



CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE

**CULTURA E TURISMO:
DESENVOLVIMENTO NACIONAL,
PROMOÇÃO DA PAZ E
APROXIMAÇÃO ENTRE NAÇÕES**

**26 e 27
NOVEMBRO
2018**

**LIVRO DE
RESUMOS**



República de Moçambique
Ministério da Cultura e Turismo



CECS
centro de estudos
de comunicação
e sociedade



Universidade Politécnica
A POLITÉCNICA

LIVRO DE RESUMOS

Congresso Internacional “Cultura e Turismo: desenvolvimento nacional, promoção da paz e aproximação entre nações”

26 e 27 de Novembro de 2018

Universidade Politécnica, Maputo, Moçambique

SESSÕES DOS GRUPOS TEMÁTICOS

Segunda-feira, 26 de novembro de 2018 | Universidade Politécnica

11h30 | **Sessões dos grupos temáticos I**

Património cultural, expressões culturais e identidades - Sala B104

Moderação: Aurélio Ginja (Universidade Politécnica, Moçambique) | Irene Mendes (Universidade Politécnica, Moçambique)

Políticas e preservação do património cultural

Victor Chibanga (Universidade Politécnica, Moçambique)

vchibanga@yahoo.com.br

Moçambique ratificou as Convenções da UNESCO em 2003 e 2005. Estas ratificações propiciaram a criação de mecanismos para a proclamação da timbila e nyao, como Património Cultural da Humanidade, em 2005. Havendo ratificado a convenção, Moçambique passa a ter a obrigação de assumir uma série de medidas de salvaguarda tais como: identificação, documentação, preservação, proteção, promoção, divulgação e transmissão do seu património, que por sinal é a condição necessária para a tal salvaguarda. Embora o país tenha dado passos significativos, ao ponto de proclamar a timbila como Património Cultural Imaterial da Humanidade isto, por si só, não garante a sua salvaguarda sem que haja estratégias e acções concretas. Aliás, a salvaguarda dificilmente pode ser implementada num contexto onde existe um fraco conhecimento das políticas públicas de salvaguarda do património cultural, tanto por parte das comunidades detentoras dos tais patrimónios, assim como por parte dos agentes económicos que encaram a cultura como vector promotor do desenvolvimento sustentável. Sem acções de divulgação das políticas públicas de salvaguarda é quase impossível a concepção de estratégias locais e globais de salvaguarda do património cultural. É neste contexto que, no presente estudo, com base na análise documental e na pesquisa bibliográfica, pretende-se abordar a timbila e o nyao, ambos enquanto Património Cultural Imaterial e as suas medidas de salvaguarda. Assim, um dos principais intentos deste estudo será, em primeiro lugar, fazer uma avaliação sobre o grau de implementação da Convenção no âmbito da gestão do Património Cultural Imaterial em Moçambique. Nesta avaliação serão apresentados os programas de salvaguarda que conduziram ao actual estado do nosso património cultural. Pretende-se ainda através desta análise, apresentar algumas metas alcançadas, bem como alguns constrangimentos que ainda dificultam a plena implementação da salvaguarda do património cultural imaterial. A intenção aqui não é julgar o

modo como o património cultural imaterial está sendo gerido ou divulgado, mas acima de tudo explorar outros caminhos mais eficazes capazes de assegurar a implementação plena da Convenção de 2003. Neste sentido, será avaliada a capacidade técnica de gestão do património cultural, tendo em conta o imperativo de conceber estratégias com repercussão global. Por conseguinte, uma questão central norteadora desta reflexão será a seguinte: até que ponto o plano de salvaguarda está configurado no sentido de promoção do património cultural com recurso às novas tecnologias de informação para melhor se integrar dentro da estratégia global? Para uma melhor compreensão do estudo em questão será feita: i) uma breve contextualização sobre a Convenção de 2003, bem como os factores que concorreram para a elevação da timbila, nyao a património cultural da Humanidade. Neste âmbito, serão apresentados alguns desafios que as instituições públicas e privadas terão de tomar em consideração no processo de salvaguarda do património cultural imaterial Moçambicano. Refere-se aqui a inventariação, documentação em formatos audiovisual textos, investigação, bem como a divulgação do património cultural por via de novas plataformas tecnológicas.

Paisagens culturais e património da Mafalala: a Casa de Eusébio

Dulámito Ardichir Aminagi (ARPAC – Instituto de Investigação Sócio Cultural, Moçambique)

mitodula@yahoo.com.br

No decurso das actividades de inventariação do Património Cultural Imaterial no Bairro da Mafalala, realizado pelo ARPAC, em Agosto de 2016, no âmbito da implementação da Convenção da UNESCO de 2003, e defronte da "paisagem ou património da Casa de Eusébio" ou ruínas desta, fomos interpelados por um indivíduo, identificado como guarda do local, que nos proibiu de tirar imagens quer filmicas assim como fotográficas, porque alegadamente, não tínhamos autorização para tal.

Isto impeliu-nos, por um lado, a tentar perceber como é que aquele lugar, que não existindo de facto porque está em ruínas, continuava sendo designado como património e estruturando, com efeito, a memória colectiva do bairro e não só. Por outro, compreender esta capacidade da memória em transitar gerações sem uma existência concreta que objectifique sentido e a simbologia do lugar, ou seja, como é que "paisagens abstractas" continuam alimentando a história e memória da Mafalala.

Assim, partindo de abordagens de Oliveira, entendemos que a memória fica enraizada no concreto, no espaço, no gesto, na imagem, no objecto, e desse modo é possível que o património histórico, seja ele material ou imaterial seja sustentáculo de memórias. Sustentamos também que, e de acordo com o mesmo autor, a memória incorpora fragmentos e sentimentos experienciados socialmente pelo indivíduo e a colectividade em espaços e tempos determinados, perpetuando, deste modo, a posteridade sem uma existência concreta que lhe objectifique sentido e simbologia no lugar.

Performances teatrais dentro da escola pública, aproximando pessoas: encantamento e abertura de possibilidades

Fabiano Assis da Silva (Universidade do Minho, Portugal)

fabianoassis@hotmail.com

A minha pesquisa tem como ponto de partida a carência de apresentações da linguagem teatral nos segundos ciclos das escolas públicas de Braga, Portugal. Esta característica na grade de atividades do sistema de ensino público motivou-me a saber o porquê dessa falta e a desenvolver uma intervenção teatral com um Homem-banda, para inserir as apresentações dessa linguagem em uma sala de aula e estimular a ampliação de possibilidades de estar na vida. A falta de pesquisa na área que trate dessa ausência traz ainda mais relevância para o estudo em busca de reflexão sobre o tema. Bourriaud "observa" que "a praxis artística aparece hoje em dia como um artifício rico para experiências sociais" que trabalham na criação de "utopias práticas" (1998/2002, p. 9). Hoje as escolas de Braga têm alunos de vários países, criando um ambiente multicultural. Visualizando esse cenário que se repete em várias escolas do mundo, penso ser necessário utilizar a linguagem teatral como canal de comunicação para estreitar a distância entre as pessoas. Como estratégia de ação e aprofundamento na pesquisa, estimula-se os alunos a utilizarem os telemóveis para produzirem vídeos, como "youtubers", sobre e com a intervenção. Todos os envolvidos são ativos na ação, podendo intervir e mudar o curso das propostas iniciadas pelo artista. Após a intervenção os alunos produzem um texto poético baseado na experiência pessoal vivida dentro do grupo, confrontando com a realidade cultural da sua vida cotidiana. Esses textos são lidos coletivamente, abre-se uma roda de conversa sobre a intervenção e o significado para cada um. A proximidade do espectador-aluno ao artista durante a apresentação potencializa a relação dos dois. Perceber as falibilidades, os virtuosismos e os improvisos propicia uma experiência modificadora para o estudante. Augusto Boal fala de um conceito que colabora com a ideia desta pesquisa: "a arte apresenta sempre uma visão de mundo em transformação e portanto, é inevitavelmente política, ao apresentar os meios de realizar essa transformação" (Boal, 2005, p. 35). A fruição artística no ambiente escolar abre outras possibilidades de ser e estar na vida. Transporta o aluno para outro lugar e sobretudo potencializa seus quereres e atuações na sociedade. Finalizo esse resumo com parte do depoimento sobre a intervenção artística, da professora Isabel Candeias, que é diretora de turma da sala onde estou a realizar essa pesquisa: "se formos a pensar na parte da pedagogia, foi emocionante, porque eles não sabiam o que ia acontecer. (...) A ideia de uma pessoa que faz a música toda é fantástica. Aliás uma das meninas até falou isso: 'eu gostava de fazer as coisas assim'. Depois participaram de uma forma crítica fazendo o vídeo também. Não estavam só com o fruir do momento, mas a compor, eles ficaram naquela expectativa, o compromisso de documentar o momento, isso faz com que toda a experiência seja mais rica". A pesquisa visa investigar o potencial de apresentações teatrais dentro da sala de aula, utilizando telemóveis e a escrita poética para estimular as "utopias práticas" no ambiente escolar.

Um "turismo literário": percursos africanos pela literatura

Sueli Saraiva (Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Brasil)

suelisaraiva@unilab.edu.br

Entre as várias motivações que levam uma pessoa a viajar, talvez a mais nobre seja a de refazer ou percorrer caminhos imortalizados por obras literárias e, mas recentemente, cinematográficas. O continente africano é pródigo na produção de um fértil imaginário de viajantes, desde os aventureiros e exploradores de séculos passados, aos turistas contemporâneos. Esta comunicação apresenta dois enredos literários que potencializam a construção de imagens e narrativas moçambicanas e angolanas que, pela via do romance, descrevem dolorosos processos de mudanças políticas e sociais, mas ao mesmo tempo são caminhos para se conhecer e apreciar suas histórias e culturas. Serão debatidos os espaços e paisagens literários da fantástica viagem de trem pelo interior de Angola, em *Mãe materno mar*, de Boaventura Cardoso, e a maravilhosa travessia do rio para a fictícia ilha Luar-do-Chão de *Um rio chamado tempo, uma casa chamada terra*, de Mia Couto. São obras em que o deslocamento se faz paisagens poéticas, revelando horizontes geográficos, sociais e humanos que a experiência literária pode despertar.

Comunicação intercultural e desenvolvimento - Sala B105

Moderação: Ana Maria Pinho Guina (Universidade Politécnica, Moçambique)

Comunicação intercultural e desenvolvimento

Mario Fernando (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique)

maroalfe@gmail.com

A comunicação é a zona de ensino-aprendizagem, tendo assim enfoque o Português para o caso de Moçambique. No entanto as línguas Bantus ocorrem de forma natural, com uma expressividade como suporte forte e permanente nas zonas rurais e suburbanas. Assim sendo, a implantação das convicções do ensino, no contexto nacional, o fenómeno da massificação do sistema de ensino, contrapõem-se à prática lectiva. A língua materna não é explorada nas modalidades mais ricas da sua praticidade. Pois se a comunicação é um efeito de comunhão, informação, convivência, ou também como se pode dizer atribuição mútua das propriedades da natureza, a não aceitação do outro, ou melhor da identidade do outro, tem sido a marca que não deixa de lado problemas como a similaridade dos povos, e porque não dizer dos Moçambicanos? É notório o tom de superioridade que um canto de Moçambique detém, o que dá acesso a assumir a identidade, a cultura do outro como algo de mais estranho existente, elevando-se deste modo a exclusão de outrem.

A natureza propõe-nos diversas versões de identidades étnicas, raças, com maior relevância nas relações inter-pessoais e de parentesco, trazendo-se assim do passado histórico imutável realidade, sendo que na

afirmação das identidades nacionais, a representatividade do sistema marcaria uma diferença, para a uniformização da bandeira nacional. Analisando-se pouco ou quase nada, a representação da relação entre as culturas, as posições e a sua produtividade. Em meio a comunicação intercultural para o desenvolvimento, dar-se-ia ao facto de que a comunicação seja o conceito central, observando assim as preocupações em torno do desenvolvimento, para uma vasta arena como Moçambique. Pois segundo Ernest Laclau, não existe nenhum núcleo ou centro de produção de cultura ou de identidades. Sugere-se que Moçambique assuma esta multiplicidade de centros e núcleos culturais, que trarão assim aspectos de mais-valia para o desenvolvimento que se pretende.

“Deixa passar o meu povo” como convite aos que quiserem conhecer a cultura moçambicana

José Carlos Siqueira (Universidade Federal do Ceará, Brasil)

jsiqueira@ufc.br

A poesia de Noémia de Sousa aspira ser uma ponte entre povos e culturas diversos. Poemas como “Nossa voz”, “Se me quiseres conhecer” e “Samba” parecem indiciar um interlocutor estrangeiro, a quem se quer dar a compreender as dores dos povos moçambicanos, mas também sua beleza e esperança utópica. Noémia mesmo sem ainda ter saído da terra natal se construía cosmopolita, não para negar sua identidade, mas para abrir um canal de afeto e cumplicidade com os de fora. Propomos aqui analisar o magistral poema “Deixa passar o meu povo” (1950), no qual a poeta negra produz um inesperado curto-circuito entre a cultura musical afro-americana e os tambores tribais, entre a negritude estadunidense e a revolta moçambicana, entre a religiosidade negro-protestante e as manifestações religiosas tradicionais da África, num sincretismo até então improvável e dentro de uma ambiência tropical em que o pulsar do coração africano cria o pano de fundo sonoro. Seria Noémia de Sousa uma inigualável porta de entrada para quem quiser conhecer esta terra?

Turismo simbólico: as resignificações e hibridizações culturais do caminho turístico de Belo Horizonte a Tiradentes

Fernando Augusto Silva Lopes, Lurdes Macedo, Isabel Macedo & Moisés de Lemos Martins (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

fernandoaugustosilvalopes@gmail.com

mlmacedo71@gmail.com

isabelmaced@gmail.com

moiseslmartins@gmail.com

A presente proposta de comunicação é resultado de uma pesquisa empírica desenvolvida durante a gravação do documentário “Cidades Coloniais Mineiras: um olhar para hibridiz cultural luso-africano-

brasileira”, que aborda o caminho turístico de Belo Horizonte a Tiradentes, como uma proposta de mediação entre o passado colonial e as construções sociais contemporâneas. O arcabouço teórico apresentado buscará refletir como a imagem cultural do turismo está sendo (re)significada por meio das construções simbólicas entre o passado colonial e o imaginário turístico contemporâneo. A partir de uma releitura sociológica, serão apresentados os conceitos teóricos para se analisar a correlação entre Turismo e Imaginário à luz dos Estudos Culturais.

Esta comunicação pretende lançar um olhar especial a três elementos que têm um importante papel no caminho turístico de Belo Horizonte a Tiradentes. O primeiro elemento é a arte, em especial o trabalho escultórico de Antônio Francisco Lisboa (Aleijadinho), filho de arquiteto português e de uma mãe escrava (de origem supostamente moçambicana), que une a técnica europeia, o estilo africano, à matéria prima de Minas Gerais.

O segundo elemento a ser analisado será a possibilidade de reconfiguração turística através do imaginário, em especial a capacidade da arquitetura e do paisagismo representarem um local conhecido. Esta análise recorre à comparação arquitetônica entre as cidades do Norte de Portugal e as cidades de São João Del Rey e Tiradentes. Apesar das grandes similitudes, ainda não se realizou um trabalho investigativo sobre a forma como estas cidades representam o Portugal do Norte. Será apresentado ainda um panorama sobre a influência cultural africana na construção destas cidades.

O terceiro e último elemento analisado pretende mergulhar em um dos principais baluartes do turismo: a gastronomia. Assim como nas artes e na arquitetura, a gastronomia do caminho de Belo Horizonte a Tiradentes apresenta-se como uma verdadeira explosão híbrida, construída a partir de uma matriz gastronômica do Norte de Portugal, miscigenada com tradições e sabores africanos, associados a produtos endêmicos da região central de Minas Gerais.

Por fim a comunicação busca analisar o turismo nas cidades coloniais mineiras, evidenciando as tensões culturais da contemporaneidade, atentando-se especialmente para as imbricações entre turismo, hibridez cultural e passado colonial.

Identidade e cultura. As identidades culturais num mundo globalizado

Vítor de Sousa (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

vitordesousa@gmail.com

Há uma pintura do mestre renascentista Pieter Bruegel, que ficou conhecida como “O Velho”, mas cujo nome original é “Paisagem com a Queda de Ícaro”, que Homi Bhabha (2015) acha que nos deve fazer pensar. No quadro destaca-se um pequeno detalhe que mostra Ícaro, filho de Dédalo, caído do céu a afogar-se solitariamente no mar sem que se dê conta do seu drama, depois de ter tentado voar alto de mais e queimado as asas por ter estado perto do sol. A obra está feita, supostamente, na terrível perspectiva de

Dédalo, a observar impotente, lá de cima, a desgraça do seu próprio filho. O que leva Bhabha a questionar: “Afim, quem é hoje a testemunha moral do sofrimento humano?”. Esta, segundo o estudioso, é uma das perguntas que a Cultura pode lançar ao mundo. Uma pergunta autorreflexiva, ou não fosse o papel de testemunha um dos lugares de sempre da Cultura. Outra, é pensar se a Cultura não será o detalhe periférico e secundarizado que nos faz reconsiderar todo o sistema, exatamente como as pernas de Ícaro, quando por fim damos por elas.

O conceito de “Cultura” tem várias aceções, continuando a ser problematizado e reformulado constantemente, tornando a palavra complexa e impossível de ser fixada de modo único. O mesmo acontece com a identidade, declinando-se não por acaso esta no plural. Na atual crise de paradigmas, o plano identitário integra um processo mais amplo de mudança que abalou os quadros de referência que antes pareciam dar aos indivíduos uma certa estabilidade. Stuart Hall observa que as teorias da identidade se estilhaçaram e as identidades estão em processo de desintegração em consequência da homogeneização cultural e de uma lógica ‘pós-moderna-global’ decorrente do processo de globalização. É assim que, para se falar sobre a existência de uma eventual centralidade da cultura, torna-se necessário deixar para trás a ideia de verdade absoluta (Hall, 1997).

Identidade e diferença são, assim, faces da mesma moeda, sendo que, como assinala Guilherme d’Oliveira Martins (2007), a memória deve ser preservada de forma equilibrada, a fim de evitar que a amnésia e a indiferença não se tornem perigosos ingredientes de uma qualquer barbárie, e para que o ressentimento não ocupe o lugar da humanidade. Sendo que, como assinala Claude Dubar (2011), a crise não se deve apenas à passagem de um ciclo económico a outro, mas tem que ver com as novas maneiras de viver em conjunto no mundo, que colocam em evidência as ideias preconcebidas sobre o outro, sobre si próprio e sobre o próprio mundo. É a aceitação do ‘outro’ que, de resto, há-de determinar o começo de uma dimensão ética, como refere Umberto Eco (1997/1998). Ou entender-se-á assumido um ‘outro’ omnipresente, na conceção de Dominique Wolton (2003) que já não é abstrato nem distante, o que não significa que seja mais familiar ou compreensível. Trata-se, por conseguinte, de um ‘outro’ que será entendido como uma realidade sociológica, que integre todos os elementos resultantes da diversidade cultural, mas também aqueles que estabelecem laços, à escala das sociedades.

Com esta comunicação propomos uma reflexão sobre a relação entre identidade e cultura, observando de que forma as identidades culturais se situam num mundo globalizado.

Painel: Memórias, Culturas e Identidades: estudos comparativos em Moçambique e Portugal - Sala B106

Moderação: Inês Machungo (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique)

Memórias, culturas e identidades: o passado e o presente das relações interculturais

Moisés de Lemos Martins (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

moiseslmartins@gmail.com

O projeto “Memória, Culturas e Identidades: o passado e o presente das relações interculturais em Moçambique e Portugal” tem como objetivo aprofundar a compreensão da história cultural e económica e das representações sociais em Moçambique e em Portugal, recolhendo e analisando narrativas transmitidas pelos meios de comunicação, em particular aquelas veiculadas por coleções de museus, pelos manuais escolares de história e pelo cinema. Também se pretende dar voz aos jovens do ensino secundário, em Moçambique e em Portugal, envolvendo-os em atividades de reflexão, reinterpretação e recriação de narrativas sobre as relações interculturais passadas e atuais. Este projeto centrou-se em duas esferas das sociedades moçambicana e portuguesa: o sistema educativo, por um lado, e a cultura e as artes (coleções de museus, cinema), por outro, explorando representações plurais e procurando dar origem à difusão de narrativas que expressem a diversidade cultural das populações e novas visões do passado, presente e futuro. Visões críticas e reflexões em torno dessas narrativas podem contribuir para o diálogo intercultural, para a redução de conflitos e para uma melhor compreensão do quotidiano das populações migrantes e da sua integração nas sociedades. Ao recolher, preservar e analisar narrativas culturais, históricas e educacionais, pretende-se fomentar o conhecimento mútuo, (des)construir representações hegemónicas e disseminar visões plurais sobre o passado que estimulem o diálogo intercultural e a paz.

Exposições museológicas e representações identitárias: um estudo comparativo em Moçambique e Portugal

Lurdes Macedo (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Alda Costa (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique) & Moisés de Lemos Martins (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

mlmacedo71@gmail.com

aldamc@tdm.co.mz

moiseslmartins@gmail.com

Os museus, os arquivos e os monumentos são considerados lugares de memória, espaços onde se veiculam e, em simultâneo, se podem reconstruir representações identitárias. Os museus são responsáveis por disseminar representações específicas da "realidade", investigando, interpretando e projetando o conteúdo das exposições. As narrativas construídas para expressar uma realidade escolhida estão então dependentes das metas, da metodologia e da perícia das equipas dos museus, bem como dos objetivos e capacidades das instituições. É importante ressaltar que há uma produção emergente de discursos que, como em outros média, revelam tendências ideológicas e políticas.

Esta investigação visa explorar as narrativas veiculadas pelas exposições dos museus sobre as relações interculturais. O nosso foco de análise são os modos de (re)interpretação do passado colonial e as representações identitárias veiculadas pelas exposições de museus de Moçambique e Portugal (Museu Nacional de Etnologia, Portugal e Museu Nacional de Etnologia, Moçambique).

(Pós)colonialismo, alteridade e identidade nacional: análise a partir dos manuais de História moçambicanos

Rosa Cabecinhas (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Isabel Macedo (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Cassimo Jamal (Universidade Pedagógica, Moçambique) & João Feijó (Observatório do Meio Rural, Moçambique)

cabecinhas@ics.uminho.pt

isabelmaced@gmail.com

jamalcassimo@yahoo.com.br

joaofeijo@hotmail.com

Nesta comunicação examinamos as representações do colonialismo europeu e as grandes narrativas veiculadas pelos livros didáticos de história moçambicana, considerando o seu papel nos processos identitários e na construção da nação. As questões de pesquisa foram: Quais são as grandes narrativas sobre o colonialismo europeu e sobre o colonialismo português? A quem é atribuída agência? Que processos de comparação social são mobilizados na produção de narrativas históricas nacionais?

O *corpus* da nossa pesquisa compreendeu todos os livros didáticos de História que estão em vigor atualmente no ensino secundário em Moçambique (do 8º ao 12º ano). Tendo em conta as questões de pesquisa enunciadas realizámos uma análise exploratória de todo o conteúdo do *corpus*, tendo em conta não só o texto, mas também as imagens. Os manuais de História moçambicanos explicam como o imperialismo europeu foi caracterizado pela exploração dos recursos naturais e humanos, o tráfico de escravos, o racismo e a divisão de África entre os impérios europeus. A luta de libertação contra o colonialismo assume particular relevância, destacando-se a agência dos diferentes povos contra a agressão imperialista. Denunciando os preconceitos na historiografia eurocêntrica, os livros didáticos abordam a urgência da descolonização da História Africana.

De um modo geral, a análise realizada nos atuais manuais de história moçambicana corrobora a afirmação de Meneses (2012) de que a memória da luta de libertação do colonialismo está no centro do processo de construção nacional. No entanto, esta narrativa é acompanhada pela reificação dos “velhos” sistemas binários forjados durante o colonialismo europeu.

Cinemas moçambicano e português: diálogos sobre o passado e o presente das relações interculturais

Isabel Macedo, Ana Cristina Pereira & Rosa Cabecinhas (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

isabelmaced@gmail.com

ana.c.pereira@outlook.com

rosa.cabecinhas@gmail.com

A análise das imagens veiculadas pela imprensa e pela televisão tem sido central para compreendermos o papel destes agentes na disseminação de representações que contribuem para moldar a forma de pensar e de agir nas sociedades.

O cinema, em particular, enquanto espaço de (re)construção de representações sociais, pode constituir um lugar a partir do qual se relaciona o passado e o presente das relações interculturais, promovendo o conhecimento mútuo, ao integrar criticamente esta reflexão num contexto de produção de sentido que é social, política, histórica e economicamente construído.

Argumentamos que o cinema desempenha um papel central na difusão de imagens e representações na sociedade atual. É porque o cinema pode abordar questões de formação de identidade, desafiando mitos nacionais e etnocêntricos e revisitando narrativas históricas tradicionais, que é central analisarmos as imagens em movimento, moçambicanas e portuguesas, e as suas narrativas sobre o passado.

Nesta comunicação apresentamos os filmes selecionados para análise no âmbito do projeto “Memória, Culturas e Identidades: o passado e o presente das relações interculturais em Moçambique e Portugal”. Foram selecionados aqueles filmes que, ao longo da história do cinema português e moçambicano, podem ter influenciado a (re)construção de representações e identidades nos dois países.

16h30 | **Sessões dos grupos temáticos II**

Representação de destinos turísticos, mercantilização da cultura e identidades - Sala B104

Moderação: José Carlos Siqueira (Universidade Federal do Ceará, Brasil)

Habitus e práticas culturais de turistas portugueses e brasileiros na Galiza: identidades e inter-comunidade?

Elias J. Torres Feijó (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)

eliasjose.torres@usc.es

Atraídos por diversos fatores, entre os quais, recentemente, o Caminho de Santiago tem alcançado uma relevância singular, um importante número de pessoas do Brasil e de Portugal (este já com uma presença relativamente notável na Galiza beneficiada da proximidade geográfica) visita diversos lugares da Galiza,

com preeminência para Santiago de Compostela. Esta é, sobretudo no caso brasileiro, uma situação nova no contexto galego. A Galiza pode apresentar para estes visitantes, potencialmente, elementos de vínculo (cultural, social, territorial, etc.) que podem ser ativados ou não. A implementação das diversas alternativas tem relação direta com os modos de relacionamento e de olhar @ outr@, individualmente e no quadro dum entendimento dum espaço inter-comunitário vinculado por esses elementos. E tem, portanto, consequências importantes na eventual construção duma intercomunidade alargada à Galiza (incluindo ou não o *tertium datur*) e de fórmulas de identificação comum (Bello Vázquez, 2016a). Neles, incidem imagens prévias elaboradas através de discursos e canais culturais (Bello Vázquez, 2015a; Rodríguez Prado, 2015; Villarino Pardo, 2015), dando lugar a práticas diversificadas (Bello Vázquez, 2015^a e 2015b, Pereiro, 2016; Fernández Rodríguez, Del Río Araujo e Rodríguez Prado, 2016; Fernández Rodríguez e Samartim, 2016), examinadas à luz do conceito de *habitus* em alguma achega (Bello Vázquez, 2016b), e incluindo em algum caso o exame de consumos alimentares (Carral et alii, 2016). O presente relatório apresenta o resultado de uma amostra relativa a imagens, usos e consumos, com 834 inquéritos e 115 entrevistas qualitativas a visitantes de Portugal e do Brasil em Santiago de Compostela.

O desenvolvimento da atividade turística na cidade de Capitólio (Minas Gerais/Brasil), baseado nos atrativos e opções de lazer existentes

Annaelise Fritz Machado, Magno Angelo Kelmer & Zilpa Helena Lovisi de Abreu (Centro Universitário Estácio Juiz de Fora, Brasil)

annaelise.machado@estacio.br

magnokelmer@gmail.com

zilpa.abreu@estacio.br

Capitólio, pequena cidade localizada no sudoeste de Minas Gerais, conhecida como Mar de Minas, faz parte do Lagoa de Furnas, área alagada artificialmente nos anos de 1950 para a construção da usina Hidrelétrica de Furnas. Seus 1.440 km² de superfície são a maior extensão de água de Minas Gerais. Localizada a cerca de 280 quilômetros de Belo Horizonte e a 480 quilômetros de São Paulo, a cidade vem saindo do anonimato. Outros 33 municípios estão nesse mesmo entorno, no entanto, somente Capitólio se destaca com o desenvolvimento da atividade turística.

Cânions, cascatas, lagos, cachoeiras, piscinas naturais e outras riquezas naturais vão se incorporando à paisagem, além do forte apelo que se tem na cidade para o esporte radical. Capitólio conta também vários passeios sobre as montanhas e pontos turísticos nestas áreas, o que traduz em dizer que as opções são não só flutuantes sobre as águas, como também sobre as montanhas.

De acordo com a prefeitura local, a atividade turística representa 65% do PIB, com mais 20 hotéis e pousadas, e cerca de 1500 leitos, além de área de *camping* e casas para alugar. Com população local em

torno de 8.000 habitantes, passa a receber 4 mil turistas nos finais de semana e 20 mil nos feriados prolongados.

O objetivo deste estudo é apresentar o desenvolvimento da atividade turística na cidade de Capitólio – Minas Gerais, baseado nos atrativos e opções de lazer existentes.

Como Metodologia, recorreu-se a fontes bibliográficas de teóricos que tratam sobre desenvolvimento turístico local, atrativos turísticos, esportes radicais, lazer; além de embasamento sobre a caracterização da Cidade de Capitólio e do Balneário Escarpas do Lago. Realizou-se também uma pesquisa qualitativa, com uma amostragem não probabilística, entrevistando os moradores locais, poder público e iniciativa privada, com intuito de apresentar os atrativos turísticos e opções de lazer existentes na cidade, e como está se organizando para crescer e beneficiar todo o trade turístico.

À moda do Porto – abordagem comunicacional à gestão sustentável do sucesso turístico

Ana Duarte Melo (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

anamelo@ics.uminho.pt

A cidade do Porto, a segunda maior de Portugal, localizada no norte do país, tem vindo a viver nos últimos anos um período de revitalização e crescimento económico. Este sucesso, internacionalmente reconhecido com vários prémios, nomeadamente, o de Melhor Destino da Europa (2012, 2014, 2017), tem vindo a posicionar a cidade como destino turístico de excelência num contexto nacional muito positivo. Todavia, como tem acontecido em tantos locais que conhecem o sucesso turístico (Ferreira, 2009; García-Hernández, Calle-Vaquero & Yubero, 2017; Russo, 2002; Van der Borg, Costa & Gotti, 1996), a pressão do turismo de massa, fruto de acessos fáceis e boas infraestruturas, viagens *low cost*, uma oferta variada e interessante, com qualidade a preços apetecíveis nos contextos europeu e mundial, acaba por cobrar uma taxa de ocupação. Uma taxa real com implicações práticas na mobilidade, no espaço público, na qualidade de vida da cidade – recentemente, um estudo revelou que as cidades de Lisboa e Porto sofrem uma pressão turística superior à de outras grandes metrópoles como Londres ou Barcelona, tendo o Porto oito vezes mais turistas que residentes –, mas também uma taxa simbólica, com implicações no capital intangível da cidade, nomeadamente, naquilo que alguns chamam a sua alma, a sua identidade. Difícil de definir, este lado imaterial parece ser particularmente sensível e determinante na gestão de uma marca territorial sustentável, como preconizam alguns especialistas (Anholt, 2012, 2016; Gaio, 2010; Kotler, 2010; Kavaratzis, 2012, 2017; van der Zee, Gerrets & Vanneste, 2017) e é alvo das críticas dos que reclamam a devolução da cidade aos seus residentes. Partindo dos pressupostos da Teoria dos Stakeholders, analisaremos vozes dissonantes e argumentos presentes nos média (*Jornal de Notícias* e *Público*) e nas redes sociais (Facebook), com o objetivo de contribuir com pistas para a gestão da

comunicação do ponto de vista estratégico e participativo para responder à questão do 29º Congresso de Hotelaria e Turismo (2017): “Como crescer sem perder a identidade?”

Marcar um território a partir da sua identidade: o caso da região do barroso

Sara Balonas (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

sarabalonas@ics.uminho.pt

A valorização dos territórios faz-se, essencialmente, através de políticas de fixação da população e do desenvolvimento dos fatores de competitividade e atratividade, matéria da competência de governantes. Mas deverá passar, desejavelmente, pela definição de uma estratégia de marketing e comunicação estratégica. Um exercício complexo mas que, quando bem-sucedido, permite detetar a singularidade de um lugar, tornando-o distinto de outros. Como defende Rainisto, a implementação profissional da marca territorial é um instrumento eficaz de desenvolvimento local, que promove a atividade de exportação, traz mais turistas, resulta numa força de trabalho competente e atrai investimentos (2003). Mas não só: se bem implementada, aumenta a autoestima dos residentes e potencia o sentido de pertença.

Tendo como pressuposto a atualidade da comunicação estratégica no processo de valorização de um território, propõe-se como objeto de estudo o plano de marketing e comunicação delineado para a Região do Barroso, situada no Noroeste de Portugal (BMais, 2013). No documento encontram-se fixados os objetivos estratégicos: (1) posicionar a Região, assumindo-se como um destino turístico com personalidade própria no contexto da oferta global do país e da região Porto e Norte em particular; (2) aumentar as visitas/estadas e gastos na região do Barroso, garantindo a preservação os valores culturais e ambientais, numa perspetiva de desenvolvimento sustentado da região; e (3) identificar as condições necessárias para a competitividade da região.

O documento estratégico defende que “de forma ainda mais significativa que o património material, a região distingue-se por um património imaterial riquíssimo e um imaginário coletivo que são altamente diferenciadores.”(2013, p. 25), mencionando alguns exemplos tais como: a mitologia (Idade do Ferro e Romanização – Deus Larouco); o lobo e o imaginário que o rodeia (relacionados com a vida agrária e pastoril); os saberes populares (medicinais e terapêuticos; rezas, esconjuros, bruxedos); a gastronomia barrosã; as festas e celebrações religiosas e profanas com elas relacionadas; entre outros aspetos diferenciadores.

O objetivo do presente trabalho é o de compreender a importância da definição do posicionamento na construção da marca e, sobretudo, que elementos influem nessa definição. No caso em estudo, de entre os aspetos diferenciadores do território, emerge a importância do património cultural, das tradições locais assim como os traços identitários únicos, relacionados com o misticismo e o comunitarismo. O estudo de perceção dos habitantes realizado no âmbito do plano estratégico, revela que os habitantes da região têm

uma imagem da mesma muito centrada “na existência de fortes tradições e a preservação das mesmas, nomeadamente o espírito comunitário”.

O trabalho terá por base a análise do documento estratégico, assim como outros documentos disponibilizados pela principal entidade promotora da região – o Ecomuseu.

Espera-se deste modo compreender de que forma uma região consegue identificar e comunicar o seu posicionamento. Sobretudo, como tal se materializa numa marca território.

“Viagens na minha terra”: a literatura e a cultura no fomento do turismo

Sara Laisse (Universidade Politécnica, Moçambique)

Saralaisse@yahoo.com.br

A obra literária é composta por características e códigos que influenciam o leitor e, por consequência poderão contribuir para o desenvolvimento humano. Assim, existindo este tipo de desenvolvimento, hipoteticamente poderá existir desenvolvimento económico. Desse modo avento a possibilidade de que a produção literária de um país, em primeira instância e a produção cultural, em segunda, poderem fomentar o desenvolvimento do turismo.

A minha análise seguirá uma metodologia exploratória descritiva, num estudo que comparará o fomento do turismo, a partir das potencialidades da literatura e da cultura, num estudo que irá recorrer à fundamentação teórica em António Cândido, considerando as seguintes modalidades de análise: mapeamento de condições sociais e obras; estabelecimento de correlações entre aspectos reais e ficcionais ou a mimetização da sociedade (e a forma como podem alavancar o turismo); a relação entre a obra e o público (a função da literatura junto ao público) e a função social do escritor. Estas categorias de análise serão interpretadas a partir do modo como interferem na sociedade e o modo como podem estimular o fomento do turismo.

Espero com esta pesquisa contribuir com uma proposta de catálogo de obras literárias, bem como de lugares culturais ou históricos, que aliadas a um levantamento mais exaustivo possam ser utilizadas para a promoção do turismo em Moçambique.

Imaginários, representações e média - Sala B105

Moderação: Alda Costa (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique)

O papel dos museus na representação da identidade nacional moçambicana: o caso do Museu Nacional de Etnologia

Tânia Madureira (ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Portugal)

taniaigm@gmail.com

Esta comunicação sugere explorar o papel dos museus no processo de construção e representação da identidade nacional moçambicana, no contexto pós-independência. Tendo como objeto de estudo o Museu Nacional de Etnologia em Nampula, pretende-se analisar o projeto de transformação desta instituição em museu nacional.

Inaugurado em 1956, no contexto do regime colonial português, foi então designado Museu Comandante Ferreira de Almeida, em homenagem ao Governador do distrito de Moçambique. O núcleo inicial era composto sobretudo por objetos etnológicos, mas progressivamente passou a integrar secções de natureza variada (como seja de zoologia, mineralogia e arqueologia), procurando representar as riquezas culturais e naturais da região norte de Moçambique.

Com a independência do país, alcançada em 1975, o Museu foi reorganizado e redefinido, enquadrando apenas as coleções etnológicas. No final da década de 1980, no âmbito de diversas medidas políticas para regular as atividades artísticas e culturais, foi projetado o plano de reabertura do Museu de Nampula. O principal objetivo do projeto foi transformar o Museu numa instituição de carácter nacional, dedicada a representar a diversidade cultural do país. O projeto culminou com a sua reabertura em 1993, passando a designar-se Museu Nacional de Etnologia.

Tendo por base pesquisa de terreno, esta comunicação pretende traçar a história desta instituição, centrando a análise, em particular, nos propósitos inerentes à elaboração e implementação do referido projeto.

Sugere-se analisar a reformulação e redefinição desta instituição, explorando de que forma as narrativas nacionalistas foram materializadas na organização do acervo e das exposições em exibição. Ao mesmo tempo, pretende-se questionar até que ponto o passado colonial da instituição e respetivas coleções foi reapropriado ou apagado no processo de transformação em museu nacional. Desta forma, espera-se contribuir para a discussão em torno da participação dos museus na promoção e legitimação de agendas políticas e ideológicas, questionando práticas e narrativas museológicas na negociação e efetivação de tais agendas.

Imaginários e modos de ver o passado e o futuro na Coleção do Museu Nacional de Arte de Maputo

Élia Gemuce (Universidade Politécnica, Moçambique)

eliagemuce@gmail.com

Dos nossos legados da imagem visual, que releituras poderemos propor do passado e presente sobre a nossa história e cultura visual? A apropriação da nossa memória e imaginário pelo viés cultural nas suas mais variadas manifestações artísticas, tanto do ponto de vista de pura fruição, como do ponto de vista de reflexão, é um factor a ter em conta para divulgação da nossa cultura visual.

Olhar o passado, projectar o futuro e discorrer o nosso imaginário pode certamente ser feito de diferentes formas e com recurso a múltiplas ferramentas. Na contemporaneidade, o aprimoramento da literacia visual, a par das outras literacias, e as pesquisas iconológica e iconográfica e semiótica, constituem ferramentas pertinentes para o enriquecimento dos modos de ver e das redescobertas pela imagem visual. Propõem-se aqui uma pesquisa sobre a imagem visual enquanto um dos artefactos culturais pertinentes e bastante presente no nosso passado e no nosso quotidiano, através das artes visuais moçambicanas, tendo como ponto de partida a coleção do Museu Nacional de Arte de Maputo, para perceber/sugerir/incitar releituras e reverberações como parte da estratégia de ação cultural e turística. Tal pesquisa fundamenta-se nas premissas de Capeloa Gil, Richards Howells e Joaquim Negreiros, Martin Joly entre outros teóricos sobre o estudo da imagem, cultura visual e literacia visual, através da Pesquisa bibliográfica e de campo.

As releituras e reflexões, ao nível de curadoria e das práticas teóricas podem ser exploradas tanto a partir de um conjunto de obras vários artistas, como podem ser feitas de forma monográfica sobre os artistas, sob diferentes enfoques desde os diálogos artísticos entre diferentes manifestações, enfoques das crenças e mitos, da religião, das influências/contaminações, do feminino, da política (da luta da libertação, da Independência, etc.), da História da arte, da Iconologia, da semiótica, entre outras teorias e campos de estudo com objectivo de explorar possíveis diálogos e “contaminações” que se pode encontrar entre os diferentes povos que cruzaram as práticas dos artistas representados na coleção do MUSART. E para perceber que olhares e motivações poderão incitar os públicos a explorar o património visual do MUSART como recurso turístico de base cultural.

Até à vista, Riviera!, lugares comuns ou o lugar em comum numa cidade-ilha

Maria da Luz Correia (CECS, Universidade do Minho; Universidade dos Açores)

mariadaluzcorreia@gmail.com

Partindo de uma investigação etnográfica desenvolvida no âmbito da Passeio, Plataforma de Arte e Cultura Urbana do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, realizada em Ponta Delgada, na ilha de São Miguel, no arquipélago dos Açores, colecionámos, a partir de entrevistas, de registos fotográficos, de gravações áudio e vídeo, assim como de pesquisa documental, histórias de algumas das lojas do centro histórico da cidade de Ponta Delgada. Esta cidade-ilha, no meio do oceano Atlântico, que se assumiu desde cedo como um importante entreposto comercial e um atrativo destino de turismo, tem sido, desde 2015, com a chegada dos voos *low-cost*, significativamente alterada, quer no seu aspeto físico quer nos seus ritmos quotidianos e nas suas dinâmicas comerciais.

A história da loja Riviera, uma das lojas de roupa mais antigas desta cidade, aberta nos anos 60, na Rua Machado dos Santos, que está na origem do título desta comunicação, será o ponto de partida para uma

incursão algo labiríntica – ao jeito dessa figura do *flâneur* estudada pelo filósofo alemão Walter Benjamin – no centro da cidade e nas narrativas dos seus espaços comerciais, numa trama coletiva que interceta Ponta Delgada com outras cidades, outras ilhas, outros países e outras línguas. Por fim, esta trama em torno das lojas de Ponta Delgada e das suas micro-histórias não poderá ser feita sem um enquadramento teórico da cidade que se parte de fundadoras referências da teoria da cidade, de Georg Simmel à Escola de Frankfurt e à Escola de Chicago, como pelas abordagens mais recentes dos estudos urbanos, da investigação das cidades globais à proposta das cidades ordinárias, nos termos de Jennifer Robinson.

Licínio Azevedo e o cinema em Moçambique

Ana Cristina Pereira & Rosa Cabecinhas (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

ana.c.pereira@outlook.com

rosa.cabecinhas@gmail.com

O percurso singular da obra de Licínio Azevedo impõe-se, além-fronteiras, como um *travelling* reflexivo sobre moçambique. O mais premiado internacionalmente dos cineastas moçambicanos é, deste modo, um embaixador da cultura moçambicana em vários pontos do globo. Licínio Azevedo nasceu em Porto-Alegre, no Brasil, em 1951 e vive em Maputo desde a segunda metade dos anos 70, onde tem vindo a construir um discurso cinematográfico particular, constituído por alguns filmes de ficção, mas fortemente ancorado no documentário e na investigação jornalística.

Sem políticas concretas de apoio ao cinema no país, o cinema moçambicano vê-se (ainda mais do que muitos outros) profundamente dependente de estratégias de coprodução. O recurso ao financiamento de ONG para a realização de documentários e mesmo de alguma ficção, tem sido uma prática comum a muitos cineastas moçambicanos e Licínio Azevedo não foge, num primeiro tempo, a esta regra. No entanto, o autor encontrou outros meios de financiamento tendo realizado documentários e também filmes de ficção para cadeias europeias de televisão durante os anos 1990 e a primeira década do século XXI. Com a estabilização das circunstâncias políticas e sociais em Moçambique o interesse das televisões europeias por documentários sobre o país decresceu, mas Azevedo, que, entretanto, conquistara experiência e prestígio internacional, através do trabalho que produzira para canais como BBC, ZDF ou Chanel 4, conseguiu encontrar o seu caminho nos circuitos de financiamento de cinema internacionais e apresentar, já na segunda década do século XXI, duas longas-metragens de ficção.

Virgem Margarida (2012) e *O Comboio de Sal e Açúcar* (2017) ambos coproduzidos por Portugal, França, Moçambique e também por África do Sul, são histórias ficcionadas a partir de trabalhos jornalísticos anteriores do autor, que permitem uma reflexão sobre o Poder e o seu maquiavelismo intrínseco, mas também sobre identidade, sobre a própria constituição da “moçambicanidade” e sobre o eterno conflito entre tradição e modernidade.

A afirmação de discursos cinematográficos endógenos é, muitas vezes, parte da estratégia de afirmação cultural, turística e identitária dos países. Licínio Azevedo pertence a uma geração de cineastas cuja obra foi impulsionada por uma política para o cinema delineada logo após a independência do país e que vigorou durante os primeiros 15 anos da jovem República. Essa estratégia foi interrompida e não parece ter sido substituída por nenhuma outra. O futuro do cinema moçambicano dependerá da vontade do poder político de apoiar o cinema nacional.

Mobilidades e vida contemporânea - Sala B106

Moderação: Carlos Sotomane (Universidade Politécnica, Moçambique)

Aproximando a mobilidade científica do turismo

Rita Ribeiro & Emília Araújo (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

rmgr@ics.uminho.pt

era@ics.uminho.pt

A mobilidade internacional surge normalmente considerada nas análises como uma condição imprescindível para o exercício e o progresso da ciência. Os estudos indicam, aliás, que a prática de mobilidade internacional constituiu um dos pontos mais atrativos da carreira em ciência. Encontram-se nos trabalhos académicos dos cientistas e investigadores várias referências a estas mobilidades, que podem estar ligadas a estadias de curta, média ou longa duração.

Apesar da ligação entre mobilidade académica e turismo parecer evidente na prática, os estudos continuam a estar dissociados entre si, sendo produzidas análises e metodologias de intervenção que vincam essa polarização entre o que é “trabalho em ciência” e o que é “turismo”. Adicionalmente e num contexto de globalização e de crescente uniformização de padrões de orientação para a produtividade académica, as tendências recentes na gestão da ciência, tecnologia e ensino, a vários níveis, começam a tornar mais visíveis e reguladas as práticas de controlo e de vigilância sobre essas mesmas mobilidades, em particular quando elas podem auspiciar laivos de “turismo”.

Sem entrar de forma aprofundada no debate sobre o que define tempo de trabalho e tempo livre em ciência, procuramos nesta comunicação clarificar alguns pontos relativos à evolução dos conceitos de mobilidade académica e de turismo, mormente o turismo científico. A nossa perspetiva será a de argumentar em favor da pertinência de repensar o próprio conceito de mobilidade na ciência, integrando de forma mais consistente a dimensão do turismo como tempo de aprendizagem de crescimento do/a investigador/a. Constitui ainda nosso objetivo propor algumas vias de concretização desta ligação entre turismo e ciência, no contexto da gestão das universidades e centros de investigação.

A investigação nas TIC no sector do turismo

Ivo Domingues (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

ivodomingues@ics.uminho.pt

O turismo tem adquirido progressiva importância económica nas sociedades mais desenvolvidas e as tecnologias de informação são consideradas seu suporte. Assim, esta pesquisa associa aquele sector de actividade económica e a área das Tecnologias de Informação e Comunicação. Esta reflexão propõe ver as TIC não como recursos, mas como actantes que facilitam e constroem a agência humana.

Os objectivos da pesquisa neste tópico são teóricos e metodológicos. No primeiro caso, os objectivos são i) caracterizar a investigação produzida, ii) explicar a actância humana e não humana na produção e consumo de dados e informações e iii) identificar oportunidades de melhoria da investigação produzida. No segundo caso, iv) caracterizar as estratégias de investigação e v) identificar falhas e oportunidades de melhoria. O método de pesquisa aproxima-se da meta-análise da literatura. As revistas científicas analisadas estão integradas no sistema de controlo de impacto científico designado *ESI Master Journal List*. Foram identificadas 14 revistas que incorporam no seu título o conceito 'turismo', das quais 13 estavam acessíveis a minha consulta enquanto utilizador; destas foram preferidas as revistas que não estão associadas a áreas científicas restritas, concretamente a geografia, marketing e economia e cultura; foram aceites revistas associadas à gestão porque esta é considerada como uma área científica com a maior abrangência empírica. Aplicados estes requisitos, restaram 8 revistas, das quais foram aleatoriamente seleccionadas 4 revistas. Nestas foram identificados artigos que incorporam os conceitos de 'informação' e 'tecnologia', de modo cumulativo ou não cumulativo; quando estes eram integrados de forma discreta, foram analisados os resumos para verificar se eram ou não integráveis no universo. Foram identificados 47 artigos.

A análise realizada permitiu diversos resultados. Caracterização do estatuto ontológico dos agentes e das tecnologias de informação, da natureza da teoria produzida (reducionista e não reducionista; exploratória, confirmatória ou ambas), recenseamento dos instrumentos analíticos teóricos (conceitos e teorias) usados nas análises produzidas, recenseamento dos objectivos das pesquisas realizadas e inferência do seu valor analítico, identificação dos métodos de pesquisa, determinação dos níveis de análise abordados (macro, meso e micro) e dos elementos de articulação inter-níveis. Para além disso, ainda permitiu analisar a disponibilidade da informação (online e offline), a importância dos recursos (telemóveis e internet) e o impacto das TIC na realidade (no comportamento dos decisores do turismo e dos turistas).

Estudo longitudinal da adequabilidade da estrutura organizacional ao negócio: o caso da PETROMOC, SA

José Manjate (Universidade Politécnica, Moçambique) & João Manuel Vilas-Boas da Silva (ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Portugal)

manjateif@gmail.com

jmvbs@iscte.pt

O tema do artigo enquadra-se no tópico 'mobilidade, tecnologias e vida contemporânea', focando-se especificamente no sub-tópico 'tecnologias'. Nesta base, o artigo endereça para a discussão da adequabilidade da estrutura organizacional ao negócio, focando-se na componente sistemas de informação (SI). A situação-problema que induziu a investigação é a implementação de tecnologias de informação (TI) para suportar as interacções dos SI inerentes aos processos de negócio internos e, subseqüentemente, considerou-se a ligação destes SI com os sistemas homólogos dos fornecedores e clientes, numa organização inserida num contexto competitivo, com o propósito de ganhar competências distintas face à concorrência. Como recurso metodológico foi opção a Soft Systems Methodology (SSM), operacionalizada através de uma estratégia qualitativa do estudo de caso longitudinal. Foi tomado como caso de estudo a empresa Petróleos de Moçambique, SA (PETROMOC), e como unidade de análise, o negócio da organização, como subunidade a estrutura organizacional e como sub subunidade, os SI. O resultado principal da investigação é uma lista completa de actividades no modelo conceptual e no caso, bem como as suas respectivas diferenças. Estas correspondem às alternativas e possibilidades sistematicamente desejáveis para melhorar a situação-problema. As contribuições relevantes da pesquisa são: i) para a prática, o estudo forneceu uma lista de mudanças a efectuar no caso estudado, se o modelo fosse implementado, ii) para a teoria, os procedimentos de desenvolvimento e validação do modelo, forneceram uma representação mais defensável do que outras, quanto à consistência e adequação, iii) para a investigação, foi operacionalizada a SSM, na qualidade de recurso metodológico reconhecido pela comunidade científica. Os procedimentos de verificação da qualidade do estudo de caso sob orientação da SSM contemplaram dois critérios, nomeadamente a relevância do modelo e a competência na sua concepção.

A centralidade da ética na identidade profissional do jornalista

Joaquim Fidalgo (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

jfidalgo@ics.uminho.pt

A construção do jornalismo como profissão foi uma tarefa complexa, demorada e cheia de contradições. Durante décadas, o grupo profissional que se foi constituindo na prática procurou também, através de um conjunto de estratégias, o reconhecimento público (político, cultural) da sua atividade e a legitimação (social, institucional) da especificidade do seu labor. Tratava-se, afinal, de delimitar um território com um conjunto de marcas diferenciadoras relativamente a outras atividades da comunicação no espaço público – como a propaganda ou a publicidade – e, no seguimento, de procurar assegurar a jurisdição sobre esse território, definindo e controlando quem poderia ter acesso ou quem teria de ficar de fora das suas

fronteiras. Neste percurso, que durou décadas (e que, de algum modo, ainda se pode considerar inacabado), foi ganhando crescente importância o conjunto de exigências éticas que marcariam a especificidade do jornalismo, mais do que o conjunto de competências técnicas ou formais que se lhe foram associando, tendo em vista o tal reconhecimento profissional. Cada vez mais foi parecendo claro que os princípios de independência, de transparência, de genuína prossecução do interesse público e de abertura à prestação de contas (*accountability*) perante a sociedade eram verdadeiras “pedras de toque” para estabelecer a maior marca de valor do jornalismo: a sua credibilidade, caminho obrigatório para a conquista de uma relação de confiança com os públicos. Mais do que perceber “quem” faz “o quê”, “onde” e “quando”, no jornalismo, é imperioso perceber “como” isso se faz, “porquê” (por que motivos) e “para quê” (com que propósitos) – ou seja, importa porventura mais o ‘processo’ do que o ‘produto’, pois é aí que verdadeiramente se distingue o que genuinamente procura servir o bem público daquilo que prossegue mais ou menos disfarçados interesses particulares.

11h30 | Sessões dos grupos temáticos III

Construção de identidades de indivíduos e espaços - Sala B104

Moderação: Rosânia da Silva (Universidade Politécnica, Moçambique)

Turismo: um instrumento de mudanças sociais

Ana Maria Pinho Guina & José Augusto Guina (Universidade Politécnica, Moçambique)

aguina@apolitecnica.ac.mz

jose.guina@gmail.com

O presente artigo procura desvelar reflexões que colocam o fenómeno de turismo como um agente contributivo para mudanças operadas em cada indivíduo que o pratique e daí ser um vector na transformação da sociedade em que está inserido. Mais do que os benefícios económicos que cada turista leva para os seus destinos, o que ele carrega no seu retorno pode representar um início de uma nova personalidade no modo como encara a vida e influenciar os outros. Para tanto, procurou-se por intermédio de pesquisa bibliográfica apresentar vários conceitos de um turismo que vai para além do modo tradicional de o classificar. Por outro lado, procurou-se obter de turistas de várias origens o seu sentimento pós-turismo. Como resultado deste trabalho, pode-se denotar que a maior “bagagem” que o turista leva consigo é a caracterização do seu destino, procurando somente constatar o visitado, o que constitui uma consolidação eficaz e duradoira das novas aprendizagens. O aspecto de enriquecimento cultural vem por acréscimo, visto que o fenómeno de partilha actual de informação permite colocar qualquer indivíduo como um cidadão global. Por outro lado, dado tornar-se incontornável a dicotomia turismo e cultura, esta última torna-se um dos maiores dinamizadores que procura cativar os turistas, atraindo consigo toda a conseqüente situação benéfica económica para as comunidades anfitriãs com um estágio de bem receber muito bem estruturado. E com toda essa panóplia, conduzida pela disponibilidade ao público de quase todos os cantos do mundo sem que se tenha que constatar *in loco*, mas sim, através do acesso às várias plataformas pela Internet, que turismo se espera no futuro?

Moçambique na rota do jornalismo de viagens

Madalena Oliveira (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

madalena.oliveira@ics.uminho.pt

A intensificação da circulação de pessoas depois da Revolução Industrial, quer por razões de trabalho quer por motivações de lazer, criou uma espécie de “inquietação geográfica”, um interesse generalizado por lugares aparentemente improváveis e uma especial atração por géneros narrativos que cartografam a experiência da viagem. As crónicas e notas de viajantes publicadas pela imprensa especialmente a partir do século XIX eram já um sinal evidente de que a viagem não é apenas a deslocação física entre territórios; é o intercâmbio com outras latitudes afetivas, o confronto com coordenadas sociais e culturais diversas e a expedição que atravessa as fronteiras da identidade.

Ir lá e voltar para contar aos outros é, sob todas as formas, a vocação original do jornalismo. No entanto, o seu desenvolvimento profissional e articulação com a segmentação de mercados inspirou a consagração de uma forma especializada de produzir informação de interesse turístico. Apesar de, por vezes, se confundir com finalidades comerciais, o jornalismo especializado em viagens é hoje uma modalidade de jornalismo cultural, menos orientada para a notícia urgente ou para a informação internacional e mais para uma certa construção de representações do mundo que inspirem a descoberta e a exploração de lugares, de gentes, de história e do património.

Por razões de proximidade histórica e linguística, pela sua riqueza natural e paisagística e pela sua diversidade cultural, Moçambique também está na rota do jornalismo de viagens de passaporte português. Por isso, é objetivo desta comunicação identificar no recorte temporal dos últimos 10 os relatos produzidos sobre Moçambique como destino em duas publicações especializadas em particular: o suplemento Fugas do jornal Público e a revista Volta ao Mundo. A análise destes trabalhos jornalísticos tem como propósito compreender as representações construídas do país e os atrativos que, do ponto de vista, da informação, se consideram relevantes. A partir da análise do discurso e das imagens associadas aos trabalhos de reportagem, procurar-se-á traçar o retrato do país visto de fora, indagando até que ponto sugerem estas peças jornalísticas uma identidade lusófona. A pergunta que orienta esta análise é a seguinte: que imaginário tem construído o jornalismo de viagens português sobre o território moçambicano?

Em 2016, um trabalho publicado pela revista Volta ao Mundo contrariava para Maputo a ideia do “tão (mal) afamado caos das capitais africanas”. Dizia-se então que “não há caos, pelo menos no centro. Há movimento, ritmo, tráfego... uma melancolia que atravessa a cidade em direção ao Índico e nos arrasta com ela. A inexplicável força africana”. À semelhança do que sugere este trecho, o trabalho proposto para esta comunicação visa assim identificar os modos de olhar, os eventuais lugares comuns, as modulações literárias que, caracterizando o jornalismo de viagens em geral, se constituem, no caso particular de Moçambique, como uma narrativa intercultural.

Mozambique: representações territoriais no Instagram

Francisco Conrado Filho & Sandra Marinho (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

franciscoconradofilho@gmail.com

marinho@ics.uminho.pt

A ideia de promover territórios como marcas não é nova, mas tem adquirido novos contornos ao longo dos últimos anos, com a representatividade cada vez maior dos média sociais, enquanto fonte de informação para os indivíduos na hora de tomar decisões sobre diversos aspetos do quotidiano, nomeadamente sobre os seus destinos de viagem. Ser capaz de promover um território nos média sociais torna-se, assim, numa dimensão inalienável de qualquer plano estratégico e, argumentamos, o sucesso das acções que venham a integrar esse plano dependerá da qualidade do diagnóstico que venha a ser realizado. Uma ferramenta essencial desse processo de diagnóstico é a Análise de Redes Sociais (ARS).

É a partir destes pressupostos que, nesta comunicação, ilustramos o uso da ARS como ferramenta de diagnóstico para a construção de uma estratégia digital para a promoção de territórios. Para isso, vamos centrar-nos no uso das *hashtags* #mozambique, #moçambique e #maputo no Instagram, por forma a perceber quais são as representações sobre estes territórios (Moçambique a Maputo) construídas quer por turistas, quer por cidadãos nacionais (anfitriões). O contributo da ARS permitir-nos-á perceber, em traços largos, quem usa estas *hashtags* (quer do ponto de vista de eventuais características demográficas, quer do ponto de vista da existência de cliques ou sub-grupos); quem são os utilizadores mais ativos na rede (os atores mais relevantes); e o que é dito (o conteúdo das publicações). Estas são, do nosso ponto de vista, informações essenciais para quem tenha a tarefa de delinear uma estratégia de promoção de Moçambique ou Maputo nos média sociais.

A discussão dos resultados passará por uma abordagem aos conceitos de “marca-território” (*territorial branding*), “marca-destino” (*destination branding*) e “marca-local” (*place branding*), trazendo ao debate as suas diferentes dimensões, mas também as dificuldades metodológicas e operacionais que a sua utilização conceptual implica. Da mesma forma, pretendemos que a análise assente num conceito abrangente de “território”, o que significa que, para além da sua definição geográfica de base, interessa-nos incorporar as dimensões social, cultural, económica, histórica e simbólica na compreensão do fenómeno em estudo, ou seja, adotamos a perspetiva de que um território é definido por mais do que as suas fronteiras físicas. Esta é uma visão particularmente pertinente para o caso em estudo, se levarmos em conta a dimensão global de uma rede como o Instagram.

Como os trazemos cá? A presença das agências oficiais de promoção turística de quatro países lusófonos no Facebook

Lúis António Santos & Francisco Conrado Filho (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

lsantos@ics.uminho.pt

franciscoconradofilho@gmail.com

Os destinos turísticos são, antes de mais, espaços geográficos claramente definidos, mas podem também ser reconhecidos e/ou identificados com conceitos, apropriados e interpretados pelos viajantes de forma autónoma consoante o seu enquadramento cultural, os seus interesses e até mesmo o propósito da visita. Os destinos são, nesse sentido, progressivamente trabalhados por agências governamentais de forma cada vez mais complexa e através de uma rede de suportes cada vez mais alargada e dinâmica com a intenção expressa de alargar a sua competitividade relativa. É neste enquadramento que ganha forma a congregação de uma série de atributos em torno do que é comumente percebido como 'a marca' e é também neste enquadramento que ganha especial relevância o posicionamento e a estratégia desenvolvida para as redes sociais.

O Facebook é, no presente, a rede social com maior implantação mundial; dados referentes ao mês de abril de 2018 indicam que tem mais de 2,2 mil milhões de utilizadores, sendo que mais de 300 milhões estão na Europa e cerca de 160 milhões em África, uma taxa de penetração de 40 por cento na Europa e de mais de 12 por cento em África). Faz, assim, sentido prestar atenção ao desempenho de algumas 'marcas' turísticas neste ambiente muito particular.

O presente trabalho resulta de uma análise detalhada das páginas de Facebook das agências governamentais de promoção do turismo nacional em quatro países lusófonos – Moçambique, Angola, Portugal e Cabo Verde – e tem por objetivo não apenas identificar sinais das estratégias seguidas por cada uma (que tópicos escolhem destacar, com que frequência, com que suportes) mas também abrangência das respetivas redes e eventuais interações com outros espaços de promoção turística.

Paisagem, sustentabilidade e património - Sala B105

Moderação: Sueli Saraiva (UNILAB, Brasil)

Turismo cultural e raízes oleiras em Redondo (Portugal): reflexões a partir da voz e obra de José Calado

Mariana Savietto Pagotti, Jean Carlos Vieira Santos (Universidade Estadual de Goiás, Brasil) & Luana

Moreira Marques (Universidade Federal de Uberlândia, Brasil)

svcjean@yahoo.com.br

jean.vieira@ueg.br

A centralidade da pesquisa proposta neste artigo é trazer algumas reflexões sobre a aproximação entre geografia e artesanato, propondo interpretar as narrativas de José Calado como fonte das leituras do território, dos sujeitos e da existência enredadas sobre a cultura oleira da cidade de Redondo no destino turístico Alentejo, em Portugal. Em tais termos, recorrer-se-á à obra de Calado (2013) para apresentar a produção territorial oleira dessa urbanidade alentejana, sublinhando o desenvolvimento e a promoção da

arte popular oleira como componente cultural. Os fatos aqui apresentados foram extraídos dos estudos teóricos do projeto de pesquisa “Cerrado da Microrregião de Quirinópolis, uma Terra de Oleiros: história, tradição, memória e arte popular”. Pode-se afirmar explicitamente que a arte popular oleira no Sul de Portugal é, por direito próprio, um símbolo vivo da história e tradição de sujeitos que desenvolveram (e desenvolvem) modos de vida contemporâneos em municípios da região Alentejo, mantendo raízes, conteúdos e densidades de um saber fazer popular com o barro que ainda se revela como primordial para a identidade cultural e social de suas populações. Desse modo, convém assinalar que o Alentejo possui um relevante patrimônio cultural oleiro, uma arte popular tradicional que também é contemporânea, reflexo de um conhecimento que se mantém ao longo do tempo e espaço. Para a cidade pequena ora investigada a partir da obra de Calado, a atividade oleira associada ao turismo cultural representa uma alternativa socioeconômica, no âmbito da cidadania, de geração de emprego e fonte de renda, do desenvolvimento de base local, da promoção do desenvolvimento econômico e cultural nas bases local e regional, da conservação de recursos históricos e patrimoniais que contribuem para a criação e desenvolvimento de produtos turísticos diversificados, respondendo a diversos tipos de motivações e a mercados cada vez mais alargados. A partir da ideia central apresentada, é possível afirmar que existem lacunas de estudos que abrangem, a nível nacional e regional, o levantamento e a caracterização de algumas abordagens sobre a olaria de Redondo e sua relação de existência associada às atividades do turismo cultural. Nesses termos, a discussão compartilha temas comuns, abrangentes e divergentes, aportados em outros autores como: Abreu (2012), Borralho (1993), Conde (2013), Gancho (2000) e Ribeiro (1986). É importante ressaltar que esta investigação se deu a partir do método qualitativo teórico, analisando o trabalho oleiro como representante da arte popular portuguesa em um destino turístico. Não se propõe trazer uma definição ou uma discussão alargada de arte popular, mas apresentar as formas tradicionais do artesanato que estão ligados estreitamente aos sujeitos residentes em Redondo, ao seu modo de vida e habitat, à economia familiar e às tradições culturais que foram transmitidas de geração em geração.

A relação dialética turistas/moradores em Baependi – MG: percepções diferentes sobre a mesma produção socioespacial

Magno Angelo Kelmer & Annaelise Fritz Machado (Centro Universitário Estácio Juiz de Fora, Brasil)

magnokelmer@gmail.com

annaelise.machado@estacio.br

O Município de Baependi, no sul do Estado de Minas Gerais, que historicamente viveu dos rendimentos da atividade agropecuária, conta atualmente com a presença da atividade turística do tipo religioso, na qual visitantes buscam conhecer os atrativos do local onde Nhá Chica viveu. Nhá Chica foi uma neta de escravos africanos, da região de Benguela, que nascida no Brasil, escolheu o município de Baependi para viver.

Segundo relatos, essa beata possuía dons relacionados a benzeções e adivinhações, sendo uma fervorosa devota de Nossa Senhora da Conceição. Após sua morte, a beata passou a ser venerada e, em 2013, sua beatificação foi realizada. Com isso, um número crescente de turistas quer conhecer mais sobre Nhá Chica, fazendo com que Baependi tenha um maior fluxo de visitação envolvendo a fé, caracterizando a prática do turismo religioso, fato que tem contribuído na sua reprodução sócio-espacial.

Desta forma o município passou a se organizar para receber e explorar essa atividade econômica. Analisar as transformações sócio-espaciais ocorridas em Baependi motivadas pela atividade turística, do tipo religioso, enfatizando o olhar do turista e do morador local é o mote deste trabalho.

Para tal, entrevistas foram realizadas durante os trabalhos de campo realizados nos anos de 2016 e 2017 buscando compreender o espaço do vivido, o qual, segundo Lefebvre (2006), necessita ser investigado para que as contradições inerentes à produção do espaço possam ser identificadas. No que concerne às entrevistas, estas foram organizadas em dois grupos: o primeiro, de forma estruturada foi aplicado aos/as turistas, contendo perguntas variadas para estabelecer o perfil e atitudes deste “agente da turistificação”, o outro grupo compôs as entrevistas semiestruturadas direcionadas aos/as moradores/as com o objetivo de identificar as intervenções das ações da atividade turística na espacialidade do município.

Os resultados alcançados, analisados em gráficos, tabelas e textos, demonstram as intervenções ocorridas no município e apontam os pontos positivos e os negativos eleitos por esses agentes consumidores dessa espacialidade.

Este trabalho ao analisar as transformações do espaço na visão do morador de Baependi e do turista que ali chega, busca compreender o processo de reprodução do espaço, no qual está contida a organização espacial, já que a lógica do capital impõe uma racionalidade na organização do espaço programando-o para a mercantilização e o consumo, valorizando a relação dialética valor de uso-valor de troca, fornecendo novo sentido para os espaços.

O Automóvel e o Desenvolvimento Turístico em Moçambique na primeira metade do século XX

João Sarmento (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

j.sarmento@geografia.uminho.pt

Desde a sua invenção, o automóvel transformou profundamente a forma como as pessoas se relacionam com o espaço, despoletando e amplificando diversas emoções como o prazer, a sensação de liberdade, a dominação e o controlo, entre outras. Esta comunicação parte de duas linhas de pensamento. A primeira relaciona-se com a chegada do automóvel a África, e a Moçambique em particular, como tecnologia e velocidade no âmbito do controlo do espaço do projeto colonial. Em certa medida inspira-se no trabalho de Paul Virilio, e na noção de tecnologia, velocidade e aceleração (Virilio, 1977; Duffy, 2009). A segunda linha de pensamento baseia-se em algumas ideias de Aldous Huxley (Huxley, 1931), que se prendem com o

argumento de que o automóvel permitia novas formas de experienciar as paisagens do continente e novas formas de prazer.

O turismo, fortemente relacionado com o projeto colonial enquanto forma de apropriação de terras distantes, modificou-se bastante com a chegada do automóvel. Este trouxe novas formas de ver e experienciar o território e abriu novas oportunidades de desenvolvimento turístico (Conlin & Jolliffe, 2017). Tendo em mente que a investigação sobre a história do transporte rodoviário em África é incipiente (Pirie, 2011; Gewalt, Luning & Walraven, 2009), e mesmo considerando que há limitações de informação em relação às formas como o automóvel (tal como o caminho de ferro e o avião) contribuiu para o crescimento do turismo em África e em Moçambique em particular, esta comunicação discute várias imagens e informação coligida em arquivos dispersos, argumentando que a sua análise é crítica para a nossa compreensão do desenvolvimento turístico e para a transformação da paisagem. Analisa-se em particular um álbum de fotografias de Moçambique publicado na África do Sul em 1929 pelo fotógrafo José Rufino. As suas representações – visão colonial do país, que pretendeu mostrar o progresso, a ordem e a harmonia – permitem uma discussão da importância do automóvel para a abertura ao turismo de áreas naturais, ao desenvolvimento da caça e do turismo de safari, ao crescimento do *touring* como complemento aos cruzeiros, entre outros. A comunicação usa diversos fragmentos de informação, desde publicidade em jornais, dados estatísticos incompletos e diversas imagens que oferecem uma perspetiva sobre o espaço, a paisagem e o desenvolvimento turismo em África e em Moçambique na primeira metade do século XX.

Gastronomia, artesanato e turismo cultural - Sala B106

Moderação: Teresa Manjate (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique) | Sandra Brito (Universidade Politécnica, Moçambique)

Atitude ante a gastronomia local de Santiago de Compostela -Galiza (NW-Espanha) por parte dos turistas no período março 2013- março 2014

Emilio Carral, Marisa del Río (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha) & Zósimo López (Universidad Internacional de La Rioja, Espanha)

emilio.carral@usc.es

marisa.delrio@usc.es

zosimo.lopez@gmail.com

Dentro da evolução temporal do modelo turístico vê-se consolidado um tipo que total ou parcialmente tem como objetivo o conhecimento da gastronomia local. Este fenómeno tem diversas consequências sócio-económicas e ambientais relacionadas com o incremento no gasto em alimentação, origem da produção agrícola e desenvolvimento de características identitárias associadas (Clemente et al, 2008, Thomé-Ortiz,

2015). Dada a relevância destas relações, é importante fazer uma caracterização inicial que contribua de maneira real para a produção de informação prática para poder ser empregada nas políticas globais e sectoriais da promoção e gestão do feito turístico. Igualmente a dita análise permite fazer uma caracterização do mercado turístico em função da combinação entre preferências gastronómicas e local de origem. Assim analisaram-se 2081 inquéritos no período março 2013-março 2014 feitos para visitantes da Cidade de Santiago de Compostela e correspondentes a quatro nacionalidades: Galiza, Portugal, Brasil e Espanha. Os resultados indicam que 28,4% dos visitantes aludem à gastronomia quando se lhes pergunta sobre Cultura Galega, e 35,2% têm pensado comer/beber. 48,1 % dirigem cara marisco/polvo e 15,3% comida-típica. São Espanhóis e Brasileiros (15,1% / 9,34%) quem mostra maior preferência polo marisco/polvo e comida-típica, Espanhóis (13,67% / 8,2%). Para outras comidas as maiores preferências são para Brasileiros (12,45%), Portugueses (11,8%) e Galegos (9,3%). Não encontramos relações com o país de origem e preferências pela carne/peixe. Também foram encontradas relações estatisticamente significativas entre o número de visitas feitas a Santiago de Compostela e atitudes gastronómicas, mostrando os que deslocam-se por primeira vez (ou menos duma vez por ano) preferência pelo consumo de marisco/polvo. Analisadas diversas fontes de informação disponíveis para os visitantes, concluímos que não existe um padrão em relacionamento com a propaganda e preferência gastronómica.

A valorização da gastronomia tradicional na Mafalala e o seu impacto no turismo da cidade de Maputo

Alda Guilhermia Augusto Damas & Célia Salmina Mateus Mazuze (Instituto de Investigação Sócio Cultural, Moçambique)

aldadamas@yahoo.com

cmazuze@yahoo.com.br

O artigo tem como objecto a valorização da gastronomia do bairro da Mafalala e o seu impacto no turismo cultural. Pretende na verdade, estimular um debate sobre a importância da integração da gastronomia local (Mafalala) no roteiro turístico da cidade de Maputo. Mafalala é um bairro periférico da cidade de Maputo, onde confluem e convivem diversas culturas, que compõem o património Moçambicano. Com tudo, constata-se que um dos elementos identitário deste povo não tem sido devidamente explorado (gastronomia) para o turismo, sobretudo os pratos principais, estado este ainda confinado ao espaço doméstico, o que dificulta a sua divulgação e obtenção de renda. Da análise feita junto da comunidade de Mafalala, este fenómeno advém da ausência de um sistema de gestão integrada (Estado, operadores turísticos e comunidade) que promova a integração deste no roteiro turístico da cidade. Em termos metodológicos, a pesquisa foi baseada no Inventário Comunitário do Património Cultural Imaterial da Mafalala realizado em Agosto de 2016, que consistiu na administração de entrevistas a diferentes grupos sociais: macuas, rongas, chopes, bitongas e comoreanos, buscando suas narrativas sobre iguarias locais

(bajia, xibubutela, xiginya, tihove, mathapa, nimino, caracata, kakana, uputsu, ukanyu, entre outros), bem como, história, mitos e crenças associados à gastronomia típica. Com esta pesquisa, espera-se contribuir na projeção da dimensão histórica, cultural e turística por via de sabores e aromas das iguarias locais que, por um lado, reflectem a propalada diversidade do bairro, e por outro alimentam a possibilidade da comunidade, sobretudo mulheres, obterem rendimento com o turismo.

Turismo cultural, gestão e trabalho artesanal oleiro no sul de Goiás (Brasil)

Jean Carlos Vieira Santos (Universidade Estadual de Goiás, Brasil)

svcjean@yahoo.com.br

O propósito norteador deste artigo é trazer algumas reflexões sobre a produção, a gestão e o trabalho artesanal oleiro, o desenvolvimento e a promoção dessa arte popular como componente cultural de cidades turísticas da mesorregião sul do estado de Goiás (Brasil). Os fatos aqui apresentados mostram que a arte popular oleira é um dos mais importantes elementos identitários dessas populações e, mesmo para além de sua salvaguarda, é necessário colocá-la como um instrumento a serviço do desenvolvimento dessa região, nomeadamente por meio da promoção de um turismo cultural – isso quer dizer que as políticas públicas devem articular as duas dimensões. Hoje é possível afirmar, explicitamente, que a arte popular oleira do Sul de Goiás é, por direito próprio, um símbolo vivo da história e tradição de sujeitos que desenvolvem (e desenvolveram) seus modos de vida contemporâneos em municípios como Caldas Novas, Rio Quente, Lagoa Santa e São Simão, ao manter raízes, conteúdos e densidades de um saber fazer popular com o barro que ainda se revela como importante para a identidade cultural e social de suas populações. É necessário, portanto, assinalar que essas cidades possuem um relevante patrimônio cultural oleiro, uma arte popular tradicional que também é contemporânea, reflexo de um conhecimento que se mantém ao longo do tempo e espaço. Nesse contexto, não se pode esquecer o papel de seus sujeitos oleiros, pois o mérito é, sem dúvida, desses artesãos do barro, cuja aptidão tradicional revela grande maestria técnica e notabilíssimo sentido da forma, aliado ao bom critério na ornamentação dos objetos. Sem projetos desenhados e com a escola da vida passada empiricamente de geração em geração, esses reproduzem belas peças rústicas, ou recriam peças mais artísticas. Vale ressaltar que o segundo modelo de peça traz consigo um domínio da arte com elementos de inspiração erudita, fortalecendo o desenvolvimento do turismo cultural regional. É nesse enquadramento teórico que se coloca o turismo cultural como um fenômeno civilizacional suportado por cultura, história, povos, língua, trabalho artesanal e um sistema de símbolos e valores, mas que, em suas contradições, envolve a produção e consumo. A partir da ideia central apresentada, é possível afirmar que existem lacunas de estudos que abrangem, a nível nacional e regional, o levantamento e a caracterização de algumas abordagens sobre a olaria das cidades turísticas do interior de Goiás e sua relação de existência associada às atividades de turismo cultural. Nesse contexto,

as análises documental e bibliográfica apresentadas neste artigo estão orientadas para o levantamento que caracterize as olarias e turismo cultural, bem como a arte popular e a enorme força artística com o barro. Este estudo conta, ainda, com o trabalho de campo que proporciona uma melhor compreensão das dinâmicas espaciais da escala de análise. É importante ressaltar que esta investigação se dá a partir do método qualitativo, tendo o trabalho oleiro como representante da arte popular em cidades turísticas carentes de valorização do seu potencial cultural.

Festa, património e turismo: sustentabilidade comunitária na Bugiada e Mouriscada de Sobrado (Valongo, Portugal)

Rita Ribeiro (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

rmgr@ics.uminho.pt

As manifestações da cultura popular tradicional têm vindo a sofrer metamorfoses na modernidade tardia e reflexiva, e representam hoje algo de muito diferente daqueles que eram os seus significados culturais e sociais nos contextos tradicionais em que ocorreram, despontaram e resistiram. Se nesses contextos tais manifestações decorriam da vida quotidiana comunitária, respondiam a necessidades de coesão social e realizavam-se de e para a comunidade como um todo, na contemporaneidade essas práticas recompõem-se à medida que se transforma a contextura económica, cultural e social dessas comunidades. Daqui resulta que as expressões culturais tradicionais – frequentemente para que se assegure a sua continuidade – são ressignificadas enquanto património cultural, produto e experiência turísticos, celebração de massas ou “tradição”.

Pretendemos, pois, debater, como a reflexividade moderna desafia as práticas culturais tradicionais e que injunções lhes dirige. Referimo-nos aos dispositivos políticos, económicos e discursivos, de escala local, nacional e global, que dão hoje a ver a cultura popular, e como radica aqui um processo de reificação das práticas e saberes-fazer, da memória colectiva, dos códigos culturais e das identidades. A este propósito, devem ser mencionados os processos de patrimonialização, mercantilização, massificação e turistificação. Importa, sobretudo, discutir os riscos e oportunidades inerentes a estas dinâmicas no quadro da sustentabilidade comunitária.

O debate acerca destas questões terá como âncora o caso da festa da Bugiada e Mouriscada, que se realiza anualmente no dia 24 de Junho, em Sobrado, vila situada em Valongo, no norte de Portugal, festividade singular, com grande densidade performativa e simbólica. Apesar de ser uma festa cujo elemento central são as danças/lutas de mouros e cristãos, que estão disseminadas em Espanha e na América Latina, integra também rituais, performances e lógicas simbólicas que a singularizam. Designada também como festa de S. João de Sobrado, esta manifestação cultural é o mais determinante marcador identitário da comunidade sobradense, que se envolve e participa intensamente na festa. Sendo muito diversa e de

grande riqueza sensorial e emocional (trajes, danças, música, dramaturgia), a Bugiada e Mouriscada atraindo milhares de visitantes. Apesar do crescente aumento de visitantes, esta festividade é realizada pela, na e para a comunidade, resistindo a pressões exógenas que nos últimos anos se fazem sentir a partir da esfera mediática e turística. Ao mesmo tempo, constitui um fenómeno com grande apelo no nicho do turismo cultural. Trata-se, assim, de um caso de estudo que entrecruza dimensões cruciais da cultura e do património cultural nas sociedades contemporâneas.

14h30 | **Sessões dos grupos temáticos IV**

Desenvolvimentos e impactos do turismo: o caso de Moçambique - Sala B104

Moderação: Maria Iolanda Wane (Universidade Politécnica, Moçambique)

Turismo cultural: desafios e oportunidades para o desenvolvimento local em Moçambique

José Julião da Silva (Universidade Pedagógica, Moçambique)

dasilva3254@hotmail.com

Pela natureza da cadeia produtiva, o turismo tem um elevado potencial para participar no desenvolvimento dos locais onde ele se instala. Moçambique tem estado a apostar no turismo como “motor de desenvolvimento” pela valorização da componente cultural. A confirmar este facto basta referir o “casamento” entre cultura e turismo através da criação do Ministério da Cultura e Turismo. O presente estudo analisa a participação do turismo cultural no desenvolvimento local evidenciando-se os desafios e oportunidades para a comunidade local. Trata-se de uma abordagem geográfica que centra a atenção no papel do contexto, ou seja, do quadro em que a actividade se insere para compreender o grau de participação da mesma e de inserção da actividade na comunidade. A efectivação deste estudo apoiou-se na revisão de literatura e de documentos a qual se incorporaram as interpretações do autor. Os resultados do estudo dão indicações de que o grau de participação do turismo no desenvolvimento está dependente do estágio de desenvolvimento do lugar de acolhimento que, por seu turno vai determinar o nível de resposta deste último e conseqüentemente dos ganhos percebidos pela mesma; que o grau de inserção e conseqüente durabilidade da actividade depende dessa capacidade em absorver turistas. O reconhecimento por parte dos visitantes constitui, sem dúvida, uma alternativa para a valorização do património cultural moçambicano.

Explorações e impactos do turismo: Moçambique como roteiro turístico internacional

Carlos Estrela Brito (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique) & Sandra Manuel P. P. Lopes Estrela Brito (Universidade Politécnica, Moçambique)

est.carlos@gmail.com

sbrito@apolitecnica.ac.mz

Este artigo refere-se à participação da Universidade Politécnica no Congresso Internacional sobre “Cultura e Turismo: Desenvolvimento Nacional, Promoção da Paz e Aproximação entre Nações” e tem como tema “Explorações e Impactos do Turismo. Moçambique como roteiro turístico internacional”, pois, na atualidade, o turismo não é entendido somente como uma atividade de lazer ligada ao ócio e à recreação. Assim, pode-se dizer que o turismo se impõe como um fenômeno econômico, social, cultural e ambiental, sendo estes os impactos a serem avaliados antes da implementação de um roteiro turístico. Por isso, deve ser avaliado dentro das seguintes perspectivas: da Geografia, da Economia, da Psicologia, da Gestão e Socioculturalmente, uma vez que o turismo tem apresentado impactos, os quais devem ser levados em consideração, tais como os econômicos, os sociais, os culturais e os ambientais, pois exercem influência nos diversos setores da economia, seja ela local, regional, nacional ou internacional. Tendo em vista que o turismo é uma atividade em expansão no mundo, em Moçambique não poderia ser diferente. É com essa abordagem que se pretende estudar Moçambique como roteiro turístico internacional, cujo fluxo turístico vem ocasionando impactos socioculturais, econômicos e ambientais. Como Metodologia, adotou-se a Pesquisa Bibliográfica, onde se apresenta as várias concepções de autores que já trataram do assunto.

Contributo das infra-estruturas básicas e específicas para o desenvolvimento do turismo na ilha de Inhambane: caso da ilha grande

Domingos Nelson Macamo & Edson André Novela (Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, Moçambique)

mingosmacamito@gmail.com

edsonnovela38@gmail.com

O actual debate sobre o planeamento turístico focaliza a abordagem territorial, reconhecendo o carácter multifuncional dos componentes da oferta turística, nesse caso, infra-estruturas básicas e específicas. Este, debate, igualmente, enfatiza o aproveitamento das forças internas, a necessidade de criação de novas infra-estruturas básicas e específicas que valorizem as especificidades locais e a participação efetiva da comunidade local na dinamização e revitalização das potencialidades de um destino turístico. Sendo assim, o presente estudo aborda o papel das infra-estruturas básicas e específicas como sendo elementos indutores de desenvolvimento do turismo na área em estudo, traduzindo-se numa análise da realidade e das potencialidades turísticas na ilha de Inhambane (ilha grande). De forma concreta, propõe-se a análise das potencialidades da Ilha para a melhoria da oferta turística, explicando como as infra-estruturas básicas e específicas contribuem e poderão contribuir para o desenvolvimento do turismo na ilha de Inhambane (Ilha grande). Os meios utilizados foram uma revisão bibliográfica, exploratória, descritiva e realizada por

meio de um estudo de caso. Foi realizada uma pesquisa de campo utilizando como ferramentas para coleta dos dados, um GPS, câmara fotográfica, telemóveis, e elaboração de instrumentos (questionários abertos e fechados) para auxiliar na entrevista da comunidade e a edilidade local da área em estudo. Os resultados da pesquisa mostram que a ilha de Inhambane (ilha grande) apresenta condições para a criação de infra-estruturas que poderão alicerçar o desenvolvimento do turismo, pois este espaço é rico em recursos naturais e culturais, a população mantém os seus hábitos, costumes e valorizam a sua identidade. Em contrapartida há actualmente uma fraca rede de infra-estruturas básicas que possam viabilizar o aproveitamento de todos os recursos existentes. Apesar de obstáculos como a inexistência de políticas e de planos locais para o desenvolvimento do turismo, a falta de consciência em relação ao turismo, a insuficiência de infra-estruturas básicas, bem como equipamentos e meios de apoio ao turismo, observa-se que estes problemas, para que possam ser solucionados, é necessário um envolvimento de todos os *stakeholders* através de um planeamento integrado e participativo. Consequentemente, os componentes da oferta turística irão contribuir para o desenvolvimento do turismo na ilha de Inhambane (Ilha grande).

Turismo cultural e desenvolvimento local: Ilha de Moçambique

Angelina Dade Amade Barros Alberto

angelina.barros3@gmail.com

O presente artigo é resultado de um trabalho de campo realizado junto aos gestores do governo ligados ao turismo e à cultura, operadores turísticos e hoteleiros da Ilha de Moçambique, comunidade local. Este visa reflectir sobre o turismo cultural e o desenvolvimento local na Ilha de Moçambique e igualmente sugerir acções que visam melhorar a actividade turística. Os resultados podem replicar-se em outros pontos do país considerados zonas turísticas por excelência.

Durante o estudo, recorreu-se o método explicativo que permitiu trazer os resultados concretos, pois investigou-se sobre o turismo cultural e o desenvolvimento local, estratégias na implementação do turismo cultural, factores que retrocedem o desenvolvimento da Indústria Hoteleira e as formas de galvanização. Para o alcance dos objectivos foram fundamentais as consultas bibliográficas e as entrevistas semi-estruturadas a 10 membros da comunidade local, a 8 operadores turísticos, ao director do turismo municipal, ao Presidente da Associação dos Pequenos Empresários de Hotelaria e Turismo e a 2 membros da Associação dos Pequenos Empresários de Hotelaria e Turismo.

O modelo proposto apresenta uma visão macrosociológica sobre o turismo cultural e o desenvolvimento local, podendo os resultados possibilitar que os agentes responsáveis no planeamento de políticas a nível do turismo, bem como as empresas e instituições públicas e privadas, e a sociedade em geral, apostem no turismo cultural por forma a contribuir para o gerenciamento, a competitividade da indústria hoteleira e a aproximação entre culturas e nações.

Promoção e explorações no sector turístico - Sala B105

Moderação: Sara Laisse (Universidade Politécnica, Moçambique)

A Semana Santa de Braga – perfil do visitante e impacto económico

Sílvia Sousa, Isabel Correia & João Cerejeira (Universidade do Minho, Portugal)

ssousa@eeg.uminho.pt

icorreia@eeg.uminho.pt

jccsilva@eeg.uminho.pt

A Semana Santa é uma das celebrações culturais e religiosas mais importantes do mundo católico, sendo a de Braga a mais antiga e maior de Portugal. Enquanto evento turístico, a Semana Santa de Braga atrai, ano após ano, visitantes à cidade, sendo consensual a sua importância para a promoção da cidade e para o seu desenvolvimento social e económico.

O presente trabalho tem assim por objetivo caracterizar o visitante da Semana Santa de Braga e avaliar o seu impacto económico, utilizando para o efeito dados primários (recolhidos através de questionários aplicados aos agentes participantes) e secundários (estatísticas oficiais, particularmente, do sector do turismo).

No perfil do visitante, que resulta da informação obtida através da aplicação de questionários aos transeuntes, destaca-se o peso dos visitantes estrangeiros (60%), distribuídos por cerca de 30 nacionalidades diferentes. Ainda que a maioria seja oriunda de Espanha (36%), esta diversidade de nacionalidades sugere a importância do evento enquanto promotor do encontro de culturas à volta duma mesma tradição. Note-se, ainda, a significativa proporção de visitantes com idades compreendidas entre os 45-64 anos e com nível de escolaridade superior, realizando uma despesa média diária próxima de 79 euros.

O impacto económico desdobra-se em impacto direto e impactos indiretos e induzidos e é obtido através de uma metodologia que combina a informação recolhida nos questionários com um modelo *input-output*. O impacto direto decorre das despesas realizadas pelos visitantes, cujo valor tem em conta a capacidade e ocupação hoteleira da cidade. Estima-se que, na Semana Santa de Braga de 2017, cerca de 64.000 pessoas, não residentes no distrito, tenham visitado a cidade de Braga e que, destas, 22.000 tenham pernoitado na cidade.

Os impactos indiretos e induzidos traduzem o impacto que a procura de bens e serviços, por parte dos visitantes, provoca nas empresas que fornecem os *inputs* àquelas que os produzem (impacto indireto) e no rendimento dos trabalhadores e no emprego, traduzido em acréscimos de consumo e aumentos subsequentes de produção (impacto induzido). Estes resultam da aplicação de multiplicadores previamente construídos para a economia portuguesa. O impacto económico, imputável à Semana Santa de 2017 (i.e.,

deduzido que turismo verificado numa semana normal, na mesma época do ano), no volume de negócios, é de 7,5 milhões de euros, o que se traduz num contributo para o PIB de 4,2 milhões de euros.

Estimado o impacto adicional no PIB, i.e., em termos de valor acrescentado, é possível antecipar um valor para as receitas fiscais geradas pelo evento, sob a forma de impostos diretos e indiretos, usando para tal o peso destes impostos no valor acrescentado do país (29%, em 2016). Assim, estima-se que a Semana Santa de Braga de 2017 tenha gerado cerca de 1,2 milhões de euros de receita para a fazenda pública.

Festa religiosa em dois contextos – Brasil e Portugal

Benalva Vitorio & José Gabriel Andrade (Universidade Católica de Santos, Brasil; Universidade Católica Portuguesa/Universidade do Minho)

josegabrielandrade@gmail.com

Essa comunicação pretende apresentar o resultado de trabalho teórico e empírico vinculado ao projeto "A arte da convivência" do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cidadania da Universidade Católica de Santos, realizado em Santos/Brasil e em Braga/ Portugal, com a participação de docentes e discentes. No estudo comparativo entre dois Santuários Marianos – Monte Serrat e Monte Sameiro – procura-se compreender convergências e divergências socioculturais entre dois países católicos de língua oficial comum, por meio de observação participante e entrevista. Dos resultados obtidos apresentamos que as festas religiosas - como um ato de comunicação - convergem os valores culturais representados pelo catolicismo, divergem no que diz respeito às características culturais, socioeconômicas e geográficas do contexto de cada um dos países em análise.

The Santiago way: tracking religious motivations with text mining techniques

Irene Pichel (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha)

irene.pichel@usc.es

In 2014, according to the report published by the Pilgrim's Welcoming Office in Santiago de Compostela, 42.46% of the pilgrims declared that the motivation of their pilgrimage is religious and 50.62% declare it is religious-cultural. This stated motivations are probably biased since for obtaining the Compostela (a certificate that accredits to have made the pilgrimage to Santiago and that is issued in foresaid office) the pilgrims must, according to its official website "make the pilgrimage for religious or spiritual reasons, or at least with a search attitude".

However, according to the survey carried out by GALABRA in 2014, only 6.94% of the pilgrims declare having made the pilgrimage for only religious reasons and up to 10.17% declare religious motivation in combination with others.

To characterize the religious motivation and go beyond stated motivations the speeches of Pope John Paul II in his visits to Santiago, which defines the current religious dimension of the Way (Torres Feijó, 2011) will be taken as a starting point. Based on its characterization, a corpus of qualitative telephone interviews with pilgrims that responded to the survey conducted by GALABRA and travel journals published in Spain and in Spanish by Spanish pilgrims will be explored. This study is focused on Spanish pilgrims, since it is the country of origin of the majority of pilgrims, 47.76%, in 2014, according to the report of the Pilgrim's Welcoming Office.

By using text mining techniques such as Key Words, Multifactorial and Descending Hierarchical Analysis, Similarity Analysis (Pierre Ratinaud, 2008-2018, Iramuteq) it is intended to characterize and compare in search of homologies 3 types of discourse: that of the maximum representative of the Catholic Church, those of interviewed pilgrims who adduce religious motivations in contrast to those that point out different motivations, and the real experiences pilgrims detailed in the travel diaries.

Institucionalização da pesquisa científica em gestão da qualidade no sector turístico

Ivo Domingues (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

ivodomingues@ics.uminho.pt

O turismo tem adquirido progressiva importância económica nas sociedades mais desenvolvidas e a gestão da qualidade é vista como responsável pela melhoria de desempenho das organizações que operam nas sociedades mais desenvolvidas. Assim, esta pesquisa associa aquele sector de actividade económica e esta área de gestão, ambos tido por responsáveis das configurações económicas e gestionárias reconhecidas como fundamentais para a estruturação das sociedades e para compreensão dos seus processos e desempenhos. Esta reflexão propõe uma abordagem da institucionalização científica em sector de actividade económica a partir dos seus processos científicos. As revistas científicas analisadas estão integradas no sistema de controlo de impacto científico designado ESI Master Journal List. Foram identificadas 14 revistas que incorporam no seu título o conceito 'turismo' e destas foram aleatoriamente seleccionadas 4 revistas. Nestas foram identificados artigos que incorporam o conceito 'qualidade' associado à gestão de organizações, serviços ou subsectores turísticos; esta restrição elimina tópicos como a qualidade de vida e a qualidade do trabalho nos títulos dos artigos, tendo sido identificados 121 artigos. Para efeitos da análise, foram seleccionados 50 artigos. Os objectivos desta pesquisa são teóricos e metodológicos. A análise de conteúdo permitiu identificar e quantificar diversos tópicos do processo científico. Concretamente, os resultados do conhecimento são os seguintes: distribuição dos artigos no tempo e a evolução da pesquisa deste tópico no sector do turismo; distribuição dos objectos empíricos por países, pela cadeia de valor do sector turístico (agências de viagem, serviços de reserva digital, hospedagem, alimentação, desporto, saúde, etc) e pela cadeia de valor da gestão da qualidade (certificação

ou garantia de sistemas da qualidade, ciclo PDCA, satisfação dos clientes, etc); permitiu identificar os níveis de análise científica (macro, meso, micro), os diferentes conceitos e teorias mobilizadas para o quadro teórico, bem como as estratégias de investigação e as áreas científicas em que a investigação se inscreve, dando particular ênfase às ciências sociais. Os contributos desta reflexão para o conhecimento científico focado na gestão da qualidade no sector do turismo são teóricos e metodológicos. No primeiro caso, i) recensear os instrumentos analíticos teóricos (conceitos e teorias) usados na análise dos fenómenos do turismo segundo as áreas científicas, ii) determinar os objectivos das pesquisas realizadas e inferir o seu valor analítico para esta área de gestão neste sector de actividade, bem como iii) caracterizar as estratégias de pesquisa. No segundo caso, iv) identificar os métodos de pesquisa por referencia à cadeia de valor do sector turístico e da gestão da qualidade e aos níveis de análise. Por fim, envolvendo a teoria e a estratégia de pesquisa, v) contribuir para a compreensão do processo de institucionalização da investigação em qualidade no sector turístico.

Políticas de cultura e turismo no espaço da CPLP e no espaço Ibero-Americano - Sala B106

Moderação: Carlos Estrela Brito (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique)

Cultura e turismo no espaço cultural Ibero-americano

Manuel Gama (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

mea0911@gmail.com

Convencidos de que os Estados-membros da Organização de Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI) partilham raízes e património cultural e de que o “propósito de convergência se sustenta não só no acervo cultural comum mas também na riqueza das nossas origens e da sua expressão plural”, no ano de 2006, a OEI adotou um instrumento que considera inovador, a Carta Cultural ibero-americana (CCI), com o objetivo de fortalecer o Espaço Cultural Ibero-americano (ECI). A CCI encontra-se estruturada em 6 Fins, 9 Princípios e 12 Âmbitos de Aplicação, destacando-se aqui, por razões óbvias, o âmbito designado de “Cultura e Turismo”. Desde a sua adoção que a OEI tem levado a cabo algumas iniciativas para potenciar a implementação da CCI, mas a verdade é que na declaração final da Conferência Ibero-americana de Ministros da Cultura (CIMC) de 2014 era referida a necessidade de dotar de base organizativa e jurídica as atividades e políticas no âmbito da consolidação do ECI e dos programas de cooperação cultural, e que na declaração da CIMC de 2016 continuava a ser necessário sublinhar a relevância da CCI. Na declaração da CIMC de 2018 encontram-se mais alguns argumentos que justificam a pertinência para apresentar, em Moçambique, uma análise da relação entre Cultura e Turismo no ECI, a saber: 1º destaca-se de forma inequívoca a importância da abertura do Escritório da OEI em Portugal, no ano de 2017, para reforçar a articulação entre os espaços ibero-americano e lusófono; 2º refere-se a necessidade de incrementar o desenvolvimento de cooperação intersectorial no espaço ibero-americano; e

3º sublinha-se a importância de se trabalhar com autoridades responsáveis pelo turismo de forma a impulsionar a implementação de políticas no âmbito do turismo cultural. Com este pano de fundo, na presente comunicação vamos convocar dados provenientes da análise efetuada aos 23 programas de cooperação ibero-americana elencados no Plano de Ação da Cooperação Ibero-americana 2015-2018 (PACI). Na análise procurou identificar-se objetivos e linhas de ação específicas promovidas pela OEI e que, direta ou indiretamente, relacionem os domínios da Cultura e do Turismo, e que, por exemplo, podem ser enquadrados no 12º âmbito de aplicação da CCI, no qual se sublinha que “a relação entre cultura e turismo implica novas ações, tendo em vista o crescimento dos objetivos e interesses culturais nos serviços turísticos”. Os resultados preliminares da análise permitem concluir que ainda há um grande caminho a percorrer para que a relação entre Cultura e Turismo seja uma realidade: a título meramente ilustrativo salienta-se que no PACI não é feita qualquer referência ao turismo e que nos documentos de criação dos 13 programas de cooperação cultural ibero-americana promovidos pela OEI não foi possível identificar de forma explícita a presença do turismo nos múltiplos objetivos e linhas de ação definidos.

Financiamento público das artes: Portugal e Moçambique no ano de 2017

Dora Resende Alves (Universidade Portucalense Infante D. Henrique, Portugal), Carlos Bavo (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique) & Manuel Gama (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

dra@upt.pt

carlos.bavo@gmail.com

mea0911@gmail.com

Acompanhar e analisar as políticas públicas do setor cultural nas suas múltiplas dimensões é, evidentemente, um dos eixos de trabalho dos observatórios de políticas culturais, nacionais ou transnacionais. Tendo em consideração que, em Portugal no ano de 2017, se observou uma revisão profunda do modelo de financiamento público das artes com a publicação do Decreto-Lei n.º 103/2017, e que, não obstante ter sido um processo dialogado entre o XXI Governo Constitucional e organizações representativas do setor cultural português, a implementação do novo modelo de financiamento foi alvo de manifestações públicas com grande impacto nacional, o Observatório de Políticas de Comunicação e Cultura da Universidade do Minho (POLObs) considerou ser o momento adequado para lançar um olhar sobre o Financiamento Público das Artes em Portugal. Numa 1ª fase, a pesquisa, que vai socorrer-se essencialmente da análise de conteúdo de documentação oficial de domínio público (e.g. legislação, regulamentos, avisos de abertura de concursos públicos de financiamento às artes), tem como marco temporal do ano de 2017, para, numa 2ª fase, alargar o seu marco temporal com o objetivo de ir traçando uma linha crítica evolutiva do financiamento público das artes nos últimos anos. Não obstante o foco principal ser o contexto português, considerou-se adequado selecionar alguns contextos internacionais para

identificar modelos distintos de financiamento público das artes em vigor no ano de 2017 que nos ajudassem a compreender, sob outros pontos de vista a realidade portuguesa. E foi por isso que desafiamos o Centro de Pesquisa e Formação do Sesc-São Paulo (Brasil), o Observatório Cultural de Moçambique e o Observatório de Cultura Galega (Espanha) para se associarem à pesquisa. Assim, na presente comunicação, vamos centrar-nos em Portugal e em Moçambique, apresentando, primeiro, a ordem constitucional da cultura de cada um dos países e o lugar que a cultura ocupa nas orgânicas dos Governos dos dois países, para, posteriormente, convocar a legislação que, em 2017, enquadrava o financiamento público das artes nos dois países e que concorreu, ou não, para os investimentos efetuados pela administração central dos dois Estados. Realça-se que as diferenças observadas, nomeadamente no que concerne à orgânica dos Governos e aos organismos tutelados pelo Ministério da Cultura de Portugal e o Ministério da Cultura e Turismo de Moçambique, concorreram para se ter optado por não centrar a análise aos dois contextos numa comparação dos resultados finais do financiamento público das artes nos dois países em 2017, mas sim na comparação da legislação e regulamentação que, em 2017, sustentou o financiamento nos dois contextos.

Diplomacia cultural e os quatro dilemas para definição de uma política cultural. Estudo de caso: SOMAS – Sociedade Moçambicana de Autores

Nelson Maquile (GABINFO, Moçambique)

nelson.maquile@gmail.com

O objectivo deste trabalho é conversar sobre a Diplomacia Cultural e os quatro dilemas para definição de uma política cultural: A Cultura é arte ou modo de vida? A Cultura tem valor autojustificado ou é meio de desenvolvimento? A política cultural é definida pela Democracia cultural ou pela democratização da cultura? A Arte é um bem natural ou uma actividade social contingente? A análise está baseada no modelo proposto por François Matarasso e Charles Landry (1999), no seu livro “Balancing Acts: twenty-one strategic dilemmas in cultural policy”, e para melhor compreensão tomamos como Estudo de Caso a SOMAS – Sociedade Moçambicana de Autores. Esperamos que ter um guia para a análise prática do papel da SOMAS na Diplomacia Cultural moçambicana no relacionamento entre as nações.

*Este Livro de Resumos respeita as variantes ortográficas dos países de origem dos participantes.

Parcerias



Organizaçào
de Estados
Ibero-americanos
Para a Educaçào,
a Ciéncia
e a Cultura



Organizaciòn
de Estados
Iberoamericanos
Para la Educaciòn,
la Ciéncia
y la Cultura



BRAGA
Município

Apoio



AGA KHAN DEVELOPMENT NETWORK

FCT Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia