou o tempo, o nosso corpo e a nossa mente. E a mente gosta daquele abrandamento. A ideia de regresso por vezes deixa-me inquieta, mais pelas expetativas do que pela realidade, que adquire uma perceção exagerada.

Na infância adorava, no regresso à escola, comprar o material escolar, o fato de treino e o impermeável para o novo ano escolar, depois de três meses em que nem sempre ia de férias. Também sabe bem o regresso ao que já conhecemos ou ao cheirinho a novo.

Mas antes de dizermos completamente adeus às férias, porque não fazer um álbum de fotografias ou uma apresentação no computador para partilhar aqueles momentos especiais das férias na escola, no trabalho ou nos primeiros dias de aulas?

A minha filha de cinco anos entrou este ano no pré-escolar, numa escola nova. A primeira depois de ter frequentado o mesmo equipamento desde a creche. É natural que fiquemos um pouco na expetativa como vai ser a habituação e a adaptação. As crianças são diferentes e cada uma tem o seu ritmo. É importante dar-lhes esse espaço sempre que possível para manifestarem-se na sua individualidade.

Por sorte a escola é perto do meu local de trabalho, pelo que nos primeiros tempos procuro ir buscá-la mais cedo, após o lanche, e vou tentando saber o que correu melhor e o que correu menos bem. Chegou a altura de fazer novos amigos e conhecer novos adultos que ficarão responsáveis por ela durante parte do dia.

O tempo para habituarmos o nosso corpo e a nossa mente nesta nova etapa é primordial, sem darmos uma dimensão exagerada e criar grandes expetativas. As férias foram um momento importante de crescimento em família, de momentos de descontração, mas a vida também é feita da partilha do dia-a-dia e das rotinas.

Resumindo, sabe bem ir, mas também é bom voltar aos dias ritmados e compassados, sem deixar de fazer tudo com calma e se possível sem stress.

Faço minhas as palavras de Sónia Morais do Santos do blog Cocó na Fralda "Em podendo ser devagar, porquê ser depressa?".

foto: Chris Ouzounis

Pub

MULHERES À OBRA

BY

Pampa Mia

HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/PAMPAMIAPT/

foto Axelle Woodard

A importância da mudança de mentalidade para alcançares o peso ideal

Lutar contra a balança é uma batalha quase que constante na vida de muitas pessoas. Mês a mês surge uma nova dieta da moda, algum chá poderoso ou sumo detox que promete fazer milagres no processo de emagrecimento.

Quem sofre com o excesso de peso, muitas vezes, recorre a estas artimanhas para tentar emagrecer. E a verdade é que muitas vezes é possível obter resultados rápidos. Mas entretanto, após alguns meses o peso na balança volta a subir, e começa novamente a batalha.
Isto acontece porque deixamos de lado um fator fundamental para a perda de peso.
E, esse fator vai muito além da dieta. Esse fator consiste na mudança da mentalidade. Adotar hábitos saudáveis no dia a dia requer essa revolução na nossa mente, e vou te explicar o porquê.

Excesso de peso e fome emocional

Quem sofre com o excesso de peso e sente dificuldades em emagrecer, tem muitas vezes um motivo emocional que gera dificuldades em controlar aquilo que come. Esse motivo faz com que sintam necessidade de comer, mesmo quando não estão com fome. E, esta necessidade de comer designa-se por fome emocional.
Existem diversos fatores que levam alguém a comer por motivos emocionais. Os mais comuns são:

- Problemas financeiros
- Problemas amorosos
- Problemas de saúde (teus ou de terceiros)

Portanto, fazer dietas radicais e muito restritivas, ao invés de favorecer a perda de peso, pode na verdade desencadear um problema que irá perpetuar este ciclo ioiô.
Então, como é que consegues alcançar o peso ideal? Antes de tudo é preciso estares disposta a mudar a tua forma de pensar, e colocares em prática atitudes saudáveis.
Vou dar-te 5 dicas que irão ajudara mudar o

peso ideal

mindset
e auxiliar-te a
construir o caminho para um
emagrecimento saudável.

5 formas de mudar a mentalidade para perder peso

Todos sabemos que é difícil mudar hábitos que são adquiridos ao longo dos anos. Entretanto, não é uma tarefa impossível. Basta esforço e dedicação e certamente conseguirás resultados positivos.

1 Tens de ser consciente

O primeiro passo para mudares atua mente é saberes reconhecer o que te está a impedir de emagrecer.
Descobre qual é o gatilho que desequilibra a tua mente, e faz com que tenhas hábitos e padrões relacionados ao consumo exagerado de alimentos.
Identificar a causa vai ser fundamental para trabalhares as mudanças, e alcançares o caminho para uma vida mais saudável.

2 Repensa os teus objetivos

Assim que começamos uma dieta, temos como objetivo a perda de peso. Acredita que isso é errado.
É preciso mudar este pensamento, e veres a perda de peso como consequência de um objetivo muito maior, que é a mudança de hábitos e a adoção de uma rotina de vida mais saudável.
Focares-te somente na perda de peso em si só não é o caminho.Porque uma vez alcançado o peso desejado, vais deixar de lado as mudanças que realizas-te e vais voltar a cair no ciclo dos mesmos hábitos prejudiciais.

3 Paciência e planeamento

Perder peso de forma saudável não acontece da noite para o dia, muito pelo contrário. É algo que requer tempo e paciência, e para isso acontecer precisas de te organizar.
O planeamento é importante porque vais estar a trocar uma rotina que foi praticada por muitos anos, por um estilo de vida totalmente diferente. Este novo estilo de vida deve incluir uma dieta equilibrada e atividades físicas.
E mais importante, tem em mente que uma mudança duradoura leva tempo para ser conquistada. Respeita os limites do teu corpo e mantém sempre o pensamento positivo.

4 Ser racional nas escolhas realizadas

Sabes aquele momento em que o gatilho foi acionado, e sentes uma vontade quase arrebatadora de comer tudo o que vês pela frente? É nessa

altura que deves ser mais forte, e lutar contra esse sentimento.
Isso significa não te deixares levar pelas emoções e fazeres escolhas racionais ao selecionar o que fará parte da tua alimentação. Livra-te de todos os alimentos que faziam parte dos teus velhos hábitos. Ou seja, gasta e não voltes a comprar.
Exercita a força do pensamento, e faz escolhas condizentes com o teu novo estilo de vida. No princípio vai ser difícil, mas aos poucos os novos hábitos são incorporados etornam-se naturais na tua rotina.

5 Mantém o controlo

Manter o controlo será um exercício constante para evitares cair novamente no ciclo da perda e ganho de peso. Não quer dizer que devas ficar obcecado pelas mudanças que estás a adotar.
Ter controlo significa prestar atenção aos sinais do teu corpo, para poderes identificar o que está a dar certo e o que não está.
Assim, vais ser capaz de adaptar e aperfeiçoar cada vez mais as práticas para uma vida mais saudável, e finalmente atingires o teu peso ideal.
Por fim, equilíbrio é a palavra chave para qualquer um que queira emagrecer. Não comas tudo o que vês pela frente, mas também não te prives dos alimentos prazerosos.

Pondera as tuas escolhas, trabalha atua mente através destas 5 dicas, e certamente estarás no caminho certo para o emagrecimento saudável e uma vida mais feliz. ■

3 Receitas de Trufas

Quando lhe apetece comer um "docinho", que tal experimentar umas trufas caseiras feitas por si?
Se quiser embarcar nesta aventura gastronómica, ficam aqui três receitas muito saborosas e deliciosas de trufas mais saudáveis para adoçarem os seus momentos de gulodice.
Espero que goste destas iguarias mas não exagere, são para comer com moderação!

Trufas de Avelã

Ingredientes (20 trufas):

- 1 chávena de avelãs torradas (140g)
- 9 tâmaras sem caroço (50g)
- 4 colheres de sopa de cacau em pó
- 3 colheres de sopa de água
- 1 colher de sopa de mel

Preparação:

1- Colocar as avelãs e o cacau numa picadora e triturar bem.
2- Juntar as tâmaras, a água e o mel e voltar a misturar tudo.
3- Retirar o preparado para um prato e fazer pequenas bolinhas com as mãos.

Estão prontas a comer!

Sugestão: Caso não tenham avelãs já torradas, basta colocá-las no forno a 200°C, cerca de 10 minutos.

Trufas de Figo

Ingredientes (20 trufas):
- 8 figos secos (140g)
- 1 chávena de flocos de aveia (80g)
- 3 colheres de sopa de cacau em pó
- 3 colheres de sopa de água

Preparação:
1- Colocar os ingredientes todos na picadora e triturar bem.
2-Retirar o preparado para um prato e fazer pequenas bolinhas com as mãos.
3- Envolver as bolinhas em cacau.
Estão prontas a comer!
Sugestão: Podem optar por envolver as trufas noutro ingrediente, como por exemplo em coco ralado, sementes de chia, bagas de goji...

Trufas de Coco

Ingredientes (20 trufas):
- 1 chávena de coco ralado (80g)
- 3 colheres de sopa de cacau em pó
- 3 colheres de sopa de queijo creme magro (100g)
- 1 colher de sopa de essência de baunilha
- 1 colher de sopa de mel

Preparação:
1- Colocar os ingredientes todos na picadora e triturar bem.
2- Retirar o preparado para um prato e fazer pequenas bolinhas com as mãos.
3- Envolver as bolinhas em coco ralado.
Estão prontas a comer!

Maria João Pires

a pérola do piano

Esta ilustração faz parte do projecto de pintura Square Faces.
Para saber mais visite www.isasilva.com

Maria João Pires é considerada uma das maiores pianistas da actualidade. Nasceu a 23 de Julho de 1944 em Lisboa e desde muito cedo que aprendeu a tocar piano. Aos sete anos já tocava Mozart perante um público curioso e aos nove recebia o mais alto prémio para jovens músicos: o prémio da Juventude Musical Portuguesa. Entrou para o Conservatório e prosseguiu os seus estudos na Musikakademie de Munique e depois em Hanover.
Em 1970, com 26 anos, vence o concurso internacional do bicentenário de Beethoven em Bruxelas.
A partir daqui a sua carreira consolidou-se e passou pelos mais famosos palcos do mundo tocando Beethoven, Schumann, Mozart, Bach, Brahms, Chopin entre muitos outros.
Grava o primeiro álbum em 1971 com Sonatas De Beethoven. Seguem-se dezenas de álbuns, recitais, concertos, viagens e reconhecimentos.
Casou-se com João Ferreira-Rosa e mais tarde com Ernst Ortwin Noth.
Maria João Pires tem duas filhas: Joana Benedita e Maria Madalena.
Assina, em 1989, um contrato de exclusividade com a prestigiada editora discográfica Deutsche Grammophon.
Entrou em dois filmes de Manoel de Oliveira: "A Divina

Comédia" de 1991 e "A Carta" de 1999.
Em 2000 cria o seu projecto mais pessoal: o Centro de Artes de Belgais. Localizado no concelho de Castelo Branco, é uma vasta propriedade rural transformada num espaço para repouso, inspiração e divulgação artística. Recuperou toda a área que estava em ruínas e aproveitou toda a beleza natural circundante deste paraíso da Beira Baixa. É hoje em dia, um dos locais mais procurados pela sua oferta artística e cultural com conferências, oficinas, performances e concertos.
A sua mensagem não passa somente pela música mas também pela literatura, terapêuticas e ecologia.
O seu desempenho e dedicação à música são reconhecidos em 2002 com o prémio do Conselho Internacional da Música (IMC), organização pertencente à UNESCO. Quatro anos depois é a vez do Prémio Internacional de Música Dom Juan de Borbón.
2006 foi o ano em que, desanimada com as politicas culturais e sociais em Portugal e cansada da falta de apoios para manter o centro, deixou Belgais e rumou ao Brasil e fixou-se nos arredores de Salvador. Em 2009 o centro deixava de promover qualquer tipo de actividades. Parecia que o seu sonho tinha morrido.
Em Setembro de 2015 recebe o prémio mais importante no mundo da música clássica: o Gramophone na categoria "Concerto" entregue em Londres.
Em 2017 e com saudades de Portugal, regressa a Belgais e reabre o centro com uma série de novas actividades.
"As saudades duma casa que construí durante 20 e tal anos. Percebi que não fazia sentido desligar-me dela completamente", afirmou numa entrevista ao jornal Público. Belgais tomou nova vida.
Possui a Grã-Cruz da Ordem Militar de Sant'Iago da Espada e a Grã-Cruz da Ordem do Infante D. Henrique. Em 1989 vence o Prémio Pessoa e em 2019 recebe a Medalha de Mérito Cultural. ■

Olhares

Se pertence ao grupo **Mulheres à Obra** e tem trabalhos em ilustração, desenho, fotografia e artesanato, mande-nos as melhores imagens para **isasilvafotografia@gmail.com** e poderá fazer parte da nossa selecção.

Ana Luísa

www.facebook.com/designeranaluisa

Andreia Café www.facebook.com/Andreia-Café-Illustration

Olhares

Se pertence ao grupo **Mulheres à Obra** e tem trabalhos em ilustração, desenho, fotografia e artesanato, mande-nos as melhores imagens para **isasilvafotografia@gmail.com** e poderá fazer parte da nossa selecção.

www.facebook.com/lilianaelisabete.almeida

Liliana Almeida

Gabriela Gomes www.facebook.com/E-porque-uma-pintura-vale-mais

Se pertence ao grupo **Mulheres à Obra** e tem trabalhos em ilustração, desenho, fotografia e artesanato, mande-nos as melhores imagens para **isasilvafotografia@gmail.com** e poderá fazer parte da nossa selecção.

Ana Soler

www.facebook.com/arte.em.madeira.16

Manuela Carrondo

www.facebook.com/ArcaMagicaR

Olhares

Se pertence ao grupo **Mulheres à Obra** e tem trabalhos em ilustração, desenho, fotografia e artesanato, mande-nos as melhores imagens para **isasilvafotografia@gmail.com** e poderá fazer parte da nossa selecção.

Marta Fernandes

https://www.facebook.com/ospitinhos/

Patrícia Simões

www.facebook.com/Patrícia-Simões-Costura-Criativa

Olhares

fotografia

Diana Quintela www.dianaquintela.com

Instas

A artista Turca Sena Runa escolheu Lisboa como local actual para viver e divulgar a sua arte de *quilling*, ie, uma forma de fazer desenhos com papeis num trabalho minucioso e que requer muita paciência.
A origem desta arte é incerta mas há documentação histórica que relata o seu uso durante a Idade Média.
Sena decidiu deixar de trabalhar para uma grande empresa e dedicar-se a esta arte visual. Confessa que é fã das cores vivas e sempre que pode viaja o que lhe dá muita inspiração para muitos dos seus trabalhos.

Descubram @senaruna

Dain Yoon é Sul Coreana e tem surpreendido tudo e todos com a sua arte de pintura no rosto e corpo. As ilusões de óptica e surrealismo espantam fazendo-nos acreditar que se tratam de montagens fotográficas. Dain define-se como uma *artista da ilusão*.
E tudo começou quando teve de lutar contra um tumor no cérebro. Encontrou na arte da maquilhagem uma maneira para aliviar o stress e ansiedade.

Descubram @designdain

Pub

PROCURA ALGO DIFERENTE?

ENCOMENDE UMA TELA SQUARE FACES E OFEREÇA A QUEM MAIS GOSTA

Através de 2 a 3 fotos, crio uma tela, pintada à mão, completamente original!
(antes da pintura é enviado um desenho para aprovação)

Square Faces é um projecto de pintura em que são criadas caras coloridas desenhadas sempre em formato quadrado. Para além do uso visível de cores muito fortes, destacam-se pelas linhas estilizadas e exageradas dos traços do rosto, traços esses sempre delineados pela cor preta. De momento, o projecto tem 4 séries: Imaginárias, Figuras Conhecidas, Personagens de Ficção, Histórias Infantis e Retratos Personalizados

Informações e encomendas:
isasilvafotografia@gmail.com
www.isasilva.com

Square Faces
IsaSilva.com

magazine

Mulheres à obra

n04

Janeiro

2020