

## Conferência sobre Administração Local O Marketing e as Cidades

Discutir o marketing territorial e definir estratégias para a melhoria das infra-estruturas existentes foram os temas principais desta conferência. Um propósito sólido, pois é necessário dar "mais espaço à vida".

José Reis

Direcionada, sobretudo, a funcionários e agentes da Administração Local, a nova pós-graduação da Universidade da Beira Interior (UBI) abarca o Marketing Territorial e a Gestão Autárquica. Com duração prevista até Julho de 2006, esta especialização teve início no dia 10 de Dezembro, no anfiteatro 7.21, do edifício Ernesto Cruz (Pólo IV da UBI).

A conferência "Antecedentes y Perspectivas de Futuro para el Marketing de Territorio y Localidades", ministrada por José Luís Vazquez Burguete, professor da Universidade de León e especialista na matéria, foi o ponto de partida para a pós-graduação, coordenada por Mário Raposo e Paulo Duarte, docentes da UBI, e financiada pelo programa de apoio Foral.

O Marketing é uma disciplina ainda envolta em incógnitas e são muitos os que desconhecem a sua real dimensão. Para José Burguete, o Marketing deveria ser "um dos pontos mais importantes em todo o processo de requalificação



Este evento permitiu olhar de uma outra forma para o espaço urbano

territorial". Este investigador lembrou que uma projecção da ONU aponta para que "em 2015 Lisboa e a sua área urbana concentrem 45 por cento da população portuguesa". Assim, o Marketing será a única solução possível para esta "triste realidade", salvaguardando a "pro-

moção de todos e cada um dos diferentes aspectos que contribuem para o bem-estar socioeconómico e para a qualidade de vida dos núcleos urbanos", fixando as pessoas às suas terras de origem, "meios tradicionalmente desfavorecidos".

Perante um auditório composto, em

grande parte, por formandos da pós-graduação, Burguete salienta que um bom plano de Marketing Territorial deve reflectir uma atenção para com "as necessidades e desejos dos "clientes" da oferta urbana, com o que pretendem conseguir e o estabelecimento de contactos com as cidades vizinhas". "Tudo isto" destaca o professor, "só é possível com a preciosa ajuda da Administração Pública, a quem cabe impulsionar, apoiar, acompanhar e gerir as melhorias registadas no urbanismo", conclui.

### Marketing Territorial na Covilhã

A Cova da Beira é servida, actualmente, por um plano de Marketing Territorial ligado ao sector do turismo: o PETUR. Este projecto inovador visa agregar as instituições num objectivo comum, o aproveitamento dos recursos da região, como a serra e a neve, e apostar fortemente no turismo rural e/ou de habitação. "O Marketing existe porque sempre existem pessoas; não queremos promover a cidade por

promover", disse Paulo Duarte, vice-coordenador da pós-graduação, para quem o Programa Polis é o exemplo vivo desta necessidade e de agradar e responder aos reais anseios da população. Por exemplo, "o Jardim do Lago veio colmatar uma grave lacuna da cidade da Covilhã: a falta de espaços de lazer, onde as pessoas pudessem passear e desfrutar dos tempos livres. E só desenvolvendo estas infra-estruturas seremos capazes de fixar as pessoas na nossa cidade e criar mais empregos, atraindo as multinacionais a instalarem-se no Interior do País." Paulo Duarte louva o surgimento de programas como este, e aponta o Marketing Territorial como "uma aposta ganha".

A conferência de José Luís Burguete foi a primeira de "um ciclo de conferências" acerca do tema. Para o vice-coordenador desta especialização, é fundamental a "partilha de conhecimentos nesta área", a fim de "tratar cada vez melhor as cidades, negligenciadas nestes últimos anos", refere.

### "Despertar para a Ciência"

## O medo da clonagem

Alexandre Quintanilha, investigador, geneticista e professor, falou na questão da clonagem, em mais uma conferência realizada no âmbito do ciclo "Despertar para a Ciência".

Amélia Costa

O consumo de energia, o estado do ambiente, a importância da probabilidade e da estatística, foram temas já discutidos no 2º Ciclo de Conferências "Despertar para a Ciência". A clonagem foi mais um dos temas abordados nesta iniciativa. "Manipulação genética: medos e esperanças" foi o tema da conferência que decorreu, no anfiteatro 6.1, no dia 7 de Dezembro.

Alexandre Quintanilha, docente do Instituto de Biologia Molecular e Celular da Universidade do Porto, iniciou a sua apresentação, fazendo referência ao impacto que a Engenharia Genética e a Biologia Molecular teriam nas plantas, nos animais e nos humanos. Quintanilha centrou o seu discurso no impacto destas ciências nos humanos, nomeadamente em relação à clonagem terapêutica e reprodutiva. Segundo ele, a clonagem terapêutica poderia trazer vantagens ao nível de reparações de tecidos. No entanto, demonstrou ser contra a clonagem reprodutiva, não por razões éticas, mas por questões técnicas. Neste sentido, falou de alguns medos que envolvem esta matéria.

A crença na possibilidade de criação de exércitos de clones não teria



A clonagem esteve no centro das atenções nesta conferência

sentido. Para Alexandre Quintanilha, não há assim uma necessidade tão grande para por em prática a clonagem reprodutiva, até porque existem ainda alternativas, como a reprodução assistida e a adopção. A possibilidade de ser algo contra a natureza e a ideia do direito à identidade, também não favorece este tipo de clonagem. "As pessoas acham que basta ter o mesmo ADN para que possa existir uma pessoa idêntica e com a mesma personalidade, o que é algo errado", explica.

A diminuição da diversidade biológica, os interesses económicos e o papel da medicina, a questão da dignidade e a ideia dos homens vi-

rem a ser dispensáveis, são outras questões que, atormentam algumas pessoas e dificultam a clonagem. No entanto, segundo o professor Alexandre Quintanilha, os argumentos intuitivos são os que mais discriminam a questão da clonagem "O nariz moral, expressão de George Orwell, já errou muitas vezes, e basta relembrares as difíceis reacções, quando apareceram os primeiros transplantes", referiu.

O ciclo de conferências "Despertar para a Ciência" termina no dia 11 de Janeiro, com o tema "Tempo: do Big Bang às descobertas, do fuso horário à Internet" que terá lugar no anfiteatro 8.1, no pólo das Engenharias da UBI.

### Novidade 2005

## O cinema aliado à música

O festival Novidade mostrou uma variedade de filmes ligados ao mundo da música. As sessões repartiram-se entre o Teatro-Cine da Covilhã e a Cinubiteca da UBI.

Joana Salvado Barata e Susana Duarte

A última edição do Festival Novidade promoveu uma filmografia virada para a música. Segundo a organização, tratou-se de uma "mostra de sons em imagens". Promovido pelo Cine Clube Beira Interior (CCBI), o programa deste festival foi composto, para além dos filmes, por vários documentários e *videoclips*. O evento assumiu-se como uma amostra temática de filmes mantendo uma relação de proximidade com edições anteriores.

O primeiro filme a estrear no Teatro-Cine foi "Last Days - Os Últimos Dias", do realizador Gus Van Sant. O filme é uma retrospectiva aos últimos dias de vida do cantor Kurt Cobain, líder e mentor, nos anos 90, da mediática banda grunge Nirvana. Com um percurso de vida conturbado, com várias realidades por consumo de heroína, depressões e um casamento falhado, os seus últimos dias foram, na perspectiva do realizador, angustiantes. Este trabalho cinematográfico foca o esgotamento e o cansaço de Kurt Cobain por tudo o que o rodeava. Kurt suicidou-se, no

auge da sua carreira, a 5 de Abril de 1994. De acordo com o CCBI, Gus Van Sant, produziu este filme com uma "experimentação narrativa, contensão estilística e um impressionismo sonoro brilhantes".

### "24 Hour Party People"

Ao longo de 90 minutos foi abordada aquela que é também a principal temática desta iniciativa do CCBI, a de promover um festival em que os sons se aliam às imagens. "24 Hour Party People" apresenta um importante retrato de uma época em que Manchester foi o coração da criatividade musical do Reino Unido. Segundo Luís Nogueira, presidente do CCBI, "o filme não teve nenhuma encheima, mas teve uma adesão normal, frequentado por público essencialmente jovem e de algum modo relacionado com o cinema". Durante os dias em que decorreu a iniciativa foram ainda exibidos filmes como "Velvet Goldmine", "Daft punk apresentam Interstella 5555", "É sempre a mesma cantiga", "Buena Vista Social Club" e "Nine Songs - 9 canções".