

Green Media - Agência de Imagem e Comunicação, desde 2005.

ESTRATEGIA

#3

30 ARTIGOS DE OPINIÃO

Especialistas, Empresas, Associações e Jornalistas -
o que dizem sobre o impacto da IA

O REGRESSO DO JORNALISMO DE GUERRA

O aumento dos conflitos internacionais e a
informação diária no local volta a destacar
repórteres de todo o mundo em missão

TENDÊNCIAS

O que vem aí
O domínio do vídeo e os
primeiros passos do som

DOSSIER ESPECIAL

Ser GREEN quando a sustentabilidade
está no ADN

O IMPACTO NA COMUNICAÇÃO

DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

**Das Vantagens às Ameaças,
o que antever para o setor**

greenMEDIA

AGÊNCIA DE IMAGEM E COMUNICAÇÃO

ONDE "POD" DAR VOZ À SUA INFORMAÇÃO



Novo Serviço
PODCAST

Bem-Vindo WELCOME

E DITORIAL

A Revista Estratégia surgiu há alguns anos com um propósito mas, tem hoje, cada vez mais, não só, um papel importante enquanto reflexão regular sobre a atualidade, como uma nova missão: a partilha! União passa a ser a palavra do Futuro.

A primeira mensagem que quero partilhar no regresso da ESTRATÉGIA#3 é que NÃO FOI ESCRITA PELA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL!

De facto fiquei surpreendida com o impacto e utilização que já tem, hoje em dia, em tantos setores, contudo fiz questão de manter a minha genuinidade e não me atrevi sequer a experimentar-la!

Ainda por cima as siglas da Inteligência Artificial são as do meu próprio nome IA – e por isso – que não haja qualquer dúvida que todos os textos que a Green Media compôs para esta edição, resistiram à tentação de ensaiar a sua aplicabilidade. Se calhar fiz mal, poderiam ser muito melhores e/ou mais interessantes, mas confesso que decidi assim para não defraudar as vossas expectativas... porque é sobretudo sobre o valor da informação e da capacidade de a transmitir com autenticidade que a IA pode realmente contribuir para

enfraquecer e até desvalorizar a imagem e a reputação que se tem de alguém, a credibilidade numa atividade ou até de um profissional.

A nova edição da ESTRATÉGIA sai numa altura em que precisamente já há reviravoltas no mundo IA – já foram criadas as primeiras regras de utilização desta nova ferramenta quase como os Direitos do Homem tiveram que ser escritos. Já houve inclusive um Telejornal IA em que estúdio, jornalistas, pivôs... totalmente IA e nesta edição vamos ouvir a voz dos jornalistas, de escritores, empresas e associações de vários setores que partilham connosco a sua opinião e visão.

Nesta edição trazemos também o REGRESSO DO JORNALISMO DE GUERRA e da antiga Tática de Propaganda, que desde 2022 tem entrado diariamente na informação de todas as TV, Rádios, Jornais e Revistas e Portais Online. Em todo o mundo centenas de repórteres são destacados para os palcos de guerra e as equipas submetidas a condições extraordinárias de sobrevivência, em nome da Informação! Era impossível não homenagear todos estes profissionais com um sentido reconhecimento pelos seus valores e pela missão que abraçam, a profissão que escolheram e a causa a que se entregam. Pois sem informação... aí sim estaríamos todos condicionados pela velhinha ameaça da propaganda.

Ainda conseguimos ter espaço para mergulhar no futuro das tendências e o que aí vem em força para a dinâmica da comunicação, assim como, a rota para

a sustentabilidade e o caminho que desbravámos nesta causa green que na Green Media está no nosso ADN.

E, claro, termino em grande, fazendo jus à famosa frase LAST BUT NOT LEAST e agradecer a todos os convidados especiais que participaram com um artigo de opinião nesta edição e que deram força a cada um dos pilares da publicação – sinto que temos um “elenco” de luxo, escolhido “a dedo” que recomendo disfrutarem, assim como todos os clientes e parceiros que nos premiaram com o seu voto de confiança e as suas palavras de testemunho.

Go green Think green e Be green, mas DIVIRTAM-SE! Esse é o nosso lema, o nosso espírito e com o qual podem contar sempre!

Até breve! IA



Isabel Augusto | FOUNDER GREEN MEDIA

O Impacto da INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Na Comunicação

Nesta edição mergulhamos no impacto e não na Inteligência Artificial como novidade pois essa, desde 1950, nunca mais parou de se desenvolver. Olhar para cada setor, ver e medir o sentido da aplicação antes da implementação desenfreada é fundamental. Constatar o que já está em prática no presente e o que cada responsável visualiza que seja o futuro próximo foi um exercício que reuniu Empresas, Jornalistas, Artistas e Associações de Setor numa iniciativa inédita que confere à ESTRATÉGIA um momento único e especial.

Foi com surpresa que constatamos o impacto que a IA já tem, hoje em dia, subtilmente e em tantos setores de atividade!

Na comunicação é facilmente transversal – da redação de um comunicado, à elaboração de discurso, texto de defesa e argumentação mais técnico ou uma simples linguagem robótica automatizada com um propósito em fluxograma, em televidas, copys de campanhas ou legendas de posts.

A ameaça é a capacidade que fica em causa, da pessoa, da empresa e da sua verdadeira autenticidade num serviço de consultoria como o nosso por exemplo. Neste tema, **há muito que acrescento à criatividade, a sensibilidade como fator crítico de sucesso no trabalho que se entrega.** Porque a sensibilidade dá o contexto e correlaciona um conjunto muito grande de variáveis que têm em conta aspetos que apontam se essa ideia tem realmente pertinência ou eficácia. E é aqui que o resultado dessa análise com sensibilidade e não apenas dados, resulta na eficácia e diferenciação da ideia ou sugestão.

Ser pioneiro é ser realmente diferenciador – e é com muito orgulho que desde 2005 nunca se esgotou a fonte da criatividade na Green Media para sermos pioneiros ou levarmos os nossos clientes a serem pioneiros, sem ter que copiar ou imitar alguém para propor uma boa estratégia, quanto mais perder esta valiosa característica em nome do simplex IA.

Em verdade, é sobretudo sobre o valor da informação e da capacidade de a transmitir com autenticidade que a IA pode realmente contribuir para enfraquecer e até desvalorizar a imagem e a reputação que se tem de alguém, de um setor ou um profissional como o da comunicação. Pois na prática o resultado da função IA é uma correlação de ideias e factos que,

como um briefing, “encomendam” um texto, um trabalho. E logo aqui a criatividade está condicionada à partida... já para não falar de como funciona o algoritmo da sensibilidade e o que ela tem em conta.

E não é a criatividade um dos principais motores do nosso setor? Por outro lado, e se não for (ou quando já não for), a criatividade amordaçada, será que o artificial é o resultado que pretendemos? Não estaremos a dar um passo “para a preguiça e facilitismo do trabalho de comunicação automatizado” no ato da execução? Muitas vezes, é precisamente nesta etapa que surgem as ideias mais pertinentes, soluções novas e formas alternativas que levam a alcançar resultados extraordinários! Precisamente quando estamos a executar o trabalho e a sermos confrontados com as dificuldades do mesmo? Estaremos mesmo interessados em prescindir desta enorme característica humana? Em prol de quê? Para que queremos mais tempo? Ou esse tempo? E para que objetivo? Será que é equivalente o Aumento da produtividade ou redução de custo?

O que é na prática IA? A inteligência artificial (IA) é um conjunto de tecnologias que permitem aos computadores executar uma variedade de funções avançadas, incluindo a capacidade de ver, entender e traduzir idiomas falados e escritos, analisar dados, fazer recomendações, entre outros procurando funcionar como o raciocínio humano. **É a espinha dorsal da inovação na computação moderna, agregando valor para indivíduos e empresas pois colocam máquinas ou dispositivos eletrónicos a identificar variáveis, tomar decisões e resolver problemas.**

A Nova edição da ESTRATÉGIA sai numa altura em que precisamente já há reviravoltas no mundo IA – já foram criadas as primeiras regras de utilização desta nova ferramenta – algo

que se aclamava há muito - quase como os Direitos do Homem que algum dia tiveram que ser escritos. Não está completo mas foi o início e revela como muitos estão altamente preocupados com a utilização selvática IA. **Regras como a transparência e proibição do uso de sistemas de identificação biométrica, são os primeiros sinais que revelam alguma cautela da União Europeia em assegurar o uso da tecnologia e alguma segurança que preserva o comando humano.**

Numa fase em que se assiste a uma transição da IA reativa (que reage ao que se lhe pede e instrui) à IA proativa (antecipa as necessidades do utilizador e toma a iniciativa de preparar as ações base, poupando tempo e dinheiro).

As notícias da atualidade revelam bem até onde já evoluiu o seu estudo e aplicabilidade: Inteligência artificial revolucionou a saúde digestiva, higiene oral, a saúde e gestação de um feto, o isolamento de áudio na TV para adequar a utilizadores com dificuldades auditivas, ou dispositivos que monitorizam a saúde do portador com informação reativa de recurso e orientação multifuncional, são só alguns entre uma lista infindável de inovações da aplicabilidade da tecnologia e novas oportunidades de utilização na vida do ser humano.

Mesmo sem ser com o rótulo IA, muitos já entraram no nosso dia a dia – por exemplo o GPS, veículos autónomos, telecomunicações robotizadas 24h/dia, algoritmos inteligentes nas redes sociais e nos equipamentos que detetam palavras chave de uma conversa ou listam preferências e gostos de produtos e serviços para dirigir comunicação publicitária, ou o reconhecimento óptico de caracteres (OCR) que extrai texto e dados de imagens e documentos, ou de voz que automatiza a redação e vice-versa, transformando a vida do ser humano do século XXI, com



dados praticamente instantâneos de análises e correlações estruturadas que demorariam uma eternidade a executar e com possíveis falhas. Estes insights valiosos prontos para o negócio dominam o mercado, atraem os investidores e multiplicam-se infinitamente uma vez que utilizam a correlação de metadados matemática para encontrar soluções adequadas.

Setores como a Saúde, a Indústria, a Banca, o Direito, Recursos Humanos e Gestão pessoal, a Agricultura, a Educação, Turismo, Restauração e Hotelaria, Transporte e mobilidade, com eco na eficiência e sustentabilidade tendem a extrapolar que a IA é inevitável no desenvolvimento destes e tantos outros setores de atividade, nomeadamente no futuro e na economia circular.

Este ano, a IA já foi anunciada como solução para resolver problemas reais das pessoas, listas e compras de produtos, de residência, a estacionamento das empresas e até presentes para oferta em datas especiais! À data, já foi produzido inclusive



o 1ª Telejornal IA no qual, desde o estúdio virtual, aos jornalistas e pivôs nas reportagens das peças... eram totalmente artificiais.

Com a IA entramos noutra dimensão e o século XXI ainda vai ter muito mais para nos surpreender! A Inteligência Artificial é, em primeiro lugar, uma “caixa de pandora” criada por nós e é pelas nossas mãos que se desenvolve e evoluirá consoante a liberdade que lhe autorizarmos. Poderá inclusive ser uma ameaça para nós humanos, para a nossa profissão, para o nosso setor. De modo transversal são inúmeras as experiências bem sucedidas que podem substituir, sem meias medidas, pessoas e profissões, muito embora, claro está, surgirão outras, novas e com mais enquadramento do que pensámos ser possível e por isso não há como travar um processo em larga escala, com tamanho potencial e em alta velocidade. Há sim que zelar pelo seu controlo e regar em consciência a sua legítima atividade e limites de atuação.

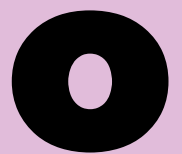
É este o principal receio e a principal tarefa que a humani-

dade deve colocar em prática o mais depressa possível, antes que seja demasiado tarde. Quem define as regras, onde, como e até quando e efetivamente pensar e definir um regulamento, em defesa da própria humanidade. Contudo a sociedade também já provou que o bom senso não é consensual e são diferentes as perspetivas e razões para posições opostas, pelo que a Ordem e o limite, sendo conceitos tão críticos no manuseamento desta tecnologia, são também ambíguos e devem ser realmente estudados e definidos sobre um conjunto de valores bem claro e estruturado. **A Inteligência Artificial será o que o homem quiser que seja** mas ainda assim a perceção dos limites e consequências devem, a todos os níveis, ser desde cedo precipitados de modo a prevenir arrependimentos de decisões erradas ou tardias. **INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COMUNICAÇÃO ROBOTIZADA OU COMUNICAÇÃO ARTIFICIAL? Para onde estamos a ir e o que PODE ADVIR PARA O CONSUMIDOR E PARA AS AGÊNCIAS?**

Não deveríamos estar a programar a inteligência artificial de outra forma? Como pode sentir lógica se não sabe o que é um sentimento? Que ponderação lhe atribui se pensar por si mesma? Que perigosidade e consequências terá a abstenção de amor, alegria, consciência, compaixão e bondade?

Nesta reflexão, a green media quis olhar para cada setor, ver e medir o sentido da aplicação e recolher opiniões e testemunhos daqueles que são representantes na sua área de atividade. Este exercício que reuniu Empresas, Jornalistas de Setores especializados e Associações de Setor numa iniciativa inédita que confere à Revista ESTRATÉGIA um papel especial e um caderno muito interessante.

Boa leitura!



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS



Superior ao Homem

Paulo Salvador
Jornalista TVI

Sem regulação urgente, corremos o risco das máquinas assumirem o controlo e colocarem em perigo a espécie humana. Esta é a ideia base defendida por muitos cientistas perante a roda livre em que se está a desenvolver a chamada Inteligência artificial. A nova tecnologia que está a fascinar todo o mundo sem que verdadeiramente compreendamos para onde nos leva. O advento tecnológico é quase sempre antecedido de uma miríade de promessas e antecipações de um mundo melhor, pleno de oportunidades e benefícios para as nossas vidas. Passaram trinta anos desde que os pequenos modems caseiros começaram a trazer o universo do conhecimento para a nossa casa: a Internet. Antecipava-se a profecia de um admirável mundo novo, com mais tempo, mais igualdade, qualidade de vida, mais vagar para nos dedicarmos

a tarefas mais valorosas. O mesmo se está a passar com o novo advento da chamada Inteligência artificial. São inegáveis as vantagens da utilização de IA no desenvolvimento científico, mas poucos parecem preocupados com a sua utilização de formas menos altruístas. Esta é uma tecnologia tão poderosa quanto desconhecida. Até os próprios cientistas que a desenvolvem o reconhecessem. O impacto dos novos modelos de linguagem será exponencialmente superior ao da Internet, já ela um salto quântico no tecido social, tecnológico, económico e político. Tal como nos anos 90 com o surgimento do Internet, a narrativa actual propaga os argumentos mais românticos da nova tecnologia, na ciência, investigação e saúde. A distribuição generalizada da ferramenta do ChatGPT serviu para criar um ambiente receptivo e cativou milhões em todo

o mundo. Rapidamente se percebeu a capacidade disruptiva desta nova forma de processar a nossa linguagem. Num ápice, as universidades, as escolas ficaram em choque perante a incapacidade de distinguir o que era feito pelos alunos e o que fora apenas resultado de uma consulta ao ChatGPT. O debate académico agora é perceber como vai ser possível avaliar as capacidades dos alunos, distinguir o que é pensado e o que é gerado em segundos de processamento inteligente. Mas essa é apenas uma pequena parte da história. A IA é a única tecnologia com capacidade real para destruir o tecido social e promover milhões de despedimentos de forma quase imediata. Pensemos apenas em todos os centros de atendimento do planeta, facilmente substituíveis por modelos de aprendizagem já existentes. A IA pode eliminar a necessidade de qualquer interacção social entre humanos e instituições.

As características únicas destes modelos não se podem sequer comparar com as da rede mundial que mudou as nossas vidas a partir dos anos 90. Na sua origem, a Internet sempre foi uma ferramenta de liberdade, partilha, diversidade e luta contra os poderes instituídos. Basta recordar as Primaveras Árabes, os vários “Leaks”, os muitos escândalos denunciados via rede e que nos mostraram que há sempre forma de olhar e denunciar o que nos querem esconder. Em resumo, a Net nasceu como um espaço de acesso livre e libertador.

A IA é uma outra realidade que nada tem a ver com os pilares da WWW.

Se a Internet nasceu para democratizar a comunicação e abrir o mundo às diferenças, às minorias, a IA pode ser exactamente o oposto. A sua integração nos actuais sistemas faz dela a mais perfeita tecnologia de controlo, influência e uniformização do universo.

Os gigantescos investimentos em IA dos últimos anos, fizeram explodir a tecnologia pela sim-

ples razão de que poderá garantir lucros inimagináveis a quem a controlar. As tecnologias só se desenvolvem na perspectiva de lucro. Todas as outras morrem pelo caminho. É a força motriz do capitalismo do conhecimento. A Google e a DeepMind sabem disso, assim como a OpenAI, Apple, Amazon, Davos, as indústrias de defesa, farmacêuticas e mercados financeiros. Mais de cem mil milhões de euros são investidos em modelos cada vez mais complexos, sem que ninguém saiba como torná-los seguros. Não há interruptor para esta máquina de aprendizagem, o que torna todas as consequências absolutamente imprevisíveis.

“Por não entenderem como o sistema funciona, não podem intervir. Não sabem como pará-lo, porque não sabem como funciona”, afirma um dos maiores especialistas mundiais em IA. Stuart Russell, professor de ciências de computação na Universidade da Califórnia, reconhece que a IA sem controlo ou regulação é uma ameaça à própria espécie humana.

Uma das preocupações é a possibilidade de os sistemas de IA serem desenvolvidos sem as devidas salvaguardas ou considerações éticas, levando a consequências indesejadas ou a uma utilização incorrecta.

As forças armadas de Israel já usam drones operados por IA. Os Estados Unidos, China, Rússia e mais alguns países, já possuem aparelhos que podem transportar armas, que operam, decidem e escolhem alvos sem a intervenção de qualquer operador, levantando questões éticas sobre as implicações de delegar decisões de vida ou morte em máquinas. Os governos que não possuem esta tecnologia tentam criar acordos e limites, mas sem qualquer sucesso.

O uso generalizado da IA nas várias estruturas de uma sociedade e a crescente adjudicação de tarefas humanas a esta tecnologia pode, à falta de medidas de controlo, lançar o Homem numa espiral de acontecimentos descontrolados.

O que nos deve merecer alguma reflexão é o facto de, à data de hoje, não ser conhecida qualquer



Por não entenderem como o sistema funciona, não podem intervir. Não sabem como pará-lo, porque não sabem como funciona.

Stuart Russell, professor de ciências de computação na Universidade da Califórnia



BIO

Paulo Salvador, jornalista, autor. Nasceu no Lubango, Angola. Ao longo de 33 anos de profissão, trabalhou na rádio, imprensa e televisão. Editor executivo, grande repórter, TVI.

prova científica, de engenharia ou de matemática, que garanta a segurança da IA. Este é um facto perturbador.

Algumas das mais brilhantes mentes do planeta há muito que tentam alertar os governos para esta nova realidade que ainda não se controla, nem se entende na sua plenitude.

Os engenheiros de sistemas são diariamente surpreendidos pela capacidade de aprendizagem da IA. No fundo, é como guiar por entre denso nevoeiro e acelerar a fundo numa estrada que não conhecemos, acreditando que tudo vai correr bem.

Nas redes sociais, um algoritmo controla e determina tudo o que nós vemos. Gere as tendências online, filtra o universo que nos é apresentado. O clickbait (os nossos cliques) é o combustível de uma reacção em cadeia. Este é o poder do chamado “sistema de recomendação”. Existe em todas as redes sociais. Ele desenha um mundo para milhares de milhões de pessoas.

Os modelos algorítmicos em uso no Facebook e afins, estão a dividir populações, segmentar, catalogar e extremar opiniões a uma escala planetária. Uma espécie de genocídio de opinião em que as tendências principais aniquilam as marginais.

O Homem evoluiu pela diversidade, seja biológica, social ou intelectual. Foi o que sempre nos protegeu da extinção.

Um mundo sem erro, sem ruptura, não cresce nem evolui. As artes que o digam, a cultura que o assinala, a ciência que o teste-munhe. A diversidade morre às mãos das tendências e fluxos dos algoritmos.

No que ao controlo da “realidade” diz respeito, a IA usa processos ainda mais complexos e eficazes. É a mais perfeita arma para o controlo e manipulação de massas. Uma tecnologia que agrega capacidades de gerar realidades digitais em tempo real e com isso influenciar a opinião pública e política.

Os modelos de linguagem, do qual o mais conhecido é o ChatGPT, escondem surpresas.

Na minha área de trabalho, o jornalismo, a IA deverá tomar conta daquilo que deveria ser exclusivo dos profissionais de media: a narrativa e a luta pela verdade.

As guerras são o cenário perfeito para a mentira. Sempre assim foi. Na primeira Guerra do Golfo, muitos factos foram “plantados”, para os jornalistas divulgarem: as fotografias de aves em agonia, cobertas de petróleo, que mais não eram do que imagens de um derrame no Alasca; o massacre

de bebés, perpetrado por forças iraquianas numa maternidade no Koweit e que afinal nunca aconteceu.

Hoje, a IA pode fazer tudo isso, mas muito melhor e mais rapidamente. Pelo caminho, ainda consegue uma narrativa para a opinião pública assumir a veracidade da realidade programada. O avanço tecnológico é tal, que muito brevemente (na verdade já hoje é possível), não conseguiremos distinguir uma imagem real de uma criada por IA.

A guerra Hamas-Israel, como todas as guerras, está minada de realidades criadas, ou fakes. Só o tempo poderá desvendar muitas delas. Mas á medida que a IA se diluir na estrutura militar, política e comunicacional, mais difícil será discernir a verdade da mentira.

Já é possível ter apresentadores virtuais de notícias. Criados em tempo real, com a voz e aparência do jornalista favorito. Nunca chega atrasado, nem precisa de ordenado, nem folgas. É uma tentação para muitos empresários de media.

Já temos ferramentas para que uma reportagem seja escrita e editada exclusivamente com recurso a IA. Sem intervenção de um jornalista ou editor de imagem.



O poder computacional da IA não precisa do jornalismo. Tendencialmente seremos sempre um vírus no sistema.

Se, por absurdo, os media tivessem uma ferramenta de IA que garantisse conteúdos que ajudassem a vender mais jornais ou ter mais audiências, desapareceriam todos os critérios que definem a nossa profissão: desapareceria o jornalismo tal como o conhecemos.

Onde quero chegar com isto? Ao perigo do mundo ser comandado por clickbaits e “tendências”, sejam elas quais forem.

É enorme a probabilidade dos sistemas de IA perpetuarem preconceitos presentes nos dados com que são treinados, conduzindo a resultados injustos ou discriminatórios. Estes preconceitos podem manifestar-se de várias formas, como nas práticas de contratação, nas decisões judiciais ou na tecnologia de reconhecimento facial.

Será estrategicamente inteligente desenvolver e integrar no sistema financeiro, militar, estatal, linguagens que se podem reproduzir e que não só não dominamos, como não conhecemos os seus limites? Será prudente usar um modelo que tanto pode ajudar a fazer medicamentos, antagonizar populações ou ensi-

nar terroristas a fazerem bombas biológicas?

A capacidade de computação existente, permite que esta nova tecnologia digitalize e processe a vida de milhares de milhões de habitantes. Catalogue anseios, desejos, tendências políticas, hábitos e pensamentos. Com tamanha metadata disponível, todos os universos podem ser manipulados.

A todo este imenso poder, juntamos o previsível acesso da IA às redes de controlo das principais infra-estruturas dos países, sejam energéticas, de comunicações, militares ou transportes. Não encontrar a tempo o “interruptor” para esta tecnologia ilimitada, é um perigoso sintoma de um certo encantamento dos apóstolos do presente que parecem não de preocupar em garantir um futuro.

A próxima citação foi totalmente redigida pelo ChatGPT em resposta à pergunta: Pode a IA ser uma ameaça para a Humanidade?

Depois de enunciar vários perigos descorrentes da desregulação, concluiu:

“Além disso, há a questão dos sistemas de IA se tornarem tão sofisticados que ultrapassam o controlo ou a compreensão humana, levando ao que é

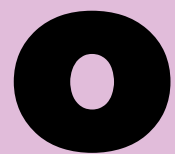
conhecido como o “problema do alinhamento da IA”. Garantir que os sistemas de IA estão alinhados com os valores e objectivos humanos é crucial para evitar cenários em que a IA actua de forma prejudicial ou contrária aos interesses humanos.”

A constante sucessão de eventos relativos à IA, obrigou-me a re-escrever várias vezes este artigo, tamanha é a torrente de sinais, preocupantes, que surgem a cada dia que passa.

O último deles foi a demissão de Sam Altman, o director da OpenAI, a maior empresa mundial de Inteligência Artificial. O afastamento do mentor do projecto foi uma surpresa para todos. Passados uns dias surgiu a notícia que torna legítimos todos os receios.

Titulava o jornal Público, “Investigadores da OpenAI preocupados com nova descoberta sobre AI antes da demissão de Altman”. A notícia baseava-se numa informação da agência Reuters que garantia que uma carta enviada ao conselho de administração da OpenAI, assinada por vários investigadores, alertava para uma descoberta que coloca em risco a Humanidade.” 23 Novembro 2023.





ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Os Perigos e a Imprevisibilidade da Apaixonante Inteligência Artificial

Cristina Esteves
Jornalista RTP

E Em entrevista ao primeiro-ministro Britânico Rishi Sunak na primeira cimeira mundial sobre Inteligência Artificial (IA), Elon Musk surpreendeu, e chocou muitos, ao afirmar que a inteligência artificial pode tornar-se na “força mais perturbadora da história” chegando a “um ponto em que nenhum emprego será necessário”. São muitos os que temem que a inteligência artificial culmine no controle mais ou menos incisivo dos empregos de todos. Mas será uma outra questão que esteja para breve a transição que passe pela eliminação do trabalho de todas as pessoas em todo o mundo. Ou melhor, uma nova dimensão com potenciais ramificações nas nossas vidas que a própria razão desconhece. “Teremos algo que é, pela primeira vez, mais inteligente do

que o ser humano mais inteligente”... “É difícil dizer exatamente quando será esse momento, mas chegará uma altura em que nenhum emprego será necessário. Uma pessoa poderá ter um emprego mas por por uma questão de satisfação pessoal. Mas a Inteligência artificial seria capaz de fazer tudo”, acrescentou Elon Musk, mais conhecido pelo dono do Tesla ou SpaceX, e pela aquisição da rede social Twitter, mas um dos primeiros investidores da OpenAI, o criador do famoso ChatGPT, que criou uma empresa de inteligência artificial chamada xAI que recentemente anunciou a versão beta do sistema X Grok, ainda que limitado aos subscritores X Premium+. Independentemente das declarações sem dúvida controversas, algo tem de ser dado como garantido: o novo mundo IA torna-se à mais avançado. Muito além

do que poderíamos imaginar... ultrapassa a mera associação à robotização para a realização de trabalho manual. Interinamente a Inteligência artificial não vai criar um mundo sem trabalho ou a obsolescência humana, até é expectável que gere novas áreas de negócio e empregos mais qualificados com mais produtividade e maior prosperidade. E neste novo mundo velho, onde fica o jornalismo? O aparecimento e desenvolvimento da inteligência artificial, e consequentemente da IA generativa, é a mais recente etapa na transformação digital que assolou os meios de comunicação social nas últimas décadas. E algo me diz que ainda estamos no início de algo cujo desenvolvimento e fim são uma incógnita para todos, não obstante os inúmeros alertas dos riscos inerentes e da necessidade de uma legislação eficaz que proteja

verdadeiramente os bens e valores que há-de proteger. Mas que normas neste mundo global e digital sem fronteiras? No contexto do jornalismo, a automação de conteúdos estará associada ao uso de processos algorítmicos que convertem dados em textos narrativos e notícias com limitada ou nenhuma intervenção humana. Além da fase prévia de programação, com efeitos devastadores no futuro dos jornalistas e meios de comunicação social, nos seus modelos de negócio e processos de trabalho e produção, e da personalização a um público consumidor individualizado. Tudo sob o risco de uma dependência económica, social e política em relação às grandes plataformas tecnológicas, mesmo a pretexto de automatizar a rotina para regressar à essência da profissão, que colidirá com o jornalista-cidadão simultanea-

mente consumidor das mesmas plataformas. É facto assente que os órgãos de comunicação social em todo o mundo estão cada vez mais tentados a usar a Inteligência artificial para gerar conteúdos, e a reempacotá-lo como jornalismo por pressão temporal e sobrevivência económica. Mas nada de equívocos, não é nada de verdadeiramente novo. Infelizmente quando há muito se copia, traduz ou cita outros órgãos ou agências noticiosas sem rigor ou valor acrescentado. É o jornalismo de pacotilha, quando não de matilha, só que agora algoritmizado, a alta velocidade, em escala e de propagação instantânea para rentabilizar a atenção efémera. Estamos num mundo perigoso com uma rotação demasiado rápida em que quase sem nos apercebemos podemos ser “engolidos” por essas novas e

fascinantes ferramentas. Instrumentos que escrevem textos, dão notícias como certas, mas podem facilmente levar ao engodo quem as lê. Até porque, do ponto de vista analítico, a essa inteligência artificial falta emoção, ética, moral. Uma notícia relata factos com contradição, com a imparcialidade do jornalista dentro da sua subjetividade inerente à interpretação da realidade.

À IA falta a emoção. Para já...

BIO

Licenciou-se em Direito, em 1995, na Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. Entre 1991 e 1996, foi apresentadora da RTP, tendo começado em programas como “Grande Área” e “Você Decide”. Trabalha como jornalista e pivô no canal de televisão público português desde 1996. Actualmente apresenta programas de informação na RTP1 e RTP3.

IA de Microfone em Punho?

Ana Maria Ramos
Jornalista TSF

Já não é surpreendente que a robô Sophia, estrela daquela Web Summit em que vimos um enxame de drones virtuais sob as nossas cabeças, tenha obtido cidadania saudita. Nem surpreende ouvir especialistas falarem da IA como a ferramenta académica, empresarial, individual, ou do próprio jornalismo. Em cada minuto que passa, existem milhares de investigadores a trabalhar para que um dia a máquina seja mais inteligente do que o ser humano. Quase que a dizer-nos que qualquer dia, a humanidade estará numa espécie de pirâmide invertida darwinista, numa proximidade assustadora com as deturpações teóricas do líder do velho reich. Não sabemos, se tal dia estará longe, ou perto, mas tal reflexão, perante o momento atual, provoca mais dores de cabeça, do que esperança na humanidade. Também convém explicar aos viciados do digital que o sistema de inteligência (IA) do ChatGPT que parece ir a caminho da quarta versão, traz riscos de desinformação, porque

o algoritmo só reproduz o input para o qual é programado e nem sempre a informação que recebe pode estar correta. Não há respostas certas na navegação cibernética. São sempre meras hipóteses que devem ser verificadas junto de fontes seguras. Este é um desafio também para o jornalismo. A excelência na formação também passa por aí. A velocidade dos acontecimentos quotidianos convida a, reações rápidas na resposta, à necessidade de estar em cima do acontecimento, de dar primeiro que o concorrente (sim, já poucos se tratam por camaradas de profissão). O fake check impõe-se, mas requer tempo e discernimento. Já o “embrulho” do headline pode ter algum toque de personalidade e é aqui que mantenho a discussão com os peritos do algoritmo. Há e tal, mais tarde, ou mais cedo, haverá capacidade de recriar uma grelha mental e emocional na máquina, capaz de pensar e sentir como um ser humano, pois até prova em contrário, cada jornalista vale por um milhão desses futuros seres que tentam criar, porque cada profissional é um ser humano único, mesmo quando sujeito às mesmas regras deontológicas com as quais se deve reger no exercício da profissão. Fale ele de guerras, política, economia, ou de batatas. Portanto, se o momento é assustador para a profissão? Provavelmente a melhor palavra é desafiante. Assim, tenhamos tempo e espaço para o provar.



BIO

Ana Maria Ramos, jornalista com carteira profissional desde 1988, tem dedicado a sua carreira à informação na área da economia. Apaixonada há 4 décadas pela rádio, com breve passagem pela imprensa escrita. É uma das pioneiras dos cursos de formação na origem da rádio TSF, onde ainda hoje exerce a profissão, ao nível da edição, produção e reportagem. É responsável há 20 anos por espaços dedicados diariamente à microeconomia, o caso dos “Negócios&Empresas” e “Negócios em Português”. Larga experiência na cobertura de grandes eventos/conferências institucionais, como a Web Summit ou a Portugal obit Summit. Vencedora do prémio Financial Journalism, da CFA Society Portugal em 2023, dedicado a expandir e consolidar a literacia financeira em Portugal e contribuir para a ética do mundo, nos domínios do investimento e mercados financeiros. Diz que é na estrada que se realiza, porque a vida é uma sucessão de projetos inacabados, onde entram muito e até a continuidade de uma pós-graduação em Jornalismo do ISCTE, após o curso de licenciatura em ciências da Comunicação da UAL.



IA. O Superpoder ou o Medo do DDT

Vítor Norinha
Jornalista Vida Económica

A Inteligência Artificial Generativa está na ordem do dia. As maiores potências em termos tecnológicos estão a lançar os seus chatbots semelhantes ao mais popular de entre todas as linguagens, o ChatGPT, criado pela norte-americana Open AI. O que está em discussão é se esta ferramenta - que tem vindo a ser desenvolvida na última década - nos irá dotar de superpoderes ou se nos irá ultrapassar no dia em que a IA Generativa for capaz de interpretar e assimilar emoções e tiver ultrapassado efabulações. Nesse dia **com um eventual mercado desregulado ficaremos a saber quem é o Dono Disto Tudo**. E entre quem afirma que por cada emprego perdido devido à IA é criado 2,6 postos de trabalho (Vanessa Mosca, formadora, in Vida Económica), até quem diga que seriam perdidos 47% dos empregos atuais (Carl Benedikt Frey, Universidade de Oxford, in El Mundo), tudo é possível. Falar de IA é - possivelmente - mais relevante do que discursar sobre o aparecimento da Internet, sendo que sem esta aquela não existiria. E é relevante pensar sobre a evolução da IA Generativa que por enquanto apreende e mistura a informação em tempo recorde para nos dar

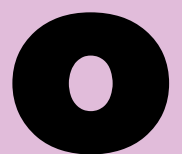
toda a sapiência que os motores de busca podem fornecer. Algumas das respostas são efabulações, como dissémos, não têm sentido, mas as respostas estão a melhorar e chegará o dia da perfeição. A grande revolução está para chegar quando a IA Generativa perceber o que pensamos e como pensamos e conseguir antecipar as nossas reações. Aí, nessa altura, vamos ver quem é o mais forte. Quem hoje tem medo da evolução ou quer mitigar o impacto, exige regulação, até porque ainda há quem pense, nomeadamente na atividade jornalística, que os atores principais continuarão a ser os profissionais de comunicação. Infelizmente, tal como em todas as profissões onde a mente e o intelecto são críticas, a IA Generativa irá intervir. Os bots serão imperceptíveis e se não conseguirem fazer a reportagem num cenário de guerra vão conseguir apropriar-se de toda a informação que circunda um qualquer conflito e que seja do interesse do público consumidor, desprezando os direitos autorais e, quiçá, princípios de ética. Já hoje atualizam em permanência o algoritmo que lhes permite dar indicações ao órgão de comunicação social (OCS) de quais as palavras e os temas mais pesquisados. Com a ascensão do digital desde há vários anos tenderão a orientar a



BIO

Vítor Norinha é jornalista há quase 40 anos. Com formação em Direito mas sempre com interesse nas áreas das finanças públicas, dos seguros, da banca, do imobiliário e do turismo iniciou a atividade nos extintos Jornal do Comércio e Semanário Económico, tendo passado grande parte da vida profissional nos também desaparecidos Diário Económico e jornal Semanário onde foi editor. Fez parte da equipa inicial do jornal por assinatura OJE e depois do Jornal Económico tendo em ambos assumido funções de diretor editorial. Mais recentemente centrou-se na colaboração com o jornal especializado Vida Económica. Como jornalista liderou dezenas de conferências sobre temas tão diferentes como a área financeira, a área do imobiliário, as alterações climáticas, a longevidade para além de seguros e banca.

informação, primeiro de acordo com o mainstream e depois, quem sabe, de acordo com um pensamento próprio. Este será um cenário devastador e que temos de impedir. Em outubro último a Federação Europeia de Jornalismo discutiu o tema e, obviamente, defendeu a IA como ferramenta e não como uma força laboral de substituição de humanos. Num texto publicado pelo Sindicato dos Jornalistas foi dado o exemplo do OCS alemão Axel Springer que despediu jornalistas e optou por bots na redação do noticiário. Este é um exemplo - entre muitos outros - que está a acontecer, enquanto na crua realidade do dia a dia se discute a sobrevivência dos OCS a par dos princípios de ética. Espera-nos uma clara revolução sem contornos definidos e onde a IA tem ser tomada em consideração e controlada, porque há vida para além da produtividade medida pela quantidade.



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Inteligência Artificial: Uma Nova Religião

Ricardo Durand
Editor na PCGuia e Trendy

Costumo escrever regularmente sobre inteligência artificial na PCGuia: um dos meus textos mais recentes, que foi capa de uma edição de 2023, foi sobre uma selecção de ferramentas para gerarmos texto, imagens e ajudar a fazer trabalhos repetitivos e monótonos. Ao longo deste ano, tenho percebido que este mundo é quase como o “panteão” dos santos da Igreja Católica. Se há os santos que protegem artistas, militares, jornalistas e pescadores, também há as inteligências artificiais padroeiras da música, do texto, da tradução ou da imagem. E, à velocidade com que

aparecem plataformas de IA que nos prometem ajudar em tudo, bem que se podia reescrever a conhecida marcha popular que passa nos arraiais: «O Santo ChatGPT já se acabou / o São Copilot está-se a acabar / São Bard, Bard, São Bard, dá cá mais um prompt para eu brincar». Um dos mais novos “santos” a entrar para esta disciplina de hagiologia é a nova empresa de Elon Musk, a xAI. A ideia é «entender o Universo». Depois disso, o que resta à IA, para descobrir? É urgente que se descodifique o ser humano - até, porque, muitos dos prompts que fazemos neste tipo de plataformas começa com ‘age com um...’ - e não é propriamente, como um leão ou um pei-

xinho de aquário, mas sim como uma pessoa especialista em algo. Uma espécie de ‘santo’ que só existe num panteão virtual, onde a fé é substituída pela certeza de que não precisamos de mexer uma palha ou suar para criar um vídeo com um avatar que nos imitar, a falar em japonês com o nosso tom de voz. E nem precisamos de rezar para pedir ajuda a estes santos poupalAIres ou acender uma velinha - basta promptar. E promptar foi o que o jornalista fez este ano para criar uma edição totalmente escrita com recurso ao ChatGPT, uma atitude que cai mais na performance artística que no domínio do jornalismo. ‘Irresponsável’ - este era o nome

que a publicação devia ter tido na semana em que apareceu nas bancas (na verdade, foi ‘inérito’), depois de anunciar que seria o «primeiro jornal no mundo feito (quase) em intervenção humana». E, diria, sem intervenção de vida inteligente. O ChatGPT é uma espécie de Espírito Santo (continuamos muito religiosos) das tecnologias: aqui, tal como na Bíblia, em que não foi preciso haver relacionamento sexual para que uma mulher ficasse grávida, também não foi imperativo que dois neurónios se relacionassem para dar à luz um texto. Bastou pedir, que o ChatGPT fez, muito na linha do que aconteceu com a Imaculada Conceição, em que se afasta o jornalista desse pecado original

que é ter disponibilidade mental para escrever uma reportagem. Com esta edição, o jornal i não prestou nem um mau, nem um bom serviço ao jornalismo, desde logo porque o resultado final não reflecte nem uma coisa, nem a outra. Temos, sim, um exercício artístico, um manifesto dadaísta-tecnológico (soltar a arte das amarras da racionalidade e o jornalismo das amarras da humanidade, para o entregar aos robots) uma demonstração de uma capacidade que tem pouco que ver com o trabalho profissional que um jornalista deve ter - desde logo o de editar a informação que recebe ou que lhe transmitem. Haver pouca (ou nenhuma) intervenção humana é um mau princípio, porque o

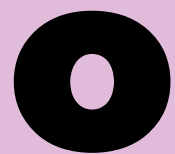
que temos, assim, é um “vômito” de informação, muito na linha do que faz grande parte das agências de comunicação, hoje em dia. Mas, como em todas as tragédias, há sempre uma ponta de ironia. Na capa do i, um texto gerado pelo ChatGPT faz o aviso: «É importante lembrar que a revisão humana é fundamental para garantir a qualidade do texto, incluindo a correcção de erros gramaticais e a adequação do tom e da linguagem ao público-alvo». Basta ler um artigo ao acaso deste jornal, para perceber que isto não aconteceu. Quando um robot tem mais consciência que um humano do que é ser humano, os jornais nem para limpar vidros vão servir.

*Quando um robot
tem mais
consciência que um
humano do que é ser
humano, os jornais
nem para limpar
vidros vão servir.*



BIO

Começou no jornalismo em 2004, tem um interesse especial por inovação tecnológica (principalmente se forem projectos portugueses) e praias selvagens do Alentejo. Também é editor do site Trendy Report e faz regularmente viagens pelo País em busca dos melhores spots para fazer surf.



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Inteligência Artificial para que te Quero...

João Alberto Catalão
Empresário, Docente e Autor



BIO

É speaker internacional, empresário, coach e mentor de executivos, docente, palestrante e conferencista em motivação, criatividade, negociação multicultural e vendas. Do seu vasto currículo, destaque-se a publicação de vários livros (ex: Ferramentas de Coaching) e a co-autoria e co-dinamização da rubrica da SIC Mulher / Mais Mulher. Certificado por: ICF (PCC) e ASESCO (CPC). Vice-Presidente da EMCC Portugal. Vice Presidente da APMENTOR (Associação Portuguesa de Mentoring). Vice Presidente da Age Friendly Portugal. É ainda o Co-fundador do Grupo BusinessUp (INV, YouUp, ActiveUP) e diretor da Revista DO it!.

Que papel transformador terá no nosso mundo a IA (Inteligência Artificial), área da ciência da computação que visa replicar o pensamento humano através de softwares? Esta é, claramente, uma pergunta para já sem resposta. A transformação implica que algo deixe de ser aquilo que é. Ora, quando se trata de Seres Humanos e de Organizações, esse facto enfrenta um grande obstáculo: o status quo. Mudar, muda-se, por dor ou prazer, mas quando se trata de transformação a coisa complica-se. Sendo a IA algo que já está aí e que veio para ficar e que vai ter cada vez mais impacto na nossa vida, importa refletirmos sobre o ruído que paira no ar no que respeita às valências, limites e

ameaças da IA. A partir daquilo que sabemos, ou melhor, que percebemos, que impacto positivo ou negativo está a IA já a ter na forma como recebemos informação e a partir daí, como interfere no contexto pessoal, social, organizacional e político? Todos esperamos que a IA posua fronteiras que não afetem negativamente o equilíbrio entre o ser humano e as tecnologias. Por outro lado, é exigível que exista transparência na informação gerada pela IA. Ora, pelos exemplos que já vivenciamos, não podemos estar tranquilos. Já existem motivos de preocupação, nomeadamente através do excesso de liberdade como se usa de forma incorreta, por exemplo o ChatGPT, bem como a facilidade como se criam fake news recorrendo à IA. A falta de regulamentação e a velocidade

como a IA se desenvolve, não promovem a nossa tranquilidade. Esta realidade, para além dos perigos decorrentes, cria desde já necessidades críticas: Como assegurar privacidade e proteção de dados, tanto para o cidadão comum, como para as organizações e instituições? Como se protege e se respeita a propriedade intelectual? Como e quem atua e penaliza os casos de abuso? O Parlamento Europeu já nomeou uma Comissão para avaliar o impacto desta tecnologia. Pelo meu lado, gosto de encarar os desafios da vida como se fossem uma moeda. Se não vejamos: as duas faces que as moedas possuem oferecem-nos, metaforicamente, a possibilidade de pensar que não é possível ver as duas faces em simultâneo. Como tal, sugere-nos a importância de que, tal como uma mo-

eda, sejamos capazes de admitir as vantagens da IA, como por exemplo facilitar a gestão mais eficaz dos recursos do planeta através da identificação de ineficiências, ou também colocando limites automáticos em sistemas de iluminação e climatização. Outra vantagem que nos toca de perto, deve-se ao facto da União Europeia possuir uma indústria digital sólida, que sugere que sejam acauteladas as infraestruturas digitais e normativos que protejam a liberdade e a privacidade. A UE tem condições para assumir a liderança na economia dos dados e suas aplicações. Para o cidadão comum a IA pode aportar várias economias de escala, nomeadamente através de transportes mais seguros, produtos e serviços adaptados, mais baratos e mais duradouros, para além de facilitar o acesso à informação, a educação e à

formação. Ao nível do trabalho, podem-se por exemplo robotizar tarefas perigosas e gerar novas oportunidades profissionais à medida que se criem, transformem, cresçam ou se desenvolvam indústrias impulsionadas pela IA. Acredito que, numa primeira fase, os setores da economia verde e circular, da moda, da maquinaria, da saúde, do turismo e da agricultura serão dos mais beneficiados pelo desenvolvimento da IA. Estando nós a viver cenários onde a transparência e o rigor das Finanças Públicas é colocada em causa pelas más práticas de governantes e de gestores públicos, a IA poderá contribuir para mitigar as possibilidades de corrupção e/ou de incompetência, através de dados analíticos escrutinarem as decisões, bem como favoreçam a transparência

nas contratações públicas, contribuindo assim para fortalecer a democracia. A tradicionalmente penosa demora na ação da Justiça poderá, através da IA, aceder a soluções que promovam a celeridade e a qualidade da gestão dos processos. Como conclusão considero que a maior ameaça da IA está neste momento no limbo decorrente de não existirem nem normativos legais, nem entidade responsável pelos danos causados pela IA. Até isso acontecer, o caminho a percorrer deve passar **pelo compromisso dos líderes das nações, das empresas e das organizações, em programas de formação e educação para a conceção e dinamização de uma cultura de responsável de IA.**



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

O Poder Transformador da Inteligência Artificial e da Robotização

João Carreira
Profissional de Comunicação

Nos últimos anos, os rápidos avanços na inteligência artificial (IA) e na robotização foram revolucionários, remodelando a forma como as indústrias operam, impactando a dinâmica do mercado de trabalho e transformando a própria estrutura da vida quotidiana. Na produção, os robôs assumiram tarefas repetitivas e perigosas, melhorando a precisão e o rendimento, libertando os trabalhadores para postos de trabalho que requeiram explorar a potencialidade criativa dos mesmos. Na área da saúde, as ferramentas de diagnóstico baseadas em IA melhoraram o atendimento ao paciente, permitindo a deteção precoce de doenças e planos de tratamento personalizados. Já as experiências no retalho foram enriquecidas por chatbots e algoritmos de personalização, aumentando o envolvimento do cliente. A integração da inteligência artificial despoletou várias questões no âmago dos recursos humanos, mas embora exista preocupação com a possível redução de empregos disponíveis, estas tecnologias podem aumentar significativamente as capacidades humanas. A IA pode analisar grandes quantidades de dados, facilitando um melhor recruta-

mento e gestão de talentos, por exemplo. Além disso, os chatbots baseados em IA oferecem suporte 24 horas por dia, 7 dias por semana aos trabalhadores. No que concerne às relações Master-Franquia, estas representam uma complexa rede de interações, onde a transferência eficiente de conhecimento é vital para o sucesso. A IA e a robotização podem desempenhar um papel crucial neste contexto. O uso inteligente da transferência de conteúdo pode melhorar significativamente a comunicação e a eficiência operacional entre master e os seus franqueados. Relativamente à integração de novos franqueados, os assistentes de treino virtuais podem agilizar o processo, fornecendo acesso instantâneo a materiais e recursos de treino. Pode, ainda, fornecer suporte operacional, auxiliando os franqueados em dúvidas e tarefas comuns. A IA pode, também, auxiliar na adaptação de conteúdos e estratégias para atender às necessidades e preferências específicas dos franqueados em diferentes regiões, garantindo uma abordagem mais personalizada. No que toca à análise de dados, a IA pode, rapidamente, processar dados de operações de franquia, permitindo que o master obtenha insights sobre o desempenho, identifique tendências e



BIO

É licenciado em Comunicação e Jornalismo e pós-graduado em Gestão e Marketing do Desporto pela Universidade Lusófona. Desde então que a sua vida profissional tem passado muito por esse ramo, sendo, neste momento, coordenador da agência de comunicação Media em Movimento.

forneça recomendações baseadas nesses mesmos dados. No contexto dos relacionamentos Master-Franquia, a transferência inteligente de conteúdo alimentada por IA pode preencher a lacuna entre master e franqueado, permitindo uma comunicação mais eficaz, partilha de conhecimento e eficiência operacional. O impacto transformador da IA e da robotização em vários setores é inegável. Embora existam preocupações sobre as suas implicações no mercado de trabalho, não há como negar o seu potencial para aumentar as capacidades humanas e a eficiência. À medida que avançamos para o futuro, é crucial que as empresas adotem estas tecnologias e se adaptem a este cenário de mudança

01 O QUE DIZEM SOBRE A GREEN MEDIA?



“O segredo de um sucesso está no trabalho de uma equipa. Com-promisso, profissionalismo, dinâmica e proximidade são chaves que colocam a Green Media para além de uma Agência de comunicação e a colocam numa ligação de amizade, diálogo e carinho com os seus parceiros.”

Maria João Oliveira
Jornalista aNOTÍCIA.pt



“As agências de comunicação desempenham hoje um papel crucial na ligação entre players e a imprensa, apressando contactos e estreitando laços. Uma notícia, uma história, é mais do que o somatório de declarações ou números, também traduz emoção e sentimento. O lado humano que nenhuma inteligência artificial pode substituir. A Green Media faz a ponte na medida certa, com profissionalismo e atenção ao pormenor”

Manuela Sousa Guerreiro
Jornalista Construir



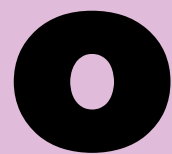
“É um privilégio colaborar todos os dias com a GreenMedia. A dinâmica, a criatividade e a dedicação da agência e das suas pessoas destacam-se em todos os projetos. Todos os momentos junto das mulheres que dão personalidade a esta agência, são de constante aprendizagem e admiração. Que se avizinhem tempos de muito sucesso que consolidem ainda mais esta parceira.”

Bárbara Guedes
APAL - Departamento de Marketing e Comunicação



“Conheço a Green Media desde que abracei o projeto de enoturismo na Adega de Palmela. É uma empresa de Imagem e Comunicação que aposta no profissionalismo, com muita dinâmica e criatividade, que se dedica aos seus parceiros de negócio, desenvolvendo de forma empática a relação com os seus clientes. Mas uma empresa é sempre o reflexo das pessoas que nela trabalham diariamente, profissionais, dinâmicas, bem dispostas, dedicadas, apaixonadas pelo que fazem! Um grande obrigado a toda a equipa da Green Media.”

Teresa Grilo
Enoturismo - Adega de Palmela



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Somos a Máquina da Incerteza

José Luís Peixoto
Narrador e Poeta

J á tínhamos ouvido falar de Inteligência Artificial, conhecíamos o conceito desde as séries de ficção científica dos anos oitenta, pelo menos. Afinal, esta primeira pessoa do plural tem quase cinquenta anos. Mas houve um dia em que ouvimos falar pela primeira vez de Inteligência Artificial nos termos em que existe neste momento: ao alcance de qualquer adolescente, fonte de textos e multimédia que podemos partilhar nas redes sociais. O dia dessa revelação aconteceu há alguns meses, provavelmente. Agora, no entanto, parece que foi há muito mais tempo. A desatualização das novidades é cada vez mais rápida. Com toda a gente a falar sobre o mesmo, não demorou até que se criassem inúmeros estereóti-

pos sobre o assunto. Hoje, dizer alguma coisa sobre Inteligência Artificial é atravessar um campo minado de clichés, custa não pisar uma dessas inúmeras bombas. No passado, ouvíamos falar de avanços tecnológicos com antecedência. Alguém tinha lido numa revista que, num país distante, cientistas estavam a desenvolver uma invenção que nos parecia surpreendente. Hoje, sabemos desses avanços a posteriori, para o nosso filho são sempre notícias antigas. Com esta popularização da Inteligência Artificial, toda a gente parece ter o receio, aberto ou disfarçado, de ser substituído. As máquinas intimidam. Há a ideia de que tudo vai mudar, mas não sabemos exatamente como. Essa incerteza não ajuda quem já luta com problemas de ansiedade. Quase todos juram que, na sua área de trabalho, de certeza que

as máquinas nunca conseguirão cumprir as suas tarefas. Já no que diz respeito a outras áreas, não têm a mesma convicção. Os mais otimistas acreditam que, ao substituir certas profissões, a Inteligência Artificial poderá alterar outras e criar novas. Mas, na verdade, tanto esses como os pessimistas não têm a certeza absoluta. São humanos e o absoluto não é uma característica da nossa espécie. Talvez esteja aí a mais-valia que possuímos sobre esse software. Convencemo-nos de que somos perfeitos, como acredita a Inteligência Artificial, é uma limitação e um problema. Falta-lhe senso, gosto, falta-lhe os momentos em que se distrai e, inesperadamente, descobre verdades sem sentido. Muitas vezes, a Inteligência Artificial é Burrice Artificial. Aceitámos todos os avanços tecnológicos até aqui, com o

que têm de bom, de mau e de péssimo. Também vamos aceitar este, incorporá-lo no nosso quotidiano. Mas, se não deixamos as empresas regularem outras áreas da nossa vida pública, não há razões para confiarmos este tema tão vasto, e com tanto potencial, em mãos privadas e, por isso, com interesses específicos. A idade adulta desta primeira pessoa do plural começou no início dos anos noventa, lembram-se? Desde então, já assistimos a muitos avanços tecnológicos, agora completamente obsoletos. Talvez por isso, sabemos relativizar alarmes coletivos. Durante muito tempo, criaram-se máquinas para evitar o esforço físico. Depois, quando se percebeu o quanto o sedentarismo é nocivo, criaram-se máquinas para praticar esforço físico. **Somos seres humanos, adoramos máquinas.**

BIO

José Luís Peixoto nasceu em Galveias, em 1974. É um dos autores de maior destaque da literatura portuguesa contemporânea. A sua obra ficcional e poética figura em dezenas de antologias, traduzidas num vasto número de idiomas, e é estudada em diversas universidades nacionais e estrangeiras. Em 2001, acompanhando um imenso reconhecimento da crítica e do público, foi atribuído o Prémio Literário José Saramago ao romance Nenhum Olhar. Em 2007, Cemitério de Pianos recebeu o Prémio Cálamo Outra Mirada, destinado ao melhor romance estrangeiro publicado em Espanha. Com Livro, venceu o Prémio Libro d'Europa, atribuído em Itália ao melhor romance europeu publicado no ano anterior, e em 2016 recebeu, no Brasil, o Prémio Oceanos com Galveias. As suas obras foram ainda finalistas de prémios internacionais como o Femina (França), Impac Dublin (Irlanda) ou o Portugal Telecom (Brasil). Na poesia, o livro Gaveta de Papéis recebeu o Prémio Daniel Faria e A Criança em Ruínas recebeu o Prémio da Sociedade Portuguesa de Autores. Em 2012, publicou Dentro do Segredo, Uma viagem na Coreia do Norte, a sua primeira incursão na literatura de viagens. Os seus romances estão traduzidos em mais de trinta idiomas. As suas mais recentes obras são Autobiografia (2019), na prosa, e Regresso a Casa (2020), na poesia. Os seus romances estão traduzidos em mais de trinta idiomas.



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS



Tiago Salazar
Escritor e Jornalista

Inteligência Artificial Coiso e Tal

Entre o dia do convite para este escrito e hoje me-deiam treze dias (estive a contar pelos dedos, à moda antiga). Por regra, fruto de décadas ao serviço de jornais diários, quando me pedem uma prosa é para amanhã e darem-me um mês de avanço amolece-me. Um jornalista é uma antena virada a todos os ventos (como disse um dia o meu avô, também ele jornalista). Ou seja, sabe muito de muita coisa, mas pouco de alguma coisa em concreto. Quando não sabe, procura saber e notícia ou opina, conforme o espaço que lhe é votado. Voltando ao princípio: antes sequer de ir saber ao certo do que se tratava a IA (sabia apenas uns zunzuns) guiei-me pelo senso comum, juntando os meus saberes empírico e etimológico. Inteligência e artificial, ou seja, a capacidade de discernimento, o intus (entre) e elegere (escolher e ler) junta ao que é feito por arte ou indústria, não natural, postigo, dissimulado e fingido. Seguiram-se umas boas horas de pesquisa, mais uns sonos e sonhos sobre o assunto. Foram precisos treze dias até vir aqui espriar o que agora vos digo. A IA é a maior invenção da Humanidade para os ociosos, isto é, todos aqueles que elogiam a preguiça e acham que o trabalho não liberta e pode matar, tal como o desporto não é necessariamente bom para a saúde. Passo a explicar como cheguei a esta conclusão, que raciocínios

seguir e quais os ensaios e livros que li para fundamentar a minha teoria sem me deixar convencer por nenhuma aplicação. Pelo que entendi, estamos em pleno voo tecnológico para termos em casa robôs (softwares) capazes de dizer eureka a propósito do maior bico de obra no tempo de uma siesta. Por exemplo: preciso de um plano de negócios para me instalar no concorrido mercado da animação turística e um dispositivo faz-me o desenho chave na mão. Sugere-me a aquisição em leasing (para justificar despesas) de um veículo eléctrico (não poluente), a frequência de um mini-curso da área (para validar o profissionalismo, mesmo que a lei não o obrigue) e o recurso a aulas de defesa pessoal mediante o cálculo de atropelos, insultos, agressões e querelas do negócio e da Vida em geral. Isto a par de formação e práticas reiteradas em mindfulness, budismo Zen, yoga e comunicação assertiva. Como a IA sabe tudo e um par de botas, sabe também que neste ramo do Portugal futurista o Turismo é a galinha dos ovos de ouro e até as cúpulas do poder a ele recorrem para engordar os seus magros salários, sabendo de antemão estar ali uma forma de

escapar ao abismo negro fiscal. A visão ao espelho é sempre deformada e a IA alerta que todo o lucro é pouco quando se pode obter mais. Menos de 100% do uso do cérebro é pedir pouco. Agora que já tenho o plano de negócio na mão e a chave do sucesso falta apenas focar, tirar seis meses de sabática para acharem que desapareci ou morri, procurar pessoas investimento (e dispensar as pessoas despesa), declinar tudo o que não aprecio, ir às aulas de defesa pessoal, investir para lucrar e não cair na armadilha de que a IA dá respostas a tudo, além de poder ter um afável robô poliglota a fazer todo o trabalho por mim, passeando turistas de plástico e deixando de parte os viajantes nos seus guetos felizes frequentados por gente que dá abraços, troca ideias, e aprende e apreende o mundo através dos meros sentidos, indo longe, devagar. Isso ou escrever-me os meus próximos cem romances que terão um sem número de leitores e serão escritos e revisados e editados e vendidos pelo Pessoa (o robô) que movido a IA condensa tudo num só corpo e não grita.

BIO

Tiago Salazar é um escritor e jornalista português, também conhecido por ser um viajante assíduo. Nasceu em Lisboa em 1972 e estudou relações internacionais. Desde cedo, Tiago Salazar escreveu para vários jornais e revistas como o Diário de Notícias, Expresso e Correio da Manhã. Também trabalhou para a televisão.

greenMEDIA

AGÊNCIA DE IMAGEM E COMUNICAÇÃO

O MÉTODO GREEN MEDIA



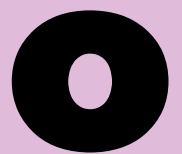
Sob o mais elevado código de confidencialidade, oferecemos opções para uma solução diferenciada. Sempre à medida da empresa, setor de atividade e do mercado, ou seja, clientes do nosso cliente. E é especialmente na diferença que a nossa criatividade sobressai: mas, também na metodologia de trabalho, procedimentos e organização que nos caracteriza "Ser green é". Ser green é ser sempre ecológico e pensar sempre "mais e melhor". É ser consultor, arquiteto, analítico, assessor, operacional, técnico e account. Sob o barómetro da agenda mensal e dos ROI no final de cada mês, enriquecemos a estratégia do ano e capitalizamos sinergias e oportunidades. A marca no seu setor, a empresa junto dos futuros profissionais, a entidade entre os pares e instituições homólogas ou do seu setor e o produto/serviço junto dos prescritores, e colaboradores no processo.

FALE CONNOSCO!

✉ GREENMEDIA@GREENMEDIA.PT

☎ +351 216 058 045

🌐 WWW.GREENMEDIA.PT



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Imagens de exploração gráfica sem recurso da IA. Foi pedido aos alunos que juntassem dois ou três registos de desenho realizados anteriormente, de forma a gerar uma ilustração criativa sobre “A Aula”; o tratamento gráfico e criativo foi realizado com recurso a técnicas de tratamento digital.

Tecnologia, Inteligência Artificial, Ensino e Criatividade: Uma Perspetiva Docente

Miguel Brazete e Sara Roncon
Docentes na EPAD- Escola Profissional de
Artes, Tecnologia e Desporto

A inteligência artificial (IA) inundou o nosso quotidiano. Muitas vezes, nem percebemos o quão imiscuída nas nossas vidas a IA se encontra, continuando a acreditar que temos controlo sobre muitas das nossas decisões e sobre o nosso poder criativo. Os contextos educativos não fogem à regra e, cada vez mais, os processos de ensino e aprendizagem, com a respetiva aplicação de conhecimentos e desenvolvimento de competências, buscam alternativas que vão ao encontro dos desafios da (e para a) educa-

ção do século XXI e das realidades dos alunos que pertencem a gerações pós-millennial. Qualquer área de formação vê-se, hoje, forçada a recorrer a meios digitais para promover a disseminação de conteúdos ou a validação de conhecimentos, fazendo das tecnologias de informação e comunicação (TIC) uma mais-valia diária para alunos e professores. Porém, algumas perguntas se afiguram: Até que ponto a criatividade está a ser trabalhada? Como podemos desenvolver a criatividade partindo do uso de TIC ou de IA? É sabido que uma das definições

de criatividade é “encontrar uma solução para um problema dado”, sendo que essa solução é somente uma entre as múltiplas possíveis. Nesta perspetiva, quando se recorre ao artifício digital, enquanto processo ou meio, estará a criatividade no seu pleno a ser aplicada? Por um lado, sim: no encontro de respostas, que pode ser mais abrangente, e tornar-se mais célere. No entanto, os processos criativos obrigam a reflexões menos “ortodoxas”, obrigando a pensamentos e ações disruptivas. Pensar de forma criativa é pensar “fora da caixa”, sem

filtros ou barreiras, sem constrangimentos ou limitações, pensando e repensando em muitas variáveis que podem ou não ter interesse e impacto num possível resultado. Pensar criativamente é pensar com a liberdade e a responsabilidade a que a situação obriga ou oferece, levando a soluções que não se alcançam com a mera análise racional.

É aqui que se entra em choque com as tecnologias digitais e com a IA. A utilidade prática destes meios e formas de realização oferecem respostas que satisfazem grandemente um pensamento que procura apenas um resultado, e não uma solução (em especial se tiver de ser criativa). A máquina analisa possibilidades, mas poucas vezes oferece alternativas concretas e verdadeiramente diferenciadas e diferenciadoras. Dito de outra forma, as alternativas são condicionadas por processos lógicos e controlados, fatores que são contrários à génese criativa, conduzindo a processos mecânicos e automatizados, que se afastam da aprendizagem significativa – uma aprendizagem que enlace conhecimentos e a sua aplicação em contextos desdobrados, entenda-se.

A criatividade parece, por isso, estar a ser aplicada como repli-

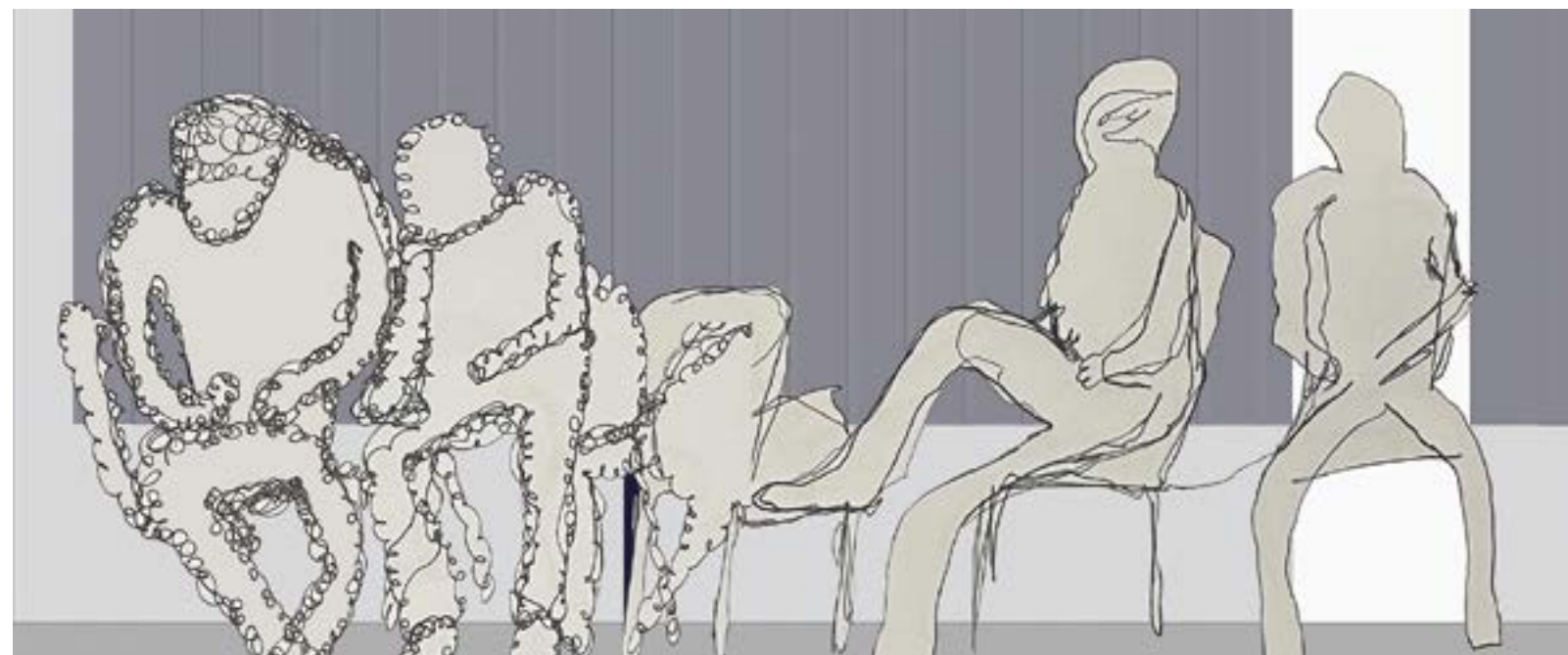
cadora de meras situações, aceitando-se a resposta “criativa” da máquina como a mais correta e adequada. Mas a máquina não é um ser humano: falta-lhe a emotividade, a sensibilidade e o poder de decisão que vai além da simples lógica e necessidade. A análise e decisão lógica da máquina choca com a reflexão e livre escolha do ser humano. A expressão emotiva não tem lugar no mundo digitalmente controlado, não existe pensamento disruptivo, não se capacitam competências de pensar mais além da simples “racionalidade imediata”.

No contexto educativo, mais concretamente no campo das artes visuais, o surgimento da IA tem limitado o pensamento crítico, tão importante para o desenvolvimento integral do sujeito e tão reconhecido para o desenvolvimento eficaz da criatividade. Muitas são as situações que a resposta dada pela máquina é tida como a mais eficaz ou a mais correta, sem qualquer poder ou capacidade de analisar, julgar, questionar ou duvidar. A máquina oferece uma resposta imediata e prática, permitindo uma ação menos morosa, mas também menos intelectual. Pergunta-se: será a IA, então, desnecessária em contextos educativos e criativos? Acredita-



BIO

Miguel Brazete é licenciado em Design de Comunicação (Universidade do Algarve) e Mestre em Ensino das Artes Visuais no 3º Ciclo do Ensino Básico e Ensino Secundário (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias). A par do trabalho de freelance em design gráfico, tem dedicado a sua atividade laboral à educação, sobretudo no ensino profissional, a qual tem sido desenvolvida desde 2003 na EPAD – Escola Profissional de Artes Tecnologia e Desporto, em Lisboa. É atualmente Coordenador do Curso Profissional de Técnico de Design de Comunicação Gráfica na referida escola.



Imagens de exploração gráfica sem recurso da IA. Foi pedido aos alunos que juntassem dois ou três registos de desenho realizados anteriormente, de forma a gerar uma ilustração criativa sobre “A Aula”; o tratamento gráfico e criativo foi realizado com recurso a técnicas de tratamento digital.

-se que não. Também a IA, a par das TIC e de todos os recursos tecnologicamente desenvolvidos para a educação e a criação visual, terão o seu mérito e justificação. Ainda assim, pensa-se que a IA deverá ser entendida e encarada como um utensílio de trabalho, e não um substituto da potencialidade criativa do ser humano. A grande luta pedagógica dos

próximos anos, crê-se, é fazer entender e reforçar que a IA pode ser uma excelente ferramenta, um meio que auxiliará grandemente o desenvolvimento de processos, mas nunca será uma verdadeira geradora de soluções. Neste sentido, pela utilização da IA e das TIC, os processos poderão ser conduzidos de uma melhor forma, havendo um controlo diferente e

mais eficaz em etapas e recursos, de modo a alcançar uma solução concreta e adaptada à situação. Mas a criatividade... essa terá sempre de ter origem humana, na sua sensibilidade e no seu questionamento sobre o mundo, uma tarefa que se acredita (ou pelo menos espera-se) que nunca será ultrapassada pela máquina...



BIO

Sara Roncon é licenciada em Design Industrial pelo IADE, pós-graduada pela Glasgow School of Arts em Industrial Design, e tem frequência do Mestrado em Ensino das Artes Visuais no 3º Ciclo do Ensino Básico e Ensino Secundário na Universidade Lusófona. Atualmente é Coordenadora do Curso Profissional de Técnico de Multimédia na EPAD – Escola Profissional de Artes, Tecnologias e Desporto. Paralelamente, continua a exercer a sua atividade como Designer, apostando em projetos onde acredita poder contribuir de forma positiva.



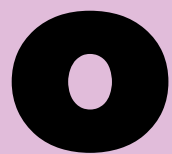
Imagem de exploração gráfica partindo do uso da IA. A lógica: ilustração iniciada com IA; base para a IA: “school art class”; intervenção posterior através de técnicas de desenho e tratamento digital.

greenMEDIA

AGÊNCIA DE IMAGEM E COMUNICAÇÃO

WEBRADIO ONDE A CULTURA DA EMPRESA TEM 1 NOVA VOZ





ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

AI! A Minha Vida...

Ricardo Diniz
Navegador Solitário

Tudo isto é formidável!

Como é que estamos aqui, todos aqui, neste calhau a voar pelo espaço? O maravilhoso Carl Sagan descreve, como ninguém, que a nossa origem está no interior das estrelas, que somos verdadeiramente construídos com a poeira das estrelas! A evolução dos humanos tem sido milagrosa, embora lenta, se formos a ver que a Terra tem quase 4 biliões de anos. Mas cá estamos, ainda uma espécie hostil, a caminho da nossa inevitável destruição.

Os humanos são uma espécie absolutamente brilhante e criativa mas ao mesmo tempo tão imensamente infantil. Parece que foi no outro dia que assisti ao épico Live Aid na TV, quando vivia em Londres nos anos 80. A fome no mundo iria finalmente acabar.

Só que não.

Longe disso.

Países invadem outros países enquanto outros países consideram invadir países. Estamos em que ano mesmo?

Passei recentemente uma longa temporada nos EUA, um dos melhores países do mundo e ao

qual devo muito. Mas já são cerca de 600,000 os sem abrigo por terras do Tio Sam. As ruas de Los Angeles, essa espetacular cidade Hollywood, estão repletas de tendas, carrinhas, carros e outros 'truques', abrigando precocemente cerca de 200,000 humanos. Vi com os meus próprios olhos, vários sem abrigo a chegarem de um dia de trabalho, com roupa de trabalho, apenas para se abrigarem nas suas tendas, porque já não tinham casa. Mas ainda tinham trabalho. Estes números não estão a descer.

Vivemos tempos de mudança absoluta e concreta. Os jovens de agora vivem confusos por verem adultos ainda mais confusos, por não compreendermos o que vai ser o amanhã.

Os últimos 25 anos foram gigantes do ponto de vista de evolução tecnológica. Numa só geração fomos do barulhento telex para o revolucionário fax e depois o pager e o telemóvel. Mas a Internet é que veio revolucionar a humanidade e quase ninguém poderia prever ou até sonhar, os níveis de produtividade e conectividade que hoje vivemos. Nem todos

compreendiam a Internet e seu potencial, muito menos as redes sociais. But here we are...

Nas minhas muitas viagens à vela, sozinho no mar, procuro tempo para parar. O vento e as velas vivem um intenso e longo namoro, mantendo o barco a andar. Enquanto isso, eu descanso a cabeça e o coração e permito-me tempo para simplesmente existir. Penso muitas vezes nos desafios e feitos dos nossos navegadores de há cinco séculos, e na sorte que eu tenho hoje em dia, ao enviar uma mensagem de voz de boa noite aos meus filhos, via satélite, desde o meio do oceano. Vivemos tempos incríveis, ricos em oportunidades, mas já começa a dar luta acompanhar toda esta evolução, especialmente com todo o buzz em torno da Inteligência Artificial ou AI. Sinto uma grande curiosidade por perceber até onde é que isto vai, que empregos vão ser substituídos e que outros novos desafios vão surgir. Também por isso compreendo o receio que se vive em redor da Inteligência Artificial! Mas reconheço algum conforto em constatar que já

vivemos com esta tecnologia há décadas!

Numa era já tão estranhamente artificial, sinto que é cada vez mais urgente focarmos tempo e energia nas pessoas, ao vivo, calorosamente. Inteligência Artificial vai continuar a cumprir o seu caminho. O melhor que podemos fazer é educar uma geração assustada para que o futuro tenha melhores humanos para melhor cuidarmos uns dos outros e da Terra.

Mas uma coisa é certa, apesar de toda a nossa evolução, muito em especial nos últimos 150 anos, parece que ainda não temos as ferramentas certas para lidarmos com essa mesma evolução. Irá a nossa consciência acompanhar o poder das coisas que inventamos?

Sinceramente, sinto que, com espécie, ainda não temos consciência da nossa própria inconsciência.

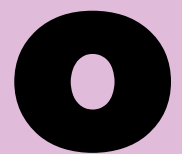
**Não é a tecnologia que me preocupa.
Somos nós.**

Os jovens de agora vivem confusos por verem adultos ainda mais confusos, por não compreendermos o que vai ser o amanhã."

BIO

Ricardo Diniz passou a sua infância em Londres e ao longo da vida viveu também nos EUA, Caraíbas e Mónaco. É Autor, Corporate Coach, Actor, Realizador ... e Navegador Solitário!

Um verdadeiro apaixonado por trabalho de equipa e viver em parceria com a Natureza, o Ricardo desenvolve Missões e Expedições para comunicar Portugal no mundo através do Mar há mais de 25 anos... e até leva um gato nas suas viagens à vela! Já navegou o equivalente a quase 4 voltas ao mundo.



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Inteligência Artificial

Carla Salsinha

Presidente da Comissão Executiva da Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa (ERT-RL)

Inteligência Artificial, será uma oportunidade ou apenas uma ferramenta que retirará o fator humano do contexto do Turismo, um dos pontos mais fortes do nosso País?

Este é um tema difícil e delicado que devemos todos os agentes envolvidos no Turismo refletir. A pandemia conduziu a profundas alterações nas nossas sociedades quer a nível das empresas, que foram forçadas a mudar drasticamente os seus procedimentos, estratégias e até inclusive os seus objetivos e propósitos enquanto empresas, mas foi essencialmente na nossa vida quotidiana e em tudo aquilo em que nós como consumidores agimos que ocorreram profundas alterações, totalmente irreversíveis e com mudanças de hábitos e costumes totalmente diferentes. Uma dessas transformações foi o passarmos a ver o digital e todas as ferramentas digitais como uma forte e constante opção no momento da nossa escolha de consumo, não como algo distante ou nos artigos de revista mas algo que pode e simplifica as nossas vidas. E neste âmbito a inteligência artificial é uma ferramenta nova

que tem uma enorme aplicabilidade e que terá de ser tida em conta, mormente as resistências, receios e dúvidas quanto à sua utilização, como nota deixo os dados de um estudo da Mackinsey e Company de 2019 em que tinha obtido o resultado de acréscimo de 50% em qualquer ambiente de negócio com a utilização da inteligência artificial, com destaque na área do turismo. A inteligência artificial aplicada ao turismo permite para as empresas do sector terem de uma forma detalhada, minuciosa e em tempo real as tendências, os gostos e comportamentos individuais dos turistas e assim definir as suas estratégias e opções empresariais. Por outro lado permite que cada empresa possa gerir as suas operações de forma mais precisa e minimizando os erros e os desperdícios. Permite que os seus colaboradores se dediquem de uma forma mais personalizada aos seus clientes criando mais valor à oferta que cada agente pode oferecer. A utilização das assistentes virtuais e dos Chatbots permite um serviço de fornecimento de informação e de esclarecimento quer nas reservas de quartos, de viagens, de voos ou de progra-

mas turísticos, extremamente facilitadora quer para as empresas quer para os turistas. Para o Turista, a inteligência artificial permite a criação de produtos específicos, a individualização, a personalização ao detalhe da sua experiência turística e o acompanhamento desde a sua chegada a um destino até à partida do mesmo, e a oferta e aconselhamento individual, de trajetos ou percurso nos locais de acordo com o perfil de cada turista. Bem como o seu acompanhamento no destino 24 horas por dia. Claro que temos também de per-

ceber que a Inteligência artificial levanta algumas questões relevantes, a primeira as questões de privacidade com os dados pessoais e o desconhecimento de como os mesmos podem vir a ser usados, algo que exige uma apertada legislação e rigor na sua utilização, a segunda os custos de implementação para os operadores turísticos, e a terceira o eventual desemprego a que a sua aplicação nas empresas acarretará fruto da substituição de muitas das funções e operações humanas. Contudo, é no equilíbrio e na boa conciliação entre a utiliza-

ção da Inteligência artificial e o fator humano para conferir a cada momento de uma viagem uma experiência única, enriquecedora e que nos transporte para a cultura para o ambiente desse destino e que só o fator humano conferirá, que está o futuro. É fazer com que a Inteligência artificial permita o transferir mais valor acrescentado para o fator humano ao serviço do Turismo.



BIO

Carla Salsinha é também a presidente da União de Associações de Comércio e Serviços (UACS). Em 150 anos de existência da instituição é a primeira mulher a comandar-lhe os destinos. Licenciada em Economia, com um MBA em internacionalização de empresas, Pós-graduação em fiscalidade empresarial e gestora de empresa do setor do comércio. É voluntária da Quercus ANCN, a maior ONGA Portuguesa, onde coordena a temática da Construção Sustentável.

Tendências Tecnológicas no Mercado Imobiliário

Robotização e Inteligência Artificial

Hugo Santos Ferreira
Presidente APPII

A inteligência artificial tem vindo a impactar e desempenhar cada vez mais um papel proeminente nos diversos setores da economia, e o setor imobiliário não é exceção. A evolução da realidade virtual, da análise e gestão de dados, da automatização de tarefas repetidas e crescimento da transparência nos processos administrativos, muito têm contribuído para a inovação do setor.

Não há como negar os benefícios que a robotização e automatização podem acrescentar, principalmente em Portugal, onde o mercado imobiliário tem crescido exponencialmente nos últimos anos. Um dos desígnios da APPII, como é bem sabido, é a simplificação dos processos de licenciamento no nosso país, bem como, a luta por uma maior transparência burocrática. A inteligência artificial revele-se uma mais-valia tanto como para os compradores, como para os investidores e promotores imobiliários.

Nos últimos anos sentiu-se também uma tendência com um grande crescimento, que acreditamos que assim continue no futuro: a realidade virtual. A realidade virtual revolucionou completamente o processo de

compra de imóveis, tornando-o mais imersivo, eficiente e acessível, principalmente para quem procura comprar um imóvel sem ter de se deslocar. A realidade virtual oferece aos compradores a capacidade de explorar virtualmente todos os cantos das propriedades, antes de as visitarem pessoalmente, transformando a maneira como os possíveis compradores pesquisam e selecionam os seus imóveis.

Como diz um dos nossos Parceiros para a área das novas tecnologias e da realidade virtual na APPII, João Caiado, Fundador da MIRAGE Virtual Reality e Board Member na Contacto Atlântico. “No contexto do mercado imobiliário em Portugal, a ascensão da inteligência artificial representa um marco transformador. A automação de tarefas rotineiras, campanhas de marketing, a análise preditiva de preços e a personalização das experiências dos clientes são algumas das áreas em que nós temos investido e desenvolvido competências. Esta revolução tecnológica não só otimiza as operações empresariais, mas também aprimora significativamente a qualidade dos serviços oferecidos aos clientes.”

As previsões atuais indicam que a inteligência artificial continuará a transformar o setor imobiliário em Portugal, até num



BIO

Presidente da Associação Portuguesa de Promotores e Investidores Imobiliários. É licenciado em Direito pela Universidade Católica Portuguesa e foi associado sénior do Imobiliário, Departamento de Construção e Turismo no escritório de advocacia Cuatrecasas, de onde saiu em 2014.

ponto de vista da predisposição do governo incentivar a digitalização dos negócios. É expectável que as empresas que adotem as novas tecnologias emergentes, de forma bem-sucedida, tenham vantagens competitivas, sendo mais eficientes e tendo oportunidade de oferecer melhores experiências aos clientes.

Inteligência Artificial e o Impacto no Setor da Construção



José Paulo Pinto
Gestor da Feira TEKTÓNICA

A IA é um factor de inovação e desempenha um papel fundamental na transformação do setor da construção em Portugal, tornando-o mais eficiente, sustentável e competitivo. À medida que a tecnologia continua a evoluir, é importante que as empresas e profissionais do sector estejam disponíveis para esta realidade, o que contribuirá para se destacarem e permanecerem relevantes no mercado.

A adopção da IA colocará as empresas de construção portuguesas numa posição mais competitiva no mercado global, permitindo-lhes oferecer soluções mais avançadas e eficientes. A melhoria da eficiência e produtividade, através do processo de automatização e robotização de tarefas, que levem à optimização dos processos de construção, do uso dos recursos naturais, como a água e energia, à redução de custos e tempo operacionais, à promoção de práticas de construção sustentáveis, é sem dúvida fundamental para este sector em específico. Também permitirá às empresas actuarem preventivamente em questões de manutenção e segurança funcionando de forma preventiva na identificação de potenciais riscos.

Assim se entende a importância que a IA desempenha na competitividade e seu contributo para a afirmação das empresas em mercados internacionais.

A Tektónica é o palco por excelência para a divulgação e promoção das empresas do sector da construção, dos seus produtos e equipamentos, para o lançamento das mais recentes soluções e inovações. Sendo a Tektónica, o Salão líder em Portugal, estaremos sempre ao lado das empresas nas suas necessidades e nos seus progressos.

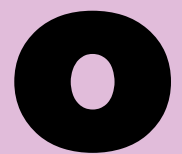
Marcamos encontro na FIL, de 2 a 5 de Maio de 2024.

BIO

José Paulo Pinto é Gestor de Feiras na FIL – Feira Internacional de Lisboa. Desenvolve a sua actividade profissional ligada a feiras sectoriais há largos anos, dos quais 10 à coordenação de eventos. Como Gestor da Tektónica tem como objectivo assegurar que o evento se mantem com o posicionamento da maior plataforma de negócios para o sector da Construção em Portugal.

Tektónica
FEIRA INTERNACIONAL DA CONSTRUÇÃO
INTERNATIONAL CONSTRUCTION FAIR





ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Inteligência ao Serviço das Pessoas

Carlos Moura

Presidente da AHRESP - Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal

O impacto da evolução tecnológica sobre as atividades turísticas é, para mim, uma certeza há já muito tempo.

E, a cada segundo que passa, torna-se cada vez mais inequívoco que o Turismo tem de se continuar a reinventar para responder ao rápido avanço de novas ferramentas e mecanismos de gestão das suas empresas. Se há 27 anos nascia a primeira plataforma de reservas online sob o nome Bookings.nl e com ela uma revolução na comercialização de viagens, graças à invenção de um estudante da Universidade de Twente (Holanda, hoje Países Baixos), nos dias que correm deparamo-nos com um acordo político entre o Parlamento Europeu e o Conselho Europeu sobre o inédito Regulamento Inteligência Artificial (IA).

A vontade das mais altas instâncias em regulamentar algo ao qual já ninguém pode fugir, com propostas de normas que visam garantir que os inovadores sistemas virtuais são seguros e respeitam os direitos fundamentais, é um sinal claro da máxima importância da IA. Importância esta que já tinha ficado bem patente no estudo

da consultora PwC, “Explorar a revolução da IA”, que prevê um crescimento de 15,7 triliões de dólares (15.700 000 000 000) da economia mundial até 2030 graças aos contributos da aplicação da IA. Ou ainda nas previsões do Fórum Económico Mundial, que em 2020 apontou para a criação de 97 milhões de novos postos de trabalho graças à revolução robótica.

O Turismo está, obviamente, incluído nestes números e acredito que vai ganhar mais do que perder com uma implementação segura e regulamentada da IA. Desde logo, porque as novas tecnologias nos podem ajudar a captar e a fidelizar os clientes com mais facilidade. Aqui entra, por exemplo, a personalização da experiência turística, quer seja num meio de transporte, num restaurante ou num alojamento.

Os ganhos também já são evidentes com a implementação de chatbots alimentados por IA, que simplificam a comunicação entre as empresas e os clientes, dando resposta, em tempo real sobre reservas, horários ou até condições meteorológicas. E é precisamente o imediatismo deste atendimento, bem como a sua disponibilidade (24 horas por



dia), que melhora a experiência do cliente e, em última instância, rentabiliza os processos de gestão das empresas. Sou um apologista da transformação digital pois nela reconheço nítidas vantagens. Mas, em igual peso e medida, reconheço que é crucial estar em constante alerta, questionando se cada possibilidade nos leva a bom porto. Estar na vanguarda tecnológica, seja na nossa vida, seja nas nossas empresas, implica uma atenção redobrada sobre a ética e a segurança. Porque, afinal, é de pessoas que falamos e da sua salvaguarda. Sempre digo, e não me canso de repetir, que o **Turismo é feito de pessoas para pessoas e esta atividade tão vital para a nossa economia ganhará muito mais com uma IA humanizada, desenvolvida e implementada com boa dose de empatia. O caminho ainda agora começou mas eu antevejo um emocionante e repleto de possibilidades.**

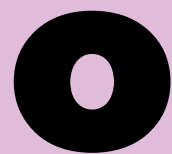


Foto da atual sede da AHRESP, edifício adquirido pela Associação nos Anos 50, na Av. Duque d'Ávila, em Lisboa



BIO

Ao longo da sua vida profissional tem estado sempre ligado ao ramo empresarial e ao associativismo, tendo assumido a presidência da AHRESP com muita honra em maio de 2022. Na qualidade de vice-presidente faz parte da Confederação do Turismo de Portugal e na Confederação do Comércio e Serviços de Portugal assume o cargo de presidente da mesa da assembleia geral. É membro da Comissão Executiva da Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo, curador da Associação Industrial Portuguesa e administrador da Associação para a Certificação de Produtos e da Fundação dos Armazenistas. Nesta caminhada não pode deixar de salientar a sua participação como conselheiro no Conselho Económico e Social e na Comissão Permanente de Concertação Social, bem como a presidência da Federación Iberoamericana de Desarrollo e Capacitación.



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

IA na Restauração

Francisco Soares
CTO DIG-IN



BIO

Francisco Bruno Soares, licenciado em engenharia informática e mestre em arquitetura da rede e do sistema pela Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, atualmente a trabalhar como CTO com uma grande equipa de desenvolvimento de aplicações web e móveis.

Na era digital, a evolução tecnológica está a transformar a forma como interagimos com o mundo. O mercado da restauração é um dos mercados que está a sentir bastante esse impacto.

A DIG-IN é uma aplicação de descoberta de restaurantes que, não só proporciona aos utilizadores a facilidade de reservar mesas, encomendar refeições ou efetuar pagamentos, mas também se destaca ao integrar as mais recentes tecnologias, como a Inteligência Artificial (IA), na sua abordagem. Neste artigo, explicamos a importância crucial da inteligência artificial na restauração, especialmente nas áreas da experiência do consumidor, otimização da operação e capacitação dos restaurantes.

Melhoria da Experiência do Consumidor

Com consumidores cada vez

mais exigentes, a personalização da experiência é um dos, senão o, fator com mais importância para o mercado da restauração, e a DIG-IN compreende isso ao nível mais profundo. A IA começa a entrar em cena para poder oferecer recomendações personalizadas, considerando as preferências individuais, alergénios e até mesmo sugerindo a melhor mesa disponível. A capacidade da IA de analisar grandes volumes de dados permite criar esses perfis detalhados de clientes, tornando as sugestões de menus, e outras, mais relevantes. Além disso, a IA possibilita uma gestão eficaz de reservas, garantindo uma experiência de refeição sem contratempos e personalizada para cada utilizador. A otimização da relação custo-qualidade é outra vantagem, permitindo que os utilizadores encontrem opções que correspondam não apenas aos seus gostos, mas também ao seu orçamento.

Otimização da Operação

Desde a cadeia de fornecimento até à gestão de inventário e à administração da equipa, a inteligência artificial pode atuar como um catalisador para otimizar todos os aspetos da operação de um restaurante. A gestão eficiente da equipa e da loja é possível através da análise preditiva da IA, que antecipa padrões de procura, permitindo uma programação mais eficiente. Além disso, a integração da IA na cadeia de fornecimento facilita uma gestão mais precisa dos pedidos, garantindo uma entrega constante de ingredientes frescos e de qualidade. A gestão de inventário pode ser simplificada, evitando desperdícios e assegurando que os restaurantes estejam sempre preparados para satisfazer as preferências dos clientes. A inteligência artificial também desempenha um papel crucial na otimização do atendimento ao cliente, antecipando as necessidades dos clientes e

facilitando a interação rápida e eficaz. Cada vez mais, os restaurantes procuram adaptar a sua operação com o objetivo de ter uma melhor gestão de custos, sem perder qualidade e de oferecer a melhor experiência possível. Este impacto é desejável e a IA contribui, de inúmeras formas, para esse resultado.

Capacitação dos Restaurantes

A DIG-IN não oferece apenas uma plataforma para os restaurantes atingirem novos clientes, mas também os capacita através de soluções práticas. Com a IA é possível fazer uma análise avançada do feedback dos clientes, identificando tendências e áreas de melhoria. Esta análise não só permite aos restaurantes aprimorar a qualidade dos seus serviços, mas também ajustar estratégias de marketing para atender às preferências do seu público-alvo. A DIG-IN BIZ torna-se assim um aliado estratégi-

co para os restaurantes que buscam inovação e crescimento sustentável.

A DIG-IN está a incorporar inteligência artificial de maneira abrangente e procura ficar na vanguarda da revolução digital do mercado da restauração. Desde a personalização da experiência do consumidor até à otimização de processos e análise avançada de feedback, a IA desempenha um papel vital em cada aspecto do negócio e os restaurantes, todos eles diferentes, devem considerar quais as abordagens que podem melhorar a sua experiência e, por consequência, o seu negócio.

A DIG-IN não é apenas uma aplicação; é um catalisador de transformação, elevando a experiência gastronómica a novos patamares.

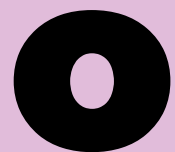
**TENS
A PAPINHA
TODA FEITA**

ZOMATO AGORA É

DiGin

Reservas + Reviews + Descontos + Delivery + Takeaway





ARTIGO DE
PINIÃO
OPINION MAKERS

hômã IDSTORE
Happy Home Living



O Impacto da IA no Hôma

Luís Correia
hômã - Diretor geral

Ao longo das décadas, com o evoluir da tecnologia, o que mudou foi conseguir processar cada vez mais informação num espaço de tempo cada vez mais curto permitindo às empresas melhorar a vida dos colaboradores e clientes e, em consequência, de toda a sociedade.

A novidade da IA é que agora é possível a máquina fazer inferências. Para além de processar no sentido de listar e indexar informação, conseguimos interpretar e categorizar, perceber padrões e com isso, fazer previsões, criar, sugerir, propor com base em conhecimento

combinado, a partir de premissas definidas... e muito mais. Estamos a falar de raciocínio, de aprendizagem, de planeamento e, até, de criatividade! Hoje isto está tudo ao serviço não só das empresas, mas das pessoas que fazem as empresas e dos respetivos clientes e todos ganham com esta evolução.

De fato existem serviços, processos e rotinas que podem beneficiar da IA sem que seja necessário o envolvimento direto de um colaborador o que levanta a discussão sobre a possível ameaça dos postos de trabalho. Por outro lado, a IA permite um

BIO

Luís Correia é licenciado em Engenharia Mecânica pela Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto e mestre em Logística pela Porto Business School. Profissional de vasta experiência, trilhou uma trajetória profissional ao longo de sua carreira. No entanto, desde o ano de 2009, é diretor geral da marca hôma.



De fato existem serviços, processos e rotinas que podem beneficiar da IA sem que seja necessário o envolvimento direto de um colaborador o que levanta a discussão sobre a possível ameaça dos postos de trabalho.

aumento de produtividade e da qualidade de vida do próprio colaborador, com a possibilidade de delegar para a IA novas atividades que também envolvem aprendizagem, decisão e todas as novas capacidades da máquina, libertando o trabalhador para se focar em atividades de maior valor acrescentado para a empresa e maior nível de satisfação pessoal.

Além das empresas e do próprio colaborador a IA também traz vantagens para o cliente que passa a receber camadas novas de serviço, de informação, de hiperpersonalização em tempo

real, só possíveis com a IA. O suporte de interação com o cliente será muito mais robusto pois vai conseguir processar de forma integrada comportamentos de compra permitindo disponibilizar uma experiência muito mais personalizada, mas o fator humano existirá sempre e fará sempre a “diferença” principalmente quando suportado na IA.

A correta adoção da IA no contexto das empresas retalhistas promove ganhos para todos:

empresa, colaboradores e clientes.



Ser Green Quando a **SUSTENTABILIDADE** Está no ADN

Assim?! Não sejam green por favor. Nunca como agora o greenwashing foi tão visível. São espaços que se revestem de verde de plástico, relatórios e contas bem desenhados e paginados que espremidos revelam 3 a 5 % de resultados reais e verdadeiramente contribuídos, “muita parra e pouca uva” e muito conformismo em redor. Felizmente na era da informação ela está lá, só não a vê quem não quer ver. Mas com 30 anos de comunicação é impossível fechar os olhos e não sentir um murro no estômago.

Do PRR que para tudo vai menos para o que realmente deveria ser um plano de prevenção e resiliência, com um núcleo duro de grandes empresas beneficiadas surgem fundos para colmatar problemas de décadas sob a chancela dos 17 ODS. Vale tudo e não estamos, uma vez mais a preparar o futuro, com o investimento na adaptação ao que aí vem. Até as cimeiras internacionais já se conformam com números que eram impensáveis e o mundo ajusta-se aos fenómenos que nos invadem, sem paz nem harmonia nem vislumbre de qualquer estratégia dos BRIC aos G12. **O QUE FAZER? Perguntar à Inteligência Artificial qual o caminho para a salvação da humanidade? Qual a estratégia e qual o caminho?** Temos que ser duas vezes mais inteligentes para ler nas entrelinhas e retirar as nossas próprias conclusões.

A informação disponível em sobra é a arma secreta para nos entreter em vez de informar. Ou então surge a famosa contra-informação para questionar a informação anterior e com isto bloquear todo o processo. É uma velha tática que ainda se assiste e que de uma vez por todas alguém tem que ter a tutela de regular, legislar, incentivar com seriedade.

E entretanto parece que estamos num mundo barbie quando afinal em muito pouco estamos a avançar e do muito que se poderia fazer, pouco ou nada trava o agravamento da situação. Agora hoje temos já visível outro problema em mãos - a falta de água. Mas **nem os políticos, em plena campanha eleitoral, num momento de viragem tão significativo, agarram no combate às alterações climáticas como um verdadeiro problema que o país inteiro tem que enfrentar. Assim não vamos lá nem em 2030 nem em 2050.**

Compreendo os guerreiros ativistas que desistiram e recusam fazer parte desta etapa

escondida do que é a realidade. **É uma causa injusta, ingrata e acima de tudo muito, muito pesada.** Porque temos de passar de um modelo de crescimento económico para um modelo de desenvolvimento económico sem pretender gastar um euro com esta transição. Investir na sustentabilidade é um custo ou investimento? Qual é a margem que se retira? A que parcela deve ser retirada? É hilariante... Estamos a querer resolver sem alterar a rentabilidade tal como está e depois corremos atrás do prejuízo global.



Haverá para ponde correr quando for insustentável viver no planeta terra? Estão à espera de um milagre? Ou que a Natureza sabe o que fazer – confiamos que o que tiver que ser será – é isso? Quem lutará esta guerra climática? Os filhos dos nossos filhos? Ou a humanidade que sobreviver às catástrofes naturais que o Planeta nos tem revelado. Estamos à espera de perceber se chegamos sequer a 2030 com a ameaça constante de uma 3ª guerra mundial? As empresas vão assobiando para o lado e empurrando as economias com a barriga mais um dia, um trimestre, um semestre, um ou três anos? E os que decidem nada fazer como vão viver com a sua consciência sabendo que poderiam ter realmente feito algo quando ainda havia tempo... Cada ano que passa temos menos opções e probabilidades.

O que é pior? Escolher a pior ameaça e de onde ela vem? Já temos três: conflito internacional, alterações climáticas e o controlo da humanidade pela Inteligência Artificial? Já só falta uma invasão extra terrestre e temos todos os quadrantes Netflix para explorar.

Sempre que a frustração se abate sobre mim ao ver o quão pouco significativo se avança, quando assisto a **decisões sem rumo, apresentações sem sumo, argumentos sem significado, números sem expressão e muita palha para encher o vazio, penso desistir**. Sim, é verdade. **Ser green no ADN não é compatível com esta resignação**. Não é possível ser cúmplice de falsos compromissos e das desculpas de sempre. Ser green é caro, é mais caro ou não é viável e todos os pretextos são óptimos para não fazer, não ter que fazer e não deixar fazer. Mas também é nestes momentos que penso “como posso não continuar a lutar para fazer quando já há tão pouco tempo para evitar a subida de temperatura no planeta? Se eu que sou eu

desistir quem vai lutar? E lá vou eu outra vez, certa de que pouco ou muito, é melhor que nada. E que só a união e a partilha nos podem ajudar a galgar degraus em estado de emergência.

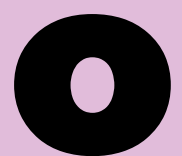
Enquanto isso e porque quem espera, desespera - **Act local and think global** parece-me o melhor plano e o mais razoável de se fazer. Mas... fazer. Escolher um local? O nosso. Onde estamos, onde vivemos, onde trabalhamos. Escolher um grupo? Os que estão à nossa volta. Os nossos. Os que estão em redor dos nossos e todos os que quiserem vir e estar. E as consequências aparecem – a reflorestação tem um impacto direto no arrefecimento de zonas.

A IA também tem benefícios diretos no meio ambiente – reduções de emissões, gestão eficiente e controlo de gastos já são uma realidade. Através de sensores é possível condicionar a ação a um conjunto de critérios e tornar eficiente o manuseamento da tecnologia num conjunto de fatores e como irão ver já há vários projetos reais nesse sentido e opiniões técnicas de quem exerce a profissão da defesa e preservação do património natural positivo!

Quis por este motivo e de modo a equilibrar o balanço negativo que faço sobre a rota para a sustentabilidade, à data, agravada naturalmente pelos novos fenómenos internacionais – conflitos e confrontos de economias e culturas, para mostrar alguns projetos de seres humanos extraordinários e que se dedicam no dia a dia à comunidade, à saúde e bem estar e com o seu próprio exemplo contribuir para os objetivos de sustentabilidade que também estão espelhados nos 17 ODS.



Há uma beleza em sermos humanos únicos – não sermos perfeitos e termos todos um carisma individual perfeito, o dom para uma e outra área. A nossa essência limitada por natureza é perfeita e é a nossa grande diferenciação. E ainda bem que é para a transparência que o futuro da comunicação está a caminhar! Pois nós não queremos ver pessoas perfeitas, discursos perfeitos e funções perfeitas e falsas ou artificiais – nada substitui a energia do poder pessoa, da empatia, da admiração e do reconhecimento que estabelecemos com os que nos rodeiam, genuínos por serem quem são e pelo contributo que dão, na senda de uma nova sociedade. **Que se utilize todo o potencial da IA para esta nova etapa de desenvolvimento pessoal e humano.**



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

A Primeira Década do Resto das Nossas Vidas

Luís Ribeiro
Jornalista da Visão

Quando assinei o meu primeiro artigo de fundo sobre alterações climáticas (baseado no relatório do SIAM, coordenado pelo professor Filipe Duarte Santos), no distante ano de 2001, ainda este era um tema menor, de nicho, quase uma excentricidade. Hoje, excentricidade é ignorar o tema.

Nos últimos anos, o debate sobre o planeta que queremos passou a ser central na nossa sociedade. A evolução foi relativamente rápida. Há 20 anos, ainda os negacionistas do clima (então autointitulados “céticos”, abastardando o termo e enlameando os verdadeiros céticos - os cientistas) reclamavam por, e conseguiam, espaço nas notícias. Era assim que tínhamos gente sem quaisquer pergaminhos a pôr em causa investigadores conceituados, com décadas de estudo na matéria. Felizmente, esses tempos já lá vão. Grande parte dos negacionistas foram desmascarados como porta-vozes oficiosos de petrolíferas, ao passo que outros foram calados pelo avolumar de evidências científicas.

Mais do que isso, os cidadãos comuns começaram a ver, com os seus próprios olhos, o mundo a mudar, um tempo cada vez mais instável e imprevisível. As alterações climáticas não

são um problema de amanhã, para os nossos netos e bisnetos, mas sim de hoje. O jornalismo seguiu essa tendência. Antigamente, nós, jornalistas de ambiente, usávamos os verbos no futuro, escrevendo sobre os impactos no final do século XXI; agora, usamo-los no presente do indicativo: não é “o que vai acontecer”, mas sim “o que está a acontecer”.

A VISÃO foi-se apercebendo da importância crescente do tema para as pessoas e, em 2007, avançou com uma edição anual totalmente dedicada ao Ambiente. Em janeiro de 2021, somou-se ao projeto um caderno verde mensal e um site próprio.

É uma aposta que reflete o peso que o Ambiente tem atualmente na sociedade, mas, na realidade, julgo ser justo reconhecer que a VISÃO, neste caso, andou à frente do seu tempo, de candeia na mão a alumiar o caminho.

Aqui continuaremos, entretanto mais acompanhados. E ainda bem. Precisamos de todos.



BIO

Jornalista da revista VISÃO desde 1999, especializado em Ambiente, com particular ênfase nas alterações climáticas, tendo assinado o seu primeiro artigo sobre o tema – os efeitos do aquecimento global em Portugal – em 2001. Tem assistido às consequências das mudanças no clima em reportagens um pouco por todo o mundo: da destruição da Grande Barreira de Coral, na Austrália, ao degelo dos glaciares na Gronelândia e em Svalbard, passando pelas cheias do Zambeze em Moçambique e pelos incêndios em Portugal. É coordenador do projeto VISÃO VERDE.

VISÃO VERDE

greenMEDIA

AGÊNCIA DE IMAGEM E COMUNICAÇÃO

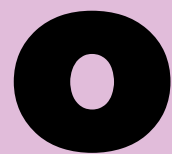
PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE



Não é no extremo nem na atitude radical que se conseguem mover consensos. O resultado que a sustentabilidade mais almeja alcançar é a mudança e a gestão de mudança dá-se com o exemplo, com a prática, a motivação, a união! É este o exemplo! É este o exemplo! A evolução limpa e consciente em união. Com o que todos conseguimos em conjunto, em cada departamento, em cada empresa, em cada setor, com cada grupo de trabalho, onde cada pessoa tem um papel e um contributo. Na ótica da green media, o que pretendemos é apoiar a empresa a encontrar a melhor estratégia de sustentabilidade, com a máxima eficácia possível e com a maior intensidade viável.



✉ GREENMEDIA@GREENMEDIA.PT
☎ +351 216 058 045
🌐 WWW.GREENMEDIA.PT



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

O Bonsai do Francisco

Ana Carreira
Jornalista e Locutora M80



A revista Time já o elegeu como uma das melhores invenções de 2023. Abriu este verão em Brisbane, na Austrália. Tem mais de 50 criaturas em forma de hologramas, sem jaulas e sem cativeiro. É o primeiro zoo holográfico do mundo e, segundo a BBC, está ao leme da próxima tendência do futuro: jardins zoológicos sem animais. Através de sessões de meia ou uma hora, é possível “tocar” numa girafa, apreciar ao detalhe um chimpanzé ou deslumbrar a vista com um elefante, o gentil gigante que nos apaixona a todos. Até há dinossauros. E uma viagem extraordinária ao Pólo Norte, lado a lado com pinguins e ursos polares. Segundo o seu criador, é o parque mais futurista de sempre, em nenhum outro lugar foi

usado este calibre de tecnologia. Aos jornalistas, explicou que se ouvem gargalhadas, gritos e um silêncio reverente quando se vê passar a majestosa baleia de 30 metros com os olhos fixos no auditório. É possível caminhar com leões e observar de frente focas que surgem debaixo de água. Ou ficar sob um tigre que marcha confiante por cima das nossas cabeças. É tão real que arrepia. Por estes dias, a experiência de Natal no Pólo Norte está praticamente esgotada, e por mais 17 dólares, pode adicionar à sua visita uma passagem por Jurassik Park, com os incríveis dinossauros. Não serão animais verdadeiros, serão hologramas milimetricamente desenhados com recurso a tecnologia de ponta, a programas informáticos de tal forma desenvolvidos que é possível até sentir o cheiro de alguns.

É um admirável mundo novo que provavelmente será copiado em muitos países. E se só o é possível graças ao avanço da tecnologia, a verdade é que a consciencialização e sensibilização são, sem dúvida, e cada vez mais, o trilha da sustentabilidade. Poder escolher ter acesso a animais selvagens sem os privar de liberdade, poder vê-los e conhecê-los sem os sujeitar a anos de cárcere, apenas para exposição. É só mais um recente exemplo de tudo o que a tecnologia pode fazer por um mundo mais sustentável e equilibrado. Oiço muitas vezes o meu filho dizer que vai inventar uma máquina para apanhar todo o plástico do oceano. Que será em forma de cápsula. Tem nove anos e um mundo de sonhos pela frente. Sabe que o planeta é valioso e precisa de ajuda. Sabe que a sua presença deve ser

respeitosa e consciente. Recordei sempre a entrevista que fiz a Jane Goodall, a primatóloga mais famosa da história e minha heroína de adolescência, quando chegava a casa da escola e devorava as National Geographic do meu pai. “São as pequenas escolhas que mudam o mundo, não se pense que não contam, em qualquer parte do mundo”, disse a cientista na peça que depois escrevi para a revista Volta ao Mundo. “Mas como escolhem as crianças o verde se vivem rodeadas de ecrãs, prédios e carros?”, perguntei. “Ofereça-lhe um vaso com uma planta a crescer e ensine-o a observar”. Como boa aluna, segui as instruções e ainda com ele pequenino, depois de limpar os despojos apertados das primeiras refeições, instalava o bonsai na cadeira da refeição. Um bocadinho a medo, não fosse voar como a papa ou

sopa há minutos atrás. Ensinei-o a tocar nas folhas com cuidado, a regar gota a gota, a tirar as mortas. Delicadamente, resultou. Seguiram-se tantos outros gestos e exemplos, muitas vezes silenciosos sem lengalegas nem sermões. As crianças são uns professores natos. Tenho hoje a certeza de que o Francisco será um inventor perfeito para cuidar dos mares. Antes disso, temos de ir à Austrália visitar este parque holográfico com todos os animais do mundo. Vai adorar!

“São as pequenas escolhas que mudam o mundo, não se pense que não contam, em qualquer parte do mundo”

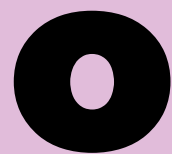
Jane Goodall



BIO

Radialista há 19 anos, onde atualmente é autora do podcast m80 zona verde sobre sustentabilidade, onde todas as semanas dá a conhecer pessoas, ideias, locais e projectos que fazem a diferença para o planeta.

Como jornalista freelancer, já colaborou com a Revista Focus, Notícias Magazine, Diário de Notícias, Volta ao Mundo e Observador, com artigos sobre ciência, saúde, arte e cultura, conservação e ambiente. É também moderadora.



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Sustentabilidade e Inteligência Artificial

Luís Henrique Pereira
Jornalista RTP



BIO

Luís Henrique Pereira nasceu no Porto a 19 de Julho de 1970. Membro Honorário da Ordem dos Biólogos desde Março de 2015. Licenciado em Ciências da Comunicação, exerce as funções de Jornalista-redator, autor, apresentador e realizador de conteúdos documentais sobre vida selvagem, ambiente e História Natural na RTP. Entrou para a estação pública em 1994 depois de ter passado pela Rádio Renascença e pela RFM como jornalista, locutor e realizador de conteúdos para programas radiofónicos.

O que sabemos afinal, agora, no momento, neste momento, sobre Inteligência Artificial (IA)? À semente-lança de muitas outras matérias que se efetivam, quase assim de repente, é naturalmente matéria que gera divisões, interrogações permanentes e, para já, mais perguntas do que respostas. As palavras sustentabilidade, clima, ambiente ou biodiversidade, nunca foram tão escutadas como nos dias de hoje. Estão, naturalmente da linha da frente do interesse ou dos “interesses” da então chamada Inteligência Artificial, assim como na linha da frente das ditas prioridades de alguns governos do mundo, pelo menos na plataforma das intenções. O que andamos a fazer ao planeta é cataclísmico. Um estudo recente do WWF (Fundo Mundial para a Natureza) mostra que nos últimos 50 anos o mundo perdeu 70 por cento dos animais selvagens. Este estudo que reuniu 150 cientistas de

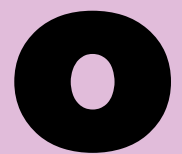
50 países, assim como técnicos das Nações Unidas, lembrou ao mundo que até 2030 um milhão de espécies de animais e plantas pode vir a desaparecer para sempre. Há um século, em África viviam em estado selvagem 200 mil leões. Hoje existem apenas entre 20 a 25 mil. Estamos a invadir os habitats selvagens como nunca o fizemos antes. Está de facto aberto o caminho para a sexta extinção de que tanto se fala. Apenas 25 por cento da superfície do planeta continua selvagem. Intocada. Regiões que pertencem a 4 países: Rússia, Brasil, Canadá e Austrália. Em 50 anos, conseguimos exterminar 70 por cento da vida selvagem da Terra, insisto! É obra. A obra da vergonha, da desonra e do desespero. Nós somos o asteróide! Começa a ficar provado que, pela nossa cabeça, não estamos a conseguir recuperar o “planeta perdido”. Acresce que, para o recuperar, há pouquíssimo tempo. O espaço de uma geração, talvez. Talvez nem isso. A vida selvagem está a sofrer muito com a mão do

“governador” do Antropoceno. A nossa espécie, com inteligência mais do que provada ao longo da sua breve história na Terra, não consegue aprender com os erros. O tráfico de animais selvagens e seus derivados é o 4º negócio ilícito mais lucrativo do mundo e movimenta por ano 200 mil milhões de Euros. A expansão das áreas de cultivo, cultivo intensivo e superintensivo não abrandam, bem pelo contrário. Estamos como nunca a invadir e a matar a vida selvagem e os ecossistemas selvagens. Dizem as Nações Unidas que a acção humana já levou à degradação de 97 por cento da biodiversidade global do planeta. Cenário mais catastrófico é difícil de encontrar. A Inteligência Artificial é uma realidade que ainda não conhecemos de todo e em pleno. Vai demorar tempo, se alguma vez lá conseguirmos chegar. De uma forma mais primitiva há ferramentas para gestão de serviços, uma espécie de Inteligência Artificial aplicada, por exemplo, aos automóveis com a

condução inteligente, a domótica, a robótica, uma miríade de aplicações. O que se passa é que está a nascer uma segunda geração da IA, bem diferente da que conhecemos. É a IA dos tempos que se adivinham difíceis para um planeta em estado crítico. O Homo Sapiens faz parte integrante da natureza. Raras vezes se lembra disso. Esse é o problema. A minha convicção é que a IA pode ajudar a colocar, embora que muito devagarinho, de novo o combóio nos carris. Pode estudar, “pensar” melhor e assim “aconselhar” os seus obreiros, a conhecerem caminhos e vias nunca antes pensadas no sentido de salvaguardar a sustentabilidade, ajudar a travar as alterações climáticas e a voltar a olhar de perto, com olhos de ver, os outros seres vivos que não nós, mas que, tal como nós, têm que fazer parte deste pedaço de universo chamado Terra. Mas surge a dúvida: como podemos ter certezas em relação a este raciocínio? Não podemos. Minha convicção. O que pode-

mos é lançar olhares atentos ao “trabalho” da IA que pode vir a ser aplicado à salvaguarda das espécies selvagens e seus habitats, ao enriquecimento dos rios, mares e oceanos com a biodiversidade de que eles tanto necessitam, pode apontar pistas que levem à elaboração de projetos voltados para uma agricultura, também ela, mais sustentável que enriqueça os solos e não os destrua. Uma planificação mais assertiva das cidades que se que-rem, também elas sustentáveis e verdes. Em relação à água, por exemplo, esse bem “matriarcal” de que tanto se vai falar nos próximos anos, a IA pode ajudar a planejar bem melhor a sua gestão e distribuição. Pode ajudar, não quero dizer que vá ajudar. A questão de darmos ou não uma oportunidade à IA na “gestão” do ambiente, recursos ambientais, à sustentabilidade num todo é uma questão que a todos deve preocupar e que para já continua sem resposta. A IA é ainda privilégio de muito poucos e, para já ainda com poucas e “pobres”

aplicações. Não sendo um derrotista, posso às vezes, e perante “cenários negros” no que à saúde do planeta diz respeito, permitir-me ser um pouco pessimista. Apenas e só porque o tempo sempre foi uma questão de gestão. Estamos a falhar há anos demais. Estaremos nós sem ferramentas, ou sem vontade para mudar esta “desordem natural das coisas”? Se não soubermos responder à pergunta, a IA talvez consiga, no entanto creio que é cedo, é muito cedo para avançar com certezas absolutas em relação às reais “intenções” dessa nova Inteligência Artificial que há-de provar que serve muitos patamares do desenvolvimento, mas que haverá de demonstrar também que, em outros tantos, não consegue a eficácia pretendida. **A ver vamos, se tempo tivermos para isso.**



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Tecnologia como Acelerador da Sustentabilidade no Setor da Construção

Aline Guerreiro
Arquiteta – CEO and Founder PCS

Nos dias que correm começa a ser inaceitável, que as entidades e organizações não tenham objetivos de sustentabilidade. Esperemos que neste caminho de sustentabilidade tão necessário, deixe de haver empresas que não façam a sua parte. De acordo com o Fórum Económico Mundial, as questões ambientais são os maiores riscos que enfrentamos a nível mundial. E, desde o Pacto Verde da UE, até aos objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU, a exigência na mudança, é cada vez maior em todos os setores.

O setor da construção é reconhecido como um dos princi-

pais responsáveis pelo impacto ambiental negativo no ambiente. É responsável por cerca de 30% das emissões poluentes em todo o mundo, mais de 60% do consumo de energia (se englobarmos o fabrico dos materiais de construção), de produzir mais de 50% de todos os resíduos no mundo, e o principal responsável pelo consumo de recursos naturais do planeta. Finalmente, nos últimos anos, há já uma preocupação, sobretudo nos países desenvolvidos, de encontrar soluções mais sustentáveis que combatam todos estes impactos. São soluções para a construção que procuram a utilização de materiais mais amigos do ambiente, que conjugados, poderão ter desempenhos ambientais melhorados, e não há

dúvida de que a tecnologia tem vindo a desempenhar e continuará a desempenhar um papel fundamental neste processo. Se aplicada à Arquitetura e construção de um edifício, pode encontrar meios para reduzir o consumo de recursos naturais, minimizar as emissões de gases com efeito estufa e a produção de resíduos, bem como, melhorar a eficiência energética dos edifícios. Um exemplo de tecnologia que tem ganho espaço na construção sustentável, é o chamado Building Information Modeling (BIM), que consiste em criar modelos digitais tridimensionais dos projetos. Esta tecnologia proporciona uma melhor visualização e planeamento da



construção, minimizando erros e desperdícios. Além disso, o BIM também auxilia na gestão do ciclo de vida do edifício, uma vez que possibilita o acesso a informações precisas sobre o consumo de energia, materiais utilizados, entre outros dados importantes, para a tomada de decisões sustentáveis. Outra tecnologia que contribui para a sustentabilidade na construção é a utilização de sistemas que proporcionam a utilização de energia de fontes renováveis, tais como painéis solares térmicos, painéis solares fotovoltaicos e turbinas eólicas, por exemplo. Estas soluções permitem a produção de energia limpa, reduzindo a dependência de fontes não renováveis e diminuindo as emissões de gases com efeito de estufa. A tecnologia também tem evoluído na área de armazenamento de energia, possibilitando a utilização da energia excedente, nos momentos de maior procura. Além disso, a tecnologia associada à poupança de energia, também permite o uso de sensores inteligentes e sistemas de automação, que otimizam o consumo de energia ao ajustar a iluminação e o ar condicionado de acordo com a presença de pessoas e condições climáticas. Mas a tecnologia pode ter também um papel determinante em outro aspeto fundamental da construção sustentável, a

gestão eficiente dos recursos naturais, onde esta, tem permitido o desenvolver materiais de construção mais sustentáveis, como os materiais de construção produzidos a partir de resíduos, minimizando a sua produção e descarte. Temos como exemplo o alumínio que, podendo ser reciclado infinitamente, poderá nunca se tornar num resíduo. Por outro lado, a digitalização dos processos de construção e o uso de softwares de planeamento permitem um melhor controle do consumo de materiais, evitando desperdícios e reduzindo a necessidade de extração de mais recursos naturais. Outro exemplo, é o desenvolvimento tecnológico de sistemas de captura de água da chuva e de reutilização de águas cinzentas, o que reduz o consumo de água potável onde esta não é necessária, como em descargas de autoclismos ou rega, preservando assim um recurso natural fundamental para a vida. A adoção de técnicas mais sustentáveis, como a construção modular, com base em novas tecnologias, onde os componentes são pré-fabricados e montados no local, possibilita a redução do desperdício de materiais e a otimização do tempo de construção. A utilização de drones e equipamentos de monitorização remoto permite o acompanhamento e a identificação precoce de problemas durante a execu-

BIO

Nascida em Lisboa a 22 de Dezembro de 1970 Licenciada em Arquitetura pela Universidade Lusíada em 1995 e Mestre em Construção pelo Instituto Superior Técnico de Lisboa em 2008. Desenvolveu trabalho em vários ateliers de Arquitectura e em Construtoras na Direcção de Obra. Em 2003 concluiu uma Pós-Graduação em Construção Sustentável, tendo a partir desse momento orientado a sua conduta profissional no sentido da Arquitectura Sustentável. É voluntária da Quercus ANCN, a maior ONGA Portuguesa, onde coordena a temática da Construção Sustentável.

ção da obra, evitando trabalhos a mais, e reduzindo o desperdício de materiais. É verdade que a tecnologia tem sido fundamental na aceleração da sustentabilidade no setor da construção. Mas também é verdade que os povos antigos já construíam com materiais naturais e locais, e com base em técnicas empíricas, as quais aproveitavam o clima local, para imprimir temperaturas de conforto aos seus edifícios. Quero com isto dizer que a sabedoria existe há milénios, o que é preciso é utilizar o avanço tecnológico a nosso favor e não contra nós. A tecnologia desempenha um papel crucial como acelerador da sustentabilidade no setor da construção, sim. Mas é importante que as empresas do setor invistam em tecnologia e promovam a sua adoção, sempre, numa perspectiva de desenvolvimento sustentável...



Objetivos da ONU para o desenvolvimento sustentável, 2030

Uma Agricultura Estrangulada e a Morrer à Sede

Jéssica Sousa
Redatora Capital Verde by ECO

Estamos em fevereiro, em pleno inverno, e o fantasma da seca voltou (mais do que é costume cedo) para nos castigar. Nem os períodos de chuva intensa, acompanhados por vendavais, foram suficientes para mitigar a falta de água no solo e nas barragens do sul do país.

A seca no Algarve não é novidade. Naquela região, basta recuar 20 anos para nos depararmos com a pior seca de sempre que provocou danos “irremediáveis” na agricultura, segundo o INE. E, este ano, o setor prevê impactos igualmente danosos. Além das restrições que vigoram dos anos anteriores, Governo ordenou cortes entre 25% e 50% nos consumos agrícolas e no volume de água utilizada para rega.

Com as medidas, pretende-se aumentar a disponibilidade de água até ao final do ano, mas em boa verdade, pressionam ainda mais um setor que, ano após ano, resiste aos impactos das alterações climáticas. As temperaturas na região, no país e no mundo, vão continuar a subir – janeiro foi o 8º mês consecutivo mais quente desde que há registro – e os níveis de chuva vão continuar a diminuir.

As principais culturas de

sequeiro serão as mais penalizadas e resultarão numa perda de competitividade, e entre os produtores mais pequenos, antecipa-se um abandono de uma atividade que, em 2022, voltou a dar contribuir para o crescimento económico do país.

Embora estejam previstos algumas centenas de milhões de euros em apoios para este setor, certo é que este cheque só viu a luz do dia quando os agricultores saíram à rua. O mesmo acontece pela Europa fora. Estradas bloqueadas, tratores na rua e muitos protestos. Isto tudo numa altura de eleições, nacionais e europeias.

Mas, além de dinheiro, os agricultores pedem por água. E por soluções a longo prazo. Há milhares de litros que se perdem, todos os anos, nas condutas de abastecimento que podiam ser recuperados, e novas fontes ainda por explorar: “autoestradas de água”, novas barragens e até o mar. Só os planos para a dessalinizadora parecem avançar, ainda que a passos pouco desejáveis, os restantes continuam na gaveta. Até saírem, a agricultura continuará em modo sobrevivência.



BIO

Jéssica Silva é licenciada em Línguas e Estudos Editoriais, pela Universidade de Aveiro. Desde então tem vindo sempre a trabalhar na área do jornalismo e está atualmente como redatora no Capital Verde by Eco.



02 O QUE DIZEM SOBRE A GREEN MEDIA?



“Green Media ha sido un aliado clave en el lanzamiento de nuestra solución Destinix. Los buenos resultados de nuestra presencia e impacto nos han permitido consolidar nuestros dos centros de operaciones (en España y en Portugal) desde donde ofrecemos Destinix a clientes de 14 países. Sin duda el trabajo de Green Media, en especial de Inés, nos ha abierto puertas y ayudado a fortalecernos en el mercado portugués.”

Carlos Martínez
CEO Consultia Business Travel



“Desde o primeiro contacto, em busca de possibilidades para realização de Formação em Contexto de Trabalho (vulgo estágios) para alunos nossos, a Green Media revelou um grande interesse, não só em estabelecer este tipo de parceria para a situação em causa, como também para a sua continuidade. Demonstrou uma abertura incrível e consciente para a realidade educativa dos cursos profissionais e a necessária realização dos períodos formativos fora da sala de aula, que muitas vezes são esquecidos pela malha empresarial do nosso país. Os alunos saíram muito satisfeitos com a aprendizagem e acompanhamento que tiveram durante as 150 horas de formação previstas para o segundo ano do curso, sendo um indicador da disponibilidade e profissionalismo que a equipa da Green Media oferece.”

Miguel Brazete e Sara Roncon
Docentes na EPAD- Escola Profissional de Artes, Tecnologias e Desporto



“Foi uma ótima experiência e um prazer colaborar com a Green Media no estágio de 2º ano (11º ano) do meu Curso Profissional de Técnico de Multimédia. Permitiu-me ter uma ideia sobre o funcionamento do mundo do trabalho e penso que me saí bem, para um jovem em processo de aprendizagem. Acho que foi bastante importante ter tido esta Formação em Contexto de Trabalho para me preparar melhor para o que vem por aí, e para ajustar a minha forma de ser e pensar.”

Luís Moreira
Aluno do 3º ano do Curso de Técnico de Multimédia, EPAD – Escola Profissional de Artes, Tecnologias e Desporto,



“Posso dizer que a experiência na Green Media foi muito positiva, mesmo que tenha feito a Formação em Contexto de Trabalho do 2º ano em formato de teletrabalho. Foi mesmo muito bom porque proporcionou-me ideias e aprendizagens novas e uma compreensão mais profunda e realista da carreira que escolhi seguir. O acompanhamento da tutora Inês Vilhano, ao longo do período formativo na Green Media, foi exemplar. Ela esteve sempre acessível e disposta a ajudar quando necessário, e sempre me ensinou a fazer as coisas de uma forma mais simples, melhor, e de uma maneira diferente. O apoio e a compreensão dela foram sempre muito positivos, fazendo-me perceber como é realmente estar num ambiente profissional e imaginar como será meu futuro como designer. Foi uma boa forma de desenvolvimento profissional e pessoal.”

João Cintrão
Aluno do 3º ano do Curso de Técnico de Design de Comunicação Gráfica, EPAD – Escola Profissional de Artes, Tecnologias e Desporto, Lisboa



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS



Efeitos da IA na Economia Circular: Um Desacelerador de uma Crise Ambiental

Marlene Roque
Arquiteta - Ordem dos Arquitetos

O que mais “assusta” no desconhecimento da Inteligência Artificial resulta de uma correlação direta entre um futuro apocalíptico, devido às alterações climáticas, e o medo de uma inteligência superior à do Ser Humano a (des) comandá-lo.

Se conseguirmos treinar o olhar para a economia e, em simultâneo, para a IA, como uma ferramenta transformadora, encontramos formas de contribuir para o paradigma da mudança do modelo económico e ambiental que se torna urgente. A economia circular é sustentável per si, porque gera benefício líquido, altera o panorama económico no sentido de um fluxo de crescimento e de modo sustentável. Gera emprego, crescimento, estimula a inovação e a tecnologia, arrecada benefícios ambientais e uma mudança no paradigma que é contaminante entre a sociedade.

Nos últimos 200 anos, desenvolvemos uma economia industrial evolutiva e que culminou no impacto que conhecemos hoje, positivo por um lado (economia global, embora num modelo obsoleto), e negativo por outro (peças emissões de gases com efeito estufa e carbono incorporado,

associado). À semelhança da Revolução Industrial, a IA como subconjunto de tecnologias que facilitam a era da “Quarta Revolução Digital” pode complementar as habilidades humanas e expandir as suas capacidades, permitindo que operacionalizemos a economia, num modelo atual e sustentável. Destacam-se três grandes áreas:

Desenhar produtos, componentes e materiais circulares adequados a uma economia circular por meio de processos de design iterativos assistidos por máquinas, que permitem prototipagem e modulação.

Gerar modelos de negócio da construção circulares e o uso de ativos por meio de precificação e previsão de encomenda, manutenção preditiva, gestão inteligente do negócio e processo de construção.

Otimizar a infraestrutura logística necessária para “fechar o ciclo” de produtos e materiais por meio da melhoria de processos de classificação, desmontagem de produtos, versatilidade regenerativa, a gestão de recursos (incluindo energéticos e hídricos) e reciclagem de materiais e resíduos.

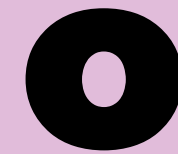


BIO

Licenciada em Arquitetura desde 2003 pela Faculdade de Arquitetura da U.T.L., arquiteta, professora convidada no ISCTE, formadora na área da Física das Construções (Acústica de edifícios, Eficiência Energética, Segurança Contra Incêndios, Sustentabilidade).

A exercer funções de arquiteta e coordenadora em fase de projeto e direção de obra desde 2023, primeiro na Mota Engil Engenharia e Manuela Morgado Arquitectos, formando Atelier próprio - Marlene Roque Arquitectura em 2008.

Desenvolver uma consciencialização e um entendimento mais abrangentes de como a IA pode ser utilizada para apoiar a economia circular será essencial para estimular aplicações que abarquem – e mesmo ultrapassem – as áreas de design circular e a operação de modelos de negócio, incluindo o acto da Arquitectura!



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Inteligência Artificial e as Smart Cities

Elisabete Martins
Gestora do Portugal Smart Cities Summit

As tecnologias de Informação estão na base das smartcities. Até aqui, conceitos como a Bigdata, Machine Learning, cloud computing, IoT, ou redes de comunicação avançadas, têm permitido o surgimento e a generalização da utilização de novas soluções, impensáveis há alguns anos, e que melhoraram efectivamente a qualidade de vida dos cidadãos. Mas agora estamos a entrar num novo paradigma, dominado pela utilização da Inteligência Artificial. Na minha opinião, não se trata apenas de mais um progresso, mas sim de uma disrupção na evolução das smartcities, cujos resultados vão começar rapidamente a surgir. A grande diferença está naturalmente na capacidade generativa da inteligência artificial, e na sua aptidão para analisar, propor e decidir, a cada momento e em cada circunstância, a solução mais adequada.

Sabemos que o dia-a-dia de uma cidade moderna é um sistema extraordinariamente complexo, nas suas mais diversas vertentes. Seja na mobilidade, na utilização da energia, na gestão de água e resíduos, nas questões associadas à segurança, na saúde e bem-estar. Antecipamos facilmente que a introdução de IA irá

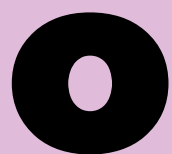
otimizar processos e melhorar a eficiência em cada uma destas vertentes, com ganhos significativos na nossa vida colectiva. Porém, creio que a grande diferença surgirá com a introdução generalizada de ferramentas de IA na nossa vida individual, ao permitir que as soluções das smartcities sejam mais orgânicas, mais dirigidas à experiência de cada um de nós. E esse é um grande desafio: a de ajustar as soluções das Smartcities à realidade e individual de cada um dos seus habitantes. Há por isso um enorme entusiasmo em torno da IA, e nas mudanças que esta irá introduzir no quotidiano das nossas cidades. E é também por isso que cada vez mais o Portugal Smart Cities Summit se torna um momento fundamental para todos os que querem fazer parte desta mudança. **Marcamos encontro na FIL de 15 a 17 de Outubro de 2024, no Evento que otimiza as sinergias entre o conhecimento, o poder local e o mundo empresarial.**



BIO

Elisabete Martins, licenciada em Marketing pelo ISNP. Em 1988 juntou-se à Fundação AIP - Lisboa Feiras, Congressos e Eventos como Exhibitions Manager onde tem vindo a organizar múltiplos eventos: PORTUGAL SMART CITIES SUMMIT, Nauticampo, Ocean Business Week, Blue Week, Portugal Exportador, missões institucionais e organização de Pavilhões de Portugal na WFES-Abu Dhabi, IFAT-Alemanha, Photovoltaica-Marrocos, Ambiente-Angola entre outras iniciativas que promove encontros de negócios entre empresas nacionais e internacionais, nos sectores da Energia, Água, Resíduos e Ambiente, IoT, Mobilidade, Governação e Economia Verde.





ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

A Inteligência Artificial na Gestão da Floresta e do Fogo

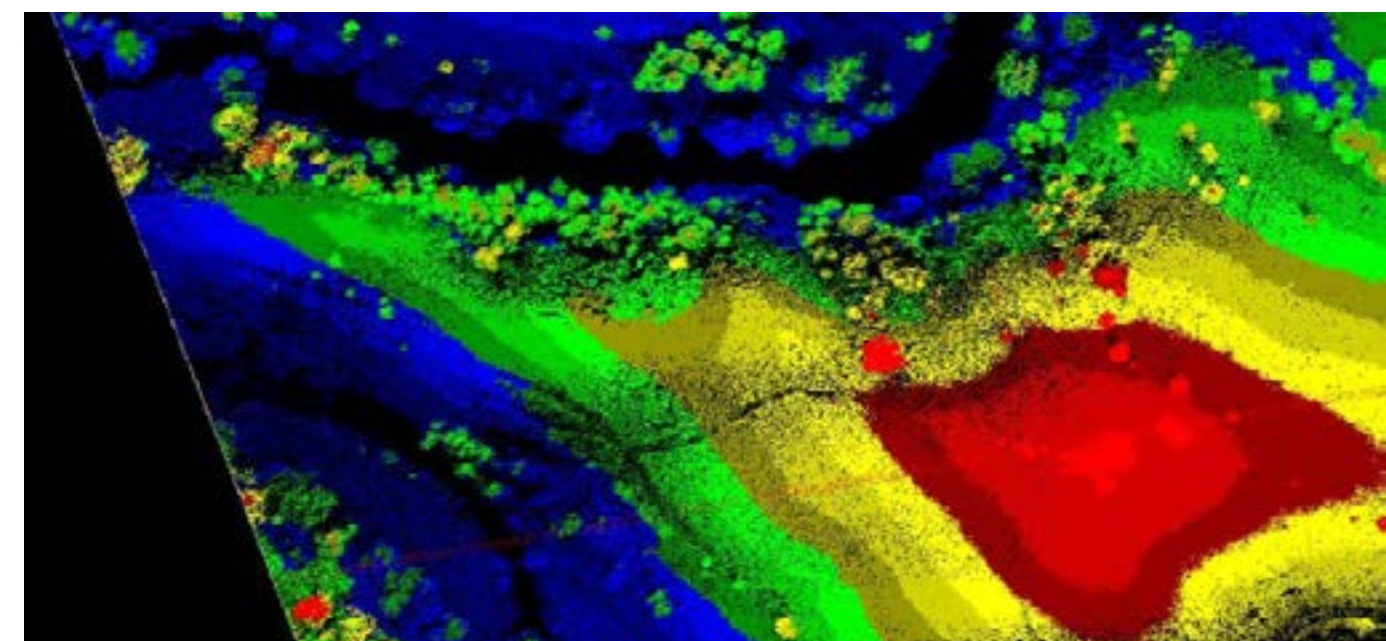
Carlos Fonseca
CTO do CoLAB ForestWISE®



Nos tempos que correm, já quase todos nós ouvimos falar de inteligência artificial (IA) e, de forma mais ou menos consciente, contactámos com este tipo de tecnologia. Em termos genéricos, a IA engloba tecnologias computacionais que permitem aprender e extrair padrões a partir de um conjunto vasto de dados, com o objetivo de solucionar problemas complexos, de forma rápida e eficaz. Vários são os fatores que têm contribuído para a ampla difusão da IA, entre os quais se poderão destacar o cada vez maior e mais fácil acesso aos dados e a crescente diminuição nos custos de armazenamento de dados e da computação associada à disponibilidade de tecnologias na cloud. Por outro lado, o avanço nas tecnologias de observação da terra, incluindo imagens de satélite e imagens captadas por drones e por

sistemas aéreos tripulados, que permitem captar informação sobre vastas áreas e remotas, tem vindo a melhorar o potencial das aplicações da IA. Contudo, será que a aplicação de tecnologias com base em IA tem seguido um ritmo semelhante em diferentes domínios de atividade? A realidade é que não. No caso concreto das atividades do setor florestal, e de modo particular em Portugal, a utilização de IA é recente e há ainda muitas oportunidades e capacidades por explorar. A IA tem potencial de aplicação ao nível da gestão florestal e da compreensão dos processos florestais, por exemplo na previsão de variáveis de interesse, na análise da estrutura florestal, na deteção do estado dos povoamentos florestais, na previsão das dinâmicas dos povoamentos florestais, na caracterização tecnológica de produtos florestais, entre outros. Numa outra

dimensão, a IA tem também potencial de aplicação ao nível da prevenção, previsão e gestão do risco dos fogos rurais. Mas falemos de alguns exemplos concretos em que a IA tem vindo (ou pode vir) a ser utilizada em benefício da floresta. Um dos exemplos mais comuns, consiste na utilização de algoritmos baseados em IA para analisar nuvens tridimensionais de pontos, que se podem obter através de dados LiDAR, para estimar parâmetros relacionados com a estrutura de povoamentos florestais e que podem apoiar na gestão florestal. Este tipo de abordagem foi testado num projeto piloto sobre produtos de análise, com recurso a LiDAR, para a gestão do território, da floresta e dos fogos rurais (áGiL.TerFoRus), com a participação direta do CoLAB ForestWISE®, tendo demonstrado o potencial para melhorias em utilizações futuras. De realçar também o programa



O CoLAB ForestWISE® – Laboratório Colaborativo para a Gestão integrada da Floresta e do Fogo é um dos 41 Laboratórios Colaborativos reconhecidos pela FCT. Criado em setembro de 2018, este CoLAB tornou-se num player incontornável dos domínios da floresta e do fogo em Portugal, sendo crescente a sua atividade internacional. Atualmente conta com 16 associados, 7 empresas, 6 entidades académicas e 3 organismos públicos. Saiba mais em: www.forestwise.pt

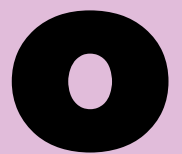
mobilizador para a prevenção e combate de incêndios rurais, financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia na sequência dos grandes fogos de 2017, e que tem o acompanhamento do CoLAB ForestWISE®, que contempla uma área temática relacionada com a previsão e gestão de risco, incluindo técnicas avançadas de IA. Entre os projetos financiados através deste programa incluem-se, por exemplo, atividades em que a IA é utilizada para minimizar o risco e impacto dos fogos rurais através da contínua monitorização da limpeza e manutenção das faixas de gestão de combustível de incêndios. Estes são apenas alguns exemplos em que a IA tem vindo a ser colocada ao serviço da gestão da floresta e do fogo. Contudo, importa ter presente que, sendo a IA uma ferramenta com grande potencial, a sua utilidade efetiva para a floresta depende do seu

bom uso. É importante que as aplicações de IA para a floresta sejam assentes em experimentação robusta e tecnologia devidamente validada para que a informação gerada possa apoiar de forma fundamentada processos de tomada de decisão.



BIO

Carlos Fonseca, biólogo, Doutor em Biologia pela Universidade de Aveiro (UA, 2004), é atualmente o Chief Technology Officer do CoLAB ForestWISE® e Professor Associado Convidado no Departamento de Biologia da UA. Durante cerca de 19 anos lecionou e investigou na UA e no Centro de Estudos do Ambiente e do Mar (CESAM) temas relacionados com a Conservação, Gestão e Valorização de Recursos Silvestres, coordenando a Unidade de Vida Selvagem. Na UA foi também Diretor do Mestrado em Ecologia Aplicada, do Programa Doutoral em Biologia e Ecologia das Alterações Globais, Membro da Comissão Executiva do Departamento de Biologia e da Escola Doutoral, entre outros cargos de relevância. Publicou mais de 180 artigos científicos em revistas internacionais, 21 livros, 19 capítulos de livro e orientou 19 teses de doutoramento e 53 de Mestrado. É coordenador de vários projetos financiados por programas competitivos nacionais e internacionais. Foi um dos 12 peritos da Comissão Técnica Independente da Assembleia da República que analisou os incêndios de 2017 que deflagraram em Portugal.



ARTIGO DE
PINHÃO

OPINION MAKERS

O Futuro da Medicina Personalizada

Teresa Rodrigues
Consultora Sénior

O futuro da saúde e o aumento da longevidade humana passam, sem dúvida, pela prevenção das doenças e pela evolução do diagnóstico

e tratamentos disponíveis. O desenvolvimento do conhecimento técnico e científico nas áreas relacionadas com a saúde está intimamente ligado ao desenvolvimento tecnológico. As técnicas de diagnóstico, terapias, procedimentos cirúrgicos, formas de atendimento e gestão/análise de dados clínicos dos dias de hoje só são possíveis devido ao recurso da tecnologia. A pandemia de COVID19 permitiu acelerar o recurso à telemedicina diminuindo as deslocações às unidades de saúde, facilitando muito o dia a dia de todos. O futuro irá passar por maior consciência e responsabilização das pessoas em relação à sua saúde e personalização dos cuidados administrados. O que esperar em relação às novas terapias mais personalizadas?

Terapia genética

A terapia genética envolve a introdução de material genético nas células de um paciente para corrigir ou substituir genes

defeituosos. Sendo uma forma altamente personalizada de tratamento, esta abordagem oferece a possibilidade de prevenir o desenvolvimento de condições hereditárias e, em alguns casos, curar doenças genéticas.

A terapia genética com maior exposição mediática em Portugal é a utilização do Zolgensma no tratamento da atrofia muscular espinal (AME) em crianças até 2 anos de idade. Este medicamento contém um vírus (adeno-associado) que foi modificado para transportar uma cópia correta do gene SMN e restaurar a função muscular. A doença afeta 1 em cada 10 000 crianças e o Zolgensma é a melhor hipótese que têm para vir a ter uma vida normal. Dentro do top 10 dos medicamentos mais caros do mundo, o Zolgensma está em primeiro lugar com um custo de 2 milhões de euros. Na altura em que estava a desenvolver a minha tese de doutoramento nesta área, há sensivelmente 16 anos, a aplicação deste tipo de tratamentos era uma miragem. A evolução da tecnologia e, em especial, a confirmação de que se tratam de procedimentos seguros, trará inúmeras possibilidades no tratamento e cura de outras doenças derivadas de degeneração genética, como o

cancro e doenças neurodegenerativas (Parkinson, Alzheimer entre outras).

Terapia celular

Existem muitas formas possíveis de terapia celular, sendo transfusão de sangue a mais comum e conhecida de todos (a 1ª transfusão documentada em humanos ocorreu em 1818). É uma área de investigação científica fascinante e desafiante pela complexidade e objetivos a que se propõe com um potencial imensurável. Na verdade, tudo se reduz à possibilidade de extrair, manipular e induzir determinado tipo de células (do próprio indivíduo ou de um dador compatível) a executar determinadas tarefas. Vejamos um exemplo muito comum, a osteoartrite das articulações. E se em vez de operar um joelho fosse possível restaurar a cartilagem desaparecida e eliminar a inflamação e dor injetando células estaminais programadas para o efeito? Em determinadas situações a terapia genética é usada em conjunto com a terapia celular para adicionar funções às células alvo. É o caso, por exemplo, das novas terapias contra o cancro onde as células imunitárias do sangue (linfócitos T) são extraídas e modificadas geneticamente para

adquirirem propriedades que permitem reconhecer e eliminar apenas as células cancerígenas. Depois de introduzidas de novo no doente, os linfócitos T modificados ganham a capacidade de identificar e eliminar seletivamente as células cancerígenas. É um salto enorme na qualidade de vida e potencial de cura destes doentes em comparação com as terapias disponíveis para o tratamento do cancro. Parecem ficção, mas estas terapias serão com certeza uma opção de tratamento no futuro.

A revolução na indústria farmacêutica

A indústria farmacêutica precisa de se ajustar aos desenvolvimentos nas novas formas de tratamento, cada vez mais personalizadas ou direcionadas a pequenos grupos populacionais. Esta evolução acarreta uma mudança de paradigma, da produção em massa para a produção em pequena escala. São necessárias fábricas mais flexíveis e versáteis, mais eficientes e sustentáveis para produzir a variedade de novos fármacos que surgem todos os anos, a um preço competitivo. A produção de medicamentos de base biológica (sejam vírus, proteínas, anticorpos, RNA

mensageiro, entre outros) é mais complexa que a produção de fármacos de base química. O recurso à inteligência artificial e à automação são chave para a execução e controlo destas tarefas sem qualquer intervenção humana. A ausência de interferência humana nos processos produtivos de fármacos, aumenta a eficiência de produção, reduz os riscos associados a erros humanos e reduz grandemente a introdução de contaminações no processo. A automação permite um controle rigoroso dos processos de fabricação, garantindo a consistência e a qualidade dos produtos biológicos resultantes. Para além disso, reduz também a pegada ecológica das instalações ao diminuir o nº de lotes não conformes.

Medicina personalizada e a Inteligência artificial (IA)

O desenvolvimento das técnicas de sequenciação genética permitiu um conhecimento mais aprofundado da variabilidade genética entre indivíduos e do seu impacto relativamente ao desenvolvimento de doenças. Graças à inteligência artificial é possível analisar um conjunto alargado de informação clínica e genética de grupos populacionais e criar ferramentas que per-

mitem prever como determinada pessoa reage a um tratamento, ou como pode evoluir a sua doença, ou que tipo de doenças pode desenvolver no futuro baseada no seu perfil genético. Se adicionarmos o estilo de vida à equação, teremos assistentes poderosos para ajudar na gestão da saúde a todos os níveis. Desde aplicações usadas a nível pessoal para gestão do estilo de vida (atividade física, alimentação, gestão do sono e stress), a assistentes virtuais de IA usados no consultório médico (assistentes de diagnóstico, previsão de tratamentos e fármacos mais eficientes) a ferramentas de gestão de saúde a nível das cidades, regiões ou países. As possibilidades são muitas e estão a bater-nos à porta. A convergência da medicina personalizada, terapia genética e celular com o desenvolvimento da inteligência artificial representam um marco significativo no avanço da ciência médica. Estas tecnologias oferecem a promessa de tratamentos mais eficazes e personalizados, revolucionando a forma como tratamos as doenças.

BIO

Licenciada em Engenharia Biológica pelo Instituto Superior Técnico e doutorada em Engenharia Química pela Universidade Nova de Lisboa (tese desenvolvida na área de produção de vectores lentivirais para terapia genética).

Trabalhou na indústria da biotecnologia (No Reino Unido e em Espanha) como investigadora e como consultora.

Está na 3BK Consulting desde 2017 desempenhando a função de consultora técnica e científica.

LADO B

DA SUSTENTABILIDADE

O que é isto do Lado B? O reverso do Lado A?

Procurámos que esta edição tivesse um ponto de equilíbrio do tema central – não só das opiniões e perspetivas dos convidados sobre o futuro da IA mas principalmente o momento em que nos distanciarmos da tecnologia é saudável.

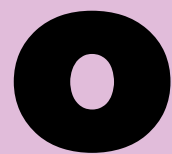
Afinal queremos ter mais tempo para quê? Podemos canalizar todas as vantagens da IA e.... transformar este novo tempo em algo válido.

Que pode ser mais válido do que ter saúde, procurar viver um dia a dia saudável e regenerar o nosso corpo e alma?

A Revista ESTRATÉGIA 2024 deu destaque à Inteligência Artificial e ao impacto da robotização da comunicação e nos vários setores de atividade mas vamos agora olhar o lado HUMANO nesta edição, que, mais do que nunca, não podia faltar e a partir de agora irá continuar a marcar presença regular com promoção de novos projetos, pessoas e atividades.

Foi para isso que procurámos colocar nesta edição projetos que existem, pessoas que estão em atividade no dia a dia, com características especiais, conhecimento e experiência que fazem a diferença e que são uma referência para muitos outros, pois já alcançaram um patamar de profunda intensidade sobre a qual basilaram toda a sua vida, sonhos e dedicação... ao outro humano.

Estas são apenas algumas histórias de pessoas incríveis e de projetos de alto nível e qualidade, que dedicam a sua vida, tempo e profissão aos seres humanos! A cuidar de pessoas, crianças, idosos, adultos partilhando o seu tempo e a sua energia e a ensinar a equilibrar com saúde, atividade física e mental a grande oportunidade que todos temos – viver!



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

A Arte do Cultivo da Energia Vital

Nuno Fernandes
Especialista e professor de Shiatsu & Qigong

São dez e meia da noite, desligo a televisão e a rede WiFino telemóvel. Por hoje, chega de notificações e distrações. É tempo de fazer um «reset». Coloco o ambiente da sala a meia luz, preparando-me para uma meditação, antes de dormir. Sentado confortavelmente com a coluna direita, fecho os olhos e repasso de forma muito breves acontecimentos do dia. Sorrio com gratidão a todos os desafios e experiências e regresso ao momento presente. Repouso agora a atenção na respiração e esqueço tudo o resto. Gentilmente, observo o interior de corpo... Parte por parte, sinto o corpo relaxar e a respiração tornar-se profunda. Os pensamentos começam a ser cada vez menos e uma sensação de paz inunda todo o meu Ser. Mergulhado num estado de profunda tranquilidade, sinto-me pronto para seguir viagem para o «vale dos lençóis». Assim faço todas as noites. Antes de deitar, pratico esta meditação, de forma a limpar a mente da enxurrada de informação recebida ao longo do dia. Para mim, é como «regressar a casa» e reconectar corpo e mente para

um sono reparador. Trata-se de uma meditação que faz parte de um sistema de práticas chamado Qigong, do qual falarei mais à frente. Considero essencial meditar, pois na sociedade tecnológica em que vivemos, existe uma solicitação constante da nossa atenção, sobretudo através dos meios de comunicação. As incessantes notificações, SMS, emails e demais a fazeres, colocam-nos num estado de alerta permanente, prejudicial para a nossa saúde. A meditação funciona como um «reset», trazendo a atenção de volta ao presente, ao estado natural de mente aberta, clara, calma e focada. A verdade é que o desenvolvimento imparável da tecnologia nos últimos anos, transformou por completo as nossas vidas, facilitando o acesso à informação e conectando-nos com todo o mundo. No entanto, a era digital trouxe também um crescente fenómeno de desconexão mente-corpo, devido ao excessivo uso da tecnologia. Vivemos agarrados aos smartphones, laptops e outros dispositivos digitais, ao ponto de estes se terem tornado uma extensão de nós próprios. O impacto na saúde física e mental é cada vez

mais evidente, estando os crescentes níveis de stress, insónia, ansiedade e depressão cada vez mais associados ao vício digital. Para combater este fenómeno, existe uma crescente procura de práticas de desenvolvimento pessoal que produzem um efeito de relaxamento e bem-estar. Uma das disciplinas em maior crescimento no mundo ocidental é o Qigong (lê-se “chi gong” ou “chi kung”). Qi significa «energia vital» e Gong quer dizer «trabalho ou cultivo». Portanto, Qigong é o cultivo da energia vital e parte do princípio que tudo no universo é energia. O Qigong tem raízes que remontam há milhares de anos na China. Surgiu como um sistema de manutenção de saúde e longevidade, baseado na observação dos ritmos da natureza, para criar exercícios que ativam as capacidades inatas que o nosso corpo tem para se regenerar. Para os antigos filósofos orientais, tudo o que se passa ao nível

do ser humano é reflexo do que se desenrola na natureza. Portanto, o ser humano é visto como um microcosmo dentro de um macrocosmo universal. Tudo o que compõe o ser humano, mente-corpo-espírito, correlaciona-se no nível energético a algo “externo” na natureza. Assim, podemos usar os princípios das leis naturais e universais para curar e equilibrar os nossos corpos e emoções. Através de exercícios simples e meditação, o Qigong promove a atenção plena e desenvolve o poder da mente para controlar o Qi. Nos anos 80, surgiu um novo sistema chamado Zhineng Qigong (Qigong para o Desenvolvimento da Sabedoria e Habilidades Especiais), criado por Dr. Pang Ming, doutor em medicina ocidental, bem como em medicina tradicional chinesa e um grão-mestre de Qigong. Pang Ming juntou o conhecimento tradicional e a ciência moderna, para conceber um método para os tempos moder-

nos, idealizando um sistema que fosse ao mesmo tempo eficaz e fácil de aprender. O seu objetivo principal é ajudar a criar um mundo harmonioso e evolução da humanidade. Em 1988, Dr. Pang criou Huaxia -Centro de Treino e Recuperação, conhecido como o «hospital livre de medicamentos», perto de Pequim. Huaxia era uma clínica-escola sem objetivos lucrativos que vivia do voluntariado de cerca de 700 professores residentes. Ao longo dos anos, tratou cerca de 200 mil pacientes, com todo o tipo de problemas de saúde, com uma taxa de sucesso de 95%. Tais resultados conferiram ao Zhineng Qigong reconhecimento oficial na China. O sucesso do Centro Huaxia e do Zhineng Qigong, mostra que é possível reverter qualquer doença através deste tipo de prática de cultivo da energia vital. Sugere também que a maior parte dos problemas de saúde têm por traz um desequilíbrio energético, que por sua vez são



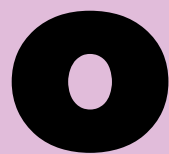
BIO

Nuno Fernandes é especialista em Medicina Tradicional Chinesa, Shiatsu e Qigong. Com 17 anos de experiência, dedica-se atualmente à prática clínica e ao ensino na área da saúde e desenvolvimento pessoal. Tem uma grande paixão pela medicina natural e pelo qigong porque acredita que o nosso corpo tem uma capacidade inata de autocura e auto regulação. Usa todas as suas competências com paixão e dedicação para ajudar a criar um mundo melhor para si e para todos ao seu redor.

Mais informação sobre cursos e workshops com Nuno Fernandes
Website: www.shiatsu.com.pt
Email: amor.mingjue@gmail.com

"Percebi ao longo dos anos que há uma força imensa em cada um de nós que às vezes só precisa ser "tocada" para despertar e nos levar a um estado de maior equilíbrio físico, mental, emocional e espiritual."

originados sobretudo por stress físico, emocional e mental. Assim sendo, nesta era digital em que vivemos de ritmo acelerado, é fundamental aprendermos a relaxar e cultivar a atenção plena e pensamentos positivos, pelo bem da nossa saúde.



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Fricção Científica

Susana & Jota
BetterYouman Project



João Pedro Costa (Jota)

BIO

Desde cedo apaixonado por comportamento humano, viagens e atividades outdoors toda a minha juventude foi neste ambiente. Acabei academicamente por me formar em economia e gestão de empresas. Passei pelo mundo corporativista na área industrial, empresarial, política e artística, mas a atração por comunicação, conhecimento e filosofia conduziu-me a grupos e pessoas também dedicadas a este propósito, que também era o meu. Desde há 15 anos que me dedico pessoal e profissionalmente a aprender, vivenciar a experiência de autoconhecimento e partilha-la. Cocriei o Betteryoumanproject, onde acompanho grupos e indivíduos, com vontade de alto desempenho integral, envolvendo todas as áreas da vida, com uma energia que me caracteriza e dá sentido à minha vida.



Betteryoumanproject é uma mentoria de reengenharia humana, através de ferramentas ancestrais e vanguardistas, provocando uma jornada mais sensorial e sustentável, repleta de entusiasmo na direção de um propósito bem trabalhado, com maturidade e auto responsabilidade.



Susana Ferreira Dias (Su)

BIO

2001 foi o ano em que decidi mudar a minha vida e dei uma guinada de 180° para seguir o chamado daquela vozinha interna que repetia, já há alguns anos, “tem de haver mais do que isto”.

Abandonei as áreas, primeiro do marketing e depois do design, para mergulhar profundamente no estudo, na formação e na prática de várias abordagens na área do desenvolvimento pessoal e das relações humanas. Encontrei aqui o meu servir.

Desde então, consigo conciliar o meu propósito de vida com a minha profissão, a simbiose perfeita! Para mim, não existe nada mais gratificante do que acompanhar e instigar pessoas a desenvolver o seu máximo potencial e ensinar melhores hábitos e comportamentos de alto impacto na qualidade das suas vidas e, consequentemente, no mundo.

A co-criação do BetterYoumanProject acrescentou ainda mais sentido à minha existência, que se consolida a cada dia, a cada ser humano, sempre que oriento e inspiro a catalização de profundas transformações pessoais.

Quando nos convidaram para escrever sobre Inteligência Artificial e o impacto da robotização na comunicação e nos vários setores de atividade, ficou claro, ao fim de alguns minutos, que mereceria um exercício de observação, estudo e consciência que fosse além duma opinião manipulada ou, no mínimo, influenciada. Afinal, como Voltaire dizia “common sense is not so common”, até porque a nossa área é a filosofia e o comportamento humano. Surgiu-nos, em tom de provocação, a palavra “fricção” ao constatar “um atrito resultante do contato entre corpos”, neste caso dimensões, espécies, inteligências, como lhe quisermos chamar.

“The world will change and it’s not prepared” é uma famosa frase de Oppenheimer de 1944, mas podia estar assinada por todos quantos foram disruptivos ao longo da história da humanidade. Regra geral, todas as invenções geram novas classes de responsabilidade: se conferir poder, então inicia-se uma corrida, que se não é vigiada e coordenada, acaba em tragédia. “Video killed the radio star”, seremos nós os próximos? Pois bem, esta corrida está lançada e é presente, verdadeira, e imprevisível. Assusta observar o cientista e a cobaia serem o mesmo. De uma rede social, de um “software” de plágio, de um sistema algorítmico de recomendação e manipulação, de um “machine learning” com bugs improváveis, we shape the tools and now the tools shape us.

O computador já tem uma hegemonia produtiva sobre o ser humano, com as consequências que já podemos até quantificar. Mas poderá essa supremacia passar de um nível objetual a outro nível, metacognitivo, até agora privilégio só da nossa espécie? A consciência da própria consciência, a percepção do Self. Deparamo-nos com o famoso problema do alinhamento da IA com valores morais humanos: “Ser bom é fácil. Difícil é ser justo” (Victor Hugo). Todos desejamos uma IA mais ética e responsável, aderente aos valores morais como justiça, igualdade, privacidade e outros, alguns deles já considerados direitos fundamentais do homem. Esta é a parte mais filosófica ou normativa do “problema do

alinhamento”. Como a sociedade vai decidir sobre quais princípios (ou objetivos) devem ser “codificados” em sistemas de IA? Quem decidirá sobre isso, considerando que vivemos em uma sociedade pluralista com diferentes visões de mundo e crenças sobre valores morais, em alguns casos, incompatíveis entre si? Como fazer isso de forma que um determinado grupo não “imponha” seus valores preferidos sobre outros grupos? Não sabemos uma resposta que resolva tudo de uma vez, mas acreditamos que, se queres melhorar o mundo, começa por ti.

Entramos quanto a nós, assim, no verdadeiro e derradeiro campeonato. Nesta corrida temos uma janela, até provocatória, mas já inevitável de avançarmos para uma versão meta humana. O BetterYOUman Project, pretende, espero eu, certamente como outros, desempenhar esse papel. Gostamos de olhar para nós como duas pessoas que admiram a Vida como um universo de possibilidade. Consideramos a Vida, ela própria, um laboratório de aprimoramento do potencial humano e colocamo-nos como veículos de inspiração e estímulo à autorrealização sustentável.

*“Aquele que conhece os outros é sábio.
Aquele que conhece a si mesmo é iluminado.
Aquele que vence os outros é forte.
Aquele que vence a si mesmo é poderoso.”*

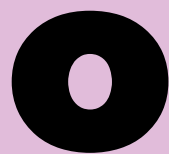
Lao-Tsé



Parafraseando o nosso Agostinho da Silva “damos os tijolos para que a pessoa se construa a si mesma e à sua vida como melhor entender”, este é um dos nossos motes e a linha que orienta o trabalho que desenvolvemos, connosco, e com quem decide juntar-se ao “clã”. Com ferramentas intemporais, ancestrais mas cada vez mais vanguardistas, de reeducação integral, propomos uma expansão de consciência que assenta em paradigmas de liberdade, felicidade e responsabilidade, através de momentos diversos que se prestam a esgarçar os limites da percepção corriqueira e ensinada em massa. Somos apoiantes das pessoas que trabalham connosco no que respeita à vitalidade e à expressão de

criatividade. Consideramo-nos parceiros de vida daqueles que se identificam com a nossa proposta e construímos em conjunto o empreendimento chamado realização pessoal. O nosso foco e ambição é a autodescoberta, a realidade viva, a tradução para a prática do “conhece-te a ti mesmo” gravado na pedra, pelo oráculo de DELFOS. Traduzir e trazer para o dia-a-dia o que as mais antigas culturas filosóficas sempre afirmaram ser a pista mais evidente da resolução da “miséria existencial” do ser-humano. Num mundo que está num movimento acelerado rumo à absoluta ausência de domínio sobre si mesmo com a criação e permissão da inteligência artificial, tal como nas palavras de

Harari, o autor do livro Sapiens: de Animais a Deuses, “não sei se a humanidade pode sobreviver”, pois a nova geração de IA não só espalha conteúdos gerados por humanos, como é capaz de criar história, produzir o conteúdo por si só. Perante este cenário, continuamos convictos que um processo de self knowledge, identificar o que o move, os seus valores fundamentais e senso de significado na vida repletos de saúde, vitalidade e relações humanas extraordinárias, será cada vez mais relevante, imprescindível e quicá a verdadeira chave para uma existência livre, robusta, plena e capaz de integrar o que a aceleração contínua do desenvolvimento tecnológico origina.



A Intervenção Humana na Era da IA: Um Olhar a Partir das Artes e da Inclusão Social

Patrícia Reis
Artista Multifacetada

Vivemos num mundo marcado por desafios globais, desde as mudanças climáticas até conflitos mundiais persistentes. Neste cenário, a inteligência artificial (IA) emerge como uma realidade incomparável, trazendo diversos desafios à humanidade. Como profissional das artes, em particular nas artes participativas e para a inclusão, observo a IA como uma ferramenta que, não pode substituir a essência da relação humana. Na minha jornada de duas décadas, mergulhei nas artes como meio de intervenção sociocultural, construindo projetos que promovam a inclusão e a transformação social, a minha abordagem é baseada na intervenção social que proporcionem experiências significativas, destacando a importância da conexão pessoal e o vínculo comunitário. Na minha atividade os projetos de teatro tornaram-se uma ferramenta fundamental, proporcionando às crianças e adolescentes um espaço para expressar anseios, desafios e descobertas. A base do meu trabalho sempre foi a relação humana, algo que a IA pode ter uma intervenção. O estudo que desenvolvi no âmbito

de uma dissertação de mestrado na Companhia Teatro Escola Entre'Palcos, no seio da associação PIPA - Projeto de Inclusão Pela Arte, revelou o impacto positivo na socialização, crescimento pessoal e desenvolvimento artístico dos participantes. A relação horizontal e colaborativa mostrou-se crucial na criação de experiências enriquecedoras. Este estudo destaca a importância da tomada de decisão partilhada e da relação horizontal na sustentação da qualidade da participação cultural e artística em projetos de arte comunitária, qual os impactos desta metodologia têm na vida destas crianças e jovens. Quando se dá espaço para que os jovens falem e sejam ouvidos, abre-se a caixa da criatividade e da expressão artística, gerando-se transformação. Construam-se, assim, espaços de reflexão e questionamento, que fazem despertar capacidades adorme-

cidas nos participantes, refletem-se nas suas vidas presente e futura, e podem contribuir para que se tornem indivíduos mais conscientes, participativos, colaborativos e curiosos. Compreende-se com este estudo quanto é fundamental o estabelecimento de uma relação horizontal, de proximidade, colaborativa e empática que permita aos jovens da companhia em análise, sentirem-se à vontade de investir nos seus objetivos. A criação de identidade, autoestima e integração social ocorre através de relações de confiança, destacando a importância de um grupo coeso. A capacidade resultante de se envolver na comunidade contribui para uma sociedade mais justa e equitativa, algo que a IA pode conhecer, analisar mas nunca ter a capacidade de criar projetos centrados nas pessoas. O mesmo princípio se aplica a projetos com a população sénior, como o projeto "Sempre a Mexer

para Não Envelhecer", desenvolvido pela Câmara Municipal de Sesimbra, onde dou as aulas de teatro para a população sénior. Mesmo durante a pandemia, as aulas de teatro continuaram utilizando as novas tecnologias para manter os idosos desafiados e acompanhados, o uso das novas tecnologias, como videochamadas e sessões online, tornou-se essencial para manter a comunicação e os desafios semanais, reforçando que a tecnologia pode ser uma aliada valiosa. As ferramentas tecnológicas foram úteis, mas sempre a favor das pessoas, não substituindo a importância da interação humana. A construção da identidade, autoestima e integração social ocorre quando estabelece relações de confiança, algo que a IA não pode replicar. Reconheço a praticidade e as vantagens da IA, como ferramenta de trabalho, no entanto, é crucial entender que nenhu-

ma ferramenta tecnológica substituirá a singularidade das emoções e interações humanas. A IA pode ser uma aliada, mas a essência da arte, da criatividade e da inclusão reside na capacidade de ouvir, considerar, valorizar e amar. O progresso deve ser encarado como uma ferramenta a ser utilizada de forma benéfica, mas nunca como um substituto para a particularidade individual e a humanidade de cada indivíduo. Sendo que teremos de considerar que a integração da inteligência artificial (IA) nos projetos de práticas artísticas é um tema em debate entre diversos autores. A discussão gira em torno de como a IA pode ser incorporada de maneira eficaz, respeitando e potencializando a expressão artística humana. Alguns argumentam que a IA pode oferecer novas perspectivas criativas, impulsionando a inovação e possibilitando abordagens artísticas



BIO

Patrícia Rei consigo uma bagagem educacional e profissional impressionante. A sua paixão pelas artes começou a manifestar-se durante a sua Licenciatura em Animação e Intervenção Sociocultural, na qual se especializou em teatro do objeto, marionetes, artes circenses, teatro interventivo, além de explorar as suas competências como atriz, escritora criativa e dramaturga.

4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE



únicas. No entanto, há também preocupações sobre a possibilidade de a IA substituir a singularidade e a profundidade das experiências humanas na arte. São inúmeros os autores exploram questões éticas, a preservação da autenticidade artística e o papel contínuo da criatividade humana em face do avanço tecnológico. A procura de um equilíbrio entre a IA como uma ferramenta e o respeito pela essência humana na expressão artística é central neste debate.

Uma das autoras, Margaret Boden é conhecida por explorar a natureza da criatividade na sua obra, em “Creativity and Art: Three Roads to Surprise”, refere como a criatividade exterioriza a expressões artísticas humanas, Boden discute a capacidade humana de criar algo novo, surpreendente e valioso. A intervenção humana, especialmente através das artes e da inclusão social, continua a ser fundamental. É esta interação mútua que constrói sociedades mais conscientes, participativas e colaborativas. A criatividade artística, especialmente nas artes performativas, podemos

considerar a manipulação de artefactos cognitivos como uma chave para a emergência de entidades e processos inesperados, dentro destes conceitos podemos ainda falar da ideia de “criatividade transformacional”, conforme descrita por Boden, que podemos destacar como novos artistas ou a aplicação de artefactos em novos contextos podem levar a transformações significativas nos “espaços conceituais” nas áreas artísticas. Ao introduzir novos elementos, como técnicas de dança, softwares, projeção audiovisual, apontamos para uma evolução na forma como o teatro, as artes performativas passam a ser concebidas e realizadas. Enquanto o mundo avança inevitavelmente para um futuro tecnológico, percebe-se que a arte de contar histórias permanece como uma expressão humana única e insubstituível. O que é um contador de histórias...era uma vez, assim começam inúmeras narrativas, eu sempre ouvi histórias contadas pela minha avó que entre o “Corre, corre cabacinha” e come lá uma colherinha, ou mesmo o

“copo, copo geri copo...”, cresci entre histórias que alimentaram o meu imaginário e me fizeram querer continuar sempre alimentar este bicho que aqui dentro ficou a morar. Num mundo acelerado e muitas vezes desconectado, encontrei o meu refúgio e um espaço de encontro nas histórias que conto e escrevo. Esta jornada artística tornou-se mais do que uma mera expressão criativa; foi uma redescoberta de sentido, uma construção de mundos imaginários onde posso organizar e desorganizar internamente, adicionando lugares e encontrando-me a mim mesma em cada narrativa. O contar histórias, para mim, não é apenas uma habilidade artística, mas um instrumento de transformação pessoal. No meio da correria da vida moderna, as histórias encontram um momento de pausa, uma oportunidade de criar e explorar universos paralelos que ressoam com a complexidade da experiência humana. Dentro desta exploração surgiu “A Menina de Vidro”, um livro infantil que reflete as consequ-

ências de uma família imersa nas distrações digitais, esquecendo-se do ser humano que aguarda atenção. Esta história, nascida das experiências partilhadas por crianças que cruzaram o meu caminho ao longo dos anos, representa a necessidade de direcionar o olhar atento para além das telas, destacando os desafios enfrentados por aqueles que vivem no turbilhão da “falta de tempo”. A criação do projeto “Momentos com Histórias” é a manifestação prática desta necessidade constante de ilustrar, escrever, reescrever, contar e recontar. Uma mala cheia de histórias é mais do que um objeto; é um convite para explorar a riqueza da imaginação e estabelecer conexões mais profundas com as histórias que moldam nossas vidas. Cada história, cada projeto na minha vida, tornou-se um veículo para expressar, refletir e compartilhar experiências. É uma maneira de transformar observações quotidianas em narrativas que ecoam na alma de quem as escuta. Uma mala de histórias não é apenas um conjunto de livros; é um portal para mundos desconhecidos, um convite para escapar da realidade e mergulhar na magia das palavras. Uma história bem contada desperta intensas emoções, atrai o encantamento e aquece os corações, conectando pessoas de diversas origens, minorias, núcleos e classes sociais. Ela revela culturas distantes e possui o poder transformador de curar. «Palavras que saem da boca chegam aos ouvidos, mas palavras que saem do coração chegam ao coração», tal como diz um ditado africano e a narração oral é a emoção que brota do coração, que leva à reflexão, ao conhecimento de si mesmo e do outro. A IA pode processar dados, aprender padrões e até gerar textos, mas a essência de contar uma história vai além da mera transmissão de informações. É um ato que envolve a magia da oralidade, a capacidade de transmitir emoções, de cativar audiências e de criar laços humanos

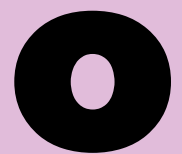


profundos. A entonação, a pausa dramática e a conexão direta com o ouvinte são elementos intrínsecos à arte da narrativa oral, algo que a IA, na sua própria natureza, não consegue replicar. O contar histórias é a transmissão oral dos conhecimentos armazenados na memória humana. Por muitos séculos o sistema oral, a oralidade, foi o principal meio de comunicação dos homens. A memória auditiva e visual eram os únicos recursos de que dispunham as culturas para o armazenamento e a transmissão do conhecimento às futuras gerações. Os anciões eram os mais sábios, pelo conhecimento acumulado. Atualmente, a inteligência artificial pode ser considerada uma ferramenta valiosa, no entanto, permanece incapaz de substituir a essência gerada na interação humana e nas expressões artísticas, assim como as conexões e criações que dela emergem.

Em muitas culturas, a identidade do grupo estava sob guarda de contadores de histórias, cantores e outros tipos de arautos, que na prática eram autenticamente os portadores da memória da comunidade.

Por isso, hoje sou portadora de memórias e de histórias para todos os que me quiserem escutar e nisto a IA nunca me poderá substituir.





As 8 + 1 Formas Práticas de Potenciar os Benefícios da Conexão Interior e com o Entorno Social e Ambiental

Joana Felizardo
Professora de Yoga e Socióloga

Quanto maior o desenvolvimento de Inteligência Artificial (IA) e da tecnologia, maior será a

necessidade de práticas de conexão e de autoconhecimento que visem cuidar da saúde mental, bem como a prática de valores essenciais à existência de uma sociedade humanizada, empática e ambientalmente ativa. Ambos são força e direção para que, num momento, em que evolução tecnológica evolui exponencialmente, a sociedade se possa recriar para garantir que a sua expressão seja humanizada, saudável, empática, livre e potenciadora de cidadãos conscientes e satisfeitos.

A IA e tecnologia são altamente atrativas e magnetizadoras pelo seu enorme potencial e aplicabilidade que abrangem, ao potenciar significativamente o presente e o futuro, desde o nível micro ao macro. Ao nível micro potencia, especialmente, a gestão, organização e manutenção da vida pessoal, profissional e social, encurtando tempo e distâncias, desde a programação de aparelhos eletrônicos domésticos, aos automóveis, à tendência do trabalho em home-office global, o acesso à informação e

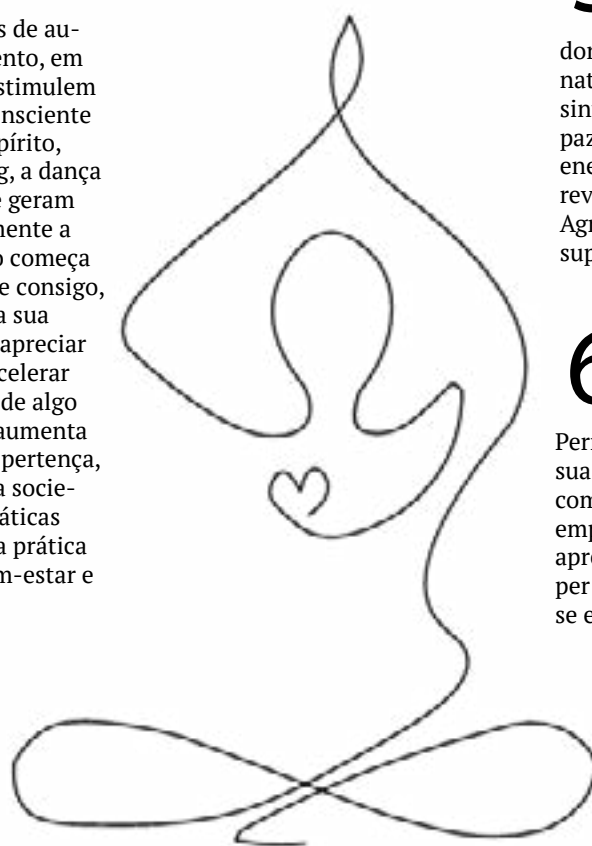
estudos online. Ao nível macro, é impactante na própria evolução científica, tecnológica desde a prática da medicina, aos media, às transações comerciais, que nos serve a todos.

Ainda que os seus benefícios não se esgotem aqui, se por um lado, se associa a IA a um boost de possibilidades e benefícios imensos, por outro lado, observa-se um impacto correlacionado e menos positivo no indivíduo, logo na sociedade e no planeta. O aceleração a uma velocidade desmedida, o excesso de estímulos proveniente da tecnologia e redes sociais e, especialmente, o aumento do tempo em frente a ecrãs, tendem a aumentar a desconexão interior e o distanciamento social. Resulta em perda de sentido da magia da vida, aumento de fadiga, cansaço, ansiedade, stress, solidão, foco, menos empatia e ligação à natureza. No entanto, estes impactos não terão de ser necessariamente determinantes. São, sim, sinalizadores para refletir sobre formas de estimular a conexão do interior ao exterior, do indivíduo consigo mesmo, deste para com o seu entorno e para com a natureza. Equilibrando com os benefícios da IA e da tecnologia, poderão estes ser potencializados e integrados

para se criar recursos e fomentar na prática uma sociedade mais humana, saudável, empática, conectada, feliz e ambientalmente ativa.

Encontrar um equilíbrio potenciador na utilização das AI a par da necessidade de conexão é solução, começar o quanto antes é direção. Nesse sentido, apresento as 8 + 1 formas práticas de potenciar os benefícios da conexão interior e com o entorno social e ambiental.

1. Eleja práticas de autoconhecimento, em grupo, que estimulem a conexão consciente entre corpo, mente, espírito, como o yoga, o chi kung, a dança ou outras que sinta que geram esta conexão. Levar a mente a estar presente no corpo começa por ajudar a conectar-se consigo, com a sua mente, com a sua essência, começando a apreciar a magia da vida, o desacelerar e a sentir como é parte de algo maior. Estar em grupo aumenta o sentido de conexão e pertença, fundamentais para uma sociedade presente. Estas práticas em grupo aumentam na prática uma consciência de bem-estar e pertença social.



2. Faça algo divertido, que lhe dê prazer. Seja só consigo, seja com amigos, com familiares ou com novos amigos. Marque um jantar, vá a um evento. Permita-se envolver-se com a (sua) vida. Permita-se dar e receber. Dar é suportar, receber é nutrição. Permitir-se é amar-se. Abra-se a receber, seja nutrido.

3. Faça pequenas pausas ao longo do dia. Experimente, simplesmente, fazer uma pausa e respire, ao seu ritmo, tomando consciência do ar a entrar e a sair pelas narinas. Pratique e encontre-se, disponibilize-se para sentir o que surgir. Lembre-se de que respirar é ser uno com a vida.

4. Aumente o tempo off-line para desfrutar de si, da companhia dos que o rodeiam ou da natureza. Esse tempo de presença é único, aumenta o foco e cria o seu próprio imaginário de memórias de paz e bem-estar interior a que pode regressar sempre que quiser e precisar.

5. Agende momentos ao ar livre para se conectar com o poder curativo e transformador dos elementos naturais. Na natureza, o batimento cardíaco sintoniza-se com imensidão de paz e serenidade, aumenta a sua energia vital e fá-lo sentir-se revitalizado, leve e tranquilo. Agradeça pela natureza que o suporta diariamente.

6. Faça coisas novas, como uma aula de dança, teatro, cerâmica ou outra que sinta. Permita descobrir-se, estimule a sua criatividade, entusiasme-se com a aprendizagem e sinta-se empoderado como aprendiz. A aprendizagem e a curiosidade per si conectam-no à beleza de se envolver com a vida.

7. Ouça um podcast, leia um ebook, assista a um filme que trate um tema que lhe acrescente valor, sirva de inspiração e impulso para melhorar ou colocar em ação algo que sinta ou possa descobrir ser necessário. Sentir inspiração é importante para se mover na direção dos seus sonhos e estilo de vida que procura criar.

8. Faça voluntariado. Pode doar o seu tempo para ajudar uma causa formal ou pode, por sua autocriação, combinar com um grupo e fazer uma limpeza de lixo na natureza ou ajudar alguém que precise. Doar o seu tempo de forma solidária é um gesto de empatia fundamental e tem um impacto gigante na sua auto-estima, enquanto gerador de felicidade e valor.

+1. O que poderia acrescentar? Use a sua liberdade e escolha uma ação. Viva a sua autonomia para usar a criatividade, ouse, pratique, seja. Acrescente(-se) e conecte-se com a magia da vida.

BIO

Socióloga, professora de yoga e fundadora do projeto THE MAGICAL TEMPLE para o despertar da conexão com a magia pessoal e a beleza da vida.

Quanto maior o desenvolvimento de Inteligência Artificial (IA) e da tecnologia, maior será a necessidade de práticas de conexão e de autoconhecimento que visem cuidar da saúde mental bem como a prática de valores essenciais à existência de uma sociedade humanizada, empática e ambientalmente ativa.





Património Natural da Cordilheira da Arrábida

Francisco Luís Rasteiro
Núcleo de Espeleologia da Costa Azul



BIO

Francisco Luís Pinto Rasteiro nasceu em Sesimbra, começou por ser fotógrafo colaborador de algumas revistas e em 1995 fundou a Associação de defesa do ambiente, NECA – Núcleo de Espeleologia da Costa azul, no qual exerce o cargo de Presidente. Em 1996 descobriu a Gruta do Frade, uma gruta de grande importância mineralógica, sendo a mais bela de Portugal e com grande interesse internacional. Foi responsável pela publicação de vários livros, onde se destacam o Livro Arrábida – “Por fora e por dentro”, o Guia de Campo - Flora da Arrábida/Espichel e o Livro – 25 anos de Exploração da Gruta do Frade. Outras Atividades, fez Figuração no Filme “O homem da Corneta” e num anúncio da Mercedes. Participação em várias peças de teatro no Espaço das Aguncheiras (“A Gaivota”, “O Tio João”, “O Rancor” e “Dona Redonda”). Protagonista de um Documentário - Lisboa, Pais Azul da televisão Francesa Talassa e num Documentário da Arrábida da TV Globo do Brasil. Protagonista numa peça de teatro o “Risco” exibida no Espaço das Aguncheiras.

A cadeia da Arrábida encontra-se vigilante sobre um mar tranquilo e luminoso, a Serra que os muçulmanos batizaram de Al-rábita (que significa convento-fortificado) desenha-se contrariando a configuração do litoral continental português. É formada por rochas sedimentares (calcários) que contam uma história com cerca de 200 milhões que se inicia com a fragmentação da Laurásia e consequente formação do Atlântico Norte. Contudo, a Arrábida como a conhecemos só se começou a moldar há 20 milhões de anos com a colisão das placas africana e euroasiática. Atualmente, a sua morfologia constitui um importante registo da história geológica e climática da região e define uma paisagem mediterrânea numa posição marcadamente atlântica. O património natural é um legado de monumentos naturais que se referem a estruturas geológicas e à biodiversidade, incluindo ecossistemas, fauna e flora. A cadeia montanhosa da Arrábida estende-se desde Setúbal até ao Cabo Espichel. É composta por várias Serras: São Luís,

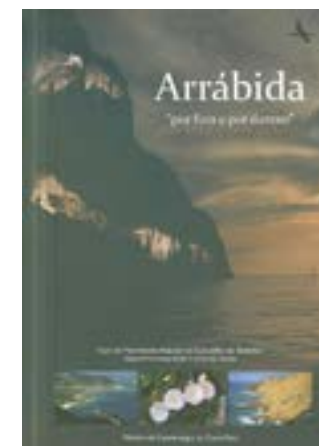
Louro, Arrábida, Risco (Arriba Calcária mais alta da Europa Continental com 381m), Achada, Pinheirinhos, Azoia e o planalto do Cabo Espichel. Abrangendo três concelhos, Palmela, Setúbal e Sesimbra.

Esta região contempla uma diversidade de ambientes naturais não só ao nível paisagístico como, por exemplo o Ribeiro das Marmitas, os campos de Lapiás, as arribas, os Prados, etc., mas também no seu endocarso onde existem as grutas, como a Gruta do Frade e do Zambujal que se destacam pela densidade e diversidade de espeleotemas (formações minerais).

Na Arrábida também existem alguns endemismos regionais: na flora - Euphorbia pedroi e os Convolvulus fernandesii; na fauna – Candidula arrabiden-sis, a Candidula setubalensis (caracóis), a Anapistula ataecina (a segunda aranha mais pequena do mundo com 0,5mm) e o Chthonius cardosoi (Pseudo-escorpião). Contudo, todo este Património Natural tem vindo a sofrer grandes impactes nas ultimas décadas, começando pela indústria extrativa do calcário, que desde a década de 70 começou a utilizar os explosivos

para tirar cada vez mais pedra. Já foram destruídas áreas muito significativas de património, nomeadamente no lado oriental da Serra da Arrábida, na Serra Achada/Risco e na Serra do Zambujal. O aumento da pressão humana tem também levado ao crescimento urbanístico que vai sufocando as áreas naturais. Seguidamente, assistimos ao problema de décadas dos entulhos e lixo que as pessoas vão abandonando na natureza. E mais recentemente assistimos ao aumento dos desportos na Natureza que não estando devidamente regulamentados invadem áreas sensíveis e provocam impactos na fauna e na flora. Na parte marinha a situação também não é das melhores, primeiro houve o excesso de pesca no passado, depois nos anos 90 deu-se o desaparecimento das florestas marinhas, supostamente devido a um pesticida para exterminar a praga de lagostins que invadia os arrozais, que na época em que foi testado, assomou uma tempestade que fez o pesticida escoar para o mar e provocou um desastre ambiental sem precedentes. O certo é que as florestas marinhas na Arrábida nunca mais recuperaram. No

início deste século foi criado o Parque marinho para proteger o pouco que ainda restava, mas na prática, pouco se fez para o proteger. Optou-se por usar a lei da proibição (sem se ter capacidade de fiscalização) em vez de se criar épocas de defeso, um método seguramente mais eficaz de proteger os ecossistemas, certamente que as populações iam respeitar melhor, os recursos do mar desde sempre foram o sustento de muitas pessoas e o passatempo de outras, as proibições só criaram revolta. Por outro lado, também não existe um limite de empresas de Marítimo/Turístico, o que leva todos os anos ao aparecimento de novas empresas turísticas e por consequência ao aumento da pressão sobre os grupos de golfinhos e sobre os ecossistemas já enfraquecidos. Será importante consciencializar e sensibilizar as gerações mais novas, na exploração do património natural da Região da Arrábida, com o intuito de fomentar atitudes e valores ambientalmente sustentáveis através do lema “Conhecer para preservar”. Venham conhecer a Cadeia Montanhosa da Arrábida e descubram que ela é também a vossa casa.



TENDÊNCIAS

O que aí vem O domínio do vídeo e os primeiros passos do som

Sendo uma altura de maior consistência e integração das últimas novidades de comunicação. Redes sociais, novos canais e maior expressão digital de conteúdos produzidos, o vídeo ganha dimensão com a maior facilidade de partilha e difusão de imagem e o som ganha um novo papel na ampliação da mensagem.

Também nas tendências de comunicação a inteligência artificial tem impacto – a tradução, a exposição e apresentação visual, a leitura automática de notícias de um portal, até ao crescente número de podcasts e novos canais de comunicação digital invadem de novidades as estratégias de comunicação.

Em bom rigor, comunica-se mais e melhor em mais plataformas cujo cruzamento de conteúdos alimentam redes sociais e diversificam a consistência das mensagens.

Os produtos IA vêm simplificar e tornar mais rápido este processo, assim como mais acessível uma vez que reduz o preço de tabela, envolvendo menos recursos e mais automatização.

Os eventos híbridos ficaram desde a pandemia com uma optimização constante dos orçamentos, pois ampliam audiências e a mensagem na esfera digital. Os conteúdos perduram no tempo e constituem novas oportunidades de passar a mensagem na altura em que o receptor a procura. **Como não fazer um investimento assim? Optimizado, barato e acessível e em constante amortização.**

Destaque para novos talentos, mais produção e diferenciação na qualidade de conteúdos. Esta última cada vez mais significativa de modo a diferenciar-se da quantidade de iniciativas semelhantes pela qualidade técnica mas também pela qualidade das mensagens a reproduzir de modo a manter ativa a audiência e rotulando como interessante o novo canal!

O regresso da comunicação segmentada tem um peso importante nas estratégias de comunicação interna, cada vez mais requintadas e surpreendentes e com valor acrescentado. Sinal dos tempos em que a retenção de RH é um desafio constante nas organizações e a comunicação, a cultura e a visão do local em que se trabalha, alvo de forte avaliação dos colaboradores. Mais e melhor já não chega pela obtenção de selos e distintivos externos – a avaliação interna tem um peso crescente e esmagador na decisão de escolha.

Neste caso particular, também a cultura de sustentabilidade da organização tem um peso significativo. Trabalhar em casas com causa e por uma missão fazem parte dos critérios de Recursos Felizes e são um bom indicador da necessidade de evolução e preparação das organizações na rota para a sustentabilidade com o envolvimento das equipas e dos recursos e não apenas pela inovação e tecnologia que reduz desperdício e aumenta a eficiência energética. É quase um Programa de sustentabilidade 2.0 para um nível superior e mais integrado com a empresa na sua globalidade.



Tecnologia, Comunicação e Humanidade

Bruno Farias
Diretor na Revista Grande Consumo

Vivemos uma época particularmente entusiasmante, no que diz respeito à adoção de novas tecnologias ao serviço da comunicação e não só. Eu, homem da comunicação me confesso e, enquanto diretor da Grande Consumo, tenho procurado perceber, e debatido interna e externamente, qual o valor efetivo do jornalismo no seu formato mais nobre: o físico. Por um lado, se o digital tem a vantagem de poder ser veiculado de uma forma imediata, partilhado em plataformas de redes sociais e não só, o seu alcance e profusão não tem o mesmo valor monetário do suporte físico, sendo necessário, para chegar a um valor semelhante, muitos milhões de cliques e pageviews, algo nem sempre alcançável por todos os meios. Ou seja, retirar o papel do mercado publicitário tem um impacto tremendo em toda a cadeia de valor, não só pelo que custa a sua produção e também pelo investimento que gera, assim como se perde o fator que o torna distintivo e altamente cobiçado: o facto de ser perene, imutável (para o bem e para o mal). E se o digital é o que permite,

por exemplo, escrever este artigo de forma célere, editar o mesmo e corrigir as gralhas que surgem com o bater rápido das teclas, é a sua transposição para um suporte (digital, uma vez mais, numa primeira instância, e, posteriormente, talvez uma linha de impressão digital ou rotativa) que lhe confere um cunho verdadeiramente especial. Seja pelo ter de esperar pelo que um determinado meio de comunicação ou jornalista vai dizer sobre um determinado assunto, ou pelo mero hábito de ir à banca comprar o jornal ou revista do nosso agrado (sim, ainda existe). Mesmo que as mesmas publicações existam

em digital, não têm, na minha perspetiva, o mesmo impacto emocional em quem procura obter essa mesma informação. Ser capa de revista, seja em área de negócio for, é um destaque que poucos profissionais conseguem ter ao longo das suas carreiras. Terá o mesmo impacto se esse suporte não for impresso? O advento da Internet, e do e-mail em concreto, não representou o final dos correios, da mesma forma que os livros em PDF não representaram o fim da indústria livreira. Haverá, acredito, espaço e lugar para todos, sendo que, no final, é o mercado que escolherá, e de certo modo regulará, o



BIO

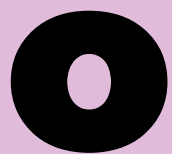
Bruno Farias, diretor na Revista Grande Consumo, é licenciado em Comunicação Social, pela Universidade do Minho.



caminho a percorrer. Já tantas vezes se declarou o fim do papel que continuo à espera de assistir, enquanto espectador atento e interessado, a melhores ferramentas que o substituam, ciente também de que nas revistas profissionais temos, necessariamente, de alargar o nosso âmbito e alcance, seja em termos de audiência, seja a nível das possibilidades de acesso ao nosso trabalho. Eu, homem da comunicação, defensor do papel me confesso, mas adepto das tecnologias também. Pelo menos, daquelas que vêm explanar o potencial do talento humano e onde a ética se impõe, cada vez mais, no espaço virtual. Atentos ao mundo que nos rodeia, adotámos uma ferramenta de “text to speech” no nosso website (atualizado diariamente), que veio conferir uma nova abrangência à leitura das nossas notícias. Seja para aqueles que não conseguem, ou não têm tempo para ler durante o período laboral, mas no trajeto casa/trabalho, ou no final do dia querem saber o que se passa à sua volta. A inteligência artificial permite ter um assistente que lê, com um tom já bastante humano, o conteúdo que desejamos. Seja através de uma voz feminina, ou

masculina, o que mais impressiona é o detalhe com que estas ferramentas já se encontram disponíveis, em serviço cloud, e passíveis de serem utilizadas nos mais distintos canais. Não fomos, de todo, pioneiros na sua implementação a nível nacional, apenas na área de negócio a que nos dirigimos, com o mesmo a registar um número crescente de cliques. Mas não é caso único, pois temos também prevista a tradução automática de todas as notícias para inglês, abrindo-se, assim, ao mundo os nossos conteúdos, num ganho óbvio de audiência esperado por nós, assim como para as agências de comunicação, de meios e outros tantos stakeholders que connosco lidam diariamente. Na revista física, temos igualmente um clone digital, disponível 24/7 para download e consulta (gratuita) de todas as nossas edições, QR Codes para os vídeos e podcasts que regularmente publicamos, assim como links nas páginas de publicidade à escolha de cada um dos anunciantes. Tudo isto de forma gratuita, disponível à distância de um clique, mas, sempre, potenciado pelo alcance e presença da nossa revista em papel. É isso que dá força ao nosso projeto editorial.

Acredito, portanto, na complementariedade das ferramentas, na produção de informação de qualidade, acessível e sem custos e para todos. Um modelo de negócio com dias contados dir-me-ão. Se calhar, tantas vezes como o final do papel ainda hoje por concretizar. E porque não escrever este artigo de opinião com recurso ao Chat GPT? Porque ainda acredito, e acreditarei, que as relações humanas fazem diferença, que a experiência e saber advém do traquejo e do trabalho, da aprendizagem do erro e da progressão e que seremos tão melhores quanto soubermos colocar as capacidades das máquinas ao serviço do talento humano, onde a imprevisibilidade, o sentimento, as zonas cinzentas do nosso pensamento são expressões vivas da nossa existência e o que nos torna tão humanos como a nossa capacidade de nos relacionarmos e de comunicar. Algo que nunca nenhuma máquina será capaz (espero!) de fazer da mesma forma. **Eu, homem da comunicação me confesso. Sonhador, também. Que o talento humano nunca seja subjugado pela técnica das máquinas é o que mais desejo.**



ARTIGO DE
PINIÃO

OPINION MAKERS

Nem Tanto ao Mar, nem Tanto à Terra.

Cláudia Valente
Digital Marketing

Muito se ouve falar sobre a Inteligência Artificial (IA), sobretudo após o “aparecimento” do ChatGPT e, na minha opinião, não pelos melhores motivos. Claro que se destacam as incríveis maravilhas que esta máquina opera, quase como se de magia se tratasse, mas as mesmas não deixaram de se fazer acompanhar pelos temíveis contras que vêm agarrados a esta inovação. Nem tanto ao mar, nem tanto à terra. O que quero com isto dizer é que, como qualquer invenção, tem os seus prós e contras, e depende sobretudo da utilização que a máquina humana lhe dá.

É batota

Nos últimos tempos, tenho-me dedicado à escrita de conteúdos e, sendo uma amante do digital, embora não tão rapidamente como o esperado, comecei a servir-me da IA para este trabalho. Cá em casa, também ele do digital (e apesar disso), certo dia, passou por mim e ao ver-me usar a plataforma, disse: “Batota”. O que é que isto tem de interessante? Primeiro, o preconceito, se é que é disso que se trata, não vem só de fora. Segundo, mostra logo

uma das tão faladas “desvantagens” – ao usar a IA estou a fazer batota. Isto remeteu-me logo para muitos anos atrás, andava ainda eu na primária, quando tinha de fazer trabalhos com recurso apenas a enciclopédias. As imagens eram fotocopiadas e o conteúdo tinha de ser copiado ou reescrito à mão por mim. Na altura, era demasiado nova, bem sei, mas, aquando do meu acesso à internet e dos que me rodeavam, não me recordo do uso da internet na busca de conteúdo para os meus trabalhos e também do “ctrl+c ctrl+v” ter sido apelidado de “batota”.

Para mim, é este o papel da IA na comunicação. É um instrumento que nos permite atalhar caminho, poupar tempo e potenciar os resultados. É um motor de busca mais avançado e não um substituto do redator ou do criador de conteúdos. Há quem diga que é uma assassina da criatividade. Não concordo. Só o será daqueles que já não a tinham e, por isso, nem conta como assassinato. A IA obriga-me a ser criativa na forma como lhe escrevo os comandos e, a forma como me apresenta os conteúdos, faz com que mais ideias floresçam. É sim, mais do que um atalho, um combustível

para a mente. Pelo menos para a minha.

“Mas há quem realmente faça batota!”. Sim há. Como já havia antes. E esses com auxílio da tecnologia, ou mesmo apenas através do olhar humano, rapidamente destacam-se dos originais.

Muitos vão perder o emprego

E os empregos? Os empregos que se vão perder? Como se perderam e perdem a cada revolução industrial? E os empregos que são criados a par da evolução tecnológica? Vou até mais longe, recorrendo ao ponto anterior, onde mencionei a originalidade. Já reparou que, apesar da industrialização e da massificação, existe espaço e valor acrescido para a “produção artesanal”? Veja o caso recente da cadeia de supermercados Booths no Reino Unido, que decidiu substituir quase todas as caixas registadoras operadas por um funcionário por alternativas self-service, mas que, depois de receber queixas de alguns clientes, voltou atrás na decisão. Vivemos numa era em que o mercado está constantemente em mudança e, por isso, não podemos olhar mais para as carreiras como um percurso



BIO

No mercado há mais de 10 anos, Cláudia Valente criou o seu projeto, no qual pode desenvolver as suas 4 paixões (marketing digital, comportamento e bem-estar animal, escrita e desenvolvimento pessoal) e cumprir o seu propósito – O claudiavalente.pt. Atualmente, oferece serviços de marketing nos formatos Inbound marketing, Instagram Marketing, Copywriting e Content writing, aplicados a projetos nas áreas da veterinária, comportamento e bem-estar animal, e desenvolvimento pessoal, nas quais acredita verdadeiramente poder acrescentar mais valor e fazer a diferença. Em todos os projetos em que se envolve, pensa sempre no marketing digital como um todo, trabalhando-o numa perspetiva 360, ou seja, integrando os vários canais e as várias áreas da empresa. Ao longo da sua carreira, teve papéis relevantes em várias organizações, como Digital Marketing Senior Consultant na Mazars, Digital Marketing Manager no e-commerce clubefashion.com, Project manager no omeucolchão.pt e especialista em CRO e email marketing na 360imprimir.pt.

inflexível e assegurado. Também as carreiras são voláteis e precisam de ser reconvertidas. Precisamos de estar em constante atualização ou seremos ultrapassados, e não será apenas pela IA. Ainda outras sugestões de soluções: tecnologia que detete conteúdo criado inteiramente por IA? Legislação ou regulamentos internos nas empresas? Não serei a pessoa mais indicada para acertar na solução, mas estou certa de que o pensamento passa por nos juntarmos a eles em vez de os tentar vencer. Lembrem-se quando surgiu o MP3? Como abalou a indústria? Como seria a nossa vida atual sem ele? Os artistas não se reinventaram?

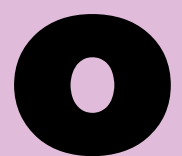
É limitada na compreensão, não é consciente, não é empática

Estas são algumas das não qualidades da IA e que a distingue de nós humanos. Ainda assim, não quer dizer que sejam tão limitadoras quanto se possa pensar. Um estudo publicado na JAMA Internal Medicine indica que as respostas geradas por assistentes de inteligência artificial às perguntas dos pacientes são melhores do que as respostas dos médicos em relação à qualidade

e empatia. Se for pessimista, ficará alarmado, mais uma vez com o aumento do desemprego. Por outro lado, numa visão mais positiva, podemos ficar satisfeitos pelo tempo livre que o profissional de saúde pode dedicar a questões mais complexas e/ou que não dispensam a ação humana.

Em suma, não tente vencer a inovação. Junte-se a ela e ajude a melhorá-la. Contribua de forma positiva. Dê-lhe um bom uso. Ajude a mitigar os possíveis erros e perigos. O mundo não vai parar. No equilíbrio, está a solução. Olhe para o desastre ambiental em que vivemos atualmente. Não teria sido mais fácil se, por exemplo, usássemos apenas os descartáveis quando realmente precisássemos, em vez de agora estarmos todos a voltar aos frascos de vidro, aos guardanapos de pano e à reutilização de materiais de forma extrema para correr atrás do prejuízo? O mesmo se pode dizer da alimentação natural vs. processada quando se fala de saúde e bem-estar. No meio, é que está a virtude.





A Importância do Som e da Música nas Redes Sociais: Uma Nova Era de Engajamento

Lídio Alexandre Galinho
Consultor de Comunicação Green Media

Nas redes sociais, o conteúdo sonoro é cada vez mais fundamental na propagação da mensagem dos utilizadores, influenciadores e marcas. Algo que há cerca de 5 anos não era sentido, uma vez que as publicações com mais alcance e taxa de interação eram as imagens estáticas ou os carrosséis (publicações com várias imagens).

Tudo mudou, quando o TikTok, a rede social chinesa, ganhou ímpeto em 2020 com a propagação de conteúdos audiovisuais (vídeos de curta duração), nos quais juntava a música com a mensagem do utilizador. Caso é para dizer que foi um tremendo sucesso, dado que atualmente o TikTok é uma das redes sociais mais utilizadas globalmente, forçando a concorrência, a Meta (Instagram & Facebook) e o LinkedIn, a incorporar conteúdos audiovisuais nas suas plataformas.

No entanto, a Meta foi mais longe, ao permitir adicionar música nas fotografias e publicações estáticas, uma ação inovadora que visava garantir a viralidade dos conteúdos, algo que já tinham feito anteriormente com a implementação das histórias, quando o Snapchat ganhou

tração.

Mas a questão que se prende é: **Porque é que o Som e a Música são tão importantes?**

É Uma Experiência Sensorial

O ser humano é naturalmente atraído pelo som. Desde os primórdios que a música tem sido uma ferramenta poderosa de comunicação e expressão cultural. Basta olharmos para a importância da música clássica, como uma forma de entretenimento para a corte e as pessoas mais importantes da sociedade na altura.

Igualmente, temos o exemplo de como rock n' roll mudou por completo a sociedade norte-americana, com um estilo diferente ao habitual e personalidades irreverentes, enigmáticas e extravagantes. No contexto atual, podemos ver como o Hip-Hop, criou vários subgêneros, tais como o lofi, drill, trap, grime, entre outros, para promover a sua mensagem e chegar a uma comunidade mais ampla. Todos estes estilos têm um papel importante na sociedade, visto que propagam uma mensagem cultural que procura ser cativante e disruptiva.

Foi à procura desta relação que as redes sociais quiseram ligar



BIO

Licenciou-se em Estudos de Cultura e Comunicação com o intuito de entrar na área de Comunicação, Marketing e Jornalismo, um objetivo que foi concretizado em 2022. É Fundador do Projeto Musical, "From the cliff" (2019) no qual produz, edita, grava e escreve músicas, e, Co-fundador do Projeto Desportivo, "Os Treinadores do Sofá" (2020). Igualmente, já comentou eventos desportivos na Eurosport, Fundação Inatel, ADESL e Wrestlefest. Atualmente, enfrenta os mares da Comunicação e Marketing com a Green Media, pois as suas origens piscatórias estão sempre presentes.



o...Engajamento e a Conexão Emocional

O som e a música têm o poder único de evocar emoções e criar conexões emocionais profundas com o público. Nas redes sociais, esta conexão emocional é fundamental para aumentar o engajamento e construir relacionamentos significativos entre marcas e seguidores. Desde trilhas sonoras envolventes em vídeos até playlists temáticas que refletem a identidade de uma marca, o som e a música oferecem oportunidades ilimitadas para criar conteúdo que ressoe com as audiências.

Além disso, permite uma experiência mais imersiva e autêntica, algo que enriquece a experiência do utilizador e aumenta a longevidade do conteúdo.

O som e a música proporcionam **estratégias de Marketing Inovadoras.**

Para as marcas, o som e a música representam uma oportunidade valiosa de se destacar num mar repleto de conteúdos digitais. As Estratégias de marketing que incorporam elementos sonoros podem aumentar significativamente o reconhecimento da marca, a fidelidade do cliente e a conversão de vendas. Seja por causa de jingles marcantes, podcasts informativos ou playlists curadas, as empresas estão a

descobrir novas maneiras de se conectar com o seu público-alvo através do áudio.

À medida que as redes sociais continuam a evoluir, o papel do som e da música torna-se cada vez mais central na maneira como nos envolvemos e nos comunicamos. Portanto, reconhecer a importância do som e da música nas estratégias de conteúdos é essencial para aproveitar todo o potencial de engajamento e conexão que estas plataformas têm a oferecer.





O REGRESSO DO JORNALISMO DE GUERRA

No dia 22 de Fevereiro de 2022 a notícia da invasão da Rússia à Ucrânia paralisa o Mundo. Nessa manhã ao volante e a escutar os noticiários, estava prestes a entrar na ponte 25 de Abril quando o locutor verbaliza a mensagem que nunca pensámos que iríamos ouvir. As lágrimas escorreram-me cara abaixo e o mundo mudou.

O aumento dos conflitos internacionais e a informação diária no local volta a destacar repórteres de todo o mundo em missão.

Foram dois anos de antena direta e diária de avanços e recuos de uma tragédia e uma efetiva ameaça à Europa que nos coloca numa posição de solidariedade sem paralelo. Infelizmente esta não foi o único foco de explosão de um novo conflito no planeta, também a Faixa de Gaza e a história de Israel e Palestina encetam um novo capítulo sem precedentes.

Nos tempos que correm, com a tecnologia e velocidade de informação assiste-se a uma nova faceta da comunicação social com destaque de equipas de repórteres de todo o mundo enviadas para os locais, sob a missão da informação correm risco de vida e elevam o papel da comunicação social e da profissão Jornalismo a um novo cenário, com relatos, imagens e histórias que assistem na 1ª fila e com as quais carregam o pesado fardo da história da humanidade.

Voltam as táticas propagandistas, a desinformação e contra-informação, a manipulação constante que direta ou indiretamente têm impacto nas políticas, decisões e envoltos a que assistimos desenrolar. Este papel é único na comunicação social e o que seria a sociedade sem informação?

A Guerra da Comunicação

Rita Mafarra de Carvalho
Jornalista RTP



BIO

Licenciada em Ciências da Comunicação e com mestrado em Cultura Contemporânea em curso, Rita Marrafa de Carvalho é jornalista da RTP desde 2000. Foi enviada especial para cobrir o Tsunami no sudeste asiático, em 2004, as grandes cheias na Madeira, em 2010, o primeiro aniversário do 9/11 em Nova Iorque ou o Mundial de Futebol, na África do Sul. Acompanhou, durante dez anos, o processo Casa Pia, e cobriu grande parte dos julgamentos mais mediático do país. Como redatora principal, geriu a pasta da Justiça, realizou várias grandes reportagens e os documentários A Corte Carioca e A Morte de Rosalina Ribeiro. Recebeu, em 2009, uma Menção Honrosa do Prémio de Jornalismo Direitos Humanos e Integração, da UNESCO. Foi professora de Jornalismo Audiovisual na ETIC e é, frequentemente, convidada para seminários e palestras que envolvam o tema de Justiça e Investigação Criminal.

Ficamos siderados no ecrã no televisor, do telemóvel, do computador, ávidos pela novidade, pelas últimas imagens. As grandes empresas de comunicação social sabem disso. Dar notícias tornou-se uma perniciosa competição em que ser “o primeiro” sacrifica, muitas vezes, o rigor e a verdade. A guerra da Ucrânia trouxe um novo paradigma a este cenário que me preocupa e a muitos jornalistas, sendo o primeiro conflito bélico televisionado quase em contínuum. E tivemos essa certeza antes da guerra começar, com uma câmara 24/7 na praça Maidan, em Kiev, a garantir

que ouvíamos em tempo real as sirenes, que víamos o início, o primeiro bombardeamento. Os líderes envolvidos têm também esta noção: facilitar e disponibilizar informação é um método simples e eficaz de manter os jornalistas e, como tal, os olhos do mundo sobre si. E na pressa e sede do pódio, fica para trás o factcheck e o escrutínio que cabe ao jornalista. Não se confirmam os números, não se procuram outras fontes, não se garante que as imagens correspondem ao evento. Procuram-se plataformas e redes sociais que são frágeis na garantia de rigor e na veracidade do que partilham. E nunca antes observámos tantos erros como neste conflito entre

a Rússia e a Ucrânia. Tivemos colunas de tanques polacos em vez de russos, explosões de 2018 e imagens de ataques de drones anos antes e num país bem distante daquele cenário. Quem perde? Todos nós. O jornalista, que vê esvair-se o crédito e respeito, tão valioso na confiança que tem de construir, e perde o espectador, o ouvinte, o leitor. Perde o cidadão que deixa de ter uma informação transversal, exacta e rigorosa. **E quando perdemos a verdade, perdemos tudo.**



© JORNALISMO DE GUERRA

Uma Janela para os Conflitos Globais

O jornalismo de guerra é uma faceta essencial do jornalismo contemporâneo, desempenhando um papel fundamental na cobertura de conflitos armados ao redor do mundo. Ao longo dos anos, testemunhamos uma evolução notável nessa área, impulsionada pela tecnologia, pela necessidade de transparência e pela procura pela verdade em meio ao caos da guerra.

Em tempos de conflito, os jornalistas de guerra atuam como testemunhas oculares, trazendo relatos diretos e imagens impactantes dos campos de batalha para o público global. As suas histórias não apenas informam, mas também humanizam os conflitos, destacando as histórias individuais e os custos humanos por de trás das manchetes.

Nos últimos anos, várias regiões do mundo têm sido palco de conflitos armados, cada um apresentando os seus próprios desafios únicos para os jornalistas. Têm enfrentado ameaças à sua segurança, censura governamental e desinformação, tudo para dar conta da verdade e da justiça.

Apesar dos perigos e das restrições, o número de jornalistas presentes em zonas de guerra permanece notável. Segundo relatórios recentes, centenas de jornalistas trabalham em regiões de conflito a qualquer momen-

to, metendo em risco as suas vidas para relatar os eventos em primeira mão e garantir que o mundo permaneça informado sobre as realidades do combate.

É importante reconhecer a coragem e a dedicação desses profissionais, que muitas vezes enfrentam condições extremas e riscos significativos para cumprir o seu dever de informar. Eles são uma parte essencial do tecido democrático, ajudando a manter a transparência, a prestação de contas e a compreensão mútua

em meio à turbulência da guerra.

O jornalismo de guerra desempenha um papel vital na narrativa global, oferecendo uma janela para os conflitos que moldam o nosso mundo. Enquanto os conflitos persistirem, o trabalho destemido dos jornalistas de guerra continuará a ser uma luz guia, iluminando os cantos escuros da guerra e promovendo a procura pela paz e justiça em todo o mundo.



Rússia proíbe Jornalistas Internacionais:

O Silenciamento do Jornalismo de Guerra

A decisão da Rússia de proibir jornalistas internacionais em zonas de guerra levanta questões cruciais sobre o acesso à informação em tempos de conflito. Enquanto algumas justificativas podem ser apresentadas, é fundamental examinar as possíveis motivações por trás dessa medida.

Uma razão evidente poderia ser o controle da narrativa. Num conflito armado, o controle da informação desempenha um papel significativo na gestão da percepção pública e no apoio nacional e internacional. Ao restringir o acesso de jornalistas internacionais, o governo russo pode estar a procurar garantir que apenas versões favoráveis dos eventos sejam divulgadas, enquanto relatos adversos ou críticos são limitados ou suprimidos.

Além disso, a presença de jornalistas estrangeiros pode representar uma ameaça à segurança nacional russa, pelo menos do ponto de vista das autoridades russas. Numa zona de guerra, onde as tensões estão no auge e as informações são sensíveis, o governo pode considerar a presença de jornalistas estrangeiros como um risco potencial para a segurança nacional, temendo que suas atividades possam ser exploradas por adversários ou interferir nas operações militares em curso.

Outra possível motivação é a

procura por evitar a interferência externa nos assuntos internos do país. Em situações de conflito, a presença de jornalistas estrangeiros pode ser vista como uma forma de intervenção estrangeira, especialmente se os relatos desses jornalistas questionarem as ações do governo russo ou destacarem violações dos direitos humanos ou do direito internacional humanitário. Proibir a entrada de jornalistas internacionais poderia ser uma tentativa de preservar a soberania e a autodeterminação do país em meio à guerra.

No entanto, é importante notar que essa proibição também levanta preocupações sobre transparência e responsabilização. A ausência de jornalistas independentes e imparciais em zonas de guerra pode dificultar a obtenção de informações precisas sobre o que realmente está acontecendo no terreno, impedindo a responsabilização por eventuais abusos ou violações dos direitos humanos.

Em última análise, enquanto as razões por trás da proibição de jornalistas internacionais em zonas de guerra pela Rússia podem ser multifacetadas, é crucial manter um equilíbrio entre a segurança nacional e o direito do público à informação livre e imparcial, especialmente em momentos tão críticos como os de conflito armado.



2 anos de Guerra na Ucrânia

mais de 1.500 jornalistas e 150 meios de comunicação apoiados pela RSF.

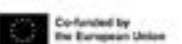
Durante os últimos dois anos, a Repórteres sem Fronteiras (RSF), em colaboração com o Institute of Mass Information (IMI), proporcionou apoio vital a mais de 1.500 jornalistas ucranianos e internacionais, bem como a 150 meios de comunicação, face às repercussões da invasão russa na Ucrânia. Isso incluiu o fornecimento de equipamento de proteção, apoio psicológico e auxílio financeiro. A RSF estabeleceu Centros para a Liberdade de Imprensa em Lviv e Kiev, beneficiando 1.500 jornalistas e 150 meios de comunicação com equipamento profissional e suporte financeiro. Além disso, mais de 900 jornalistas e 96 meios de comunicação recebeu

ram equipamentos de proteção individual e NRBC, como capacetes, coletes à prova de balas, e kits de primeiros socorros. A RSF também facilitou períodos de descanso para 95 jornalistas e suas famílias, em colaboração com o Lviv Media Forum (LMF), visando aliviar o stress e a fadiga decorrentes do trabalho em condições de conflito. Para sustentar a continuidade das operações de mídia em meio à crise económica, a RSF concedeu subvenções a 35 meios de comunicação. Além disso, foi lançado um protocolo de emergência da Journalism Trust Initiative (JTI) em parceria com a NewsGuard e o Institute of Regional Press and Information (IRMI) para promover

a transparência e confiabilidade das informações da mídia ucraniana. Setenta e sete meios de comunicação comprometeram-se a aderir aos critérios da JTI, e 36 já publicaram relatórios de transparência. A RSF está atualmente a apoiar os primeiros meios de comunicação ucranianos para se prepararem para uma auditoria externa necessária para obter a certificação JTI.



RSF SUPPORTS JOURNALISTS IN UKRAINE



+ 1 500 JOURNALISTS SUPPORTED

including 1 150 Ukrainian journalists

943
journalists provided with
protective equipment

234
journalists supported
financially

417
journalists trained
in physical safety

106
journalists received
psychological support



LOAN / DONATION OF EQUIPMENT

1 534	Trauma first aid kits
555	Bulletproof vests
549	Protective helmets
342	Solar power banks
101	Gasoline / solar generators
30	Chemical protection kits

OPENING OF 2 PRESS FREEDOM CENTERS

tabela retirada do site oficial dos RSF (Repórteres sem fronteiras)

CASE STUDIES

GREEN MEDIA



Go green

Seguem-se agora alguns case studies que partilhamos da atividade da agência de comunicação: Estratégia, Consultoria, Relações Institucionais, Eventos, Programas de Sustentabilidade Corporativos, Relações Públicas, Estratégias de Responsabilidade Social, Publicidade, Design, Marketing Digital, Podcasts, Webinars e Suportes de Comunicação Editoriais, Empresarias, de comunicação Interna, de lançamentos e relançamentos, aberturas e inaugurações, muitos são os serviços que nos ativam e que nos desafiam a fazer sempre mais e melhor.

De Clientes que nos acompanham há 17 anos (dos 19 de existência que temos), aos clientes novos e referenciados, de ex-colaboradores da equipa green a jornalistas e parceiros que se tornam clientes da agência – são muitas as histórias que temos para contar todos os anos.

Procuramos dar a cada uma, a atenção e cunho particular, desenvolvendo a estratégia ou dando uma viragem significativa sempre que assim se proporciona e com um fio condutor – a alegria e o empenho da equipa green media em cada projeto, em cada semana!

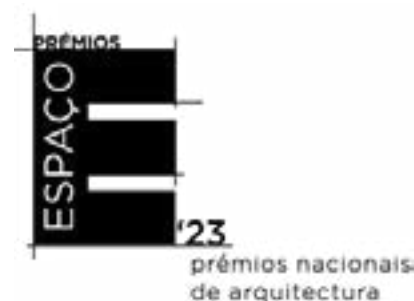
Aqui partilhamos com especial relevância alguns case studies de que muito nos orgulhamos e a quem desde já agradecemos o voto de confiança, a colaboração e o apoio total.

Disfrutem e “estrateguem”!





1ª EDIÇÃO DOS PRÉMIOS NACIONAIS DE ARQUITETURA



Criada pela Revista ANTEPROJETOS a 1ª Edição realizou-se na Casa da Arquitetura, em Matosinhos e contou com o lançamento da green

A 1ª edição dos Prémios Nacionais de Arquitetura “Espaço” 2023 reuniu cerca de duas centenas de profissionais para distinguir obras desenvolvidas em território nacional, que se destacaram pela sua excelência conceptual e prática e contou com a presença da Secretária de Estado da Habitação, Maria Fernanda Rodrigues, que participou na sessão de abertura

da cerimónia e da Presidente da Câmara Municipal de Matosinhos, Luísa Salgueiro. Foram sete as categorias a concurso, avaliadas por um júri de 20 arquitetos de renome - André Caiado, Avelino Oliveira, Bruno André, Célia Gomes, César Rouco, Daniel Casas Valle, Diogo Aguiar, Diogo de Sousa Rocha, Edite Rosa, João Paciência, Luísa Almendra, Nuno

Ladeiro, Nuno Magalhães Nunes, Nuno Sampaio, Patrícia Pedrosa, Paulo Vila Verde, Tiago do Vale, Raulino Silva e Vítor Mesquita. Com foco na construção e reabilitação, os Prémios Nacionais de Arquitetura pretendem incentivar todos os arquitetos em Portugal a apostar na inovação no setor da construção, na qualidade e valorização do espaço e da paisagem, a iniciativa contou

com o Alto Patrocínio do Presidente da República e o Apoio Institucional da Casa da Arquitetura, da Câmara Municipal de Matosinhos e da Ordem dos Arquitetos – Secção Regional do Norte, da Direção-Geral do Território e da Política Nacional de Arquitetura e Paisagem e o patrocínio da Delabie, da Profilpas, da Egger, da Garvetur, da Sitaco, da Mapei, da Morgado CA, da Natstone, da Marlicel e da OBO Bettermann e Curadoria da APAL – a Associação Portuguesa do Alumínio que abraçou o tema da sustentabilidade. Das sete categorias a concurso, os vencedores das votações foram: na categoria **Jovens emergentes**, o vencedor foi o projeto **Casa em Vila do Conde II**; na categoria **Espaço Público**, o galardoado foi o **Parque Urbano da Cruz do Montalvão**; o ven-

cedor na categoria **Equipamento Coletivo** foi o projeto **Casal Saloio - Museu da Ruralidade**; na categoria **Habitação Coletiva** o galardoado foi a residência **Hoso**; na categoria **Habitação Unifamiliar** a distinção foi para a **Casa em Tróia**; na categoria **Reabilitação Arquitetónica** o vencedor foi a **Casa Kala** e na categoria **Hotelaria**, o galardoado foi o hotel **Lavandeira Douro Nature & Wellness**. Foram, ainda, entregues menções honrosas que destacaram e distinguiram personalidades importantes em três áreas distintas: A **Menção Mulheres na Arquitetura** foi atribuída à **Arquiteta Cristina Guedes do Atelier Menos é Mais Arquitetos**; A sustentabilidade é um fator inerente na participação e, por isso, a **Menção Sustentabilidade** na arquitetura foi

entregue à **Casa Troia**. A **Menção Carreira na arquitetura** foi atribuída pela primeira vez ao **Arquiteto Goncalo Byrne** e à **Arquiteta Maria Manuel**.

A Revista Anteprojectos, com 30 anos de mercado, opera no setor da arquitetura, engenharia e construção. É da sua iniciativa os Anuários “Diretório de Arquitetura e Engenharia DAE” e “Quem é Quem na Arquitetura, Design e Engenharia”, assim como a realização das Conferências e Seminários “Importar ou exportar a Arquitetura”, “Os efeitos de luz na natureza”, “O Paisagismo como Interveniente na Dinâmica Urbana”, “Construção e Hotelaria de Sines à Comporta” e os Prémios de “Arquitetura e Reabilitação” e “Inovação na arquitetura e construção”.





KREST ENTRA NA GREEN MEDIA E COMUNICA K-TOWER

Desenvolvida pela promotora Krest Investments, a nova torre de escritórios da Krest Real Estate Investments faz parte do complexo onde também está inserido o Hotel Moxy Lisboa Oriente e já conta já com um fluxo diário superior a 1100 pessoas representadas pela integração da tecnológica Critical TechWorks e da Spaces. Com 15.000 m2 de escritórios, o espaço localizado junto ao Gare do Oriente, no Parque das Nações, tem capacidade para aproximadamente 1.500 postos de trabalho.

A K-TOWER desenvolvida pela promotora imobiliária belga, Krest Real Estate Investments abriu as portas este ano e integra os escritórios da Critical Te-

chWorks, considerada a empresa de IT com maior nível de crescimento em Portugal, e da Spaces Oriente, a segunda unidade da marca International Workplace Group, o maior operador mundial de espaços de trabalho flexível e coworking no país, que ocupa 3.000m2 do edifício. Com capacidade para cerca de 1.500 postos de trabalho, a K[1] Tower é um edifício sustentável e intemporal que responde às exigências da nova geração de escritórios e oferece às empresas aquilo que mais procuram num ambiente de trabalho: fluxo de luz natural através das fachadas de vidro com lâminas verticais orientadas para maximizar a exposição solar, jardins privati-

vos, grandes áreas e excelente mobilidade.

O edifício tem 13 pisos e estacionamento privativo de 157 lugares. Com uma praça central de acesso público e de uma área verde de aproximadamente 6.000m2, o espaço possui a certificação BREEAM Excelente.

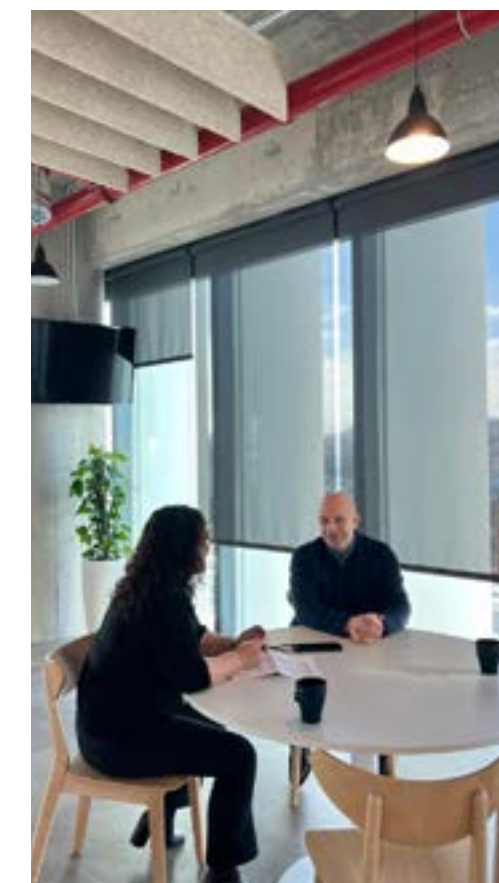
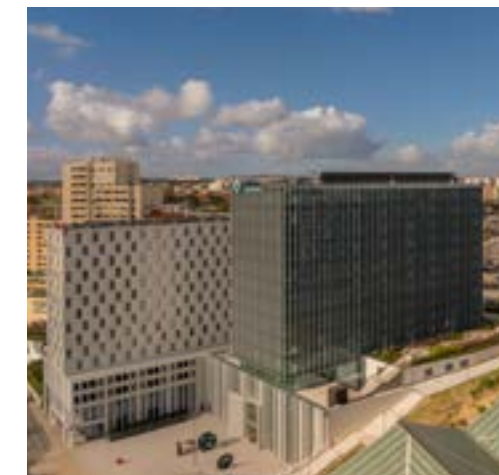
Para o CEO da Krest Real Estate Investments, Claude Kandiyoti, "Esta representatividade com a integração de empresas prestigiadas, reforça a confiança do tecido empresarial nos projetos desenvolvidos pela Krest em promover o mercado português junto de grandes empresas. A K-Tower oferece às futuras empresas um ambiente inovador". O edifício recebeu em 1ª mão a



Critical TechWorks que ocupou 9 pisos, utilizando uma área de 10.000m2. É a empresa que surge no seio da joint-venture criada entre o BMW Group e a Critical Software, a K-Tower apresenta em permanência cerca de 1.200 funcionários centrados exclusivamente na prestação de serviços à BMW, para desenvolvimento da tecnologia a tecnologia dos novos modelos da BMW em Portugal, tornando-se o centro da atividade da empresa em Portugal.

Também a Spaces Oriente ocupam cerca de 3.000 m2 da K-Tower, e apresentam uma capacidade de fluxo superior a 400 pessoas, num ambiente de trabalho inspirador destinado a negócios de todas as dimensões e design contemporâneo. Além de escritórios privados, coworking e salas de reunião, o Spaces Oriente conta, ainda, com zonas de trabalho colaborativo e de chill-out, incluindo um grande terraço. Em Portugal, a marca está presente de norte a sul do país com 17 unidades em funcionamento sob as marcas Spaces, Regus, HQ e Wood. A KREST é uma empresa de investimentos imobiliários sediada na Bélgica, com presença no mercado português desde 2014,

com projetos relevantes em Lisboa, Porto e Algarve. Tem investimentos nas áreas de habitação, logística, comércio, hotelaria e escritórios em Portugal e na Bélgica. Em Portugal encontra-se atualmente a desenvolver três projetos na área de Lisboa, num total aproximado de 400 unidades residenciais, dois projetos no Algarve, com 153 apartamentos e um projeto no Porto.





2023 FOI O ANO DE ENTRADA DA HAGER NA GREEN MEDIA

A empresa de distribuição de energia junta-se à carteira de clientes da agência de imagem e comunicação com o serviço de gestão de redes sociais.

Reconhecida pela excelência em produtos elétricos e soluções de automação, a HAGER tem uma presença sólida no mercado e conquistou uma reputação notável ao longo dos anos, sendo conhecida pela capacidade de oferecer produtos aliados à inovação, qualidade e confiança. A empresa está presente há 30 anos em Portugal, um marco histórico por parte do grupo alemão, que mantém uma relação duradoura de proximidade, que proporciona aos seus consumidores segurança e confiança, algo extremamente importante para o sucesso e longevidade da Hager em território nacional. Atualmente, a Hager conta com cerca de 150 distribuidores em território nacional, habilitando um alcance abrangente para satisfazer as necessidades dos seus consumidores. O grupo

tem em Portugal como obras de referência o Museu de Arte Deco, o Hotel Bairro Alto, o Hotel Lux Lisboa Park, o Lumen Hotel Lisboa & The Lisbon Light Show.

Para Isabel Augusto, Diretora Geral da Green Media, “É com grande entusiasmo que recebemos a Hager como nosso novo cliente. Estamos entusiasmados por fazer parte deste novo capítulo na história da Hager e estamos comprometidos em oferecer soluções de comunicação de alto nível que contribuam para o contínuo sucesso da marca. Esta parceria reflete o nosso compromisso inabalável com a excelência, e acreditamos que, trabalhando juntos, alcançaremos grandes feitos e contribuiremos para fortalecer ainda mais a posição da Hager como líder na indústria de sistemas elétricos,

tanto localmente quanto globalmente.”

Com a evolução da mobilidade elétrica, a Hager tem apostado na inovação dos seus produtos representada pelos seus postos de carregamento para veículos elétricos: witty start; witty share; witty park; witty solar. Além disso, a marca inovou nos seus produtos de soluções elétricas, tal como a cubiko, a gama de aparelhagem estanque IP55. Sediada em Portugal, a Hager encontra-se no Sintra Business Park, em Sintra, e no Porto, dois polos importantes dentro de território português.

COM O PATROCÍNIO DA EXPOSIÇÃO DE ARQUITETURA NO CCB, HAGER PROMOVE CICLO DE CONVERSAS “HAGER TALKS” COM INOVAÇÃO E TECNOLOGIA EM DESTAQUE

Sob o mote “X-Lighting design, a inovação e funcionalidade”, o ciclo de 5 Conversas entram na estratégia 2024, com uma iniciativa mensal no Centro de Arquitetura da Garagem Sul, no Centro Cultural de Belém. A Inteligência Artificial e a Arquitetura é um dos temas em destaque das Hager Talks

Promovida e organizada pela HAGER PORTUGAL, a empresa de distribuição de energia, promove um ciclo de cinco palestras para reflexão e divulgação de tecnologias emergentes e tendências inovadoras no âmbito da arquitetura, engenharia e design.

A 1ª edição das Hager Talks teve como convidado de Honra o Professor da Faculdade de Arquitetura de Lisboa, Daciano da Costa, que abordou o tema “Design de equipamento e mobiliário”, seguida de “X-Lighting design, a inovação e funcionalidade” e “A importância do design no desenvolvimento de produtos e soluções” com os contributos de Erwin Van Handenhoven, Diretor de Design do Grupo Hager.

“Projetos Inovadores e Sustentáveis”, trazem ao CCB, Bluefab by Casais, sob o mote “A Inteligência Artificial e a Arquitetura” e a última termina, no dia 11 de abril de 2024.





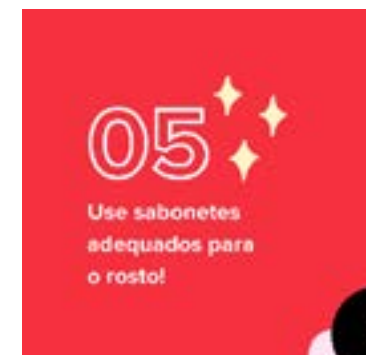
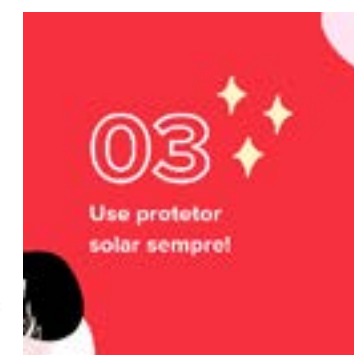
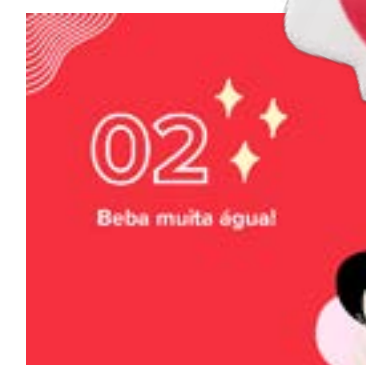
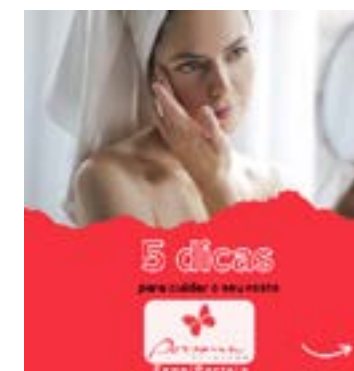
GREEN MEDIA LANÇA EVENTO DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA DAS CLÍNICAS PERSONA

A estratégia de CSR das clínicas Persona Lisboa/Marquês, Portela/Expo e Setúbal foi encetada em janeiro de 2024 com o primeiro evento.

A Green Media foi a agência de comunicação que organizou o primeiro evento que assinalou o arranque da estratégia de Responsabilidade Social Corporativa das Clínicas Personas com o processo de emagrecimento, saúde e bem-estar a uma das pessoas referenciadas pela Cáritas Diocesana de Lisboa.

O evento teve lugar na clínica Persona Lisboa/Marquês com a presença da responsável, Glória Morgado, e com a participação da responsável da Cáritas Diocesana de Lisboa, Catarina Calado, que partilharam a importância das empresas contribuírem para o futuro saudável, autoestima e bem-estar de quem mais precisa.

Olhares de Lisboa, A Notícia foram dos meios de comunicação presentes nesta ação que teve lugar a um momento de celebração pelo início deste novo caminho de responsabilidade social ao atender às necessidades das comunidades locais. A Responsável da Clínica Persona Lisboa/Marquês, Portela/Expo e Setúbal, Glória Morgado, considera "O apoio a Instituições como a Cáritas Diocesana de Lisboa é extremamente importante e necessário, uma vez que a maior parte deste tipo de Instituições nem sempre consegue dar resposta a todas as necessidades das comunidades e, por isso, a Clínica Persona Marquês assume o papel interventivo de ajudar a melhorar a qualidade de vida das populações locais.



Aliada à estratégia de Responsabilidade Social Corporativa, as 3 Clínicas Persona realizaram a segunda ação juntamente com a Associação Jorge Pina através do donativo de tratamentos de emagrecimento personalizados acompanhados por um Nutricionista que de forma conjunta irão ajudar a concretizar um tratamento de perda de peso com vista a recuperar a saúde, a imagem e autoestima.

A Green Media desenvolve, ainda, a gestão de redes sociais e estratégia de conteúdos das clínicas Persona do Marquês, Portela e Setúbal com presença

no Facebook e Instagram. A agência de comunicação é responsável pelo desenvolvimento da Newsletter das clínicas, para promover o contacto direto junto das clientes.

O objetivo passa por potenciar as redes sociais da marca criando uma relação de proximidade com o seu público através da partilha dos serviços da clínicas, novidades, produtos, promoções e campanhas.





MAPEI INAUGURA NOVA FÁBRICA EM CANTANHEDE COM ESTRATÉGIA E CONSULTORIA DE COMUNICAÇÃO MEDIÁTICA DA GREEN MEDIA

O grupo internacional de origem italiana investe 13 milhões em Portugal com nova unidade de produção, para potenciar a capacidade produtiva e aumentar a gama de produtos, podendo assim reduzir a obrigação de importação de produtos ora passíveis de distribuir em Portugal. O Líder mundial na produção de produtos químicos para a construção, presente em 57 países com 102 subsidiárias, 90 fábricas e 12.000 colaboradores, investe no mercado nacional com a abertura de uma nova unidade, em Cantanhede, com 26.500 m² de área total, e 12.000

de área coberta com tecnologia de vanguarda passando a ter a Unidade mais contemporânea do Grupo MAPEI. A presença dos irmãos proprietários Veronica e Marco Squinzi, do Grupo a nível mundial, que faturou 4,2 mil milhões de euros no ano passado é um momento de elevada importância que a MAPEI Portugal quis assegurar ao mais alto nível. Com um programa ambicioso, a visita oficial por Portugal conta com uma Conferência de Imprensa na tarde do evento de inauguração, a visita e sessão fotográfica nas instalações da

Fábrica o descerramento da Placa Comemorativa na presença da Presidente da Câmara de Cantanhede e do Embaixador de Itália em Portugal e um jantar espetáculo para Clientes e colaboradores. A MAPEI Portugal tem apresentado um crescimento contínuo, tendo aumentado ano após ano a quota de mercado, a carteira de clientes e a oferta de produtos para a construção. No ano passado, a empresa contou com um volume de faturação na ordem dos 30 milhões de euros e emprega cerca de 100 colaboradores.



GREEN MEDIA COMUNICA iSERVICES

Estratégia de Comunicação e Assessoria Mediática reflete os passos e o sucesso da I SERVICE em Portugal e no Mundo

A divulgação da dinâmica que a ISERVICES tem em Portugal conta com a estratégia mediática da green media e amplia o eco das suas iniciativas a nível nacional, internacional, regional e até setorial. Criativa e dinâmica a ISERVIE é uma máquina em ação e a sua agência de comunicação só poderia ser uma máquina de acompanhamento. Crescimento, Abertura de Lojas, Campanhas, Expansão Nacional e internacional, eventos e novidades, nomeadamente, também o seu contributo na essência da sua atividade para a economia

circular e a sustentabilidade dos dispositivos que repara e volta a colocar no mercado. A marca é portuguesa e líder de mercado na reparação de smartphones e tablets, com uma ampla e diversificada oferta de serviços de reparação e produtos de marca própria. As lojas são espaços são o reflexo disso e têm o propósito de oferecer um serviço personalizado e uma melhor experiência de compra aos seus clientes, preservando o melhor serviço de reparação. A iServices contabiliza mais de vinte mil reparações por mês em equipamentos multimarca



(Apple, Samsung, Huawei, Xiaomi, entre outras) sendo ainda o representante oficial, em Portugal, da marca de drones líder do mercado global, a DJI. Antes de qualquer reparação, realiza sempre um diagnóstico gratuito e sem compromisso. Este serviço de reparação é complementado por uma vasta oferta de acessórios e gadgets.

A iServices trabalha com técnicos especializados presentes em todas as lojas e efetua as suas reparações em cerca de 20 minutos, oferecendo ainda o Serviço de Recolha e Entrega Gratuitas ao domicílio. No caso de o cliente não ter disponibilidade para deslocação a uma loja, a iServices recolhe o seu equipamento, em qualquer parte do país, repara-o e entrega-o no local desejado.

Nos últimos anos, a iServices tem vindo a estabelecer uma estratégia com foco na expansão da marca através da abertura de novas lojas físicas e na constante inovação dos produtos, privilegiando o melhor serviço e a sua relação com o cliente. Para além do core business na área de reparação de equipamentos, é sempre possível encontrar uma cuidada seleção de MacBooks, Apple Watch, iPads e iPhones Recondicionados com três anos de garantia e um amplo catálogo de acessórios e gadgets.

A iServices nasceu em 2011, conta atualmente com mais de 200 colaboradores e está presente com mais de 40 lojas em Portugal Continental, Açores, Madeira e em Espanha, em Tenerife, Las Palmas e Ilhas Canárias. Recebeu em 2019 a distinção como 'empresa gazela' e em 2023 é considerada "Marca Recomendada" e "Escolha do Consumidor" pelo segundo ano consecutivo. Este é o terceiro ano que a iServices é distinguida com o "Prémio 5 Estrelas" na categoria Reparação de Smartphones e Tablets.



14 & 15 Maio May 2024

THE IBERIAN BAR SHOW

12:00 . 20:00

MEO ARENA

- SALA TEJO, LISBOA

www.lisbonbarshow.com

Powered by

MOJITO

BAR CATERING

Leading the beverage

& hospitality industry

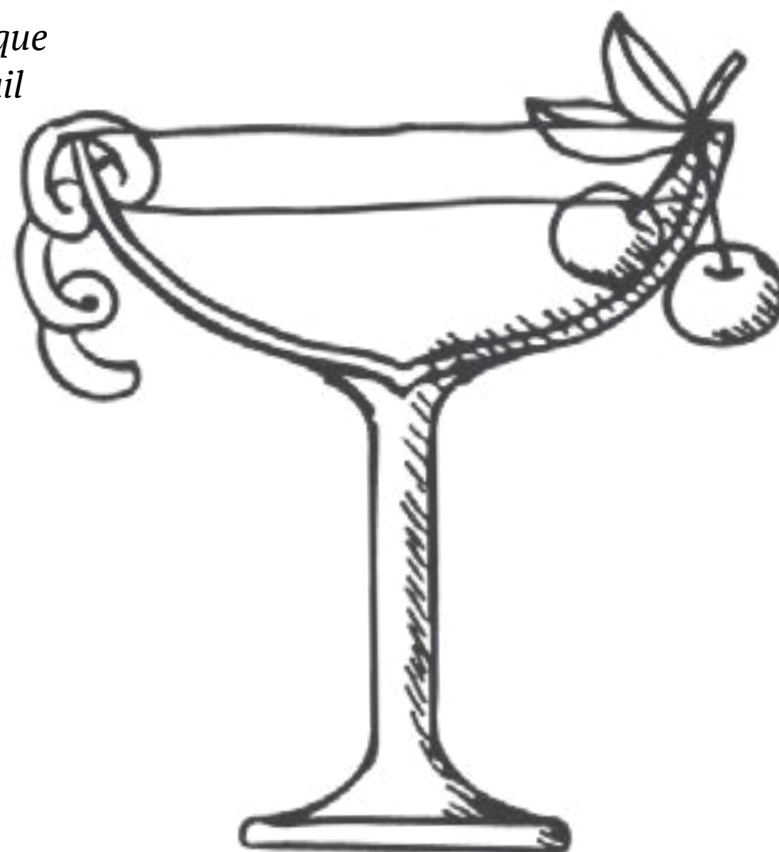
LISBON BAR SHOW ESTÁ DE REGRESSO À GREEN MEDIA

A agência que tem muito orgulho de ter lançado a 1ª edição em Portugal que se estreou em Portugal com o Record do Guinness a registar o maior cocktail do Mundo.

Foram quatro anos sucessivos quando a legislação ainda muito pouco permitia informar sobre álcool no país. Este ano regressa à estratégia green media, com a apresentação em Março e o grande evento a ocupar já uma data tradicional no calendário dos grandes acontecimentos do ano em Portugal. Cinco anos depois, celebramos a comunicação da 9ª Edição LISBON BAR SHOW – o evento que há uma década brinda Lisboa como a sua cidade anfitriã – dos melhores barmans e bares em Portugal, mas também trazendo nesta ocasião uma concentração significativa dos melhores barmans dos melhores bares do mundo. É especial, é único uma experiência extra-

ordinária que o público não vai querer perder. Sempre no mês de MAIO, no qual celebra o já Dia Oficial do Cocktail e terá PERU COMO PAÍS CONVIDADO. A nova estratégia conta com um cardápio de novidades em curso para conseguir obter a máxima visibilidade mediática de sempre e por isso muita criatividade para que na 9ª edição haja muitas táticas novas a contribuir para algo diferente. Como na green media não há copy-paste... We've got it! Será nos dias 14 e 15 de Maio que a capital volta a receber o maior evento de hospitalidade, restauração e hotelaria em Portugal e mais de 120 expositores num espaço de 4500m² com

quase todas as grandes marcas e distribuidoras em Portugal e os melhores especialistas internacionais em conferência. Aprender, ver e degustar será a palavra de ordem para uma das feiras mais cool do calendário nacional. A iniciativa que vai revelar as últimas tendências e novidades do universo dos cocktails, é já uma das maiores reuniões do setor da mixologia do Mundo e contou com cerca de 7 mil visitantes na edição anterior. O evento decorre na Sala Tejo do MEO Arena e os bilhetes para os dois dias têm o custo de 29€ até dia 10 de maio e 39€, à porta, nos dias do evento. Em Conferência, o Lisbon Bar



Show conta, no primeiro dia, com o 2º Congresso Ibérico de Bartenders, que promove o networking e a troca de experiências no setor com foco atual na Península Ibérica, onde marcas, pontos de venda e bartenders podem ter acesso a novas técnicas e utensílios junto de profissionais da área. Para Alberto Pires, Fundador do evento, “Vai ser um evento marcante que traz à capital portuguesa o universo dos cocktails durante dois dias e ao mesmo tempo é o espaço certo para troca de experiências e para conhecer o que de melhor se faz nesta área. O Lisbon Bar Show dá ainda espaço a várias iniciativas como o Vintage Cocktail Competition, competição de cocktails onde as bebidas clássicas têm um estilo vintage, o Fórum Mojito - espaço para profissionais onde podem assistir a apresentações e trocar ideias sobre os melhores espe-

cialistas da indústria, Brands Room - sala de apresentações onde as marcas representadas na feira têm a oportunidade de realizar demonstrações específicas, Masterclasses e Workshops e os Prémios Lisbon Bar Show, atribuídos em 11 categorias e que distinguem os profissionais e empresas que contribuem diariamente para um futuro dinâmico e enriquecedor no setor de bebidas”. A dois meses da iniciativa, será realizada uma pré-apresentação da Edição deste ano – já no dia 13 de março – data em que será anunciado em primeira mão, o pré[1]programa e a confirmação dos oradores e bartenders internacionais que vão participar este ano no Lisbon Bar Show, assim como a Associação eleita para reverter um donativo em solidariedade – iniciativa que todos os anos se renova!





GREEN MEDIA APOIA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DE INAUGURAÇÃO DA NOVA FÁBRICA DA MAPEI

13 milhões de euros foram o investimento para a nova Fábrica state of the art em Portugal e contou com a presença dos proprietários do grupo internacional de origem italiana e a Presidente da Câmara de Cantanhede.

Estratégia de assessoria de comunicação institucional e relações públicas e mediática foram os serviços ativados à agência de comunicação que assim incorporou a equipa de organização do grande momento para a MAPEI Portugal. Com o evento perspectivado 3 dias após as eleições legislativas 2024, o desafio da exposição mediática contou com uma Conferência de Imprensa, o encontro com o Embaixador de Itália em Portugal na sede da MAPEI em Lisboa e o Descerramento da Placa comemorativa

com a Presidente da Câmara de Cantanhede.

A iniciativa precedeu ainda um jantar comemorativo da MAPEI com os seus colaboradores, clientes e fornecedores, pelo que a apresentação aos órgãos de comunicação social tinha cronómetro em todas as etapas – desde a deslocação ao local de cerca de 20 jornalistas com 3h de viagem, para assistir à cerimónia e visita oficial. Tanto de Lisboa, como do Porto, para além, claro, do acompanhamento e adesão

dos meios da imprensa regional com cobertura de rádio e imprensa local. A iniciativa mereceu ainda o destaque especial e cobertura da SIC.

O grupo MAPEI tem mais de 12.000 colaboradores em 57 países com 102 subsidiárias. Em Portugal, a MAPEI conta com cerca de 100 colaboradores e tem apresentado uma evolução consistente no mercado nacional com o crescimento de 50% nos últimos dois anos.

A nova Fábrica ocupa uma área total de 26.500 m² de área total, dos quais 12.000 de área coberta e encetou a produção na nova fábrica com o Adesivo Keraflex Zero, com o total das emissões de CO2 emitido em todo o seu ciclo de vida, compensadas através da compra de créditos ambientais certificados.

Com este investimento a MAPEI pretende alargar a gama de produtos produzidos em Portugal e aumentar o orçamento de vendas, ultrapassando o volume de faturação de 2023 na ordem dos 30 milhões de euros, enquanto o grupo internacional faturou 4,2 mil milhões de euros a nível mundial.

Na inauguração das novas instalações, o CEO do Grupo MAPEI Internacional, Marco Squinzi, adiantou que “O Grupo MAPEI pretende continuar a investir no

mercado português, por ser uma resposta ao setor da construção. Começamos a nossa aventura em Portugal em 2001 como uma pequena empresa, hoje somos uma das empresas líderes no setor dos produtos químicos para a construção. Graças a esta nova e moderna fábrica, seremos capazes de responder às exigências do mercado local e continuar a crescer, oferecendo soluções inovadoras, duradouras e de qualidade, respeitando o ambiente, como a nossa Linha Zero de produtos com emissões de CO2 totalmente compensadas”.

Já Veronica Squinzi, proprietária do Grupo MAPEI Internacional, adiantou “Queremos continuar a crescer de forma sustentável, reforçando a nossa presença nos mercados que consideramos estratégicos, uma economia estável, sectores em constante

crescimento como as energias renováveis, o imobiliário, o turismo e a tecnologia. Portugal representa uma oportunidade de investimento promissora para o nosso grupo. Graças ao profissionalismo e à visão da nossa equipa local, estamos confiantes de que continuaremos a expandir a nossa presença no país.”

Durante a apresentação, a Diretora-Geral da MAPEI Portugal, Carla Santos, salientou que “Esta nova fábrica dotada de soluções inovadoras resulta do investimento da MAPEI em responder de forma eficiente às exigências do mercado português.





Prevemos continuar a crescer em 2024, quer em novos segmentos de negócios, quer na gama de produtos produzidos em Portugal, uma vez que apostamos no know-how, nos recursos locais e na redução da nossa pegada de carbono com o intuito de acrescentar valor à oferta aos nossos clientes”.

Situados no Parque das Nações, em Lisboa, os escritórios centrais da empresa portuguesa são dotados do Mapei World Lisboa, um espaço para os projetistas inspirar-se para conceber os projetos do futuro, um conceito do grupo Mapei já implementado em Paris Londres e Milão.

O grupo MAPEI tem mais de 12.000 colaboradores em 57 países com 102 subsidiárias. Em Portugal, a MAPEI conta com cerca de 100 colaboradores e tem apresentado uma evolução consistente no mercado nacional com o crescimento de 50% nos últimos dois anos. Situada no Parque das Nações, em Lisboa, os escritórios centrais da empresa portuguesa são dotados do Mapei World Lisboa, um espaço para os projetistas inspirar-se para conceber os projetos do futuro, um conceito do grupo Mapei já implementado em Paris Londres e Milão. Sobre o grupo MAPEI: Fundada em 1937 em Milão, a Mapei é hoje

um dos principais fabricantes mundiais de produtos químicos para a indústria da construção e contribuiu para a construção de algumas das obras arquitetónicas e infraestruturais mais importantes do mundo. Com 102 subsidiárias, operando com 90 fábricas em 57 países e em 35 países diferentes, o Grupo emprega mais de 12.000 funcionários em todo o mundo. As receitas consolidadas do Grupo Mapei ascenderam a quase 4,2 mil milhões de euros em 2023. Os pilares do crescimento e sucesso da empresa são a especialização, a internacionalização, a investigação e desenvolvimento e a sustentabilidade.

A Mapei Portugal foi fundada em 2001 com o objetivo de estar mais perto do mercado local e criar uma oferta ajustada às suas exigências e características. Desde então a filial portuguesa do grupo Mapei tem vindo a crescer de forma sustentável, ganhando uma quota sempre mais importante no segmento dos produtos químicos para a construção. Um crescimento contínuo baseado em várias opções estratégicas que definem a sua filosofia organizativa e política comportamental: por um lado o Sistema de Gestão Integrada – Qualidade (ISO 9001), Ambiente (ISO 14001) e Segurança (OHSAS 18001) e por outro, a adoção em 2014 do Código de Ética, para afirmar um padrão de excelência no sentido da responsabilidade social e dos valores éticos de comportamento, comum a todo o grupo Mapei. A empresa conta com cerca de 100 colaboradores, e uma proposta de valor que assenta em 4 pilares: uma gama alargada de sistemas para satisfazer qualquer exigência, quer na fase de projeto, quer de obra; produtos de elevadas prestações, certificados, eco sustentáveis e seguros para os utilizadores; um serviço de pré e pós-venda de excelência; e obviamente, a garantia de qualidade da marca Mapei.



Algumas obras emblemáticas realizadas com produtos Mapei

- A construção dos metropolitanos do Porto e de Lisboa;
- A construção de novos estádios de futebol para o Euro 2004;
- A construção da Igreja da Santíssima Trindade de Fátima;
- A construção do terminal de cruzeiros do Funchal
- A construção do “Túnel de Águas Santas”, no Porto;
- A construção da “Fábrica das Palabras” - biblioteca municipal de VFX;
- A construção da primeira fase do projeto “Prata Living Concept” em Lisboa;
- A construção do Hospital de Braga;
- A construção do Hospital de Vila Franca de Xira;
- A construção da Cidade do Futebol da Seleção Portuguesa de Futebol;
- A construção

- and Economics de Carcavelos;
- A expansão do Aeroporto da Portela, em Lisboa;
- A recuperação do “Curia Palace Hotel, Spa & Golf”;
- A recuperação da Igreja de São Francisco Capela dos Ossos de Évora;
- A recuperação do bairro “Vila D’Este” em Vila Nova de Gaia;
- A recuperação da ponte sobre o rio “Arade”, em Portimão.



GREEN CRIA PODCAST “CONVERSAS DO ALUMÍNIO” PARA APAL

*Plataforma, Imagem e Gingle de assinatura reforçam o novo canal
Coversas para toda a indústria do Alumínio refletem estratégia institucional
da APAL e sublinham importância e contributo do podcast no aumento da sua
notoriedade e informação*

A GREEN MEDIA introduziu este ano na estratégia da APAL - Associação Portuguesa do Alumínio o lançamento de um novo podcast Conversas do Alumínio para promover o potencial do alumínio e a sua infinita reciclabilidade mas também a opinião e informação técnica para todos os que fazem parte da indústria.

Aberto ao público, o novo canal pretende representar o universo

do alumínio e ser um espaço de partilha e contributos sobre as vantagens e impacto deste material em diversas áreas. Para o Presidente da APAL, Eng.º Rui Abreu, “O podcast e a nova campanha reforçam a estratégia da APAL para este ano que visa promover o potencial do alumínio como um material reciclável e que contribui para a sustentabilidade em diferentes setores.” No ano em que a união do setor

é o momento mais importante de sempre, projetas a importância que tem nos 4 setores eleitos para a estratégia vai poder mostrar a atualidade em todas as perspetivas e fases e ainda, reunir associados e associações, promotores e instaladores, fornecedores e transformadores, professores e estudantes, prescritores e decisores políticos naquela que é a rota para a sustentabilidade do alumínio.



Saber comunicar vai ser o fator diferenciador do futuro, mas não é só comunicar com filtros, mas sim comunicar com informação técnica e sustentada, transparente e séria. Agregar o valor da informação, extravasar os limites da associação para o setor e para o mercado é fundamental para vir a ser a fonte mais credível e atualizada do alumínio em Portugal.



COMÉRCIO NO FEMININO

DIA 8 DE MARÇO | 13H ÀS 15H30

UACS - RUA CASTILHO, 14 - 1200 LISBOA

CONVITE

COM A PARTICIPAÇÃO DAS ORADORAS:

MARIA JOÃO DE ALMEIDA
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE ENOTURISMO E JORNALISTA

SÓNIA MATIAS
CAVALEIRA TAURUMÁQUICA

MARIA MANUEL LEITÃO MARQUES
DEPUTADA DO PARLAMENTO EUROPEU

PAULA FRANCO
BASTONÁRIA ORDEM DOS CONTABILISTAS CERTIFICADOS

ASSUNÇÃO CRISTAS
1ª MULHER MINISTRA DA AGRICULTURA E DO MAR, DO AMBIENTE E DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO

VIRGÍNIA CRUZ
OFICIAL DE LIGAÇÃO DA PSP JUNTO DO MINISTÉRIO DA ADMINISTRAÇÃO INTERNA

MARIA JOÃO LOPO DE CARVALHO
EMPRESÁRIA E ESCRITORA PORTUGUESA

FILOMENA BARROS
JORNALISTA

COM A MODERAÇÃO DE:

MODERADORA

SOLICITA-SE CONFIRMAÇÃO ATÉ DIA 4 DE MARÇO

ORGANIZAÇÃO

UACS

green MEDIA

COM O PATROCÍNIO DE

GREEN MEDIA COMUNICA “COMÉRCIO NO FEMININO”, O 1º EM 150 ANOS DA UACS

Escritora, Oficial da PSP, Presidente da Ordem dos Contabilistas, Presidente da Casa do Comércio de Lisboa, Presidente da Associação de Enoturismo, Deputada do Parlamento Europeu, Ex-Ministra da Agricultura fizeram parte do elenco de luxo “Conversas no Feminino”, que assinalou o Dia Internacional da Mulher.

“Como desbravar terreno num mundo de homens?”, foi o tema central do almoço que reuniu mulheres, empresárias, excecionais, que consolidaram as suas carreiras em profissões tradicionalmente masculinas e partilharam as suas histórias de sucesso, estratégias e conselhos de resiliência em setores historicamente dominados por homens. A agência de comunicação Green Media promoveu a presença da Adega de Palmela e das Clínicas Persona Lisboa – Marquês que

participaram como parceiras do evento que assinalou o Dia da Mulher como oradoras de renome. Estiveram, ainda, presentes meios de comunicação como: A Notícia.pt e Olhares de Lisboa.

A sessão de abertura do almoço contou com o contributo da Presidente da UACS, **Carla Salsinha**, e a primeira mulher Presidente da Direção da Casa do Comércio, que partilhou a sua experiência no mundo institucional composto por homens;

Maria João de Almeida, Fundadora e Presidente Executiva da Associação Portuguesa de Enoturismo desde 2020; **Maria Manuel Leitão Marques**, Deputada do Parlamento Europeu, que foi Secretária de Estado da Modernização Administrativa de 2007 a 2011, a qual se tem focado no mercado interno, proteção do consumidor, ciência e inovação e igualdade de género; **Assunção Cristas**, a primeira mulher Ministra da Agricultura e do Mar, do Ambiente e do Ordenamento

do Território; **Sónia Matias**, a 1ª cavaleira taurumáquica portuguesa que partilhou os desafios que enfrentou ao longo do seu percurso numa profissão durante muitos anos só ocupada por homens; **Maria João Lopo de Carvalho**, escritora que ofereceu a todas as participantes o livro da sua autoria “As Revolucionárias - Doze Mulheres Portuguesas Desobedientes”; **Paula Franco** Presidente da Ordem dos Contabilistas e **Virgínia Cruz**, Superintendente da PSP com ligação ao Ministério da Administração Interna, a qual tem uma vasta experiência nos comandos distritais e metropolitanos, incluindo as áreas geográficas de Aveiro e Lisboa.

A iniciativa contou com a presença de **50 Mulheres Empresárias da cidade de Lisboa** e marcou, pela 2ª vez, a história da Casa do Comércio, uma instituição com 150 anos. Atualmente, é liderada por uma mulher determinada em promover a Igualdade de Oportunidades de Carreira e de Remuneração em todos os setores e profissões.





É OFICIAL! GREEN MEDIA VOLTA A COMUNICAR O LANÇAMENTO DA 9ª EDIÇÃO DO LISBON BAR SHOW

A agência de comunicação já assistiu à apresentação da 9ª edição e reuniu jornalistas do setor, lifestyle e generalistas no Turim Boulevard Hotel, na Avenida da Liberdade, para dar a conhecer os principais nomes dos 35 oradores internacionais que vão estar em Portugal nos dias 14 e 15 de maio, no maior evento de hospitalidade, turismo e restauração, na Sala Tejo do MEO Arena.

Este ano a **Estratégia de Comunicação** do evento engloba o serviço de assessoria mediática, promover a presença do fundador do evento nos programas televisivos dos principais canais de comunicação, para partilhar as novidades deste ano, desenvolvimento de parcerias e convites às redações para estarem presentes

nos dois dias de evento. Para além disso, a equipa da Green Media agiliza a **Comunicação institucional** do evento, parcerias estratégicas, lançamentos e patrocínios na Lisbon Bar Show, para além dos suportes de comunicação nos três meses que antecedem a iniciativa. Este ano o maior evento de hos-

pitalidade, restauração e hotelaria que se realiza todos os anos em Lisboa, conta com Peru como país convidado para promover as tendências na área de bartending e cocktails, sendo que nos dois dias do evento vão estar a ser servidas bebidas peruanas com a presença de chefes de cozinha que vão partilhar produtos

típicos da cozinha peruana.

A apresentação contou com o contributo do **Embaixador do Peru em Portugal, Carlos Gil de Montes**, e **Tom Dyer, um dos melhores flair bartenders do Mundo**, para dar a conhecer os oradores que vão participar nas sessões paralelas à ampla zona de Exposição e revelados os finalistas dos Prémios Lisbon Bar Show atribuídos em 11 categorias.

O primeiro dia do evento conta com uma cerimónia de abertura oficial às 11h30 horas, seguido de visita institucional ao recinto, com o **2º Congresso Ibérico de Bartenders**, a plataforma de debate que promove o networking e a troca de experiências no setor com foco atual na Península Ibérica, onde marcas, pontos de venda e bartenders podem ter acesso a novas técnicas e utensílios junto de profissionais da área entre outras de todas as marcas e expositores presentes – aconselha-se a consulta e pré-organização do que não se quer perder.

O Lisbon Bar Show dá ainda espaço a várias iniciativas como o **Vintage Cocktail Competition**, competição de cocktails onde as bebidas clássicas têm um estilo vintage, o **Fórum Mojito**, espaço para profissionais onde podem assistir a apresentações e trocar ideias sobre os melhores especialistas da indústria, **Brands Room**, sala de apresentações onde as marcas representadas na feira têm a oportunidade de realizar demonstrações específicas, **Masterclasses e Workshops**.

A iniciativa é dedicada aos profissionais do setor, mas aberta ao público em geral. Cada bilhete tem o custo de 29€, em pré-venda até 10 de maio e 39€ à porta nos dias de evento.





GREEN MEDIA ENCETA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO COM APAL – A ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DO ALUMÍNIO

1/6 consumo de energia para a indústria do alumínio circular e a infinita reciclabilidade com que se pode contar significaram o início de uma estratégia de comunicação institucional da associação e do material COMO um dos RECURSOS ESTRATÉGICO com maior potencial PARA A ECONOMIA CIRCULAR ATÉ 2030

Green media vence concurso para o início de uma nova Estratégia de comunicação da APAL. Relações Institucionais, Campanha de Publicidade, Plano de Meios, Formação e Media Trainning, Estratégia de Assessoria Mediática e comunicação interna e externa, criação de novos canais de comunicação com um plano de atividades rico em iniciativas regulares que marcam o início de um novo marco de visibilidade estratégica com o lançamento da 1ª campanha –

INFINTAMENTE SUSTENTÁVEL. Com foco no setor de construção onde o alumínio tem uma expressão evidente, a sua infinita circularidade é sublinhada no âmbito do lançamento do último relatório com o **plano Estratégico da Associação de Alumínio Europeu, European Aluminium's 2050**, no qual prevê que o aumento da reciclagem de alumínio pode evitar até 39 milhões de toneladas de emissões de CO2 por ano até 2050, reduzindo a

dependência de importações da Europa e gerar cerca de 6 mil milhões de euros por ano para a economia europeia. A adaptação ao setor da construção e seus respetivos parceiros, considerou na campanha duas fases distintas – a 1ª o lançamento com a arquitetura contemporânea e o contributo para a sustentabilidade, a segunda para todo o setor e grupo de parceiros instaladores e por último o utilizador, cliente final.

“**Dados do European Aluminium's 2050 apontam que vão ser utilizadas 16 milhões de toneladas de alumínio em 2030 e 18 milhões de toneladas em 2050.**”

A extração do material bauxite e o seu tratamento de origem são a carga pesada na pegada ecológica deste material, com a promoção do alumínio reciclado na indústria o consumo de energia reduz significativamente para 95% por cada tonelada de alumínio reciclado.

Para além desta oportunidade que a circularidade da indústria de construção pode representar, o relatório salienta as características do alumínio como material circular permanente, capaz de ser reciclado sem perder as suas propriedades originais tornando um recurso vital para a economia circular e CARBONFREE com um forte apelo à indústria para a sua promoção e reciclagem.

Segundo as previsões da Associação de Alumínio Europeia, a reciclagem do alumínio poderá



reduzir as emissões em 37% até 2030 e 46% até 2050, o equivalente a evitar 39 milhões de toneladas de emissões de CO2 por ano. O relatório prevê, ainda, que com um volume crescente de sucata acessível na Europa, a reciclagem de alumínio em fim de vida pode crescer para um mercado de 12 mil milhões de euros até 2050, permitindo que a indústria do alumínio apresente uma oportunidade para a economia circular, pois através da utilização do alumínio nos diversos produtos, estes atingem o seu tempo de vida útil máximo. Segundo a Associação, o Plano de Ação da Economia Circular precisa de criar os incentivos certos para promover modelos de negócios circulares, a fim de tirar partido do enorme potencial que se avizinha para a indústria do alumínio na Europa e a APAL encontra nesta fase uma linha condutora de ação, coerente e alinhada com a rota da sustentabilidade da União Europeia.

A Associação do Alumínio Europeu (EAA), fundada em 1981, com sede em Bruxelas, é a voz da indústria do alumínio na Europa. Trabalha em conjunto com os decisores e a comunidade para, ativamente, promover as propriedades excecionais do alumínio, assegurar o crescimento e otimizar a contribuição que o metal pode dar para enfrentar os desafios de sustentabilidade da Europa.

A APAL - Associação Portuguesa do Alumínio, fundada em 1982, com sede em Aveiro, reúne atualmente a indústria de extrusão, anodização, lacagem e decoração do alumínio e ainda a indústria de lacagem do aço e procura promover o progresso e o desenvolvimento técnico das tecnologias do alumínio e do tratamento de superfície de metais.

APRESENTAR QUE O ALUMÍNIO TEM O SEU CICLO DE VIDA 100% MADE IN PORTUGAL foi a 2ª iniciativa a promover uma vez que já existe em pleno exercício e conta com mais de uma centena de empresas já envolvidas nesta atividade. Promover o alumínio reciclado junto de entidades oficiais e prescritores era um passo absolutamente estratégico uma vez que este objetivo já tem um peso na economia portuguesa e como tal já pode ser potencializado.

Neste sentido, para além da apresentação aos Membros do Governo das respetivas pastas diretas do setor envolvidos, a green media promoveu uma nova relação institucional com a ADENE - Agência para a Energia e a visita ao 1º ciclo de vida do alumínio totalmente desenvolvido em Portugal, em Avintes, no Porto. Durante a visita foram demonstradas as diversas fases que integram o processo de reciclagem do alumínio, desde a sucata ao desenvolvimento do produto final, como janelas e fachadas.

Sucata, fundição, extrusão e serralharia são os estágios de transformação que integram o ciclo de vida do alumínio, apresentados pela Associação Portuguesa do Alumínio na visita acompanhada pela Comitiva da ADENE. Esta solução apresentada pela indústria que tem como base a extrusão torna possível realizar todo o ciclo de reprodução do produto final em território Nacional, reduzindo, assim, a dependência de importações da Europa gerando um maior impacto na economia portuguesa. Através do processo de reciclagem do alumínio é possível transformar alumínio dos anos 40 em alumínio com melhores características, para a produção de janelas e fachadas, sendo que consumo de energia na produção de alumínio primário é de 14.79 Megawatt/hora por tonelada e no processo de reciclagem do alumínio já consome 1,309 Megawatt/hora por tonelada. Com o ciclo de vida do alumínio totalmente desenvolvido em Portugal, torna-se possível retirar o alumínio da janela ou fachada de um edifício e reutilizá-lo na nova caixilharia.

“A quantidade de alumínio disponível para reciclagem irá duplicar até 2050 e a procura de alumínio irá crescer em 40%.”



Também foi oportuno celebrar que o primeiro ciclo de vida do alumínio totalmente desenvolvido em fronteiras portuguesas apresentado pela indústria prepara-se para a introdução do hidrogénio enquanto fonte de energia em substituição ao gás natural, ensaio já realizado com sucesso e que aguarda novas condições estruturais e de incentivo para se desenvolver. O objetivo é tornar as empresas sustentáveis através da reciclagem do material e entregar à extrusão, isto é, a técnica que permite moldar o alumínio de qualquer forma, a matéria-prima proveniente da reciclagem e com isto fechar o ciclo. Durante a visita o Presidente da Associação Portuguesa de Alumínio, Rui Abreu, destacou “A indústria do alumínio já está pronta para transformar a nossa sociedade numa economia circular ajudando assim a atingir, a

economia portuguesa e europeia, a neutralidade em carbono em 2050. Neste contexto a APAL e a ADENE, trabalhando em conjunto, ajudarão a definir uma construção mais sustentável.” A introdução das novas tecnologias como o hidrogénio contribuirá para a diminuição da quantidade de CO2 libertada durante todo o ciclo de vida do alumínio, ao alimentar de forma otimizada todo o processo de extrusão e produção. Neste primeiro ano de atividade foi também importante salientar QUE EFICIÊNCIA ENERGÉTICA NÃO É IGUAL A SUSTENTABILIDADE E por isso a apal lutou por uma REVISÃO COM MAIOR MAJORAÇÃO A MATERIAIS MAIS SUSTENTÁVEIS NA SEGUNDA FASE das candidaturas ao Programa de Apoio a Edifícios Mais Sustentáveis 2023, uma vez que se denunciou que os produtos subsidiados não tinham qualquer

diferenciação nomeadamente ao tipo de material da sua composição, reciclabilidade e respetiva pegada ecológica.

Num Programa que se preza para a futura descarbonização dos Edifícios, é obviamente importante promover de forma diferenciada os materiais utilizados na construção desses edifícios. Só assim é tida em conta uma majoração justa e a implementação de incentivos fiscais que favoreçam materiais ecológicos e não apenas eficientemente energéticos e espera que o novo programa reconheça o contributo que materiais sustentáveis podem oferecer para as metas europeias às quais Portugal está vinculado até 2050, especialmente em termos de mitigação de emissões de gases de efeito estufa, conforme estabelecido na Lei de Bases do Clima, no Roteiro para a Neutralidade Carbónica e no Plano Nacional de Energia e Clima.

Portugal está na rota para uma economia baseada na circularidade e, como tal, não pode ao mesmo tempo promover indiferenciadamente os produtos num setor que se propõe ser, mais do que eficiente, mas ter, realmente, uma redução no impacto ambiental no setor da construção. Ao avaliar o impacto dos benefícios concedidos, a APAL defende que a sustentabilidade deve ser o princípio orientador na consideração dos efeitos a longo prazo dos incentivos e na avaliação da sua pegada ecológica. Neste sentido, a associação acredita que essa diferenciação, refletida em níveis mais elevados de apoio e majoração, representará um passo significativo na redefinição do paradigma da construção sustentável e contribuirá substancialmente para o cumprimento dos objetivos propostos.



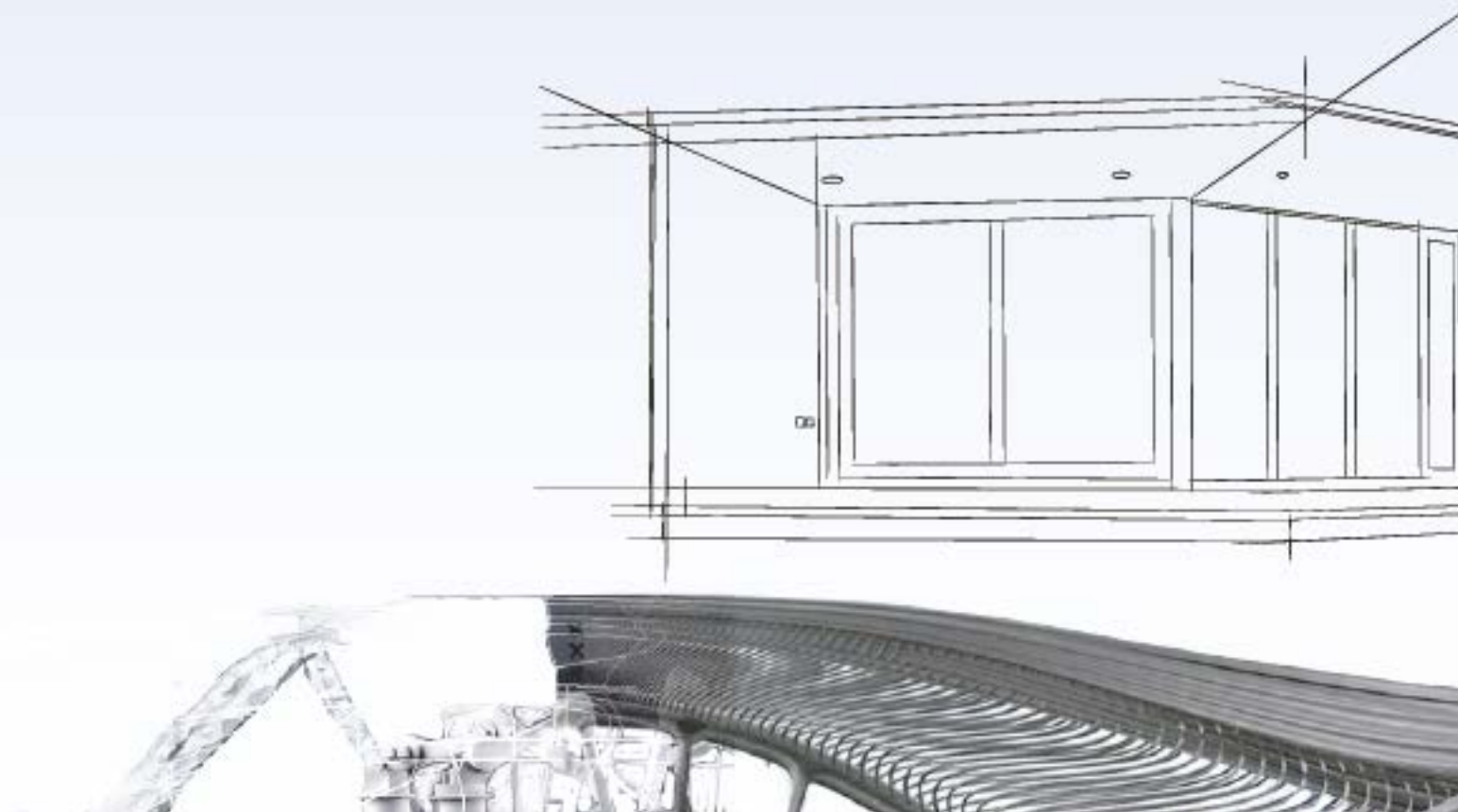
APAL NO XIV CONGRESSO DE CONSTRUÇÃO METÁLICA E MISTA

APAL foi parceira institucional do XIV CONGRESSO DE CONSTRUÇÃO METÁLICA E MISTA, em Coimbra.

A APAL - Associação Portuguesa do Alumínio participou na 14ª edição do Congresso de Construção Metálica e Mista com a presença de um stand juntamente com as empresas associadas Chemetall, Eurogalva, Godilac e International Paint Ibéria.

O evento teve lugar nos dias 23 e 24 de novembro, no Convento de São Francisco, em Coimbra, teve como principal objetivo divulgar as mais recentes inovações e realizações no âmbito deste tipo de construção, procurando contribuir decisivamente para a promoção, consolidação e expansão do setor.





XIV CONGRESSO DE CONSTRUÇÃO METÁLICA E MISTA ATINGE RECORD

Participação de mais 450 pessoas a nível nacional e internacional, no Convento de São Francisco, em Coimbra.

Com regresso ao formato presencial, a green media foi a agência de comunicação do XIV Congresso de Construção Metálica e Mista, que acaba de se caracterizar como o maior a nível mundial, com a maior participação nacional e internacional de sempre. A união do setor faz a diferença e certamente o investimento destas 13 edições bi-anuais terão tido um contributo para este significativo crescimento e adesão, para além, claro está da dinâmica do seu Presidente e calendário de atividades que promovem em torno da CMM um efeito agregador. Com os melhores resultados de sempre do setor, o Congresso mergulhou no futuro da indús-

tria metálica e mista e não há dúvida que é GREEN. O papel que a Indústria metálica e mista terá na sustentabilidade do setor da construção é inequívoco. António Lamas, Presidente da Mesa da Assembleia Geral da CMM sublinhou “É no setor da construção metálica e mista que a nível europeu e nacional têm ocorrido os maiores progressos na formação, na investigação, no projeto e na construção. No âmbito das grandes preocupações com as alterações climáticas devemos lembrar que os produtos metálicos são por excelência recicláveis e é o aço que estabelece hoje uma proximidade entre as engenharias e a inovação tecnológica.” Em destaque, durante a **Sessão**

Economia e Legislação foi feito o balanço a nível económico da conjuntura nacional e internacional do setor, destacando, **Luís Simões da Silva, Presidente da CMM**, o crescimento do **volume de negócios de 80% de 2016 para 2022** e o **aumento de 25% do volume de exportações no setor**, que corresponde a **2,6 mil milhões de euros de exportações**, um valor record que relativamente a 2021 acrescentou cerca de 400 milhões de euros de exportações. “O setor da construção exporta porque desenvolve produtos inovadores e soluções industrializadas que podem ser produzidas em fábrica, transportáveis para um local final de execução e montadas de forma muito eficiente.”



O painel dedicado à **Economia e Legislação**, contou, ainda, com a participação de personalidades de renome como o Engenheiro **Marco Henriques** do Grupo Martifer, que abordou o tema dedicado à “Marcação CE de Estruturas Metálicas – Um ponto de vista da indústria nacional”, **Matilde Silva**, da ASAE e **Maria João Graça**, do IPQ, que lançou o tema “A importância da normalização na construção metálica e mista”.

Com honras de participação, na **Sessão de Abertura**, da **Prof. Maria Fernanda Rodrigues, Secretária de Estado da Habitação**, o entusiasmo não poderia ser mais evidente “A qualidade da habitação subjaz também a necessidade de garantir soluções arquitetónicas com qualidade, durabilidade e sustentabilidade. Quanto a esta, as questões relacionadas com a transição verde englobam não só os aspetos da transição energética, mas também a necessidade de tornar a nossa economia mais eficiente e circular. Tudo isto aliado à transição digital, reconhecida como o motor de desenvolvimento do setor da Arquitetura, Engenharia e Construção (AEC), os anteriormente designados “construtores da cidade”, é crucial também para se atingirem os objetivos de concretização do PRR na habitação. Para estas respostas a inovação do setor da construção, dos materiais e processos de fabricação e de construção são fundamentais. O PRR e os programas que com ele desenhamos, representam uma oportunidade única para a transformação do paradigma da habitação e com ele da construção em Portugal. E, como oportunidade única é impensável que a desperdicemos.”



Sob a moderação da jornalista, Cristina Esteves, o evento realçou o tema da Construção Modular aliada à inovação num painel composto pelo arquiteto **Stephen Barrett**, o engenheiro, **Stuart Smith**, que apresentou uma perspetiva sobre a construção aliada à inovação e sustentabilidade, e o engenheiro **Nuno Neves**, que abordou a temática dedicada à “Construção Modular – Um novo futuro”, que afirmou “O nosso objetivo é ser capaz de posicionar Portugal como fornecedor mundial de referência desta nova solução de construção que é a Construção Modular”.

A sessão de prémios contemplou duas vertentes distintas: prémios para obras concluídas nos 3 últimos anos e prémio para o melhor artigo apresentado no congresso e publicado no livro de atas. No âmbito do projeto Portugal Steel, a Associação Portuguesa de Construção Metálica e Mista lançou o **Portugal Steel Design Awards - Prémio Nacional 2023**, que decorre de dois em dois anos, com o objetivo de dar visibilidade e encorajar o uso criativo do aço na arquitetura e construção a nível nacional.

Como vencedor do Prémio Portugal Steel Design Awards 2023 foi distinguida a obra **Martifer: Gare Multimodale de Mons**, organizado pela **SNCB - Société Nationale des Chemins de fer Belges**, com engenharia de **Bureau Pirnay**, arquitetura de **Santiago Calatrava Architects & Engineers** e **Metalomecânica da MARTIFER – Construções Metalomecânicas, S.A.** O **Prémio Arantes e Oliveira**, que visa homenagear as melhores contribuições do congresso, foi atribuído ao artigo “**Berkeley Hotel - Sequência de Tensionamento da Estrutura Exterior Visível**” da autoria de **Rui Ribeiro e Nuno Neves** da Bysteel.

O Congresso de Construção Metálica e Mista, promovido pela CMM, afirma-se hoje como um dos maiores encontros do setor do mundo, com um seminário principal, uma feira de exposições no local, um conjunto de sessões e apresentação técnicas, agenda de reuniões bilaterais entre as empresas portuguesas e internacionais, entrega de prémios e a feira de emprego Job Fair, onde todos os participantes puderam explorar as diversas oportunidades da participação presencial, assim como averiguar oportunidades de negócio e de carreira disponíveis e apresentar os seus currículos de forma pessoal e direta junto das empresas do setor.





GREEN MEDIA COMUNICA A NOVA ICÓNICA GARRAFA LICOR BEIRÃO É AGORA MAIS ECOLÓGICA

A Estratégia de assessoria mediática, a distribuição e oferta dos primeiros exemplares e a promoção de um conjunto de entrevistas segmentadas para este conteúdo, marcam o regresso da LICOR BEIRÃO às páginas da comunicação social com o apoio, empenho e esforço original “A LA CARRANCA REDONDO” da green media.

A GREEN MEDIA concebe a estratégia de lançamento da nova garrafa Licor Beirão em Portugal. Novo formato, mais moderno e de vidro reciclado, esta abordagem inovadora resulta do compromisso da icónica marca portuguesa na redução do impacto ambiental através de uma estratégia baseada na economia circular e com a intenção de melhorar a experiência do consumidor.

Mais estreita e elegante, permite uma otimização do transporte e facilidade de manuseamento a servir. Regressa ao vidro castanho, característica que remonta ao tempo de origem da marca, e resultado da necessidade de produção com vidro reciclado.

É reforçado o esquema de cores da marca desde os anos 60, amarelo e vermelho, assim como o

selo “O Licor de Portugal”, criado e lançado por José Redondo, filho do fundador da marca, José Carranca Redondo. O novo design mantém a colocação cuidadosa da fita, valores da marca e da família, reforçando a ideia de que numa era de Inteligência Artificial, cada garrafa de Beirão continua a ter o toque humano.

Como símbolo de garantia de qualidade e compromisso de



honra, a assinatura de José Redondo surge agora desenhada e com relevo na própria garrafa. Relativamente aos elementos presentes, a árvore de corações simboliza a árvore genealógica, que representa a continuidade numa empresa assente nos pilares da família e a incorporação do brasão da Lousã, que reforça o orgulho da marca nas suas origens. A renovação do visual marca

uma nova era em que se reforça a relevância da espirituosa número 1 em Portugal, com apreciadores de todas as idades e com objetivo de levar Portugal aos quatro cantos do mundo.



PROGRAMA

5040

Recepção dos convidados



09h00: Sessão de Boas-Vindas
Anabela Loureiro | Administradora
da Magazine Imobiliária

09h10:
Intervenção de Nelson Lage
Presidente da ADENE - Agência para
a Energia



09h30: CSRD Outlook
Conversa entre
Rui Fragoso | Head of Buildings and
Efficiency of Resources na ADENE
Sofia Santos | Sustainability
Champion in Chief na Systemic

09h50: Green Construction Outlook
Moderador - Victor Ferreira
Presidente do Cluster Habitat
Sustentável
Bruno Borges | Leader, Commercial
Portugal, LIXIL EMENA (Grohe)
João Paulo Ferreira | Country
Manager da Haler Portugal
José Dias | Director Commercial,
Hydro Building Systems Portugal
(Technal)
Sérgio Laranjeira | Digital Twin
Coordinator, Grupo Casals

10h45/11h15:
Momento para Tea & Coffee

11h20: Green Real Estate Outlook
Moderadora - Maria Empis | Head of Work Dynamics JLL
Adriana Oliveira | Directora de Dinamização de Negócio Imobiliário do Millennium bcp
Aniceto Viegas | CEO Avenue
Francisco Campilho | CEO da Victoria Seguros
João Cristina | Country Head da Merlin Properties
Pedro Vicente | CEO da Overseas

12h50: Encerramento
Hugo Santos Ferreira, Presidente
da ABPU



GREEN REAL ESTATE & CONSTRUCTION SHAPERS 2024

A 1ª Conferência green da Revista MAGAZINE IMOBILIÁRIO reuniu grandes especialistas dos setores da Construção e do Ambiente do país e trouxe à discussão a Nova Diretiva que vem aí da União Europeia para 2025

Foi a 1ª Conferência da Magazine Imobiliário e claro tinha que ser GREEN.

A Green Real Estate & Construction Shapers surge no âmbito da entrada em vigor da Diretiva de Reporte de Sustentabilidade Corporativa (CSRD), aprovada pela Comis-

são Europeia, em que as empresas dos Estados-membros que queiram ser responsáveis a nível ambiental terão de divulgar os seus dados sobre o impacto das suas atividades nas pessoas e no planeta, e os riscos de sustentabilidade a que estão expostas. A abrir a Conferência Rui Fragoso, Head of Buildings and

Efficiency of Resources da ADE-NE, e Sofia Santos, Sustainability Champion in Chief na Systemic, produziram uma entrevista empalco que se intitulou **“CSR Outlook”** e que serviu para enquadrar o que existia e era feito antes, o que está em curso para breve e as expectativas e regras da Diretiva, quando estão previstas e para que tipo de empresas.

exemplos e alguns alertas a ter em conta.

Ainda, o painel **“Green Real Estate Outlook”** teve como foco perceber se o fim do greenwashing no imobiliário está próximo, com a participação de Adriana Oliveira, Diretora de Dinamização de Negócio Imobiliário do Millennium bcp, Aniceto Viegas, CEO da Avenue, João Cristina, Country Head da Merlin Properties, Francisco Campilho, CEO da Victoria Seguros, e Pedro Vicente, CEO da Overseas, com a moderação protagonizada por Maria Empis, Head of Work Dynamics JLL e posteriormente com as notas de relevância, fecho e balanço de Hugo Santos Ferreira, Presidente da APPII - Associação Portuguesa

sa de Promotores e Investidores Imobiliários.

Durante a conferência houve ainda espaço para a formalização de assinatura em direto do Protocolo pelo Presidente da ADENE, Nelson Lage e do promotor imobiliário AVENUE no âmbito do programa AQUA+.

Esta iniciativa só foi viabilizada com o apoio e patrocínio de Millennium bcp como Main Sponsor, Grohe, Grupo Casais, Haier, JLL e Technal como Sponsors e ainda, com a cedência de espaço da VICTORIA Seguros e o apoio institucional da ADENE e APPII, para além, claro da Agência de Comunicação Green Media.



CADERNO DE ENCARGOS LIVRE DE PETRÓLEO

para uma construção sustentável

GREEN MEDIA CELEBRA O LANÇAMENTO DO 1º CADERNO DE ENCARGOS LIVRE DE PETRÓLEO DO MUNDO DE ARQUITETA PORTUGUESA

Aline Guerreiro do Portal de Arquitetura e Construção Sustentável publica o 1º Caderno de Encargos Livre de Petróleo com um contributo para a prática e sustentabilidade no setor da arquitetura e construção, viabilizado pela APAL.

Em i&D há algum tempo, foi o patrocínio da APAL que viabilizou o lançamento do 1º Caderno de Encargos Livre de Petróleo do Mundo para profissionais do setor da construção e arquitetura em Portugal da Autoria de Aline Guerreiro, do Portal da Arquitetura e Construção Sustentável. Com o principal intuito de promover projetos que contribuam

para a sustentabilidade no setor e um ambiente livre de petróleo, este é assim o primeiro caderno de encargos que tem como objetivo sensibilizar os arquitetos e projetistas para o impacto de materiais poluentes, nomeadamente, que tenham na sua constituição o petróleo. Face à grande transformação em que o setor de construção se en-

contra para atingir uma economia circular, este projeto torna-se fundamental, pois trata-se de um guia onde são apresentadas medidas que contribuem para uma construção livre de petróleo através da utilização de novas tecnologias e materiais menos poluentes. Nesta linha, a Associação Portuguesa do Alumínio associa-se a esta primeira edição, o que



reforça os fortes contributos que tem desenvolvido na indústria através do contributo do alumínio para uma economia circular e sustentável, sendo um material infinitamente reciclável.

Para o Presidente da APAL, Rui Abreu, “A junção de sinergias com a arquiteta Aline Guerreiro no lançamento do primeiro caderno de encargos livre de petróleo reforça a estratégia da APAL em atingir uma economia circular e sustentável. Acreditamos que este é o ponto de partida para sensibilizar profissionais da indústria para as novas soluções com o contributo do alumínio como material circular e permanente, tornando-se um recurso vital para uma economia circular e neutra para o ambiente, tornando-se no material do futuro para os setores da construção.”

A arquiteta, Aline Guerreiro, considera que “Faz todo o sentido este Caderno de Encargos Livre de Petróleo ser apoiado por uma Associação que representa um material que no setor da construção é uma alternativa sustentável aos materiais plásticos ou outros que derivem de combustíveis fósseis. E se, a produção de Alumínio recorrer a energias limpas, tendência cada vez maior, então temos um material quase 100% sustentável. Além de que o Alumínio é infinitamente reciclável sem perder qualidade e é durável, o que são também requisitos primordiais na sustentabilidade.”

O 1º Caderno de Encargos Livre de Petróleo foi lançado oficialmente CONCRETA, na Alfândega do Porto e na Architect @ Work em Lisboa, em novembro de 2023.





ANTEPROJETOS ORGANIZA SEMINÁRIO COM ORADORES DE RENOME E PROMOVE UMA DAS CONFERÊNCIAS MAIS CONCORRIDAS DO CERTAME

Com a presença em painel do Presidente da Ordem dos Arquitetos, o CEO Vila Galé, a Fundadora do Grupo Something Imaginary, o CEO da Vanguard Properties, o responsável Turismo do Alentejo e Ribatejo e o Senior Partner do Grupo Saraiva e Associados.

Debateu-se o estado atual do setor hoteleiro e da construção e os desafios da sustentabilidade, impacto e modelo de desenvolvimento de uma das mais emblemáticas zonas costeiras do país.

Este ano, a edição DE-CORHOTEL contou com a organização da Conferência moderada pela Diretora Geral da AnteProjetos Ângela Leitão com o tema “Construção e Hotelaria - de Sines à Comporta, no Auditório do Pavilhão 1, da FIL, em Lisboa.

Sendo a Costa Vicentina uma das zonas geográficas de extraordinário interesse e relevância, foi importante não só apresentar os exemplos e as preocupações principais a ter em conta, como também demonstrar os vários exemplos já realizados, as metodologias e o impacto direto na

população local e nas regiões, elevando já para outras áreas de debate complementares, como os acessos e condições de mobilidade ou a exigência dos processos e mora na agilização de pareceres e decisões.

Foi por este motivo altamen-

te diferenciador ter em painel um grupo de oradores que, na primeira pessoa, contam já com larga experiência nesta área e têm uma visão ampla da atividade e problemática. Desde o Presidente da Ordem dos Arquitetos, Avelino Oliveira, o CEO Vila Galé, Jorge Rebelo de Almeida, a Fundadora do Grupo Something Imaginary, Sara Afonso, o

CEO da Vanguard Properties, José Cardoso Botelho, o responsável Turismo do Alentejo e Ribatejo, José Manuel Santos, e o Senior Partner do Grupo Saraiva e Associados, Paulo Reis Silva, o debate acabou por ter um raio de amplitude ainda mais abrangente trazendo em concreto os temas essenciais.

A iniciativa contou com o apoio da Ordem dos Arquitetos – Secção Regional do Alentejo (OASRALT), da Ordem dos Arquitetos – Lisboa (OASRL) e da Green Media e o patrocínio da AEG e do Novo Banco.



27 DE OUTUBRO (6ª feira)

Auditório do Pav. 1

15h00 - 15h30: Welcome drink
15h30: Seminário Anteprojetos:
“Construção e Hotelaria. De Sines à Comporta”

AP

AEG

green MEDIA

novobanco

Moderadora:

Oradores:



Ângela Leitão
Diretora da Revista
Anteprojetos



Arg. Paulo Reis Silva
Senior Partner
da S+A Saraiva
e Associados



Arg. Sara Afonso,
Partner & Founder
Something Imaginary
Architects



Arg. Avelino Oliveira,
Presidente da Ordem
dos Arquitetos



Dr. Jorge Rebelo
de Almeida,
CEO Vila Galé



Dr. José Manuel Santos,
Turismo do Alentejo
e Ribatejo



Dr. José Cardoso
Botelho,
CEO da Vanguard
Properties



GREEN MEDIA ASSINALA MÊS DA VISÃO COM MULTIOPTICAS NA ACADEMIA DO JOHNSON

Com o intuito de celebrar o Mês da Visão, e sensibilizar para a importância da saúde visual e para a sua prevenção junto dos mais jovens, a MultiOpticas realizou rastreios visuais às crianças da Academia do Johnson, na Amadora, com a presença dos dois embaixadores da marca, Dolores Aveiro e Fernando Daniel.

Os embaixadores da marca, Dolores Aveiro e Fernando Daniel, juntaram-se aos jovens da Academia do Johnson e partilharam as suas experiências e reforçaram a importância da Visão e a importância de “ter Visão” no dia-a-dia e, dessa forma, sensibilizá-los para o cuidado visual no dia-a-dia. Dolores Aveiro esteve presente ao lado dos jovens da equipa de futebol da academia, onde conversaram sobre a importância dos cuidados visuais para um bom desempenho no desporto. Em seguida, os embaixadores da marca abordaram a relevância

da visão no dia-a-dia de cada um e enfatizaram a importância de uma boa visão. Também destacaram a necessidade de conscientizar a comunidade sobre os cuidados necessários para tratar problemas de visão desde cedo, por meio de rastreios oculares precoces. Durante o evento, Tomás Pascoal, participante do The Voice Kids 2021, uniu-se a Fernando Daniel para sensibilizar os jovens membros do coro da academia sobre a importância do cuidado visual nas suas atividades.

Em simultâneo, a carrinha de rastreios da MultiOpticas esteve na academia, onde foram realizados rastreios visuais às crianças. Durante a ação foram oferecidos óculos graduados às crianças e jovens que necessitam de correção visual.



MultiOpticas 



Green Media está no TOP 5% Melhores PME de Portugal

Com base nas contas anuais (IES) e analisados os principais rácios de gestão económico-financeiros, a Green Media apresentou um Índice de Desempenho e Solidez Financeira “Excelente”, o que só é acessível a 5% das PME Nacionais.

Certificada pela SCORING, empresa de serviços nas áreas de gestão estratégica e financeira, estudos de mercado e de

formação, que a agência de comunicação reforça o empenho e compromisso que apresenta com os clientes, ao longos dos 18 anos de atividade.

No início deste ano a Green Media assinalou os 18 anos de atividade com uma nova imagem, um novo site e novos serviços.

Para além dos serviços de consultoria em comunicação e imagem, gestão de

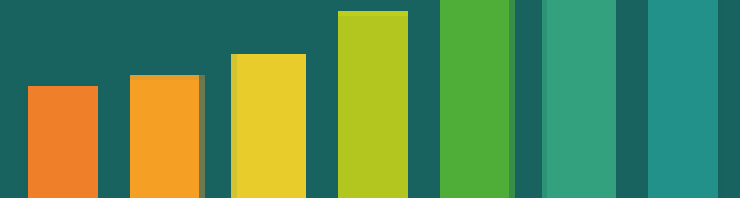
redes sociais e organização de eventos, a agência de comunicação disponibiliza, agora, novos serviços nas áreas de tendências, responsabilidade social e sustentabilidade.

A edição 2022 da certificação TOP 5% Melhores PME de Portugal, determina as melhores PME nacionais, em termos de desempenho e solidez financeira.

**TOP 5%
MELHORES PME
DE PORTUGAL**

Edição 2022

scoring®





Green Media promove Enoturismo na Vindima da Adega de Palmela

A Green Media reúne mais de 30 influencers e jornalistas da comunicação social para uma experiência de enoturismo na Adega de Palmela. Da vinha à Adega foram partilhados os processos que ocorrem antes do vinho chegar ao copo, numa experiência que assinala a época das vindimas.



No âmbito do lançamento do novo programa de Enoturismo, uma experiência com visitas guiadas, provas e degustações destinado aos amantes de vinho, a Adega de Palmela organizou uma iniciativa que visa dar a conhecer os processos que ocorrem antes do vinho chegar ao copo, numa experiência dedicada à cultura vinícola. Com uma experiência no terre-

no, os participantes foram convidados a vindimar às 09h00, onde foi oferecido um "Kit de vindima", para o corte dos cachos de uvas. Com os alguidares cheios de uva, foram servidos produtos regionais e os vinhos da Adega de Palmela, para acompanhar a atividade. De seguida foi a altura de ir em direção às instalações da Adega de Palmela, onde é demonstrado

o percurso da transformação da uva até chegar ao copo. Todos os visitantes foram convidados a experienciar a pisa a pé da uva, que é seguida do almoço na Cave de Barricas, com prova comentada dos produtos regionais e os vinhos da Adega de Palmela.

A ação contou com a participação de Wilson Honrado e a sua filha Maria, Sílvia Reis, Sara Branco e David Caldeira, a crítica Ilona Akulova, assim como da Revista Briefing, Revista Volta ao Mundo, do Jornal de Notícias, HiperSuper, O Turismo, Clube de Vinhos Portugueses, A Notícia, MUST, Trendy, Magazine Imobiliário e Do It!. A Adega de Palmela, marca de vinhos da Pe-

nínsula de Setúbal, representa um papel meritório e ativo na região, mantendo uma ligação afetiva e emocional no apoio à produção agrícola e vitivinícola. Atualmente, conta com cerca de 300 associados e mais de 60 anos de cooperativismo, tendo uma função social de relevo ao honrar o nome Palmela no mundo com os vinhos da sua marca.

A Adega de Palmela trabalha com a Green Media desde o lançamento da sua marca própria no mercado. Uma relação de vários anos.

Wilson Honrado e a Crítica Ilona Akulova foram algumas das caras conhecidas na experiência.



GREEN MEDIA COMUNICA NOVA LOJA MULTIOPTICAS NO AMOREIRAS SHOPPING COM NOVO CONCEITO E IMAGEM

Uma imagem renovada, que privilegia o atendimento personalizado e a exposição dos produtos MultiOpticas, é o novo conceito da loja da marca, no Amoreiras Shopping.



A GREEN MEDIA concebe a estratégia de lançamento da reabertura da loja MultiOpticas no Amoreiras Shopping.

A MultiOpticas, uma marca de ótica confiável entre os portugueses, celebrou a reabertura da sua loja no Amoreiras Shopping, localizada no piso 1. O evento de inauguração foi marcado pela presença de renomados embaixadores da marca, a atriz Inês Aires Pereira e o locutor e humorista Nuno Markl.

Com uma nova imagem e conceito, a loja renovada coloca um foco especial no atendimento personalizado e na apresentação dos produtos da marca. Com uma área total de 146 metros quadrados, dos quais 77.14 metros quadrados são dedicados à área de venda, a loja foi projetada visando a modernidade e a organização dos produtos para proporcionar uma experiência mais próxima e personalizada aos clientes. Segundo Sandra Silva, Diretora

de Marketing da EssilorLuxottica Retail Iberia, "A MultiOpticas continua a consolidar o seu compromisso de Cuidar da Visão dos Portugueses. Este ano, com dois embaixadores que nos explicam porque escolhem a MultiOpticas para cuidar da sua Visão. E vamos ter muitas mais surpresas ao longo do ano."

Com a reabertura deste novo espaço, a MultiOpticas reafirma o seu compromisso em oferecer aos clientes os melhores espe-

cialistas e os equipamentos mais avançados. A marca procura fortalecer a sua posição como um centro de visão de referência em todo o território nacional, combinando novas tecnologias, design e especialistas qualificados.



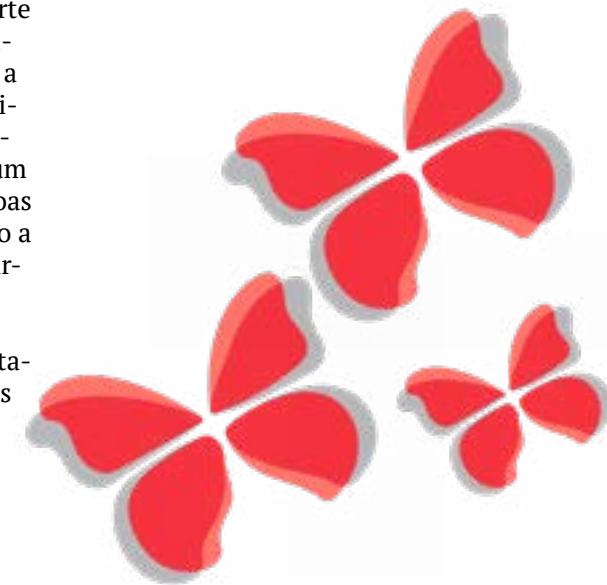


das Nações e Setúbal, “Vamos dar à Marta mais autoestima, queremos que se sinta melhor com o seu corpo e vamos lutar para isso. Acredito que vai ser um grande sucesso, porque sinto-a bastante motivada. Temos também o Jorge Pina que está aqui também para nos ajudar e em parceria iremos fazer certamente um trabalho muito bom que será um grande sucesso para as nossas clínicas e, sobretudo, para a Marta”. Jorge Pina, responsável da Associação Jorge Pina, salienta que “Estamos aqui para falar de saúde, bem-estar e emagrecimento. É claro que um emagrecimento acom-

panhado, tanto na parte da nutrição como na parte psicológica é muito mais fácil, porque por vezes o desporto só não chega. E este é o nosso trabalho, facilitar às pessoas um emagrecimento equilibrado. É importante a parte estética, mas também a parte mental. É por isso que estamos aqui hoje, para ajudar a Marta a encontrar um caminho até chegar ao seu objetivo e, por isso, é bom ter um acompanhamento de pessoas que são o número um como a Clínica Persona Portela-Parque das Nações.”

Através do donativo de tratamentos de emagrecimentos

totalmente personalizados, acompanhados por um Nutricionista, irá ser concretizado um tratamento de perda de peso com vista a recuperar a saúde, a imagem e autoestima de quem se compromete a melhorar a sua vida.



GREEN MEDIA LANÇA SEGUNDO EVENTO DE RESPONSABILIDADE CORPORATIVA DAS CLÍNICAS PERSONA

A Clínica Persona Portela – Parque das Nações segue com a segunda ação de Responsabilidade Social Corporativa, desta vez, em parceria com a Associação Jorge Pina.

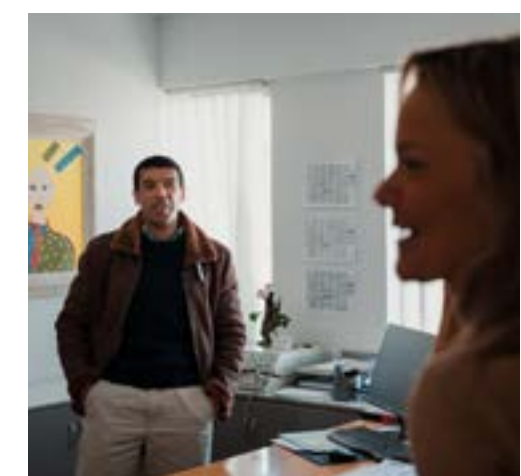
A Green Media, depois de ter sido a agência de comunicação que organizou o primeiro evento, que assinalou o arranque da estratégia de Responsabilidade Social Corporativa das Clínicas Persona em, mete na rua um **segundo evento** com o mesmo processo de emagrecimento, saúde

e bem-estar, desta vez, com uma pessoa referenciada pela Associação Jorge Pina.

O evento teve lugar na Clínica Persona Portela/Parque das Nações com a presença da responsável, Glória Morgado, e com a participação de Jorge Pina, presidente da

Associação Jorge Pina, que mostraram a importância desta parceria para um futuro equilibrado, uma maior autoestima e bem-estar de quem mais precisa.

Glória Morgado, Responsável da Clínica Persona Lisboa-Marquês, Portela-Parque





GREEN MEDIA PROMOVEU GREEN WEBINAR DA AEG

O Webinar que juntou especialistas da arquitetura, design de interiores e sustentabilidade AEG GREEN AFFAIR WEBINAR: Construção Sustentável.

Fernanda Pedro, Diretora Diário Imobiliário, Marlene Roque, da Ordem dos Arquitetos, Marisa Pires, Country Sales Head Electrolux, Paulo de Sousa, do Atelier Saraiva e Associados e Joana Beirão, fundadora do portal Portugal Faz Bem, foram as caras presentes no AEG GREEN AFFAIR WEBINAR: Construção Sustentável.

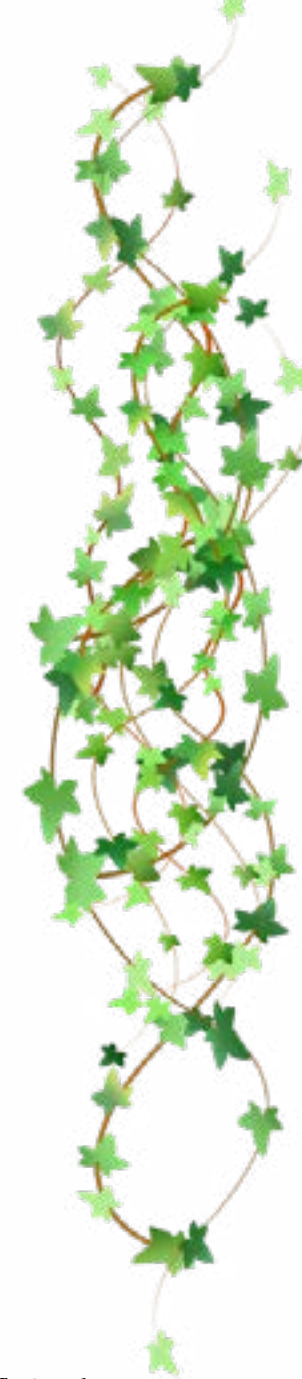
Com a interação de 170 participantes, evidenciando a impor-

tância do tema e a procura por conhecimentos nos setores da **arquitetura, design de interiores e sustentabilidade.**

No decorrer do evento, os oradores partilharam as suas visões sobre o tema do Webinar, a Construção Sustentável. Joana Beirão, realçou a importância da eficiência energética e da ecologia dos materiais na construção de cozinhas, enfatizando a necessidade de funcionalidade e fluidez no design para

promover comportamentos mais sustentáveis. Marlene Roque, falou no papel dos arquitetos na construção de cidades e edifícios orientados para o futuro, reforçando a importância de projetar de uma forma mais consciente e considerar o impacto a longo prazo. A arquiteta abordou ainda a necessidade de alterar as normas, de forma a incluir a responsabilidade do arquiteto no carbono incorporado desde a produção dos materiais.

Paulo de Sousa, refletiu sobre a ideia de uma cozinha sustentável, associando-a a uma vida mais sustentável. O Senior Partner do Atelier Saraiva + Associados, apontou a importância de manter a funcionalidade da cozinha para cozinhar e sublinhou a necessidade de eficiência funcional e social. Por fim, Marisa Pires, destacou a abordagem da empresa em relação à sustentabilidade, incluindo a eficiência energética dos seus eletrodomésticos. Além disso, refletiu sobre a redução significativa no consumo de recursos ao longo dos anos e mostrou preocupação com a reciclagem e o desmantelamento adequado dos eletrodomésticos no final das suas vidas.





GREEN LANÇA NOVA CAMPANHA INSTITUCIONAL APAL 2024

Infinitamente sustentável .2 foca os 4 setores de maior expressão do alumínio: Mobilidade, Construção, Energia, Indústria e Saúde. Trata-se da evolução do conceito de comunicação do ano passado que destaca a infinita reciclabilidade do alumínio para uma estratégia que inclui o alumínio em 4 setores diferentes, destacando o 4º como o momento da grande união do setor

A green media foi a responsável pela mais recente campanha da APAL - Associação Portuguesa do Alumínio e sobe um nível na amplitude e ambição da estratégia deste ano. Mais difícil uma vez que deriva da campanha do ano anterior, a nova estratégia faz a evolução perfeita do conceito do ano passado e abraça três novos setores de atividade – os que estão no topo do consumo e utilização do alumínio. “Uma energia infinitamente renovável exige um material infinitamente reciclável”, “As

suas janelas vão durar mais. E o planeta, infinitamente mais”, “Quando a viagem de carro chega ao fim, a do alumínio continua” e “O nosso planeta é só um. Ainda bem que as aplicações do alumínio são infinitas.”, são as principais mensagens representadas na nova campanha da associação. Esta campanha intensifica a infinita reciclabilidade do alumínio através da utilização do símbolo infinito como fator de diferenciação que reforça a circularidade da utilização do material. Em destaque

está a durabilidade, leveza, preservação da qualidade do ar e o facto de o alumínio não ser inflamável, promovendo, assim, a sustentabilidade e uma economia baseada na circularidade. Com o tema das alterações climáticas cada vez mais emergente na agenda, a adequação do edifício em Portugal deve ter em conta a previsão do Plano Nacional e da Península Ibérica e em conformidade ajustar decisões. A forte resistência que o alumínio tem nomeadamente no

âmbito do comportamento e reação à inflamabilidade dos materiais é por este motivo uma característica extra que este ano entra em campanha. Com espaço próprio e referência a sublinhar esta particularidade a estratégia procura dar lugar e reflexão sobre esta característica que em Portugal tem todos os anos dado que falar.

Assim como a importantíssima mais valia da qualidade do ar e o comportamento que os vários materiais têm quando expostos durante algum tempo a elevadas temperaturas. O resultado da performance do alumínio é o mais seguro e como tal não poderíamos deixar de enquadrar com a devida relevância nomeadamente nos espaços e instalações em construção e reabilitação só na área de saúde.

Um Vídeo, 4 novos anúncios de imprensa e vários carrosséis para marketing digital são os novos suportes visíveis da campanha APAL 2.0, reforçados por novos canais de comunicação – duas newsletters mensais e um novo canal de podcast CONVERSAS DO ALUMÍNIO.

Com o lançamento da campanha o ano passado, **Alumínio Infinitamente Reciclável**, a APAL desencadeou múltiplas ações de sensibilização para a sustentabilidade, com foco nas vantagens da utilização do alumínio como material circular em diversos setores. Neste sentido, este projeto contribui para definir uma construção mais sustentável ajudando a atingir uma economia circular no setor.



