



# Catarina Portas

Empresária e jornalista

TEXTO  
ANA DUARTE MONTEIRO  
Recursos Humanos Magazine  
ana.monteiro@rhmagazine.publ.pt

FOTOS  
PIX MIX

**A sua actividade, quer enquanto profissional liberal quer como empreendedora e cívica, tem sido muito diversificada em termos de campos de actuação e interesses. É jornalista desde 1988, tendo começado a sua actividade profissional como jornalista na Correio da Manhã Rádio...**

Comecei muito cedo, por estar por ali, que por acaso era o sítio certo no momento certo. Esse sítio era *O Independente*, um jornal que então começava, a querer ser diferente de tudo o que existia, dirigido pelo Miguel Esteves Cardoso e o Paulo Portas, meu irmão. Eu tinha 19 anos e queria ser chapeleira de alta-costura, mas rondava os amigos metidos nessa aventura e, no meio do sufoco, alguém disse: “Faz tu!”. E eu comecei a escrever. Eu estava a aprender mas não era grave, estávamos todos. Depois candidatei-me à CMR, pensando que se queria de facto ser jornalista talvez fosse melhor ir para um sítio onde não conhecesse ninguém, onde me julgassem primeiro pelo meu trabalho. Dirigida pelo Rui Pego, era uma rádio nova e agitada e aí fiz programas dedicados à música francesa ou à moda e amigos que ficaram para sempre, como a Margarida Pinto Correia ou o Rui Vargas. Ia mantendo uma colaboração com *O Independente*; foi graças a isso que a Maria Elisa me convidou para redactora da *Marie Claire*, então nos primeiros números. Aí se deu a minha verdadeira formação, numa revista mensal onde pude fazer de tudo, com tempo para a investigação, ao longo de dois anos e meio: entrevista, reportagem, *shoppings*, até culinária. Em 1991, ganhei os dois Prémios Revelação de Jornalismo, o *Gazeta* e o do Clube Português de Imprensa, com reportagens publicadas na *Marie Claire* sobre Braga e o Rui Reininho. Só então a sempre insegura autodidacta sossegou um pouco e ganhou alguma confiança... Ter a coragem de deixar a *Marie Claire* para experimentar outros meios e aprender mais foi a consequência.

**Em que ano ingressou na RTP?**

Em 1992, dei o salto para a televisão. A RTP contratou um grupo alargado de jo-

vens jornalistas, para colmatar o êxodo de profissionais para as televisões privadas que nesse ano começaram a emitir. Comecei pela informação diária, durante um ano, como jornalista de sociedade e cultura do *24 Horas* e *Telejornal*. Foi um tempo muito excitante, em que aprendi muito, sobre o profissionalismo no meio do caos reinante na informação diária, por exemplo.

**Qual dos programas em que foi co-autora e co-apresentadora foi o mais gratificante para si?**

A informação diária foi um excelente treino, mas frustrava-me o imediatismo do trabalho. Foi com a Manuela Moura Guedes, quando ela deixou a apresentação do *Telejornal*, que me estreei noutra género de programas como o *Raios e Coriscos*, uma tentativa mais solta de tratar alguns temas de sociedade. Depois foi o *Frou-Frou*, um programa de olhar feminino com uma bela equipa e, na RTP2, o *Falatório/Juventude* e o *Onda Curta*, dedicado às curtas que então se começavam a afirmar. Por último, o *Sofá Vermelho*, na SIC, foi certamente aquele que me deu mais gozo, pois o resultado final foi o mais parecido com aquilo que tínhamos imaginado de início, o que, em televisão, com tantos intermediários e circunstâncias, não é fácil. Infelizmente, a SIC desrespeitou o acordo com o MC, desprogramando estes pequenos três minutos do *prime time*. Mas quando isso acontecia, não era raro os livros esgotarem – foi uma tentativa de falar de livros, de transmitir a vontade de ler um livro, como uma actividade normal e quotidiana que funcionava.

**A partir de 1997 começou a apresentar programas ligados ao cinema. Foi por essa altura que nasceu a paixão pela sétima arte?**

Sempre gostei de cinema. Durante os últimos anos de liceu, saía das aulas e rumava diariamente para a sessão das 18h30 min da Cinemateca. O gosto pelo cinema, temo-lo todos na família, por culpa do meu pai, crítico de cinema na sua juventude e fervoroso cinéfilo. Após uma ida ao Festival de Curtas de Vila do Conde, pressionando a dinâmica do género, candidatei-me a apresentar o *Onda Curta*. Já então me aproximava do documentário, trabalhando com a Filmes do Tejo, da minha amiga Maria João Mayer, no desenvolvimento de projectos de ficção e documentário.



**Qual foi o filme ou documentário em que teve um papel fundamental e que mais a apaixonou?**

O filme que me decidi a mudar a minha vida e dedicar-me ao documentário foi uma média-metragem do Luis Buñuel chamada *Les Hurdes*, filmada numa aldeia espanhola miserável. Até hoje, esse filme motiva uma das discussões fundamentais do documentário: a cabra caiu ou foi atirada da montanha? Até que ponto um realizador documental interfere naquilo que filma? Duas razões pesaram também nessa atracção: constatar que a ficção estava cada vez mais formatada e previsível; acreditar, como sempre, que a realidade é muito mais fascinante e inesperada que a ficção. Queria juntar jornalismo e cinema, aperfeiçoando a forma de olhar e contar.

**Em 2001 recebeu, com o filme *Bruta Flor do Querer*, o Prémio Melhor Curta-metragem Documental e o Prémio dos Cineclubes.**

**Qual a importância que atribui a estas duas distinções?**

Fazer o filme é que foi importante. É apenas um exercício de escola, estava a fazer um curso de documentário nos *Ateliers Varan* em Paris e esta curta era o trabalho final. Filmado numa loja de cartazes de cinema originais em Paris, convivendo com os colecionadores que a frequentam – verdadeiros cinéfilos feticistas. Digamos que é um filme sobre o amor pelo cinema, um certo tipo de amor – pareceu-me o tema adequado a um primeiro filme. Queria continuar pelo cinema, ainda fiz mais umas pequenas coisas mas, enquanto esperava conseguir montar os ▶





A verdade é que só sei fazer aquilo em que acredito, mesmo



meus projectos e me ocupava numa intensa investigação, proposta pelo realizador João Maia para um filme sobre o António Variações, surgiu a ideia que viria a dar n'A Vida Portuguesa...

#### Tem tido também colaboração dispersa por vários jornais e revistas...

Fui *freelancer* durante quase toda a minha vida profissional como jornalista, numa constante tentativa de conciliar sobrevivência e aventura. Na televisão ganhava bem e isso permitiu-me levar avante outros projectos mais pessoais, como o livro sobre Goa, com a fotógrafa Inês Gonçalves, um trabalho fulcral na minha vida. Várias vezes na vida poderia ter-me acomodado num emprego seguro, mas nunca foi uma opção para mim, apesar de essa relativa insegurança de profissional liberal ser muitas vezes difícil de viver no quotidiano. A verdade é que só sei fazer aquilo em que acredito, mesmo. Talvez uma herança de ter iniciado a minha vida profissional em projectos novos e até inovadores, extremamente voluntariosos, em que acreditávamos poder mudar qualquer coisa (*O Independente*, a *CMR*, a *Marie Claire*, mas também a *ModaLisboa*, nas suas primeiras edições, para quem fiz o Gabinete de Imprensa). No meio de tudo isto, ia colaborando aqui e ali para pagar as contas. Escrever crónicas, num registo mais pessoal, nunca me passou pela cabeça – para mim, jornalismo era ouvir os outros, não ouvir-me a mim. Mas o

*Público* desafiou-me e, nos últimos anos, já afastada do jornalismo activo pel'A Vida Portuguesa, a crónica *Feira da Ladra* foi uma maravilhosa surpresa, permitindo-me observar, reflectir, consolidar ideias e até conduzir alguns combates, alertando para as situações críticas que então viveram o Museu de Arte Popular e a Bordalo Pinheiro. Deixei estas crónicas no ano passado, por se ter avolumado a actividade empresarial. Mas tenho saudades.

#### Em que contexto surgiu o projecto Uma Casa Portuguesa?

Estava com pouco trabalho, esperando a viabilidade de projectos de cinema, e comecei a imaginar livros que também gostaria de fazer. Pensei num livro sobre a vida quotidiana em Portugal no século XX, que tanto influencia o país que somos e que a minha geração tanto desconhecia (as coisas mudaram entretanto, levantou-se a tampa do alçapão do passado, ainda bem). Lembrei-me de fotografar uma despensa de época e de um *shopping* que tinha feito para a *Marie Claire*, baseado nas crónicas *A Causa das Coisas*, do Miguel Esteves Cardoso, com esses tais produtos antigos que ele glosava no *Expresso*. E quando comecei a investigar as marcas, fábricas e produtos antigos portugueses confirmei que uma quantidade de produtos ainda existia com embalagens originais (dos anos 20 a 60 do século passado, pois tivemos um mercado muito fechado e pouco concorrencial durante o

regime salazarista). Mas também percebi que muitos destes produtos, face a novos concorrentes importados, estavam a desaparecer rapidamente. Ora, eu sempre lhes achei graça, como relíquias do quotidiano do país. O primeiro impulso foi essencialmente egoísta: eu não queria que eles desaparecessem. E comecei a fazer um exercício de imaginação. Como tornar apelativos estes produtos para um novo público? Imaginei agrupá-los em caixas temáticas, com um livrinho que lhes constasse as histórias. Poderia ser este *design* histórico do quotidiano, tão ingénua e divertido, uma vantagem no mundo actual, onde o *design* está tão (sobre)valorizado? Seria possível passar estes produtos quase esquecidos nas drogarias e nas mercearias para um outro mercado, o das lojas de *design* e de museus? E, graças a esse novo público, valorizar e ajudar a salvar a manufatura portuguesa? Funcionou.

#### O seu trabalho de pesquisa foi certamente bastante exaustivo, atendendo à variedade de fabricantes, marcas e produtos...

Como jornalista, descobri subitamente toda uma área que estava por explorar. Ao longo dos últimos anos, pesquisámos, do norte ao sul de Portugal, produtos genuínos, de criação nacional. E é um trabalho que não se dá por concluído, continua permanentemente. Começámos por bater à porta das fábricas, mas também descobrimos, pelo caminho, pequenas empresas familiares e artesãos individuais que con-



tinuam a reflectir um saber-fazer e uma forma de viver tipicamente nossos, que importa preservar e estimar, pois estes produtos são nossos, estes produtos somos nós.

**Como amadureceu o projecto até chegar à marca A Vida Portuguesa, com a loja de vendas ao público na Rua Anchieta e toda a organização que requer uma estrutura desta envergadura?**

Falei da ideia a várias pessoas e uma amiga minha interessou-se. Fomos às fábricas e fizemos as primeiras caixas da marca Uma Casa Portuguesa no Natal de 2004 para a Mousse, uma loja de *design*. Correu tão bem que percebemos que tinha pernas para andar. Aperfeiçoámos o produto e, graças a uma parceria com a Saboaria Confiança, fomos a uma feira internacional importantíssima, a Maison et Objet em Paris. Vendendo para lojas como a Conran Shop ou a Designer's Guild em Londres, tornou-se claro que a apetência era mais do que local e nostálgica. Mas, em 2007, a sociedade não corria bem e decidi recomeçar tudo sozinha. Em Maio de 2007 nasceu A Vida Portugue-

sa, um nome mais limpo de conotações e também mais abrangente e adequado a um projecto mais vasto. E já com loja no Chiado.

**Os compradores destes produtos exclusivos são sobretudo pessoas de gerações mais antigas numa lógica de redescoberta e revivalismo ou consegue atrair outros públicos?**

Não há gente mais diversa que a nossa clientela. São lisboetas mas também portugueses de todo o lado ou estrangeiros, sejam turistas ou moradores em Portugal. O nosso conceito é amplamente democrático tal como os produtos que vendemos: atendemos novos e velhos, pobres e ricos, modernos e conservadores. E temos imenso orgulho nisso.

**Dado que muitos dos produtos tinham sido descontinuados e algumas das empresas fabricantes estavam parcialmente extintas, como é que conseguiu que se voltassem a reeditar estes produtos?**

Pesquisei, em várias áreas, produtos com pelo menos 30 ou 40 anos de vida, de preferência tendo mantido as suas embala-

gens originais ou continuando a inspirar-se nelas (esse *design rétro* pareceu-me ser a melhor porta de entrada no mercado do *design*) e conservando ainda na sua produção uma parte importante de manufactura. Depois, escolhi aqueles que me pareciam fazer sentido para um público contemporâneo curioso e com vontade de diferença. Com o tempo, fui criando uma relação de cumplicidade com algumas fábricas, conhecendo os seus arquivos. Daí, surgiram ideias para reeditar, mais ou menos fielmente, alguns produtos, como os sabonetes exclusivos que desenvolvemos com a Confiança e a Ach. Brito, por exemplo, recuperando rótulos antigos descontinuados mas lindíssimos. Ou as oito embalagens históricas de lápis Viarco, as andorinhas Bordalo Pinheiro ou, ultimamente, uma edição de cadernos da Emílio Braga.

**A loja da Rua Anchieta é a única ou tem mais representações?**

A loja da Rua Anchieta já não está sozinha. Em Novembro de 2009 abriu a segunda A Vida Portuguesa, no Porto, na Rua Galeria de Paris. Também já há uma ▶



## Catarina Portas

### Habilitações literárias

- 2008: Curso de pós-graduação em Gestão Empresarial pelo Nova Forum - Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa
- 2001: Estágio de iniciação à realização de documentários nos *Ateliers Varan*, em Paris
- 1997-1998: Curso de Especialização para Técnicos Editoriais na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa
- 1992: Curso de Verão na Graduate School of Journalism da Universidade de Columbia, em Nova Iorque
- 1987: *Baccalauréat série Lettres/Langues* no Lycée Français Charles Lepierre

### Actividade empresarial

- 2009: Projecto "Quiosque de Refresco": nova marca e nova empresa, em sociedade com João Regal, para a exploração de três quiosques históricos municipais em Lisboa.
- 2007-2008: Projecto "A Vida Portuguesa": nova marca "A Vida Portuguesa" e nova empresa Passos em Volta, Unipessoal Lda.; abertura da primeira loja no Chiado (2007).
- 2004-2006: Projecto "Uma Casa Portuguesa", por Preceitos e Conceitos Lda., sociedade em parceria com Isabel Cristina Haour; abertura do Bazar Português de Natal/Loja da Atalaia (2005); revenda para todo o país e fornecimento de encomendas para empresas (2006).

### Comunicação

- 2003-2004: Coordenadora de Comunicação no Instituto das Artes do Ministério da Cultura.
- 1991-1992: Responsável pelo Gabinete de Imprensa da 1.ª e 3.ª edições da ModaLisboa.

### Imprensa escrita

Colaborações para vários jornais e revistas, esporádica ou regularmente: suplemento P2 do jornal *Público* (desde Fevereiro de 2007), *DNA*, *O Independente*,

*Já*, *Vogue España*, *Rotas & Destinos* (desde 1996), *Diário de Notícias* (1993-1995), *Marie Claire* (1989-1992), caderno *Vida de O Independente* (1988).

### Televisão

Co-autora e apresentadora dos programas *No Sofá Vermelho* (1999-2000) e *Onda Curta* (1997-1999); autora e apresentadora do programa *Falatório/Juventude* (1996-1997); co-autora e co-apresentadora dos programas *Frou-Frou* (1994-1995) e *Raios e Coriscos* (1993-1994). Foi ainda jornalista do *Telejornal* e *24 Horas* da RTP1 nas áreas de sociedade e cultura (1992-1993).

### Rádio

Jornalista na Correio da Manhã Rádio, autora dos programas *Sábado à Noite em Paris* e *Gabinete de Provas* e colaboradora do programa *Marie Claire*, na CMR e na Rádio Comercial (1988-1989).

### Cinema & documentário

Destacam-se os trabalhos enquanto co-argumentista do filme *Estou Além* (2005) e realizadora dos filmes *O Atelier*, *As Obras*, *As Palavras* (2004) e da curta-metragem documental *Bruta Flor do Querer* (2001). Participou em diversos júris nesta área (1996-2000): Prémio Nacional Revelação de Cinema Aurélio Paz dos Reis, Festival de Curtas-metragens de Vila do Conde, Bienal dos Jovens Criadores dos Países Mediterrânicos.

### Livros

É autora dos livros *Goa*, *História de um Encontro*, *Manto de Cêres*, texto para catálogo, e co-autora de *Olivais*, *Retrato de um Bairro*.

### Prémios

Recebeu diversos prémios, de onde se destacam o Prémio Melhor Curta-metragem Documental e Prémio dos Cineclubes, nos XII Encontros Internacionais de Cinema Documental, atribuído ao filme *Bruta Flor do Querer* (2001).

loja *online*, com a montra virada para o mundo ([www.loja.avidaportuguesa.com](http://www.loja.avidaportuguesa.com)). E recentemente estreámo-nos com lojas temporárias sobre uma temática específica: em Junho inaugurou A Vida Republicana na Cordoaria, em Julho abre também outra no Terreiro do Paço. Funcionam como complemento das exposições comemorativas do Centenário da República, reunindo produtos de época e outros exclusivos, criados expressamente para a ocasião. Funcionarão até Dezembro de 2010 e permitiram-nos investigar esse período da história de produto portuguesa. Pois, é que pelo consumo também é possível contar a história de um país.

### Revende também para outras lojas e para o estrangeiro?

Sim. Os nossos produtos adequam-se a lojas com perfis diversos, sejam elas de *design*, decoração, artesanato, *gourmet*, criação portuguesa contemporânea, livrarias, âmbito turístico, em museus e locais históricos, hotéis, etc. E fomos expandindo a nossa rede de pontos de venda, primeiro do norte ao sul do país e agora também alargada a Paris, Barcelona, Londres e Estados Unidos. Passando ainda pelo Pavilhão Português em Xangai, o MoMA de Nova Iorque e o do Japão. Somos uma loja que, por ser tão local, criou apetência global.

### Dos inúmeros produtos disponíveis, quais são os best-sellers?

A sombrinha de chocolate Regina tem um êxito imbatível, não há quem lhe resista. Mas também há outros produtos que se vendem muito bem, o ano inteiro: as andorinhas Bordalo Pinheiro, os sabonetes exclusivos Confiança, a lavanda Ach. Brito, a pasta Couto, o creme para as mãos Alantoíne, o lápis Tabuada da Viarco, o rapa e o pão, os chocolates Arcádia, etc. e tal.

### Muitos dos produtos e marcas remetem para o período do Estado Novo, época que muitas pessoas só lembram por serem tempos de ditadura...

Não posso concordar com essa associação. A maioria das marcas que vendo surgiu muitos anos antes de o Salazar ter assumido o poder e continua ainda hoje à venda, muitos anos depois de ele ter morrido. Quando me dizem que esta é uma loja de saudade, não concordo. Não é saudade, para mim é identidade. Existiram portugueses que teimaram em fazer bons produtos, ao longo do último século. É a essa gente criativa, perseverante e combativa, que presto tributo.

### Os negócios têm-lhe corrido de feição. Foi o sucesso experimentado com A Vida





**Portuguesa que a levou a avançar para o seu projecto mais recente dos quiosques de Lisboa?**

Quando me surgiu a ideia d'A Vida Portuguesa, comecei naturalmente a aplicar o mesmo modelo de pensamento a outros temas. Como pegar numa herança antiga e recuperá-la para os dias de hoje? Sempre gostei de quiosques e afligia-me ver tantos e tão bonitos fechados e degradados. Quando a Câmara Municipal de Lisboa colocou a concurso a concessão de três quiosques antigos no centro da cidade, desafiei o João Regal, da DeliDelux, para este projecto de recuperação. Os quiosques do Largo Camões, Príncipe Real e Praça das Flores foram integralmente recuperados e apetrechados para vender as bebidas frescas tradicionais lisboetas (em vez dos habituais e monótonos refrigerantes engarrafados): a limonada, o capilé, a groselha, a orchata, o leite perfumado. E a ginginha, claro. Sabores próprios e antigos, fresquíssimos, sem conservantes mas bem conservados porque recriados para os dias de hoje. Tudo em louça descartável e biodegradável (copos transparentes em PLA, amido de milho, em vez de plásti-

co). A preços acessíveis porque este é um espaço de todos, com esplanada, para desfrutar sem pressas.

**Como lhe surgiu o conceito dos quiosques?**

Sempre gostei de quiosques e causava-me tristeza passar por eles e vê-los fechados, ao abandono. Gosto de fazer este exercício de pegar numa coisa semi-esquecida e perceber como é que se pode adaptar aos tempos de hoje de uma forma interessante, preservando as suas características originais. E achei que seria engraçado recuperar os quiosques, com uma dose de chique e desfaçatez, para a sua função original.

**Qual tem sido a receptividade desta iniciativa?**

Tem sido ótima. Recentemente até lançámos um concurso de desenho para comemorar o primeiro aniversário, “Desenha-me um Quiosque”, e fomos inundados de participações, com uma qualidade incrível. E temos tido um ótimo *feedback* dos clientes, sobretudo das novas gerações que não conheciam muitos destes refrescos. Damos a provar e ficam rendidos.

**Para o lançamento deste projecto, contou com o apoio do arquitecto João Regal. É importante para si firmar parcerias e partilhar os sucessos e eventuais insucessos, tentando, dessa forma, minimizar os riscos?**

Acredito que juntos, quase sempre, fazemos melhor. Gosto de trabalhar em equipa, ter alguém com quem discutir ideias e assim enriquecer os projectos. Na marca A Vida Portuguesa e na loja de Lisboa sou totalmente independente, arrisco como quero, faço o que me parece certo, nem que seja apenas por instinto. Tenho essa liberdade e isso é importante para mim. Já a loja do Porto é uma sociedade com a Ach. Brito, uma marca local que admiro infinitamente, exemplar no seu percurso de recuperação recorrendo inteligentemente à sua história e arquivo, sabendo penetrar num mercado de nicho a nível global. Para a loja *online* fiz uma parceria com uma loja *online* já existente, a Feitoria, especialmente dedicada ao artesanato. Somos duas lojas gémeas, com o mesmo carrinho de compras e, juntas, temos mais de mil produtos disponíveis. Dividimos os nossos catálogos, não nos concorrenciamos e atraímos mais clientes. Nos Quiosques de Refresco, a parceria é muito comple- ▶



Nos negócios, não acredito demasiadamente num instinto ou forma feminina totalmente diferente de fazer as coisas. Mas acredito profunda e convictamente nas mulheres, na sua força, pragmatismo e agilidade



mentar. O João Regal é arquitecto, foi ele o responsável pela recuperação e adaptação dos Quiosques. Mas também tinha a experiência do DeliDelux, uma loja gastronómica que inclui cafetaria, e isso também foi uma mais-valia para o projecto. Quanto a mim, tive a ideia, fiz a investigação, desenvolvi e continuei a desenvolver o conceito, trato da comunicação. Em conjunto, decidimos tudo.

**Qual é presentemente o volume de negócios das diversas actividades empresariais em que está envolvida?**

No primeiro ano de funcionamento, em oito meses, os Quiosques de Refresco facturaram 520 mil euros. A Vida Portuguesa de Lisboa facturou cerca de 718 mil euros em 2009. A loja do Porto só abriu no final do ano, logo veremos. Sim, pegar em assunto e matéria portugueses pode ser um bom negócio.

**Quantas pessoas dependem directamente de si?**

Nos quiosques são 24. N'A Vida Portuguesa são dez em Lisboa e quatro no Porto. Ao todo, são 38 pessoas. Já é muita gente.

**Uma vez que continua a dispersar-se por várias áreas de interesse, é fácil para si gerir uma equipa de mais de 30 pessoas?**

Tendo bons gerentes, é mais fácil. Pessoas que compreendem o projecto, que cresceram com ele, que acreditam e se dedicam. Mas nada funcionaria se não fossem os profissionais aplicados que formam as equipas e vestem a camisola. Ou, neste caso, o avental. Sei que muitos dos que trabalham connosco sabem que o seu empenho faz a diferença na vida de muitos outros, nomeadamente aqueles que produzem, e acredito que esse sentido de comunidade é uma motivação forte para todos nós.

**Trata-se certamente de uma equipa jovem...**

**Que tipo de técnicas utiliza para as motivar?**

São equipas geralmente jovens, com várias excepções. Hoje, recebemos muitos CV de pessoas especialmente motivadas para trabalhar nas lojas d'A Vida Portuguesa e nos Quiosques, por se identificarem com o projecto e o conceito. É meio caminho andado. No recrutamento, privilegiamos pessoas com formação, mesmo que noutras áreas, com interesse, curiosidade e personalidade – muitas nunca venderam coisa alguma. Há quem tenha vindo da área do cinema, do teatro ou das artes plásticas, da antropologia ou do *design*, das relações internacionais ou da comunicação social. Talvez não fiquem a vida inteira connosco mas, enquanto estão, cada um com as suas características e

bagagem específica, são uma mais-valia para o projecto. Para mim, o essencial é que entendam a nossa missão maior: fazer com que gostemos dos nossos produtos e, dessa forma, contribuir para um país social, cultural e economicamente mais interessante. Sentirem-se parte de uma equipa dinâmica, cumpridora, implicada, solidária e divertida também ajuda, é claro. Para mim, tem sido uma felicidade conhecer e trabalhar com muitas destas pessoas. Quando nos reunimos no Natal, é frequente que compareçam alguns que já não trabalham connosco mas que ficaram amigos da vida, para além da "Vida". E isso é bom, muito bom.

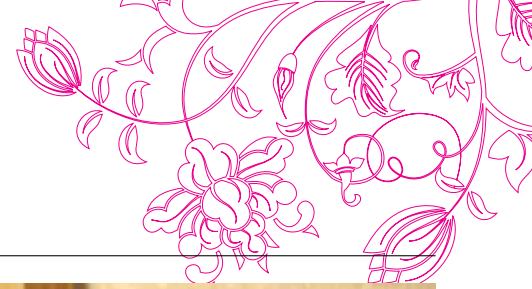
**Os seus colaboradores possuem algum tipo de formação específica sobre os produtos?**

Claro, isso é indispensável. A nossa principal missão é valorizar os produtos antigos e para isso é indispensável conhecê-los, saber-lhes as histórias e características. Temos materiais informativos, tanto n'A Vida Portuguesa como nos Quiosques, e pedimos aos novos "recrutados" que os leiam. Sempre que possível também conduzo visitas guiadas às novas equipas. E uns vão passando aos outros a informação. Existe um bom ambiente e espírito de camaradagem nas nossas equipas e isso, para mim, é fundamental.

**A formação para executivos que frequentou na Nova Forum (Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa) forneceu-lhe algumas ferramentas de gestão, designadamente no tocante à gestão de pessoas, que lhe tenham aberto novas perspectivas e a tenham ajudado a organizar e desenvolver as suas actividades empresariais?**

Eu tive uma ideia e por isso, de súbito, caí-me um negócio no colo. Na minha família





próxima não há qualquer ligação ao comércio. Não sabia como se faziam as coisas, quais eram as regras. Assim, à medida que me ia confrontando com os problemas, recorrendo à reflexão e ao bom senso (e à máquina de calcular, que hoje anda comigo para todo o lado), ia inventando soluções. Fui fazer o curso de gestão para verificar se estava a fazer tremendas e ingénuas asneiras. Descobri que não. E o que mais me interessou no curso foi perceber que há imensas formas diferentes de fazer as coisas. Pessoas, ideias e empresas com filosofias próprias e criativas, adaptadas a cada situação. Ou seja, que a imaginação pode ser uma excelente ferramenta de gestão. Para quem não sabia nada e inventou tudo com o que foi descobrindo, essa “autorização” deu uma certa segurança.

#### **Como consegue gerir as rotinas a que a actividade de empresária a obriga?**

O melhor que posso, mas nem sempre é fácil. Muitas corridas, muitos comboios, muitos dias compridos, algumas agendas sobrepostas e atrasos também, infelizmente. Para quem acredita que tem uma natureza mais contemplativa que activa, nem sempre é fácil. Mas se é preciso fazer, alguém tem que se apresentar ao serviço. E quando acreditamos absolutamente, a verdade é que se torna fácil desafiar o mundo.

#### **O equilíbrio entre a vida pessoal e a vida profissional é fundamental...**

Como dizia o Mário Cesariny:

*“Afinal o que importa não é bem o negócio nem o ter dinheiro ao lado de ter horas de ócio [...] Que afinal o que importa é pôr ao alto a gola do peludo à saída da pastelaria, e lá fora – ah, lá fora! – rir de tudo [...]”*

No trabalho como na vida, o fundamental é acreditarmos no que fazemos e divertirmo-nos com isso. Nada me diverte tanto na vida como o trabalho que faço. Apesar do esforço, apesar do cansaço, apesar dos sacrifícios.

#### **A Catarina Portas é autora de três livros, sobre temáticas bem distintas. Continua a escrever ou o tempo actualmente é mais escasso para o efeito?**

Tenho vários livros à espera de tempo, é verdade. Estamos a organizar as coisas para que a partir do próximo ano eles comecem a ser editados. Vários relacionam-se com a temática e a investigação desenvolvida no decurso do projecto d’A Vida Portuguesa. Outro é um projecto antigo, já bastante avançado, sobre o Frágil, um bar que foi muito mais do que isso. Será o primeiro de todos eles.

#### **Tendo vivido em vários países estrangeiros, considera ter sido essa vivência e cosmopolitismo que lhe têm dado “mundo” para ver para além do óbvio e conseguir ter tido a perspicácia para se aventurar no mundo dos negócios?**

Absolutamente. Tendo vivido alguns anos no estrangeiro na infância, tendo estudado no sistema francês, tendo viajado muito, a verdade é que desconhecia muito do meu país. O ano que passei em Goa à procura das marcas de Portugal que restavam de 451 anos de colonização fez-me descobrir Portugal pelo seu reflexo. Depois, foi uma aventura iniciar a exploração do meu país aos 35 anos. Fi-lo como quem olha para um país quase estrangeiro, como a Índia, por exemplo, com alguma distância para identificar algumas das suas características curiosas.

#### **Na sua perspectiva, existe uma maneira feminina de conceber, planear e montar negócios e outros projectos?**

Nos negócios, não acredito demasiadamente num instinto ou forma feminina totalmente diferente de fazer as coisas. Mas acredito profunda e convictamente nas mulheres, na sua força, pragmatismo e agilidade. Nas nossas lojas, a equipa hoje é essencialmente feminina. Não que o tenha procurado, mas as mulheres que tenho contratado parecem-me por vezes mais práticas e determinadas que os homens que vou entrevistando. Mas também temos empregados que desmentem tudo isto... Cada pessoa é uma pessoa.

#### **Uma última pergunta: projectos para o futuro?**

Prosseguir esta missão de provar que aquilo que criámos e produzimos é bom, especial e até rentável, ampliando o projecto e o alcance d’A Vida Portuguesa. Se possível além-fronteiras, que é disso que o país precisa. Concretamente, no que toca aos quiosques, vamos lançar no mercado os xaropes do Quiosque de Refresco, em versão engarrafada e vários sabores diferentes, em parceria com a Fábrica do Rebuçado, de Portalegre. N’A Vida Portuguesa, estamos a trabalhar na versão inglesa da loja *online* e queremos utilizá-la para divulgar os produtos portugueses no mundo. O futuro também passa pelo lançamento de mais produtos exclusivos da marca A Vida Portuguesa, claro. E do seu complemento, os livros sobre esta temática. Quem me dera que o dia tivesse mais horas...

**Agradecemos a sua amabilidade. ☑**