



**José Robalo**

Presidente da ANIL – Associação Nacional dos Industriais de Lanifícios

## A IMPORTÂNCIA DA APLICAÇÃO DO PRR E DO PORTUGAL 2030

Como é do conhecimento geral as eleições legislativas, que tiveram lugar no passado dia 30 de janeiro de 2022, deram uma inesperada maioria ao Partido Socialista.

Esta maioria política que governará Portugal nos próximos quatro anos, é de extrema importância para o nosso futuro, porque neste futuro imediato Portugal será “inundado” pelo dinheiro que virá da tão famosa e esperada Bazuca, e do próximo quadro comunitário de apoio 2030. Como todos sabemos, foi o Governo do Partido Socialista, que agora viu reforçada a sua representação parlamentar, que negociou com a Comissão Europeia as condições destes apoios financeiros. Assim, tendo em conta que possui um apoio parlamentar maioritário, terá toda a liberdade para gerir os programas de apoio à nossa economia não tendo de fazer qualquer cedência à oposição.

É pois, de importância vital, que não desperdicemos esta oportunidade para, com esta ajuda financeira, tirarmos o nosso país da cauda da Europa relativamente ao desenvolvimento económico.

Sem querer ser pretensioso, gostaria de apresentar algumas linhas gerais que, sem as quais, temo verdadeiramente pelo sucesso destes programas:

- Os fundos (PRR e 2030) deverão, na sua grande maioria, contemplar projetos de empresas, independentemente de serem grandes, médias ou pequenas, pois só com o apoio a todas as empresas que operam numa economia de livre concorrência teremos capacidade de desenvolver e fortalecer a nossa economia.

- As regras de apoio deverão ser claras, sem subjetividades, para que a sua aplicação seja simples e transparente.

- A carga burocrática deverá ser mínima. O que se tem passado em programas anteriores é que a carga burocrática exigida é de tal forma exagerada e, em alguns casos, tão absurda, que, na prática, funciona como um desincentivo para as empresas apresentarem candidaturas.

Se continuarmos com o mesmo *modus faciendi* iremos certamente cair nos mesmos erros de programas anteriores em que os fundos financeiros postos à nossa disposição apenas serviram, em formas mais ou menos encapotadas, para financiar o Estado.

Este expediente até poderia ser uma opção como motor da economia, mas acontece que a nossa gestão pública (salvo algumas raras exceções) é, na sua maioria, muito má e os seus investimentos são quase sempre geradores de prejuízos, alimentadores de ineficiências e instrumentos para distribuição de benesses às máquinas partidárias.

A continuarmos insistindo nos mesmos erros, não vejo outro futuro que não seja prosseguirmos a nossa marcha para uma economia cada vez menos competitiva e em que para alimentar este Estado parasita já hoje os portugueses e as empresas têm de trabalhar mais de seis meses por ano. **T**



**Alexandra Cruchinho**

Professora da Universidade Lusófona, Investigadora do CICANT e Diretora da área de Design de Moda

## A MODA E O CINEMA – UMA RELAÇÃO DE SEMPRE E PARA SEMPRE

A Moda e o Cinema estão intrinsecamente ligados desde o século passado e ambas retiram importantes frutos desta ligação. Se, por um lado, o criador procura inspiração no cinema para desenvolver as coleções que irá apresentar em *passerelle*, por outro, o cinema procura reforçar narrativas através da escolha de figurinos perfeitos e totalmente ajustados a cada uma das personagens.

Ao longo do tempo, os criadores e as grandes marcas foram encontrando na sétima arte uma forma de expressão pois, vestindo atrizes e atores, conseguiram eternizar as suas propostas. Um dos grandes exemplos desta relação entre moda e cinema é o célebre vestido preto - *the look of black* - que Audrey Hepburn usou em *Breakfast at Tiffany's*. Enquanto ícone do cinema, Audrey ditou tendências. James Dean é outro caso paradigmático da influência do cinema na forma de vestir do comum cidadão. A combinação de t-shirt branca e jeans que o ator usou no clássico “Rebel Without a Cause” rapidamente se tornou uma tendência que marcou a década de 50 e inspirou jovens e adultos.

Em Portugal, esta relação é pouco explorada, no entanto, o seu potencial é enorme. Quando uma atriz ou um ator veste uma proposta de figurino está a comunicar. Como dizia a figurinista, pintora e cenógrafa Vera Castro: um bom figurino descodifica estados de alma, desvenda caracteres, revela níveis social e consegue transportar-nos para outras épocas ou lugares. Um bom figurino funciona como na gramática funcionam uma metáfora ou uma alegoria.

Mais do que um look assinado por um grande nome da moda ou por uma marca internacional de referência, o figurino é uma parte integrante da narrativa. Na verdade, as atrizes e os atores vestem um conceito, uma história. Veja-se o caso de José António Tenente, Story Tailors, Dino Alves, Katty Xiomara, entre outros criadores nacionais, que já estão a deixar a sua assinatura no cinema, no teatro, no ballet e no mundo do espetáculo.

Entre realizadores e encenadores já é reconhecida a importância do figurino enquanto elemento fundamental na construção e na comunicação de uma narrativa. Este é agora, o grande desafio do Design de Moda: adotar uma nova abordagem ao nível da criação de figurino.

Ensinar Design de Moda sem ter em conta o desafiante campo da criação de figurinos é desaproveitar não só um terreno fértil para a evolução dos estudantes, como é descuidar uma área de atividade profissional com imenso potencial de crescimento.

É com esta realidade em mente que a Universidade Lusófona concebeu uma formação em Design e Produção de Moda que, entre outros objetivos, procura explorar a dinâmica entre a Moda e o Cinema, ou não tivesse esta universidade um dos mais renomados cursos de Cinema de Portugal. A coabitação de Moda e Cinema num mesmo espaço académico, potencia sinergias e projetos multidisciplinares em comum que irão ampliar o âmbito criativo e de emprego dos futuros designers de Moda *Made In Lusófona*. **T**