

# Povo da Beira

13 de fevereiro de 2019 | Ano XXIV | Edição 1297 | Semanário Gratuito | Sai à 4ª feira | Diretor: João Tavares Conceição | Siga-nos no [facebook](#)

## Boom Festival distinguido pela sexta edição consecutiva com o prémio de sustentabilidade

O Boom Festival foi distinguido, pela sexta edição consecutiva, com o prémio "Outstanding Greener Festival Award 2018", uma iniciativa internacional que tem como objetivo premiar eventos exemplares para a indústria através das suas práticas de sustentabilidade.

P.13



### Desporto

Campeonato de Portugal

## Albicastrenses caem para a 3.ª posição; Sertanense mantém-se fora da Zona de Despromoção

Empate nas Caldas da Rainha vale ao Benfica e Castelo Branco queda na tabela classificativa. Sertanense está a dois pontos da Zona de Despromoção. Nenhuma equipa do distrito venceu - três empates e uma derrota.

P.18-19

## USCB diz que rejeição da abolição de portagens demonstra desprezo pelo interior

A USCB refere que "a votação negativa" na Assembleia da República, não os fará esmorecer e que vem reforçar a importância da Acção Pública convocada pela Plataforma Pela Reposição das SCTU na A23 e na A25 para o próximo sábado, dia 16 de fevereiro, pelas 15:30, em Castelo Branco.

P.02

### Castelo Branco

## Bordado de Castelo Branco presente na Moda Madrid

A presença no evento de moda para profissionais, resulta de um convite da Associação Selectiva Moda.

P.06

### Castelo Branco

## Detenção por posse ilegal de armas e material de guerra

O homem, de 37 anos, foi constituído arguido e sujeito à medida de coação de termo de identidade e residência.

P.12

### Oleiros

## Município combate vespa das galhas do Castanheiro

O método mais eficaz de combate à vespa é a luta biológica que consiste na largada dos parasitoides.

P.17

## Povo da Beira

Perto de si, Próximo da região

☎ 272 324 432 ☎ 962 220 549

✉ publicidade@povodabeira.pt  
redacao@povodabeira.pt

XVII FESTIVAL

## AZEITE E FUMEIRO

2 E 3 DE MARÇO 2019

PROENÇA-A-VELHA  
IDANHA-A-NOVA



## Brincar pode ser um bom negócio

Por **Cristina Granada**

Quando o mundo dos negócios toma uma opção, e a defende, isso revela frequentemente vários interesses em presença.

Aprendemos na escola (ou na vida) que as decisões que satisfazem vários interessados, se não agudizarem de mais a cobiça de uns, e desvalorizarem o proveito de outros, são as mais duradouras.

No que concerne ao mundo dos negócios (do fazer) acrescentaria que tudo aquilo que consiga manter respeitados os direitos humanos, equilibrada a sustentabilidade ambiental, e estimulado cada qual para a superação individual e coletiva, é positivo.

A publicidade é um dos suportes mediáticos mais apelativos. Tem como finalidade (comumente aceite) chamar a atenção do consumidor para um produto, fazer-lhe desejar esse produto e levá-lo a adquirir-lo. As mensagens publicitárias são geralmente muito poderosas.

Habituada a investir apenas naquilo de que necessito, sou como qualquer outra pessoa interpelada pela publicidade, que me desperta para situações por vezes menos próximas do meu quotidiano. Esta semana fiquei muito feliz com uma publicidade que ouvi na rádio, pela manhã, no horário da deslocação casa-trabalho, no mesmo horário em que milhares de pais e mães se deslocavam igualmente com os seus filhos, nos seus automóveis, na sua peregrinação diária.

Esse anúncio, que dificilmente saberia reproduzir, publicitava, em nome de uma marca de brinquedos,

que as crianças aprendem melhor quando brincam. Que os pais devem comprar mais jogos que lhes permitam brincar/ jogar mais com os seus filhos. Que a função lúdica de um brinquedo que envolva pais e filhos tem mais valor porque possibilita a socialização, a capacidade de aceitação do outro e a criatividade. Simultaneamente, facilita o desenvolvimento de mecanismos mentais de argúcia e de capacidade de planificar com estratégia.

Ouvir assim ecoar este pensamento relativamente ao bem fundado do "brincar" para desenvolver na criança as suas aptidões de compreensão e interpretação do mundo, deixou-me surpreendida. No universo infantil o brincar contribui para aumentar a imaginação e a criatividade, ao mesmo tempo que predispõe para a sociabilidade na infância. Assim, se por um lado, depreendo que o mundo dos negócios ao evidenciar esta atitude generosa investe em algo que lhe trará retorno: o amor dos pais pelos filhos que os levará a comprar os brinquedos sugeridos. Por outro lado, compreendo que esta indústria representa um dos sectores mais produtivos em termos de retorno económico e desenha objetivos de proveito. Ousaria acrescentar que, mesmo se não houvesse dinheiro para se comprar aquele brinquedo para a criança, importante seria deixar-lhe tempo livre para brincar, podendo esse tempo ser aproveitado por toda a família.

PUBLICIDADE



Av. Dr. Alfredo Mendes Gil - Casa Gascão 6230 - 287 Fundão  
Telef.: 275 753 800 - 275 753 999 Email: falarcomrcb@gmail.com

# Bordado de Castelo Branco presente na Moda Madrid



**A parceria, que existe há quatro anos, assume-se como a mais importante acção de promoção e inovação deste produto identitário do concelho e da Região.**

O Bordado de Castelo Branco esteve pela primeira vez na Moda Madrid (MOMAD'19). A presença do Bordado de Castelo Branco, nesta importante mostra de moda para profissionais, resulta de um convite da Associação Selectiva Moda, parceira da Câmara Municipal no projecto Castelo Branco Moda.

A parceria, que existe há quatro anos, assume-se como a mais importante acção de promoção e inovação deste produto identitário do concelho e da Região.

O stand do Bordado de Castelo Branco na MOMAD'19 mostrou – para além de uma tradicional Col-

cha de Bordado de Castelo Branco, que atraiu a atenção da generalidade dos buyers e profissionais da área -, os coordenados produzidos por designers de moda portugueses (Alexandra Moura, Luís Buchinho, Story Tailors, Katty Xiomara, Pedro Pedro e Hugo Costa) e de vencedores do concurso nacional "O Bordado de Castelo Branco na Moda", igualmente promovido pela Autarquia (Catarina Moreira/ Pedro Rocha e Brígida Ribeiros).

Na cerimónia de inauguração marcaram presença no stand do Bordado de Castelo Branco o presidente da Associação Selectiva

Moda, Manuel Serrão, o director-geral da Associação Têxtil e Vestuário de Portugal, Paulo Vaz, e o delegado da AICEP na Embaixada de Portugal em Espanha, Luís Moura.

Destaque, ainda, para o facto deste projeto de promoção e divulgação do Bordado de Castelo Branco contar, nos últimos anos, com a colaboração direta do Instituto Politécnicos de Castelo Branco, nomeadamente através da Escola Superior de Artes Aplicadas (ESART) e da coordenadora da Licenciatura em Design de Moda e Têxtil, Alexandra Cruchinho.

## Sector Agroalimentar

# InovCluster e CATAA revelaram 10 Tendências para 2019

O CEI – Centro de Empresas Inovadoras, em Castelo Branco, recebeu, no dia 11, a apresentação das 10 Tendências Alimentares para 2019.

Esta sessão abordou também as tendências ao nível das embalagens alimentares e ainda a potencialidade das novas tendências abrirem portas para novos mercados, temas com elevada relevância para o tecido empresarial do sector agroalimentar.

António Moitinho Rodrigues, director científico do CATAA, lembrou que "a alimentação é importante" e que "o consumidor é cada vez mais esclarecedor".

"Dizem que a alimentação nos primeiros mil dias de vida é fundamental para ter sucesso na vida. Nem sempre comemos bem, pretendemos sensibilizar os jovens a comer bem desde o início", explicou.

A apresentação das 10 Tendências Alimentares para 2019 ficou a



cargo de Susana Caio, da InovCluster, e Sara Martins, do CATAA. A seleção das mesmas, segundo as oradoras, foi feita através de uma base de dados internacionais.

As 10 Tendências, segundo o estudo, são a Sustentabilidade; Artificial: Inimigo Público Número 1; Procura Mais Verde; Novas Alternativas; Sem Sacrificios; Longevidade com Qualidade; Aventura Sensorial; "Hora de Petiscar"; Pronta, mas Premium; e Diversificar na Distribuição.

Após o conhecimento das tendências para 2019, João Martinho, da InovCluster, explicou os Novos Mercados, que emergem no sector agroalimentar.

A Alemanha lidera a lista, seguida dos Mercados Nórdicos – Dinamarca, Finlândia, Noruega e Suécia – sendo o Japão também um mercado emergente.

No final das apresentações, realizou um coffee networking, em que os presentes puderam trocar ideias e contactos.