

DESTAQUE PROJECTO 'COOL CITY HUNT'

Uma loja de Lisboa no 'top' 20 do mundo

Entre as 20 tendências mais 'cool' do mundo encontra-se a Fabrico Infinito.

David Dinis

david.dinis@economico.pt

Há três semanas, aparecia nestas páginas um caso especial de tendência 'cool' emergente em Lisboa. Tratava-se da Fabrico Infinito, uma loja diferente que os 'cool hunters' da Ayr-consulting identificaram nas ruas do Príncipe Real. Hoje, a mesma equipa - a que o Económico Weekend se associou, divulgando as mais inovadoras tendências do mundo e da capital portuguesa - colocou a mesma loja na lista das melhores do mundo inteiro. É a 17ª, numa lista que só daqui a um mês se descobrirá na íntegra.

Dito isto, o que é a Fabrico Infinito? Trata-se de uma loja com um conceito muito próprio, reflectindo a máxima "na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma" de Lavoisier. É um espaço de inúmeras facetas, reflexo da multiplicidade de Lisboa, onde se pode encontrar livros, lustres, joalheria, CD e peças de decoração, uma galeria de arte, um espaço de alimentação biológica, uma sala de chás 'zen' e um jardim interior tranquilo. Um reduto de tranquilidade na cidade, contrabalançado com a ligação ao mundo: todo o espaço está equipado com uma rede wireless. E isto no centro da cidade, numa das ruas emergentes da capital.

A lista 'cool' passa pela palavra escrita à mão, com um caso na China de uma tinta ecológica.

Assinalado o feito 'nacional', há mais para além de Lisboa no top 20 das tendências mais destacadas do globo. Entre as 15 cidades mundiais que a equipa de 'caçadores de tendências' percorreu, encontram-se (de novo) casos de sucesso na internet - neste caso, uma espécie de sala de psiquiatria mundial, onde o desabafo é acompanhado por quem quiser; e outro ainda, que reforça e reconhece o poder crescente das mulheres na construção da nova sociedade global.

Mas a lista passa também pela (imagine-se!) palavra escrita - uma delas à mão, com um caso na China de uma tinta que não é invisível, mas que rapidamente desaparece. O outro é de escrita digital, seguindo os ditames da geração web. É, neste caso, um letrig inovador, que pretende ter objectivos ecológicos: poupa na tinta sem prejudicar a leitura.

Entre as maiores cidades do mundo

O 'Lisbon Cool City Hunt' foi lançado em Lisboa a 30 de Outubro de 2008 pelo Professor Carl Rohde, com a ajuda de alunos do 1º e 2º anos da Licenciatura em Relações Públicas e Publicidade do INP (Instituto Superior de Novas Profissões), no âmbito das cadeiras de Fundamentos de Publicidade e Criatividade e Processos de Criação Publicitária. Este projecto integra o trabalho mundial do 'Science of the Time' sobre 'Cool City Hunt', ao lado de Cidades como Amsterdão, Belo Horizonte, Praga, Roma, Viena, Copenhaga, Paris, Berlim, Budapeste, Milão, Estocolmo, Londres, Skopje e Bruxelas.



Conheça o projecto
'Cool City Hunters' em
www.ayr-consulting.com



Fotografia cedida por Fabrico Infinito

18º

20º

16º

PONTOS-CHAVE

▶ A estreia de Lisboa no top mundial das tendências mais marcantes do mundo não podia tardar. Cá está, com a Fabrico Infinito a entrar no 17º lugar da lista.

▶ O livro estará em causa com a geração web? A pergunta faz-se repetidamente, mas deixa de fora a palavra escrita. É que esta marca duas das tendências do mundo.

▶ Em Lisboa, o revivalismo marca os dias que correm. Nos quiosques e nas lojas, nos edifícios recuperados. Mas também o Bairro Alto e uma revista especial e gratuita.



CINCO IDEIAS 'COOL' PELO MUNDO

20º Ecofont

O QUE É: Um tipo de letra que, sem perder legibilidade, usa 20% menos de tinta! Para se chegar a ela, foram necessários testes exaustivos e a melhor forma de reduzir a carda de tinta sem perder legibilidade foi a de fazer os "furinhos" (ilustrados na imagem ao lado).

PORQUE É 'COOL': "Menos é mais". Mais uma boa forma de fazer uma economia eficiente para todos. E quem quiser usar pode fazer o download grátis pelo website www.ecofont.eu.

INTERPRETAÇÃO: As ideias mais "cool" são as mais simples e as que mais contribuem para muitos. A Ecofont ajuda a proteger e melhorar o ambiente.

19º F* my life**

O QUE É: F*** My Life é um site especial, para partilhar e "descarregar" frustrações e aborrecimentos...

PORQUE É 'COOL': Qualquer pessoa pode aderir ao F*** My Life e partilhar as suas histórias. Ele tem várias categorias (dinheiro, sexo, trabalho, saúde, etc). Pode contar-se um episódio, dar votos a cada história, assim como conselhos.

INTERPRETAÇÃO: Um grande exemplo do encontro da web 2.0, que permite que as pessoas ponham as suas angústias e frustrações para fora e se ajudem umas às outras on-line. Especialmente útil em tempos de recessão.

'COOL' HUNTERS: Brussel Coolhunt '09

18º As mulheres duronas

O QUE É: stoerevrouwen.nl (significa uma "mulher dura" em holandês) é um website para mulheres que adoram fazer compras, mas de uma forma responsável. Nele encontram-se todos os tipos de gadgets, produtos e lojas - todos cool. E permite contactar outras mulheres na região para organizar eventos que aumentem o nível de consciência sobre o meio-ambiente.

PORQUE É 'COOL': Não é um site que "apela" apenas ao meio-ambiente, mas que aumenta e aprofunda o nível de consciência sobre ele de uma forma alegre.

INTERPRETAÇÃO: Está focado nas mulheres que são quem decide para onde vai o dinheiro.

'COOL' HUNTERS: Dana van Beersum.

17º Fabrico Infinito

O QUE É: Uma nova loja no Chiado onde se podem comprar as últimas novidades em CD, DVD e tecnologias, peças para a casa, com uma decoração natural, um lindo jardim interno e onde se pode saborear um chá Zen e/ou uma refeição 100% natural ou até vegetariana.

PORQUE É 'COOL': É uma grande alternativa aos 'shoppings', particularmente no que diz respeito à natureza e na harmonia que traz a quem compra.

INTERPRETAÇÃO: Mais e mais, queremos produtos autênticos, que nos dêem uma pausa na industrialização. Produtos com uma história, personalidade. Ao mesmo tempo a loja exhibe as suas credenciais ecológicas.

'COOL' HUNTERS: Ana Sofia Vaz Pinto De Jesus.

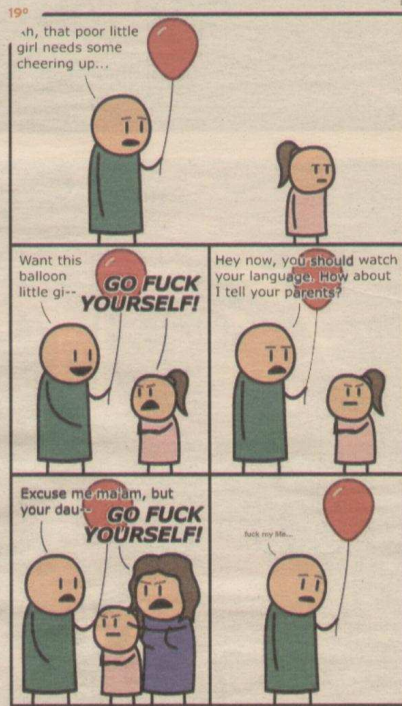
16º Caligrafia verde

O QUE É: Na China, a caligrafia é uma arte antiga que reflecte o espírito de diferentes eras. E hoje, a "Caligrafia da Água" ou "Caligrafia Verde" é cada vez mais popular. Usa-se água em vez de tinta em locais públicos. Os praticantes usam um pincel de água especial.

PORQUE É 'COOL': Basta um pincel, água e espaço público para praticar esta arte. E o que se escreve no chão desaparece depois de algum tempo. Uma evolução de uma arte que pode ser praticada por todos, que capta a atenção de quem passa e cria momentos e cenários únicos.

INTERPRETAÇÃO: É a criação de momentos preciosos. É o enfeitar de espaços públicos. É ecológica e barata.

'COOL' HUNTERS: Li ChangDian.



<3 Cyanide & Happiness - www.Explism.net

DESTAQUE PROJECTO 'COOL CITY HUNT'

LISBOA 'COOL'

1.

Bairro Alto

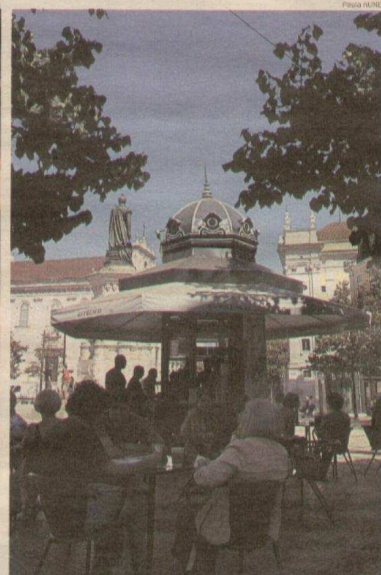
O Bairro Alto foi, ao longo dos séculos, local de encontro boémio de marinheiros, artistas, intelectuais e marginais. Ajudou ao caso que, durante o século 19 e até meio do século 20, tenha abrigado as sedes dos principais jornais do país. Isso tornou-o num dos bairros mais intelectuais da capital, frequentado por jornalistas, escritores e estudantes, sendo até lugar de tascas de marinheiros, de lugares de má fama e de prostituição - tudo retratado por Vitorino Nemésio no romance 'Mau tempo no canal'. Pois, hoje o bairro é, sem dúvida, parte de uma das zonas mais cool da cidade, onde inúmeras lojas, cafés, bares e restaurantes animam o bairro histórico. A noite é muito característica e explora as magníficas condições atmosféricas de Lisboa: as ruas enchem-se de gente, as conversas e os encontros multiplicam-se. É um 'must'.



2.

Revivalismo

Lisboa está cada vez mais revivalista e isso nota-se a cada esquina. Aos poucos, vêem-se movimentos de recuperação das zonas históricas (mesmo que muitos reclamem da lentidão do processo, o esforço tem sido visível nos últimos anos), à reabertura de teatros (com o projecto do Parque Mayer em cima da mesa), de cinemas e cafés. O caso continua com os quiosques antigos que reabriram em várias praças da capital, vendendo comida e bebidas do início do século passado; e alarga-se com as lojas retro e vintage, que vendem objectos revisitados. Mas há mais: hoje, as vespas invadem a cidade e até o papel de parede revivalista cobre lojas e casas um pouco por toda a parte. Os casos mais conhecidos são os das lojas como a Zeppelin Vintage, Happy Days e Vida Portuguesa, que fazem as delícias dos que escolhem olhar para trás enquanto andam para a frente. São um sucesso evidente, para portugueses com saudades e turistas curiosos - e de bom gosto.



3.

DIF

A DIF é um projecto editorial onde se cruza moda, cultura e criatividade. É de distribuição gratuita em restaurantes, bares, cafés, museus e teatros. E é tão fácil aceder à edição que até na net se consegue imprimir o número mais recente. A verdade é que a DIF já se transformou num ícone da cidade de Lisboa, tratando à exaustão temas da cidade que vão desde a Arte à Moda, passando pela música, Design, Cultura, Fotografia, Styling e, claro, a agenda (dos festivais, à música, teatro & dança, cinema). Ah! E não dispensa um bom Guia de Compras, para quem precise de bons conselhos e de um roteiro dos melhores locais para as fazer.

