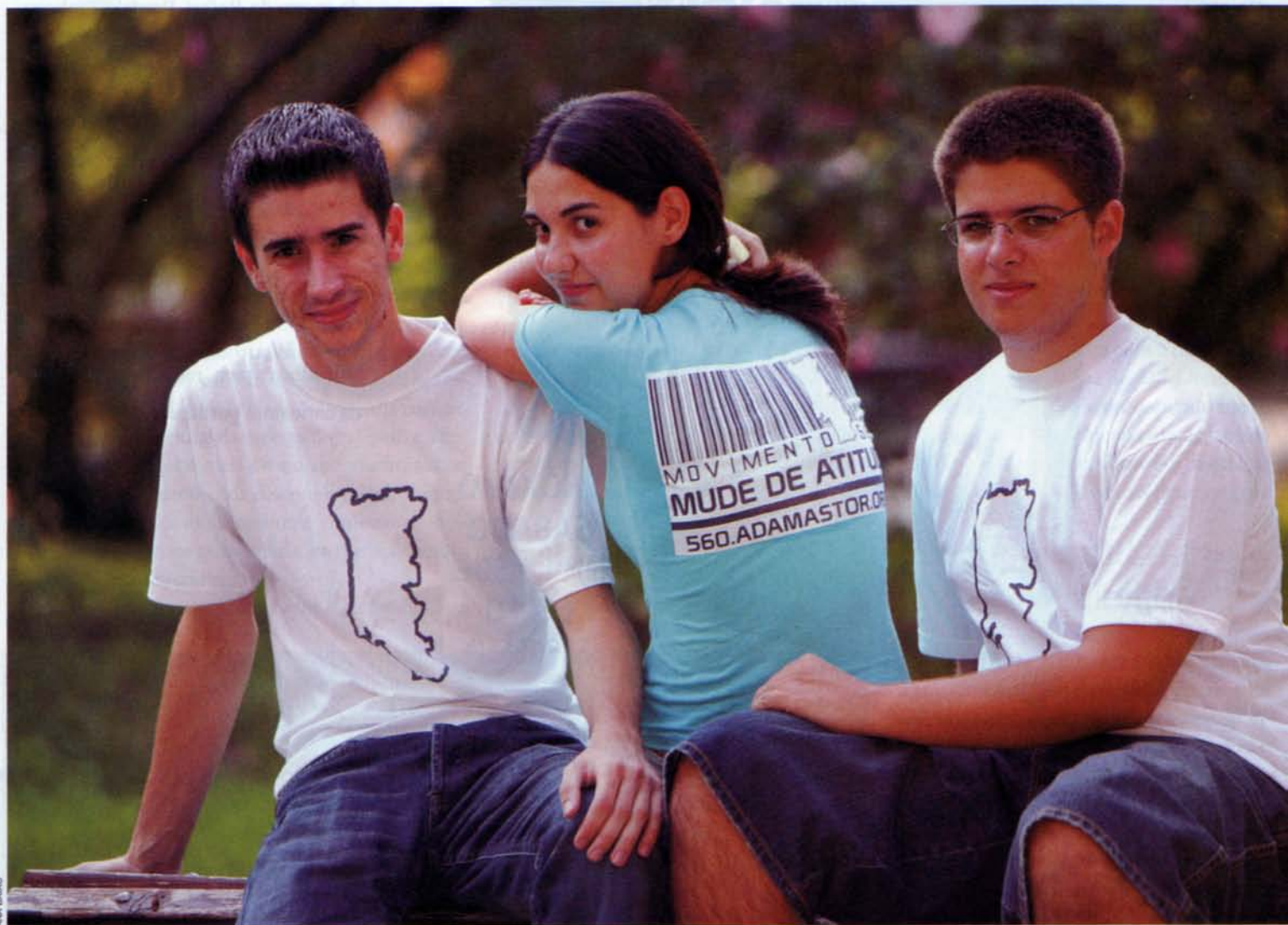


# O 560 português

Três estudantes do Barreiro fundaram o «Movimento 560» para ajudar a combater a crise



ANA BALÃO

**A** crise está na ordem do dia. O discurso da depressão económica e psicológica do país instalou-se. Mas há, pelo menos, três jovens do Barreiro que não se rendem a esta ideia feita. Pedro Cavaco, 20 anos, candidato ao curso de Engenharia Informática na Universidade Nova de Lisboa, Bruno Barão, 19, aluno do primeiro ano deste curso, e Cátia Mi-

lheiro, também com 19, estudante do segundo ano de Gestão, decidiram passar das animadas discussões que travavam sobre o país para a acção.

Juntos desde a escola secundária, os três amigos gostam de discorrer sobre «temas úteis» e de «alargar horizontes» sempre que se encontram à mesa de um café. Há três semanas, foi no mesmo cenário que decidiram criar um movi-

mento para romper com o discurso da crise. O mote é simples: «Mude os seus hábitos, ajude, tome uma atitude!», pode ler-se no «site» que resolveram abrir como primeiro passo da «campanha» (<http://560.adamastor.org>). Ao movimento resolveram chamar «560», os algarismos iniciais dos códigos de produtos fabricados em Portugal, uma designação a que juntaram, na Internet, o nome

Pedro Cavaco, Cátia Milheiro e Bruno Barão já usam «t-shirts» com a marca do movimento

«Adamastor», vincando a simbologia nacional.

A ideia é tão simples como o lema enunciado no «site»: «Se pretendemos apoiar e incentivar a economia, por que não começar a motivar para que se compre e se ajude a produzir o que é nosso?», pergunta Pedro Cavaco. E começou por expli-

car, na página do grupo, como identificar produtos nacionais no supermercado ou nas lojas — com uma descrição e uma breve história do código de barras — e a dar informações sobre marcas e serviços portugueses.

O resultado, até agora, ainda sem estar completo um mês sobre o surgimento da campanha, tem sido uma troca de informações e de pontos de vista sobre o movimento em fóruns de discussão e blogs, além de breves aparições mediáticas.

Mas o trio de estudantes

partido político ou grupo de interesses económicos por trás da campanha. Cátia Milheiro frisa que a única intenção «é pôr as pessoas a olhar para os códigos de barras e perceberem que aquele produto é nacional, levando-as a comprar».

Mas têm em conta, diz Pedro Cavaco, que o objectivo é chegar o mais longe possível na sensibilização, ou seja, mudar as mentalidades, já que constataram que as pessoas estão desinformadas ou passam indiferentes à questão. Para ele, um cenário como o actual pode redundar na perda de

## A ideia é levar as pessoas a olhar para o código de barras e a comprar o produto nacional

ambiciona outras metas. No seu endereço electrónico, disponibilizam uma série de adesivos que podem ser usados para chamar a atenção das consciências, seja pela afixação do logótipo — um mapa de Portugal colocado em cima das barras do código, com os algarismos por baixo e os «slogans» — à porta das superfícies comerciais, seja, noutros locais e contextos, pelo uso da «t-shirt» com o símbolo do grupo. «Era bom que o movimento tivesse impacto. Se houvesse colaboração das empresas, todos ganhávamos com isso», explica Cavaco.

Os membros do movimento fazem questão de dizer que não têm qualquer associação,

controlo total da economia portuguesa. «Chegámos àquele ponto em que acabaram os conflitos bélicos e começaram os económicos. Quem domina uma economia, domina um país. Se chegarmos a um ponto em que não temos empresas portuguesas», continua Pedro, «vamos ser controlados por fontes económicas exteriores». Ou seja, são elas que fixam, depois, os preços e os níveis de produção, tornando-nos totalmente dependentes.

E se, no futuro, os convidarem a trabalhar em empresas estrangeiras? Para já, preferem continuar a preocupar-se com a carreira académica, a crise, e a fórmula simples para a superar.

Consumo combinado de combustível (l/100 km): 4,9 a 7,2; Emissões de CO<sub>2</sub> (g/km): 116 a 171.



100% NOSSO



100% SEGURO



100% SIMPLES



HONDA CIVIC  
COM 0% DE JUROS.



Com a campanha de Verão da Honda pode escolher o seu modelo preferido e beneficiar de 0% de juros\*. Disponível para toda a gama Civic, excepto Civic Type-R e Civic Hi-Tech. Informe-se já no seu Concessionário Honda.

\*Válido para contratos de ALD e limitado ao stock existente, excepto Civic Type-R e Civic Hi-Tech. Exemplo para uma entrada de 30% e 36 meses.



Honda Crédito

