

**AUGUSTO
SANTOS SILVA**

"NADA É MAIS ENGENHOSO
DO QUE UMA GERINGONÇA"

MEMÓRIA

HISTÓRIAS DAS CRIANÇAS
QUE O PCP ENVIOU
PARA MOSCOVO

INVESTIGAÇÃO

O MISTERIOSO CHINÊS
DA FUNDAÇÃO SOARES

VISÃO

GRÁTIS

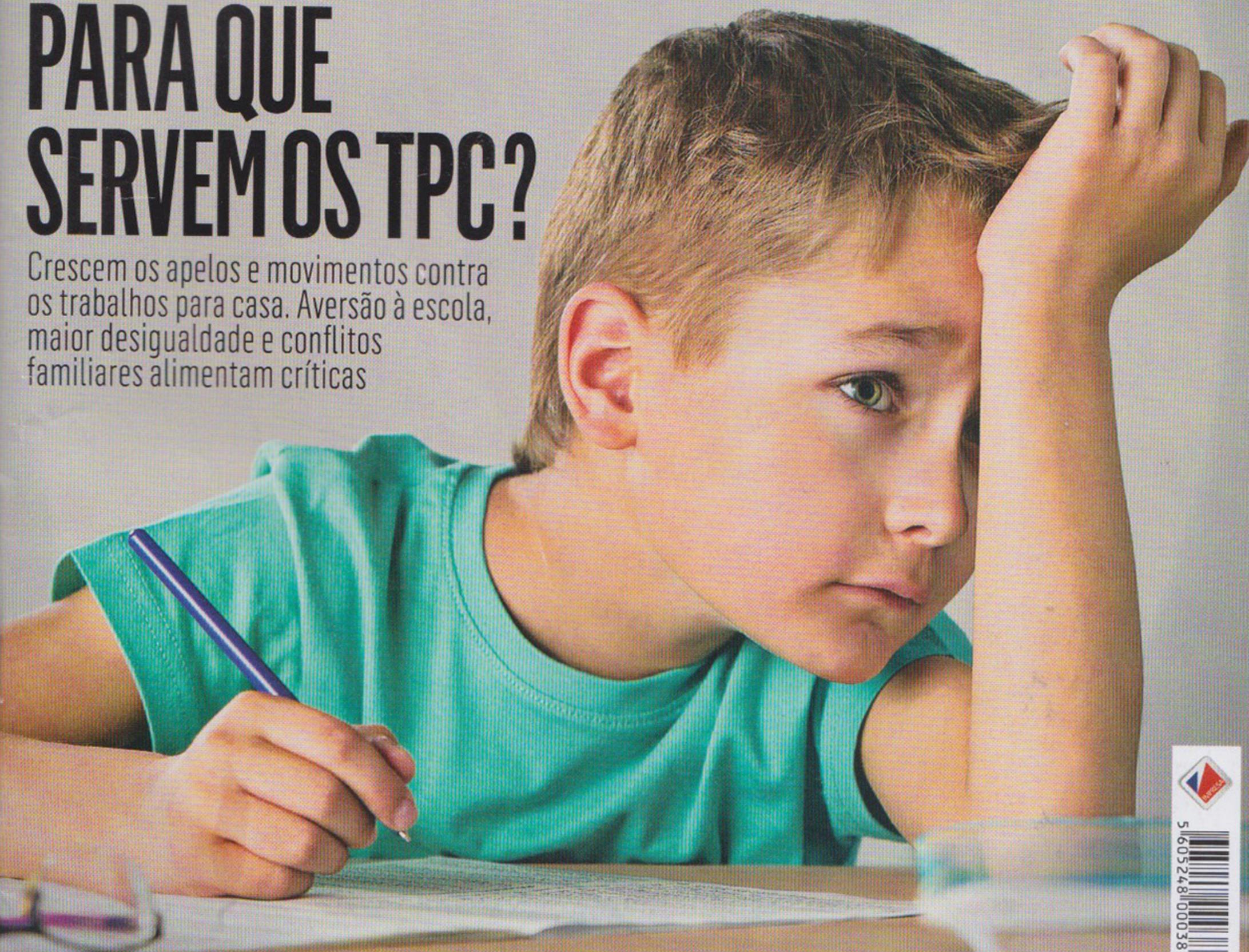
Clássicos da BD



CAVALEIRO
ANDANTE

PARA QUE SERVEM OS TPC?

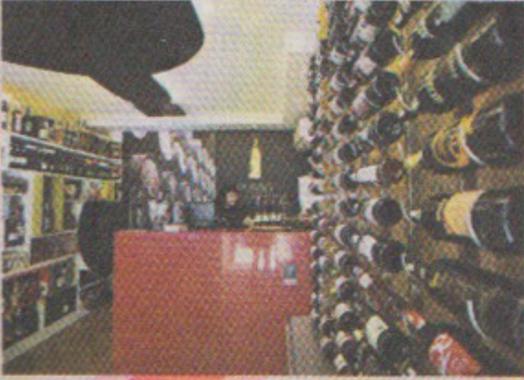
Crescem os apelos e movimentos contra os trabalhos para casa. Aversão à escola, maior desigualdade e conflitos familiares alimentam críticas



5 605248 000383

0 1206

Há uns meses, o *New York Times* incluiu a garrafeira, que Célia Lino e Marco Ferreira abriram no ano passado, num dos lugares a visitar no Porto. Dedicada em exclusivo aos vinhos da região do Douro (desde o Porto ao moscatel, passando pelos vinhos de mesa e licores), a loja vende também acessórios, nomeadamente, os célebres cachimbos de vidro para beber vinho do Porto. A Porto in a Bottle tem ainda servido de guia-turístico para quem pretende visitar o Douro, fornecendo conselhos de viagens e informações sobre as melhores quintas da região. A partir de maio, contam ter o serviço de vinho de copo.



Nascida em 1859, a ourivesaria é, dizem, a mais antiga da cidade. Noutros tempos, era, afinal, na Rua das Flores, que se encontravam "as lojas mais ricas do burgo". "Chegaram a existir 37 ourivesarias", recorda Conceição Esteves, 58 anos, que aqui trabalha há mais de 30. O colega Hamilton Coelho, 72 anos, funcionário de uma dessas ourivesarias desde os 12 anos, ainda se lembra das escapadelas para jogar à bola no terraço da Ourivesaria Aliança, ali ao lado, que entretanto fechou. Pratas e filigranas (especialmente corações de Viana) é o que mais se vende. Mas ainda há "famílias inteiras que aqui fazem as compras".

A casa, com dez suítes e cinco andares, foi o último projeto de alojamento turístico a abrir na rua. Oferecendo um serviço "equiparado a um hotel de cinco estrelas", não tem deixado indiferente quem passa pelas janelas com duas grandes estátuas em gesso. Os dedos de uma mão já não chegam para contar os hotéis e afins que aqui têm surgido. Este edifício do século XVI quer marcar pela diferença: seja pela decoração *art déco*, com peças trazidas de feiras de arte de Antuérpia e Paris, seja pelos tetos em estuque ou pelo "serviço de luxo", com que dizem receber os hóspedes.

Márcio Nogueira e a irmã, Nelma, abriam há menos de um ano esta loja que pretende "servir de montra a produtos portugueses, sobretudo contemporâneos, de todo o País". Das mantas de Minde aos casacos e chinelos da serra da Estrela, das roupas orgânicas da Hempact (com materiais ecológicos como cânhamo e algodão orgânico) às meias de lã da Trouxa-Moucha ou aos postais ilustrados da Laroca. Márcio Nogueira, ex-solicitador, gosta de olhar a rua como "o corredor dos turistas" e de lhes mostrar o que de mais inovador se faz no País. Porque como se lê numa das paredes: "*Life is too short to wear boring clothes*" ("a vida é demasiado pequena para usarmos roupas aborrecidas").



Abriu em fevereiro com os olhos postos nos milhares de turistas que por aqui passam, entre a Estação de S. Bento e a Ribeira. A segunda loja da marca – a primeira abriu há um ano na Rua de São João – foi planeada a pensar nos *recuerdos* que os visitantes gostam de levar. Aventais, carteiras, almofadas em tecido com o casario da Ribeira ou, sardinhas lisboetas – eis o que mais se vende. Mas há ainda cestaria, conservas, objetos de cortiça, loiças da Vista Alegre e Bordallo Pinheiro.



FOTOS DE LUCÍLIA MONTEIRO

Quando, há quatro anos, a marca de chocolates artesanais liderada por Teresa Almeida e Celestino Fonseca abriu a sua segunda loja, já calculava que a Rua das Flores se "tornaria numa artéria importante". E, apesar dos tempos claustrofóbicos que se viveram com as obras, "a aposta foi ganha", reconhece Teresa. Os chocolates feitos pela equipa do mestre Miguel Tedim e as embalagens retro não deixam ninguém indiferente. O bombom de azeite feito em parceria com o produtor transmontano Quinta do Vallouto é uma das últimas novidades. Mas os *best sellers* continuam a ser os chocolates com vinho do Porto.