

**O Português como língua de comunicação dos contextos  
da América Latina em Portugal**

**Marcelo Costa Pereira Caldas**

**Relatório de estágio de mestrado em Português como Língua Segunda  
e Estrangeira**

versão corrigida e melhorada após prova pública de defesa de grau de mestre

**Julho, 2020**

---

O presente relatório tem como finalidade a obtenção do grau de mestre em Português como Língua Segunda e Estrangeira pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa, e foi realizado sob a orientação da Professora Ana Maria Martinho.

## **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, à professora Ana Maria Martinho, pela disponibilidade e pelo apoio constante, bem como pela paciência.

Agradeço também à equipa da Casa da América Latina, em especial à doutora Manuela Júdice, por ter aberto as portas da instituição para a realização deste estágio, à Raquel Marinho, por ter me recebido em seu departamento, e à Patrícia Simões e à Rosa Marques, que tão bem me acolheram na CAL e com quem desenvolvi forte relação de afeto e de amizade.

Finalmente, gostaria de agradecer à minha família e à minha companheira pelo apoio e incentivo, e ao Gutenberg, meu gato, pela parceria constante nas horas solitárias de leitura e escrita. Obrigado, mais uma vez, meu amigo.

# **RELATÓRIO DE ESTÁGIO: CASA DA AMÉRICA LATINA**

**MARCELO COSTA PEREIRA CALDAS**

## **RESUMO**

O presente relatório tem como objetivo apresentar uma análise do trabalho realizado entre setembro e dezembro de 2019 na Casa da América Latina, em Lisboa, cujo resultado foi o desenvolvimento de um banco de dados de efemérides da América Latina que contemplasse não só os principais eventos do período de setembro a dezembro de 2019, mas também outros igualmente relevantes para os anos que se seguirão, e o seu consequente aproveitamento pelos meios de comunicação oficiais da CAL.

**PALAVRAS-CHAVE:** Relatório de estágio; Casa da América Latina; CAL; banco de dados; efemérides.

# **INTERNSHIP REPORT: CASA DA AMÉRICA LATINA**

**MARCELO COSTA PEREIRA CALDAS**

## **ABSTRACT**

The main objective of the following internship report is to provide an analysis of the work that was developed between September and December 2019 at Casa da América Latina, in Lisbon, the result of which was the creation of a database of Latin American ephemeris that included not only the main events of the related period, but also others equally relevant for the years to come, and their consequent use by the official CAL media.

**KEYWORDS:** Internship Report; Casa da América Latina; CAL; database; events.

## Sumário

1	Introdução.....	1
1.1	Âmbito do estágio.....	1
1.2	Motivação e pertinência temática.....	1
1.3	Objetivos do estágio e do relatório.....	2
2	A Casa da América Latina.....	3
3	O Perfil da Comunidade Latino-americana em Portugal.....	5
4	As Plataformas de Comunicação da CAL: canais e alcance.....	7
4.1	Mailing list.....	7
4.2	Instagram.....	8
4.3	Twitter.....	9
4.4	Facebook.....	10
5	O Banco de Efemérides .....	13
5.1	Justificação e objetivo.....	13
5.2	A metodologia inicial .....	13
5.3	A rotina de pesquisa.....	15
5.4	Os resultados obtidos.....	23
6	Uma breve reflexão sobre a importância das Redes Sociais.....	25
7	Conclusão.....	28
	Bibliografia.....	30
	Anexos.....	32

## **1 Introdução**

### **1.1 Âmbito do estágio**

O estágio aqui relatado foi realizado junto ao departamento de Comunicação da Casa da América Latina (CAL), em Lisboa, Portugal, e teve a duração de 440 horas realizadas entre setembro e dezembro de 2019. A orientação dentro da entidade foi proporcionada pela doutora Maria Manuela Morais Amaral Fernandes Júdice Glória.

O estágio surgiu da necessidade de tornar acessíveis algumas das informações mais relevantes acerca dos contextos e dos cotidianos dos países que pertencem à América Latina, tendo a língua portuguesa como base - o que é uma demanda, por parte da CAL, em relação às suas redes de apoiadores, seguidores virtuais e frequentadores. Assim, o foco esteve na criação de um banco de efemérides que contemplasse os principais eventos celebrados ao longo do período de um ano em parte da América Latina, de acordo com os critérios que, mais adiante, explicitaremos.

Durante o período de estágio, além das pesquisas e dos projetos individuais, foram realizadas diversas consultas, trocas e diálogos com os profissionais dos mais diversos departamentos da CAL, os quais foram determinantes para o bom resultado obtido.

### **1.2 Motivação e pertinência temática**

Considerando-se que em grande medida o conteúdo informacional da maior parte dos países-membros da CAL (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, El Salvador, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela) é encontrada em Espanhol, o uso do Português para ampliar o alcance desses conteúdos em território português mostra-se necessário. Para além do que já encontramos disposto nos livros de História, há bastantes informações acerca desses países que podem ser amplificadas por meio deste trabalho, auxiliando não só na compreensão de portugueses e brasileiros, como também na dos descendentes de latino-americanos

já nascidos em Portugal ou emigrados muito jovens, e que têm no Português a sua língua primeira ou segunda.

### **1.3 Objetivos do estágio e do relatório**

O estágio teve como principal objetivo o desenvolvimento de um banco de dados de efemérides da América Latina, com destaque para os países-membros da Casa da América Latina, que contemplasse não só os principais eventos do período de setembro a dezembro de 2019, mas também outros igualmente relevantes para os anos que se seguirão, e o seu consequente aproveitamento pelos meios de comunicação oficiais da CAL. Com isso, procura-se obter o aumento do alcance das ações da CAL não só em Lisboa, mas em Portugal na sua totalidade – e até internacionalmente, posto que se estabelece, *a priori*, nas formas de interação do universo virtual, principalmente pelas suas redes sociais.

## 2 A Casa da América Latina

De acordo com a página web da própria instituição, a Casa da América Latina (CAL) foi “criada em 1998 com a missão de aproximar Portugal da América Latina através do estímulo ao conhecimento e da cooperação com os países latino-americanos”. Nesse sentido, “é uma associação sem fins lucrativos e de direito privado, constituída pelo Município de Lisboa, pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros de Portugal, pelas Embaixadas dos países latino-americanos e por um conjunto de empresas”.

Quanto à sua atuação, a CAL “desenvolve-se em quatro áreas que se articulam em dois eixos fundamentais: Cultura e Conhecimento, com actividades em várias áreas culturais e artísticas e no campo das ideias e do conhecimento; Economia e Política, com actividades no campo empresarial de promoção e desenvolvimento das relações económicas e comerciais entre Portugal e os países latino-americanos, bem como no campo político-diplomático, enquanto entidade vocacionada para a cooperação institucional”.

Por fim, na sua formação, a CAL conta com um grupo de associados que se dividem da seguinte forma<sup>1</sup>:

- **Associados efetivos:** participam financeiramente e de forma ativa na vida da instituição;
- **Associados efetivos/cooperantes:** contribuem com serviços para as atividades da CAL, no mesmo montante que os associados efetivos;
- **Associados cooperantes:** pessoas singulares ou colectivas que apoiam atividades específicas da CAL;
- **Associados honorários:** pessoas singulares ou colectivas que se distinguem por serviços prestados à CAL ou cuja acção no espaço ibero-americano se manifeste relevante tanto no conhecimento como na evolução das relações ibero-americanas;
- **Amigos da CAL ou associados aderentes:** pessoas singulares que beneficiam de vantagens oferecidas pelos associados da CAL ou de condições especiais nos eventos da CAL.

Dentre os 20 países que compõem a América Latina, Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai, República Dominicana e Venezuela

---

<sup>1</sup>CAL (s.d.). Casa da América Latina. Consultado em 6 jan. 2020. Disponível em <http://casamericalatina.pt/quem-somos/associados/>.

são aqueles cujas embaixadas fazem parte do grupo de associados e, portanto, estabelecem relação direta com a CAL em suas mais variadas atuações, tais como os eventos académicos e culturais. Em comum entre esses países está o facto de que apenas o Brasil possui, como língua oficial, o Português - os demais, por sua vez, utilizam o Espanhol. Nesse sentido, tendo-se em conta que a CAL 1) encontra-se em Portugal; 2) possui, na sua equipa, maioritariamente cidadãos portugueses; 3) promove eventos que abarcam a comunidade latino-americana residente em Portugal (de primeira, segunda e anteriores gerações, ou com dupla nacionalidade) e 4) propõe-se atrair os portugueses interessados nos temas da América Latina, o Português surge como a base para a comunicação de contextos e de cotidianos, seja como língua nativa, seja como estrangeira.

### 3 O Perfil da Comunidade Latino-americana em Portugal

Para compreender o alcance local do trabalho da Casa da América da Latina, podemos olhar os dados referentes à comunidade latino-americana residente em Portugal. Porém, temos de partir de uma constatação importante; a de que esses números não são muito precisos, como notam Padilla e Ortiz (2009), por conta de um fator histórico:

*“Vários estudos apontam para uma explicação de proximidade como factor que explica a migração de latino-americanos para a Europa do Sul, em particular Espanha, Portugal e Itália, devido principalmente aos laços coloniais e à semelhança cultural expressada na língua e na religião dominante (Padilla e Peixoto, 2007; Palmas e Ambrosini, 2007; Pellegrino, 2004). Neste sentido, cabe recordar que muitos latino-americanos são descendentes de espanhóis, italianos e portugueses, o que facilita a aquisição da nacionalidade em algum país europeu, o que, além de ser um importante factor de atracção, permite ter uma inserção legal mais fácil nas sociedades europeias de acolhimento. Lamentavelmente é difícil aceder em Portugal aos dados sobre imigrantes latino-americanos que possuem dupla nacionalidade, devido a que são normalmente contabilizados como europeus nas estatísticas nacionais, mas torna-se importante salientar este fenómeno”.*<sup>2</sup>

Assim, a título de ilustração, o distrito de Lisboa, onde está sediada a CAL, apresentava, de acordo com as estatísticas apresentadas pelo Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) referentes ao ano de 2018, um total de 45.253 residentes de nacionalidades latino-americanas, dos quais 43.066 eram brasileiros (i.e., estão fora do grupo que utiliza o Português como língua segunda ou estrangeira) e apenas 2.187 dos demais países (ver anexo 1) - ou seja, pouco menos de 5% dessa população. Em Faro, segundo maior distrito de Portugal em número de residentes estrangeiros, encontravam-se 10.422 latino-americanos, dos quais 9.650 eram brasileiros e 772 pertencentes aos demais países - pouco mais de 7% dessa população (ver anexo 2). Reiteramos que esse número não

---

<sup>2</sup> PADILLA, Beatriz e ORTIZ, Alejandra (2009), “Perfis sociais dos imigrantes latino-americanos em Portugal”, in PADILLA, Beatriz e XAVIER, Maria (org.), Revista Migrações - Número Temático Migrações entre Portugal e América Latina, Outubro 2009, n.º 5, Lisboa: ACIDI, pp. 87-110. Consultado em 6 jan. 2020. Disponível em [https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/183863/Migr5\\_Sec1\\_Art5.pdf/2a39341f-36cb-446f-b752-90b579807c7b](https://www.om.acm.gov.pt/documents/58428/183863/Migr5_Sec1_Art5.pdf/2a39341f-36cb-446f-b752-90b579807c7b).

enquadra os cidadãos que possuem dupla nacionalidade (falantes ou não do Português), registados, portanto, como europeus. Porém, traçam um pequeno panorama proporcional do quadro que encontramos dentro do território português<sup>3</sup> - e que representa, como dissemos, uma parte, mas não o todo, do público interessado nos trabalhos desenvolvidos pela CAL.

---

<sup>3</sup> O SEF não oferece os dados totais de Portugal em função dos países migrantes, apresentando apenas os dados referentes a cada distrito. Para conferência, os demais números encontram-se disponíveis em <https://sefstat.sef.pt/forms/distritos.aspx>. Consultado em 6 jan. 2020.

## 4 As Plataformas de Comunicação da CAL: canais e alcance

Para além do trabalho desenvolvido em seu espaço físico, onde acontecem exposições, conferências, feiras, premiações, entre outros eventos, aquele desenvolvido pela Casa da América Latina em relação aos seus associados e demais interessados por meio dos meios virtuais é igualmente fundamental, dadas as características da comunidade como mencionado no capítulo 3. Dentre esses canais, quatro são os principais: mailing list (via correio electrónico), Instagram, Twitter e Facebook. Falemos sobre cada uma delas a seguir.

### 4.1 Mailing list

A CAL possui uma mailing list por correio electrónico que se divide em dois focos informativos: a CAL Economia e a CAL Cultura. Na primeira, circulam as informações que dizem respeito aos eventos desta área promovidos pela instituição, bem como a divulgação de eventos de terceiros e de notícias relacionados com a América Latina. De acordo com os dados fornecidos pela CAL, em dezembro de 2019, possuía cerca de 3200 e-mails cadastrados e tem periodicidade mensal, sendo o informativo enviado, por norma, na segunda semana de cada mês. Dentre os assinantes, encontram-se desde representantes das embaixadas e consulados até o público em geral. Já a segunda abrange a divulgação de todos os eventos culturais e académicos da CAL, tanto pré quanto pós-evento, e ainda qualquer tipo de evento ou de informação que possa estar associado ou que seja interessante divulgar, sempre - ou na maior parte das vezes - relacionado à América Latina. Nesta havia cerca de 4100 e-mails cadastrados, e a periodicidade também é mensal, com envio, por norma, na primeira semana de cada vez. Cabe frisar que 1) a assinatura de um dos mailings lists não implica, necessariamente, a assinatura da outra, o que justifica a diferença no número de assinantes (cerca de 900) e 2) há, no entanto, que se considerar que parte do público é comum a ambas. Como exercício hipotético, se admitíssemos que se trata de assinantes únicos (i.e., sem assinatura de ambas as listas), teríamos um total de aproximadamente 7300 assinantes - um número inferior a 20% do total de latino-americanos residentes apenas em Lisboa (45.253, como dito no capítulo 3). Trata-se, portanto, de um meio de alcance bastante limitado.

## 4.2 Instagram

O Instagram é uma rede social que se popularizou pela disseminação de conteúdos visuais (fotografias) entre usuários não-comerciais, mas que hoje é bastante utilizada também por empresas, instituições e órgãos oficiais governamentais, por exemplo. E, como é evidente, a Casa da América Latina também possui a sua conta oficial, cujo acesso se dá pelo endereço [www.instagram.com/casamericalatina](http://www.instagram.com/casamericalatina). Por meio dela, faz a divulgação e a cobertura dos eventos que acontecem na casa, promove atividades em parceria com ou de interesse da comunidade latino-americana, noticia acontecimentos dessa região, faz comunicados oficiais e apresenta conteúdos a respeito dos diversos países membros. Vale-se não só de fotografias, mas também de vídeos, transmissões em direto e textos escritos. Em 10 de março de 2020, a conta oficial da CAL dispunha de 739 publicações e 1164 seguidores, com uma média de 41 visitas ao perfil por semana. Para avaliar o alcance das publicações, o Instagram oferece aos proprietários uma ferramenta de visualização de atividade, a qual apresenta o número de impressões e o de alcance de uma publicação ou da conta durante um determinado período.

A designação “impressão” (impressions) diz respeito à quantidade de vezes que um post foi visto, sem diferenciar se ele foi visualizado mais de uma vez por um mesmo usuário. Já a designação chamada "alcance" (reach), que mede somente o número de vezes que os posts são vistos, ou seja, sem contar as repetições de usuário. Na prática, o que estamos a dizer é que, quando uma publicação tem, por exemplo, cinco impressões e três de alcance, isso indica que o conteúdo foi visualizado mais de uma vez por alguém. No gráfico a seguir, vemos como se comportou a conta oficial da CAL no período entre 3 e 9 de março, além do crescimento em relação ao mesmo número de dias entre 25 de fevereiro e 2 de março:

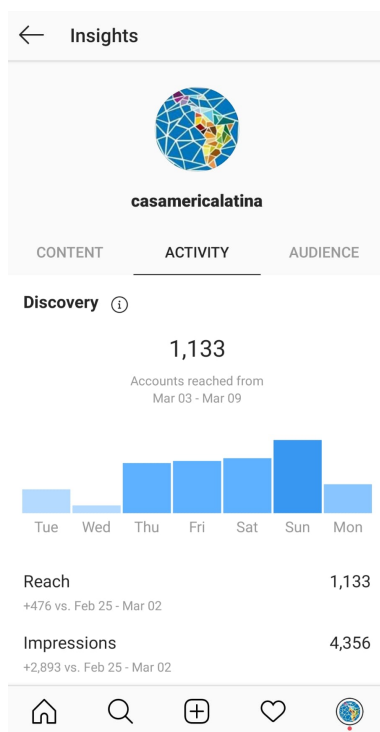


Figura 1: fluxo da conta @casamericalatina no Instagram no período de 03 a 09 de março de 2020.

No geral, a conta no Instagram da CAL parece conseguir apresentar resultados satisfatórios de alcance em face ao público que a segue, ainda que não seja possível afirmar que os 1133 usuários alcançados correspondam necessariamente à quase totalidade dos 1164 seguidores, uma vez que se trata de uma conta de formato aberto (i.e., sem restrição de acesso nas suas configurações de privacidade). O foco, portanto, está em aumentar o número de seguidores e, conseqüentemente, o alcance das publicações, o que pode ser auxiliado pelo incremento de conteúdos advindos do banco de efemérides desenvolvido por nós.

### 4.3 Twitter

A rede social que ficou famosa por permitir apenas postagens com 140 caracteres (número que hoje é o dobro) e, por isso, pela disseminação de informações de curta extensão e de alcance rápido, também é contemplada pela Casa da América Latina no endereço [www.twitter.com/casamericalat](http://www.twitter.com/casamericalat). Porém, apesar de a conta oficial existir desde maio de 2009, só a partir de 2019 ela passou a ser utilizada como um canal de comunicação mais frequente. Lá, além

de promover os mesmos conteúdos que a CAL já apresenta nas outras redes sociais, também é feita a republicação (por meio da opção retweet) de postagens (os chamados tweets) dos mais diversos canais que tenham relação com a América Latina - dos principais jornais e revistas aos órgãos oficiais dos países. Mais adiante veremos como esta rede social mostrou-se fundamental para o desenvolvimento das atividades do estágio desenvolvido. Para já, concentremo-nos no alcance que a conta da CAL apresentava em 10 de março de 2020: apenas 489 seguidores, número significativamente baixo se comparado com os demais canais da própria instituição.

No entanto, é preciso considerar que, com as formas de interação oferecidas pelo Twitter, é possível que uma publicação alcance facilmente usuários não-seguidores da conta original - os retweets não direcionam o usuário para a conta primeira, ficando disponível na página que os faz. Por exemplo: se a conta do Cinema São Jorge faz um retweet sobre uma publicação da CAL acerca da Mostra de Cinema da América Latina, os seguidores da conta do Cinema São Jorge visualizam essa postagem sem a necessidade de seguir ou mesmo aceder à conta da CAL. É possível, portanto, medir as interações e reações feitas a uma publicação, e essas podem ser bastante superiores ao número de seguidores de uma conta. Infelizmente, porém, não conseguimos ter acesso a esses números junto à Casa da América Latina, o que impossibilitou calcular a eficácia do uso dessa rede social por parte da instituição.

#### **4.4 Facebook**

O sistema de Páginas da rede social Facebook é mais uma ferramenta de uso bastante comum por parte de empresas, associações e órgãos oficiais. A Casa da América Latina, por sua vez, também se vale dessa plataforma para a sua divulgação no endereço [www.facebook.com/casamericalatina.pt/](http://www.facebook.com/casamericalatina.pt/) e é nela que reside o seu maior alcance. A 25 de março de 2020, a página contava com 15.596 “gostos” e 16.070 seguidores. É importante explicar essa pequena diferença entre números a partir de uma funcionalidade que é oferecida pelo Facebook: por exemplo, ao sinalizar “gosto”, o usuário deixa visível à sua rede a sua aprovação à página em questão; ao optar apenas por ser um seguidor, mantém-se atualizado acerca das publicações e dos conteúdos da página, mas não deixa evidente que gosta daquele espaço. A diferença, nesse caso, é subtil, mas justificável: é possível, a título de ilustração, acompanhar a página de um político com

quem o usuário não possui afinidade sem manifestar apreço pelo mesmo. Em tempos em que a popularidade, muitas vezes, é medida por alcance virtual, funciona como uma opção para quem não abre mão de se manter informado acerca do contraditório, mas não quer dar apoio involuntário a quem o defende.

No caso da CAL, a página apresenta uma eficácia bastante interessante, como demonstram os dados a seguir, de 11 de fevereiro a 9 de março de 2020:

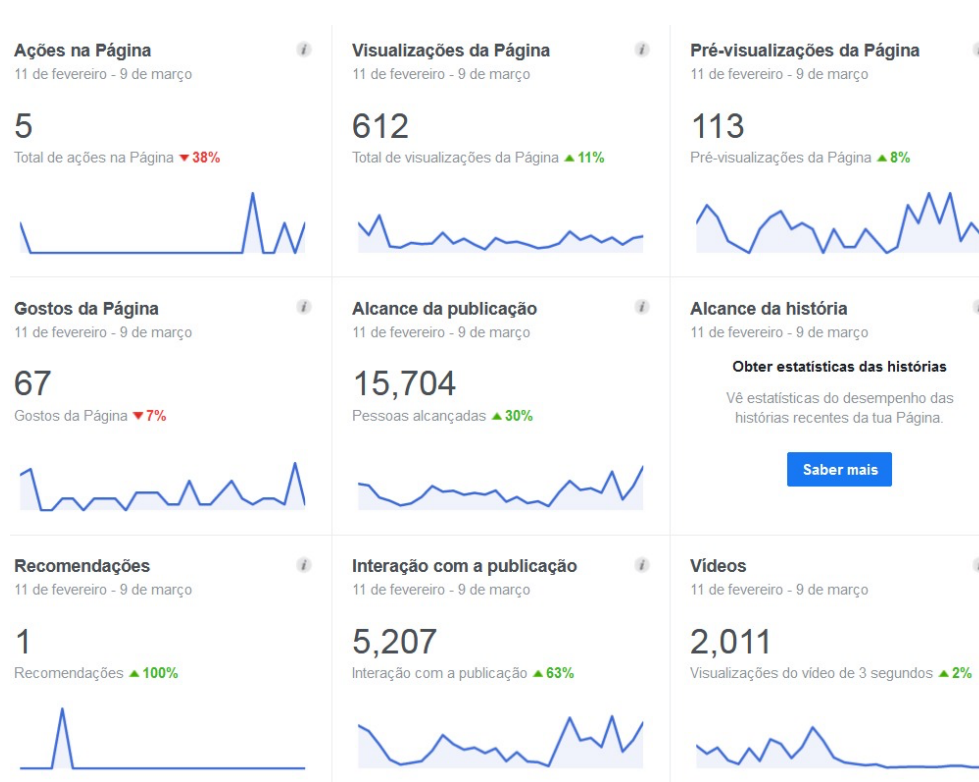


Figura 2: fluxo da página [www.facebook.com/casamericalatina](http://www.facebook.com/casamericalatina) no período de 11 de fevereiro a 09 de março de 2020.

Para efeito de análise, não levaremos em conta os crescimentos percentuais, pois trata-se de dados comparativos em relação a ações feitas no período de 30 dias imediatamente anterior, mas os números absolutos de quatro campos: “Gostos da Página”, “Visualizações da Página”, “Alcance da publicação” e “Interação com a publicação”, em razão de serem comparáveis aos parâmetros encontrados nas demais redes sociais - e dos quais já falamos neste relatório.

A página da CAL, no referido período, obteve 67 novos “gostos” não-promovidos (i.e., de geração espontânea), o que representa um aumento de menos de 0,5% em seu número total. Porém, a página foi visualizada 612 vezes, sinalizando uma média em torno de 20 acessos diários, e obteve

15.704 de alcance da publicação - o que abrange o número de pessoas que viram alguma das publicações feitas pela CAL no mínimo uma vez ao longo desses 30 dias. Além disso, contou com 5.207 interações com a publicação, dado que diz respeito às vezes em que usuários deram “gosto”, comentaram, compartilharam ou clicaram em um link apresentado por uma das publicações. Se ainda não são números que contemplam a totalidade da comunidade latino-americana em Portugal - meta naturalmente impossível -, ao menos apresenta um alcance significativamente superior às contas da CAL nas demais redes sociais.

Há, ainda, um último número que vale destaque: são 45 recomendações do espaço, com nota média de qualificação 4,4 sobre 5,0. É a avaliação das pessoas que, em tese, foram à CAL e, posteriormente, expuseram a sua opinião na página do Facebook. A nota interessa-nos menos do que a quantidade de pessoas: em um universo de 45.253 latino-americanos residentes em Lisboa - e isso se considerássemos que não há portugueses ou pessoas de outras nacionalidades interessados nas atividades da CAL - configura-se em um percentual irrisório. Faz-se necessário, aqui também, potencializar o acesso aos conteúdos oferecidos virtualmente pela CAL.

## 5 O Banco de Efemérides

### 5.1 Justificação e objetivo

O dicionário Houaiss online apresenta como uma das definições de efemérides uma “obra que registra fatos ocorridos no mesmo dia do ano em diferentes anos”<sup>4</sup>. Foi exatamente sob essa perspectiva que a criação do banco de efemérides da CAL, trabalho que foi desenvolvido durante o estágio curricular, se realizou. Com ele, procurou-se contemplar as principais datas comemorativas dos países pertencentes à América Latina - em especial dos associados da Casa - que sejam de interesse específico e, ou global, incluindo desde eventos recorrentes (factos de celebração anual, por exemplo, como as declarações de independência), até eventos circunstanciais (centenários, bicentenários e afins do ano do calendário). Desse modo, buscou-se criar conteúdos que incrementassem as publicações cotidianas da Casa e, ao mesmo tempo, permitissem gerar um maior número de interessados nas atividades da associação, não só ampliando o alcance e as interações virtuais nos diversos canais da Internet, como também aumentando o fluxo de frequentadores do espaço físico em Lisboa. Vale ressaltar que a utilização prática subsequente do banco de efemérides por meio do departamento de Comunicação da CAL não está contemplada por esse plano de estágio, cabendo à Casa, por meio de seus funcionários contratados, a correta manutenção e aplicação dos dados fornecidos pelo trabalho realizado ao longo do estágio curricular.

### 5.2 A metodologia inicial

Para podermos iniciar a construção do banco de efemérides foi preciso estabelecer alguns critérios. Além de nos focarmos, primordialmente (mas não apenas), nos países associados à CAL, também procuramos abranger algumas das principais esferas de interesse da Casa e do seu público. Assim, buscamos classificar as efemérides, inicialmente, em três grupos básicos: História, Cultura

---

<sup>4</sup> Houaiss (s.d.). Dicionário Houaiss UOL. Consultado em 15 jan. 2020. Disponível em <https://houaiss.uol.com.br/pub/apps/www/v5-1/html/index.php#1>

e Ciências. Em História, pretendíamos dar conta dos eventos registados ao longo do curso de cada país até aos dias de hoje. Em Cultura, buscaríamos falar das diversas áreas do campo das artes. Por fim, em Ciências, daríamos ênfase aos factos ocorridos nas áreas mais técnicas do saber.

Contudo, ao iniciarmos as pesquisas, percebemos que, para fins de identificação rápida e de maior precisão em relação aos conteúdos que viriam a ser apresentados posteriormente pela CAL em suas redes sociais, essa primeira divisão, mais genérica, mostrava-se imprecisa. Por isso, uma nova divisão, mais minuciosa, fez-se necessária. De modo a encontrar, na busca por eventos, conteúdos que fossem mesmo afins à CAL e ao seu público frequentador, chegamos a uma nova categorização, agora dividida em 17 campos. Assim, concluímos que o banco de efemérides fosse composto por datas relevantes referentes a: Antropologia, Arquitetura, Artes, Ciências, Cinema, Cultura, Desporto, Educação, Filosofia, Jornalismo, Literatura, Medicina, Música, Política, Religião, Teatro e Televisão. É importante dizer que contemplamos, também, as possíveis intersecções entre dois desses, uma vez que havia eventos que se encaixavam em mais de um campo. A esta coluna, em nossa tabela, demos o título Categoria.

Não obstante, a periodização temporal também foi um critério fundamental para fazermos determinados recortes. Como, em perspectiva histórica, a probabilidade de se encontrar um evento marcante de um dos países-membros da CAL em um dia qualquer do ano é alta, procurámos, fundamentalmente, as ocorrências em que se cumpririam datas consideradas “redondas”: 10, 25, 50, 75, 100, 150, 200, 250 e 500 anos, de acordo com a demanda solicitada pela responsável pelo departamento de Comunicação da Casa, a doutora Raquel Marinho. Ao longo do processo, no entanto, outras datas foram sendo incluídas, ainda que não obedecessem a esse primeiro recorte, em função da sua importância – foi o que ocorreu, por exemplo, com o marco de independência relativo a cada país. Para facilitar a pesquisa na tabela e organizarmo-la cronologicamente, optamos pelo formato ano (coluna A), dia e mês (coluna B), ainda que se possa optar por outras formas de organização<sup>5</sup>.

Como se trata de outra informação deveras relevante quando estamos a falar de efemérides, o nosso banco também buscou contemplar, em cada ocorrência, a autoria de cada entrada. Assim,

---

<sup>5</sup> Por se tratar de uma tabela desenvolvida no formato Excel, é possível seleccionar a forma de leitura a partir do campo de interesse (coluna A, B, C, D, E, F ou G), em ordem crescente/descendente numérica ou alfabética.

atribuímos uma coluna chamada Autor/Artista, de modo a indicar a/o(s) responsável(is) por um determinado evento. Há, é claro, episódios em que isso não se aplica – por exemplo, as natalidades e os falecimentos de figuras relevantes por causas naturais –, razão pela qual, em muitos casos, essa coluna se encontra em branco. No entanto, em relação a muitos eventos de natureza política e artística, a indicação do nome de autor mostrou-se tão fundamental quanto o registo do facto em si.

Por fim, de modo a oferecer um maior suporte para os funcionários da CAL que viessem a utilizar a nossa tabela depois de finalizado o tempo de estágio, optamos por criar uma coluna adicional na qual se pudesse acrescentar quaisquer outras informações relevantes a respeito de cada efemeridade, bem como sítios web com indicações mais precisas a respeito do facto listado. Assim, como resultado dessa organização e tentando atender à maior especificidade de cada evento listado, construímos uma tabela que ficou dividida na seguinte ordem: Ano, Dia/Mês, Evento, País, Categoria, Autor/Artista e Justificação/Observação, conforme se observa na imagem a seguir:

ANO	DIA/MÊS	EVENTO	PAÍS	CATEGORIA	AUTOR/ARTISTA	JUSTIFICAÇÃO/OBSERVAÇÃO
1968	30 de outubro	Falecimento de Ramón Novarro	México	Cinema	-	<a href="https://pt.wikipedia.org/wiki/Ram%C3%B3n_Novarro">https://pt.wikipedia.org/wiki/Ram%C3%B3n_Novarro</a>
1969	6 de setembro	Estreia de "O Dragão da Maldade contra o Santo Guerreiro"	Brasil	Cinema	Glauber Rocha	Conhecido internacionalmente como "Antonio das
1969	18 de setembro	Inauguração da Televisión Nacional de Chile (TVCh)	Chile	História	Presidente Eduardo Frei Montalva	<a href="https://pt.wikipedia.org/wiki/Televisión_Nacional_de_Chile">https://pt.wikipedia.org/wiki/Televisión_Nacional_de_Chile</a>
1969	26 de setembro	Golpe de Ovando Candia a Siles Salinas	Bolívia	História	-	Alfredo Ovando Candia assume como presidente.
1969	28 de setembro	Primeira emissão da rádio Continental	Argentina	História	-	<a href="https://es.wikipedia.org/wiki/Radio_Continental">https://es.wikipedia.org/wiki/Radio_Continental</a>
1969	8 de outubro	Toma de Pando	Uruguai	História	-	<a href="https://es.wikipedia.org/wiki/Toma_de_Pando">https://es.wikipedia.org/wiki/Toma_de_Pando</a>
1969	17 de outubro	Emenda Constitucional nº1	Brasil	História	Junta Governativa Provisória	Também conhecida como Constituição de 1969. Tr
1969	17 de outubro	Nacionalização da Gulf Oil Bolívia	Bolívia	História	Marcelo Quiroga Santa Cruz	<a href="https://www.yptb.gob.bo/es/informacion-institucion">https://www.yptb.gob.bo/es/informacion-institucion</a>
1969	29 de outubro	Fundação da Base Marambio, na Antártida	Argentina	História	-	<a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Marambio_Base">https://en.wikipedia.org/wiki/Marambio_Base</a>
1969	31 de outubro	Operación Canguro	Venezuela	História	Presidente Rafael Caldera	<a href="https://es.wikipedia.org/wiki/Operación_Canguro">https://es.wikipedia.org/wiki/Operación_Canguro</a>

Figura 3: recorte da tabela desenvolvida para a CAL com as principais efemérides da América Latina para o último trimestre de 2019 e os primeiros meses de 2020.

### 5.3 A rotina de pesquisa

Para que o banco de efemérides fosse construído de forma a ser o mais completo possível, foi preciso desenvolver formas de pesquisa avançadas e minuciosas. Afinal, como relatado pelos próprios responsáveis pela CAL em nossa primeira reunião, a qual definiu os caminhos do estágio a ser realizado, havia poucas dessas informações disponibilizadas pelos consulados e pelas embaixadas, resumindo-se, na maior parte das vezes, às datas mais óbvias do ano-calendário. A ideia, portanto, era ser mais abrangente quanto aos eventos listados – e, conseqüentemente, também municiar os próprios órgãos oficiais dos países latino-americanos filiados à Casa com essas

informações, as quais, muitas vezes, não se encontram no foco das suas comunicações por não serem tidas como prioritárias, ainda que se mostrem relevantes para a comunidade.

Desse modo, era necessário avançar as pesquisas no sentido de encontrar as efemérides que não seriam facilmente encontradas nos livros de História, mas que, em anos passados, é provável que fossem listadas em almanaques, manuais e enciclopédias – hoje substituídas pelos diversos conteúdos encontrados na Internet. No entanto, essa facilidade do ambiente virtual é, também, o maior inimigo do pesquisador que se propõe a fazer um trabalho sério, pois a confiabilidade das fontes e as imprecisões trazidas pela não-verificação das informações dispostas são fatores inegáveis. E, para garantir o bom funcionamento do banco de efemérides da CAL, era preciso reduzir ao mínimo esses riscos. Por conta disso, não foram poucas as vezes em que datas e eventos foram descartados por nós, e aqueles que hoje figuram na tabela final são os que passaram por todas ou boa parte das exigências fundamentais para serem incluídos nos resultados da nossa pesquisa, a saber:

- A. Confirmação por ao menos três fontes fiáveis (i.e., jornais, emissoras de rádio, de televisão, periódicos diários e/ou semanais, enciclopédias e canais de órgãos oficiais) da referida ocorrência, sendo no mínimo uma delas autóctone;
- B. Não-inclusão no grupo de eventos de natureza ideológica específica, ou seja, tratar-se de um evento que represente interesse coletivo de facto, e não de apenas determinados grupos políticos, económicos ou culturais;
- C. Pertença a um dos períodos de aniversário já mencionados em 5.2. ou reconhecimento como ocorrência única de exceção justificável;
- D. Caracterização como evento sobremaneira importante por sua ocorrência anual ou pela sua recorrência futura.

No caso dos itens A e B, não foram feitas quaisquer concessões. Naturalmente, os itens C e D, por serem de natureza excludente entre si, foram cumpridos em alternância. Para ilustrar, destacamos o exemplo a seguir, acerca da inauguração do Museu da Inconfidência, em Minas Gerais, Brasil, cujos 75 anos se completaram em 11 de agosto de 2019<sup>6</sup>:

---

<sup>6</sup> O evento dos 75 anos do Museu da Inconfidência apareceu-nos na primeira busca feita por datas comemorativas ao longo do ano de 2019 no Brasil. Apesar de estar fora do escopo temporal abarcado ao longo do estágio (efemérides

The screenshot shows the Enciclopédia Itaú Cultural website. At the top left is the logo and name. A search bar is at the top right. A cookie consent banner is visible. The main content area features the article title 'Museu da Inconfidência' under the 'Literatura' category. The article text describes the museum's creation in 1938 and its historical significance. A photograph of the Vila Rica landscape is included. A sidebar on the left offers navigation by topics like 'Artes visuais', 'Cinema', and 'Dança'. A sidebar on the right contains a 'Menu' with various site navigation options.

Figura 4: recorte da página web do instituto Itaú Cultural com a informação da data de inauguração do Museu da Inconfidência. Disponível em <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/instituicao18009/museu-da-inconfidencia>.

The screenshot shows the official website of the Museu da Inconfidência. The header includes the museum's name and navigation links like 'Sobre o museu', 'Acervo online', and 'Arquivo'. A search bar is present. The main content area features a large heading 'Tag: 75 anos' and a news section titled '75º Aniversário do Museu da Inconfidência'. The news text mentions the 75th anniversary on August 11th and the preparation of a special agenda. At the bottom, there are tags for '2019', '75 ANOS', 'IBRAM', 'MDINC', 'MG', and 'OURO PRETO'.

Figura 5: recorte da página web oficial do Museu da Inconfidência com informações em virtude da celebração dos 75 anos de sua inauguração. Disponível em <https://museudainconfidencia.museus.gov.br/tag/75-anos/>.

entre setembro e dezembro de 2019), pareceu-nos importante, enquanto marco de uma instituição histórica do país, figurar na lista para futuras celebrações, estando em conformidade com o que foi indicado no item D de nossas exigências.

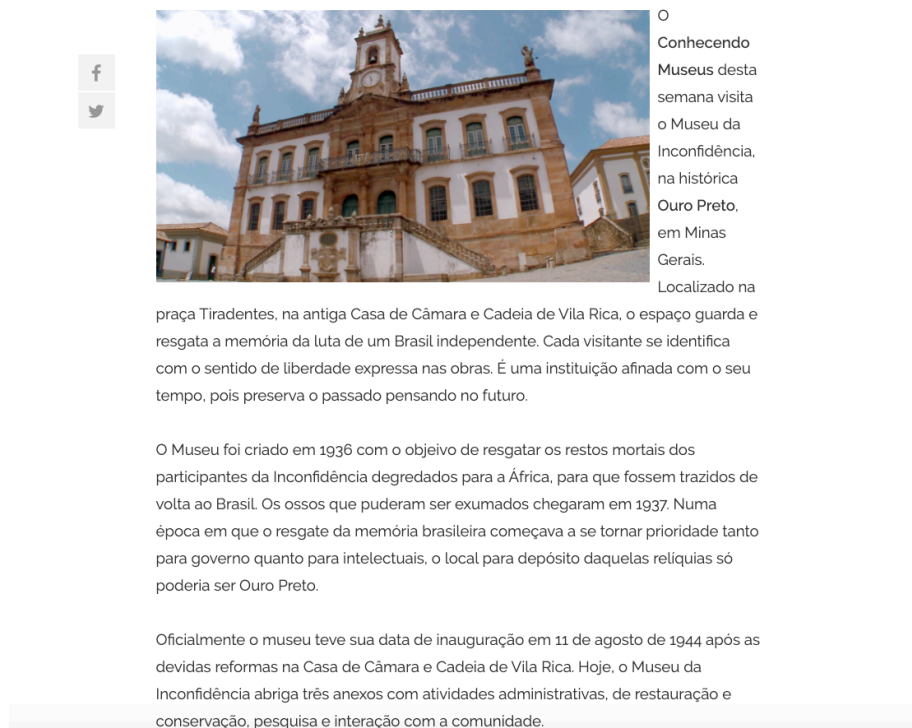


Figura 6: recorte da página web da emissora TV Brasil com a informação da data de inauguração do Museu da Inconfidência. Disponível em <https://tvbrasil.etc.com.br/conhecendomuseus/episodio/museu-da-inconfidencia>.

Naturalmente, as ferramentas iniciais de busca na Internet utilizadas para obtermos os primeiros resultados foram o Google e a Wikipédia, em função da facilidade de manuseio e da rápida resposta oferecida. Por meio de comandos simples como “efemérides 2019 Brasil” ou “Datas comemorativas Argentina” foi possível encontrar um grande número de ocorrências que nos serviram de base para construir uma primeira vaga de eventos acerca de todos os países-membros da CAL. Entre artigos e notícias de jornais, vídeos da plataforma YouTube, guias estudantis e páginas oficiais de instituições, obtivemos cerca de 500 ocorrências, as quais, posteriormente, foram alvo de verificação com base nos quatro exigências já mencionadas, sendo ou não aproveitadas em função da sua compatibilidade com os nossos critérios. Esse trabalho foi desenvolvido ao longo de aproximadamente duas semanas, finalizando, assim, a primeira etapa da pesquisa com cerca de 150 efemérides devidamente aprovadas para inclusão em nosso banco de dados.

Na segunda etapa, resolvemos expandir as formas de pesquisa. Em sentido inverso, passamos a acompanhar os principais periódicos diários de cada país-membro da CAL, de modo a

identificar, em suas versões online, as datas comemorativas que eram apresentadas por eles, em processo de recepção passiva. O centenário da empresa de aviação Avianca, da Colômbia, em 5 de dezembro, surgiu-nos, por exemplo, desse modo, por meio do jornal El Espectador, no dia 30 de novembro de 2019. Depois, em 5 de dezembro de 2019, data-aniversário, extraímos a confirmação em dois outros periódicos.



Figura 7: recorte da página web do jornal El Espectador com informações acerca do centenário da companhia aérea Avianca. Disponível em <https://www.elespectador.com/economia/los-100-anos-de-avianca-articulo-893646>.

## Los 100 años de Avianca: un vuelo lleno de historia

Fundada el 5 de diciembre de 1919 en Barranquilla, llega a su primer siglo, mientras que afronta una de las etapas más complejas de toda su historia.

Figura 8: recorte da página web do diário Portafolio com destaque para o centenário da companhia aérea Avianca. Disponível em <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/los-100-anos-de-avianca-un-vuelo-lleno-de-historia-536260>.

## Avianca, ¡qué 100 años!

**Autor:** Alberto Maya Restrepo  
5 diciembre de 2019 - 12:02 AM

Al cabo de 100 años, quedamos listos para empezar una nueva historia de aviación comercial propia, como en aquel 5 de diciembre de 1919.



📁 Archivo EL MUNDO  
¿De qué tamaño será la "nueva" Avianca?

Medellín

Figura 9: recorte da página web do jornal El Mundo.com com destaque para o centenário da companhia aérea Avianca. Disponível em <https://www.elmundo.com/noticia/Avianca-que-100-anos-/378300>.

Ainda sobre esta efeméride, para fins de verificação, lançamos mão, também, daquela que foi a nossa terceira estratégia de pesquisa: a checagem, sempre que possível, das redes sociais oficiais de instituições, empresas, pessoas públicas ou afins aquando de uma efeméride listada. Em relação à Avianca, por exemplo, a confirmação do centenário foi feita diretamente em sua página da rede social Facebook – primeiro no dia 30 de novembro de 2019, data da notícia encontrada no jornal El Espectador, e, posteriormente, em 5 de dezembro de 2019. Durante o intervalo entre essas duas datas, a companhia aérea fez também atualizações diárias nas quais celebrava esse marco de sua história, com publicações que elencavam as cem razões que a motivavam a continuar a operar os seus voos ao longo de tanto tempo, como vemos a seguir:



Figuras 10 e 11: recortes da página web oficial da companhia aérea Avianca na rede social Facebook, em razão do seu centenário, nos dias 30 de novembro e 5 de dezembro de 2019. Disponível em <https://www.facebook.com/pg/AviancaGlobal/posts/>.

Finalmente, como quarto e último método para a construção do banco de efemérides, resolvemos dinamizar o processo de obtenção de atualizações sobre os eventos importantes do calendário da América Latina. Para isso, passamos a utilizar a rede social Twitter de modo programático, com verificação diária: primeiro, por meio do sistema de buscas. Segundo, pela criação de duas listas de interesse. Falemos um pouco sobre cada um desses métodos, portanto.

Uma das possibilidades oferecidas pelo Twitter em sua plataforma é a de obtenção de resultados de pesquisas feitas por meio de um assunto específico. Para isso, basta que, junto ao tema de interesse, se inclua, antes da palavra-chave, o sinal # - denominado hashtag. Como estávamos à procura de datas comemorativas, optamos por fazer buscas diárias por dois assuntos principais: #efemerides e #undiacomohoy, elegendo o Espanhol como idioma por ser a língua nativa de quase a totalidade dos países-membros da CAL. Assim, obtivemos, a cada dia, uma listagem diversa de celebrações, as quais eram aproveitadas ou não para o nosso banco de efemérides em função da relevância para as redes sociais da Casa.



Figuras 12 e 13: exemplos de resultados obtidos por meio das hashtags #efemerides e #undiacomohoy” na rede social Twitter, feitas em 14 de abril de 2020.

Como é suposto, cada ocorrência encontrada por essa busca obedecia a confirmação de sua veracidade por meio das quatro etapas apontadas no início deste subcapítulo. Somente após a sua validação foi incluída no nosso banco de efemérides. O mesmo aconteceu com os eventos que foram encontrados por meio do sistema de listas que criamos. Nessa ferramenta oferecida pelo Twitter, pudemos separar contas que falam sobre um mesmo tema em uma linha do tempo mais seletiva. Assim, para estabelecer um filtro em relação aos assuntos de nosso interesse, dividimos as contas a serem seguidas diariamente por dois campos principais: Política e Cultura. Em cada um dos grupos, incluímos as contas de órgãos oficiais específicas de cada governo, bem como as editorias de cada assunto nos principais jornais, emissoras de rádio e de televisão da América Latina.



Figuras 14 e 15: exemplos de publicações feitas na rede social Twitter em 14 de abril de 2020. Disponíveis nas listas Política América Latina e Cultura América Latina criadas para a CAL.

Como as outras redes sociais mais populares – Facebook e Instagram – não possuem ferramentas semelhantes de ordenação e busca, nem são utilizadas, de forma massiva, com esse mesmo propósito de atualização diária, foram pouco relevantes para os resultados da nossa quarta etapa de pesquisa. O Twitter mostrou-se a rede mais adequada para a procura de notícias e eventos em tempo real, sendo, por isso, a plataforma prioritária para o abastecimento de conteúdos durante os dias de estágio. Além disso, tanto o sistema de listas quanto o de buscas por hashtags foram apresentados e sugeridos, para os responsáveis pelo departamento de Comunicação da CAL, como forma de manutenção do trabalho de atualização do banco de efemérides no futuro.

#### **5.4 Os resultados obtidos**

Após três meses de constantes buscas, verificações e avaliações de relevância, chegamos à construção de um banco de efemérides com o total de 267 ocorrências, divididas em Argentina (50), Bolívia (8), Brasil (53), Chile (24), Colômbia (11), Costa Rica (4), Cuba (16), El Salvador (2), Equador (2), Guatemala (5), Honduras (3), México (34), Nicarágua (6), Panamá (2), Paraguai (1), Peru (16), Porto Rico (1), República Dominicana (1), Uruguai (8) e Venezuela (18), além de duas ocorrências que envolviam mais de dois países da América Latina. A maioria dos eventos encontrados contempla, como previsto, a data-aniversário ocorrida durante o período de estágio, i.e., setembro a dezembro de 2019. No entanto, também foram incluídas efemérides sem dia e mês definidos (caso da maioria das obras literárias e cinematográficas) ou cuja relevância pareceu-nos inegável (caso das independências de alguns dos países).

É importante observar que alguns países disponibilizam mais conteúdos por meio de seus órgãos oficiais e/ou dispõem de maior número de meios de comunicação atuantes nas redes sociais (caso de Argentina, Brasil e México), além de, naturalmente, terem maior fluxo de informações disponíveis na Internet por conta da relação entre a densidade populacional e o número de pessoas com acesso ao ambiente virtual. Entretanto, causou-nos alguma surpresa a dificuldade na obtenção de dados diários de alguns dos demais países, mesmo tendo sido alertados pela CAL acerca da pouca informação recebida pela Casa da parte dos consulados e embaixadas em Portugal.

De todo modo, a construção do banco de efemérides tornou-se possível e constitui, agora, uma base para a expansão desse procedimento de catalogação e divulgação de eventos relevantes sobre e para os países-membros, bem como para aqueles cujo interesse é tanto a história quanto a atualidade da América Latina em seus mais diversos campos. Não obstante as dificuldades encontradas, é possível usar as mesmas estratégias para, dia após dia, incorporar conteúdos às publicações da CAL e, paralelamente, contribuir para o crescimento do banco.

## 6 Uma Breve Reflexão Sobre a Importância das Redes Sociais

A consolidação e eventual expansão de plataformas como Facebook, Instagram e Twitter como formas de publicação de conteúdos pessoais trouxe, durante os primeiros anos, a falsa impressão de que o seu impacto na forma de obtenção de conteúdos “sérios” (i.e., notícias e informações fiáveis, por exemplo) por parte do público seria reduzida. Em algumas décadas, no entanto, não só os grandes nomes dos media ao redor do globo como também a maior parte das instituições que desenvolvem pesquisas e as publicações de enfoque histórico renderam-se ao inevitável, passando a também usar esses canais como forma de potencializar o seu alcance. O desenvolvimento tecnológico indubitavelmente facilitou a popularização desses recursos, e já não mais voltas a dar. Mais do que isso, é preciso notar que o público consumidor, hoje, não é sujeito meramente passivo de recepção. Nesse sentido, Christopher Barger afirma que:

A “mídia social”<sup>7</sup> é um ambiente no qual as barreiras para a publicação de dados desapareceram, transformando qualquer pessoa que possua uma boa conexão de Internet em um editor em potencial e, por conseguinte, em uma fonte confiável de informações. Seja ela voltada para eventos ou produtos, trata-se de um ambiente em que fontes tradicionais de informação – a “mídia tradicional”, o governo e até mesmo empresas e organizações – se mostram menos confiáveis ou são vistas com mais ceticismo e até desprezo.” (Barger, 2013, n.p.)

Nesse sentido, organizações como a Casa da América Latina possuem, nos seus mais diversos canais virtuais, ferramentas de alcance alargado e, ao mesmo tempo, a possibilidade de dialogar com um público disposto a receber informações por outros meios que não os mais convencionais. De fatos históricos a conteúdos cotidianos, há vastas possibilidades a serem exploradas, e a criação de um banco de efemérides contempla esses conteúdos. No entanto, para além da publicação das informações, é preciso desenvolver uma prática recorrente de interação e de estreitamento da distância entre a empresa, aqui representada na CAL, e o seu cliente ou público consumidor. Mais uma vez,

No ambiente das mídias sociais, conexões reais com pessoas reais não são apenas possíveis, mas, em muitos casos, são ainda mais valorizadas que o acesso à representação oficial de uma empresa. A voz organizacional (por exemplo, “A empresa X anunciou hoje que...”) tem se tornado cada vez menos valorizada e menos importante, enquanto a de um indivíduo

---

<sup>7</sup> Aquilo a que o autor se refere como “mídia social” é a nomenclatura utilizada para definir os diversos canais de comunicação de uma empresa ou instituição – as “redes sociais”, terminologia mais conhecida e, por isso, utilizada preferencialmente neste relatório.

de carne e osso – mesmo de alguém que esteja representando uma marca – ganha cada vez mais peso. Nesse ambiente, o público deseja se conectar com um ser humano, não com um logotipo. (Barger, 2013, n.p.)

Não estamos a defender, com isso, que a CAL passe a usar o banco de efemérides, em suas redes sociais, de uma maneira pessoal ao ponto de perder a sua identidade enquanto organização, mas de estabelecer interações que sejam cativantes, aumentando a fidelização do público. Casos bem-sucedidos nesse âmbito não faltam, e empresas como Netflix Portugal e associações como a União Zoófila, de Lisboa, são bons exemplos do que estamos a dizer. A despeito dos conteúdos diversos (serviço de entretenimento e adoção de animais sem lar, respetivamente), ambas utilizam estratégias de personalização para maior aproximação e conseguem, com isso, resultados bastante expressivos no que diz respeito a alcance e interação das publicações. Contudo, a Casa da América Latina parece optar por caminhar na extremidade oposta, em postura compatível com outras instituições como a Fundação Calouste Gulbenkian e a Fundação Serralves. Com 47.000 e 21.500 seguidores no Twitter respetivamente<sup>8</sup>, utilizam-se de publicações mais formais, meramente informativas. O resultado, porém, são poucas interações, o que impacta diretamente no alcance dos conteúdos dispostos e na popularização das instituições nos meios virtuais (ver Anexo, figuras 1 e 2). Nesse sentido, é preciso que a Casa da América Latina reflita sobre o modo como pretende fazer uso dos seus canais – se de forma meramente institucional, respeitando a sua chancela oficial junto aos países-membros da instituição, ou se de forma interativa e menos distanciada, em constante diálogo com a comunidade que pode beneficiar das suas atividades e das suas publicações. Construir diferenciais, em um território tão povoado de conteúdos como é a Internet, é um importante aliado para uma promoção bem-sucedida.

Para o autor deste relatório, um brasileiro que vive em Portugal desde 2016, diante de uma comunidade de migrantes que, naturalmente, sente saudades de casa e das suas referências autóctones, trazer esses tais conteúdos dispostos no banco de efemérides de uma maneira mais dialogal parece ser a melhor estratégia a ser adotada, e sobre a qual, ao longo do estágio, conversou algumas vezes. É um trabalho que se constrói a partir de um comportamento de monitoramento constante, de modo a observar o êxito e as demandas do público, e que envolve diversos aspetos. Uma das referências nesse sentido é o Clico de Mídias Sociais (SMC). Nele, encontram-se alguns

---

<sup>8</sup> Dados referentes a 15 de maio de 2020.

passos importantes para uma boa medida de como os conteúdos estão a ser recebidos. Monteiro (2013, n.p.) destaca alguns desses pontos fundamentais no que diz respeito ao processo de análise de dados por meio de monitoramento, dentre os quais destacamos dois: analisar (momento em que os dados estruturados pela etapa “capturar”<sup>9</sup> são transformados em informações e conhecimentos) e comunicar (levar aos usuários finais as informações de monitoramento, tais como executivos e colaboradores), de modo a garantir que melhorias sejam feitas.

Com essa rotina estabelecida, um banco de efemérides como o desenvolvido para a CAL pode ampliar o seu potencial e atingir um público muito maior. Sabemos, é claro, que nada impede que as datas e os eventos coletados sejam usados apenas como fonte de conteúdo a ser consultado pelo público frequentador das instalações da CAL. Porém, seria um subaproveitamento de seu potencial – afinal, estamos falando tanto de conteúdos culturais, históricos, cotidianos, que estimulam a interação e, mais até, permitem a sua expansão, quanto de uma comunidade bastante expressiva de interessados no que acontece e, ou, é proveniente da América Latina, usando como base a língua portuguesa para clarificar informações que, via de regra, se encontram na língua espanhola.

---

<sup>9</sup> “Capturar” seria o mesmo que coletar os dados a partir dos números fornecidos pelas próprias plataformas de mídias sociais.

## 7 Conclusão

Para uma instituição que tem como propósito representar uma comunidade tão grande e relevante quanto a América Latina (considerando aqui também, para além dos países de língua espanhola, o Brasil), nos seus mais diversos âmbitos, em Portugal, construir um banco de efemérides de base e de constante atualização mostrou-se uma necessidade premente. Para além de atuar pontualmente em eventos culturais, como mercados, exposições, concertos e prémios académicos, as redes sociais da CAL têm potencial para funcionar como o principal meio de disseminação de conteúdos a respeito dos seus países-membros tanto para a sociedade portuguesa quanto para os migrantes (e descendentes nascidos em território português) de origem latino-americana. No entanto, para que isso ocorra, é preciso aprimorar conteúdos de modo a aumentar o nível de interesse e o alcance de público. O formato de newsletter é funcional para a manutenção de uma rotina de informações consolidadas em um período de tempo, mas não é capaz de abarcar a simultaneidade e a maleabilidade dos conteúdos cotidianos. Para isso, as redes sociais da CAL podem aparecer como um modo menos estanque e mais ágil de transmissão, focado, em especial, nas efemérides coletadas.

Simultaneamente, é válido salientar que, por meio das redes sociais, torna-se possível medir com clareza as interações aos conteúdos veiculados, o que torna a sua relevância ainda maior para o trabalho de expansão da imagem da CAL – e da própria América Latina – entre os seus atuais e eventuais novos frequentadores. As hipóteses de compartilhamento, de aprovação (como o “gosto”) e de comentários/respostas constituem poderosas ferramentas desse processo. Afinal, acompanham a evolução de cada publicação de forma orgânica e não-orgânica, em tempo real, e permitem a expansão dos conteúdos à medida que surgem novas demandas. Por exemplo: se a CAL decide fazer uma homenagem a João Gilberto, músico brasileiro, em razão do aniversário do seu mais famoso álbum, ela pode, para além da primeira publicação, seguir com atualizações a seu respeito, valendo-se dos recursos que as redes sociais oferecem, tais como publicar na sequência a canção mais famosa presente nele, incluir uma versão feita por um conhecido artista de outra nacionalidade, acrescentar uma opinião de uma personalidade a respeito do impacto que o álbum teve em sua formação. Da mesma forma, se opta por registrar um fato histórico ocorrido há 75 anos, como a Revolução da Guatemala, pode explorar, ao longo do dia, diversas curiosidades a respeito do facto, desde os seus protagonistas até aos eventos que levaram à sua ocorrência. Para efeitos de

publicação, essas estratégias geram não só maior interação do público como também aumentam a taxa de retorno de seguidores dos canais utilizados para a disseminação daquele conteúdo. Tem, portanto, um potencial incomensurável de expansão. Para ilustrar essas possibilidades, separamos alguns exemplos de publicações feitas a partir do banco de efemérides desenvolvido (ver Anexo, figuras 3 a 5).

Há, ainda, uma hipótese a ser considerada para o uso futuro do banco de efemérides da Casa da América Latina. Construído em formato de tabela, de modo a facilitar a pesquisa por meio dos campos já mencionadas ao longo deste relatório, pode vir a tornar-se um aliado de estudantes dos mais diversos segmentos cujos temas sejam ou dialoguem com os países e os continentes ali representados. Cabe à CAL a decisão de fazê-lo, facultando o acesso ao público externo em visita à sua sede ou mesmo virtualmente. Afinal, trata-se de um acervo de dados primários em língua portuguesa que concentra informações disponíveis, em geral de forma bastante aleatória nos mais diversos canais de redes sociais. É, sem dúvida, um elemento a mais a se analisar dentro do processo de expansão de alcance de público da CAL, e que esperamos que seja uma consequência natural do trabalho desenvolvido com tanto empenho e gosto ao longo dos meses passados na instituição.

## Bibliografia

Barger, Christopher (2013). *O Estrategista em Mídias Sociais*. DVS Editora. São Paulo, Brasil.

Góis, Pedro e Marques, José Carlos (2018). *Retrato de um Portugal migrante: a evolução da emigração, da imigração e do seu estudo nos últimos 40 anos*, E-cadernos ces [Online], 29 | 2018, colocado online no dia 15 junho 2018.

Monteiro, Diego (2013). *Monitoramento e métricas de Mídias Sociais: do estagiário ao CEO*. DVS Editora. São Paulo, Brasil.

Padilla, Beatriz e Ortiz, Alejandra (2009). *Perfis sociais dos imigrantes latino-americanos em Portugal*, in PADILLA, Beatriz e XAVIER, Maria (org.), *Revista Migrações - Número Temático Migrações entre Portugal e América Latina*, outubro 2009, n.º 5, Lisboa: ACIDI, pp. 87-110

Restrepo, Alberto Maya (2019, Dezembro 5). Avianca, ¡qué 100 años!. *El Mundo*. Disponível em <https://www.elmundo.com/noticia/Avianca-que-100-anos-/378300>

Schuster, Sven. (2019, Novembro 1). Los 100 años de Avianca. *El Espectador*. Disponível em <https://www.elespectador.com/noticias/economia/los-100-anos-de-avianca/>.

- Páginas web

Casa da América Latina (s.d.). *Associados*. Disponível em <http://casamericalatina.pt/quem-somos/associados/>.

Dicionário Houaiss UOL (s.d.). *Efemérides (verbetes)*. Disponível em <https://houaiss.uol.com.br/pub/apps/www/v5-1/html/index.php#1>

Instituto Brasileiro de Museus (2019). *Museu da Inconfidência*. Disponível em <https://museudainconfidencia.museus.gov.br/tag/75-anos/>

Instituto Itaú Cultural (2016). *Museu da Inconfidência*. Disponível em <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/instituicao18009/museu-da-inconfidencia>.

Portafolio (2019). *Los 100 años de Avianca: un vuelo lleno de historia*. Disponível em <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/los-100-anos-de-avianca-un-vuelo-lleno-de-historia-536260>.

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras – Portal da Estatística (2019). *População Estrangeira Residente em Portugal*. Disponível em <https://sefstat.sef.pt/forms/districts.aspx>.

TV Brasil (2014). *Conhecendo museus: Museu da Inconfidência*. Disponível em <https://tvbrasil.ebc.com.br/conhecendomuseus/episodio/museu-da-inconfidencia>

## Anexos



Figura 1: publicação feita no Twitter da Fundação Serralves. Disponível em [www.twitter.com/serralves](http://www.twitter.com/serralves)



Figura 2: publicação feita no Twitter da Fundação Calouste Gulbenkian. Disponível em [www.twitter.com/fcgulbenkian](http://www.twitter.com/fcgulbenkian)

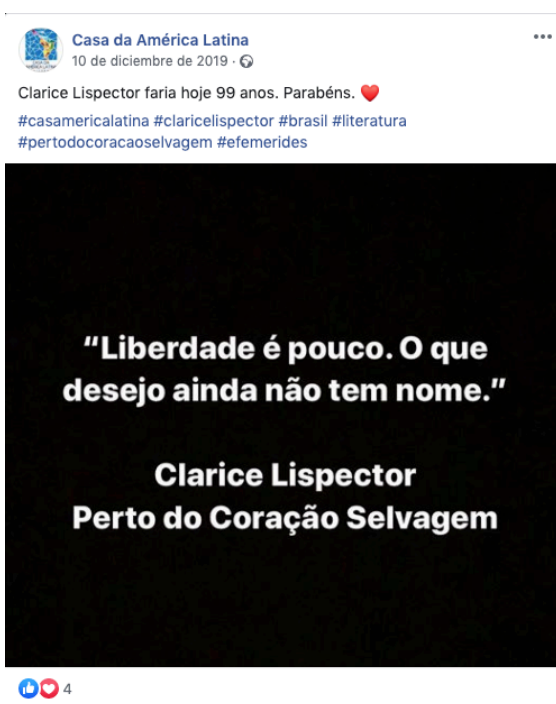


Figura 3: publicação feita no Instagram da CAL em razão dos 99 anos de nascimento da escritora Clarice Lispector a partir do banco de efemérides desenvolvido durante o estágio.



Figuras 4 e 5: publicações feitas, respectivamente, no Twitter e no Instagram da CAL, em razão dos 100 anos de nascimento do compositor Alvaro Carillo, data sinalizada em nosso banco de efemérides, e um exemplo do tipo de interação pretendida com conteúdos dessa natureza.



Figura 6: republicação feita no Twitter da CAL em razão do falecimento do músico Enrique Jorrín Oleaga a partir do mecanismo de listas criado na mesma rede durante o estágio desenvolvido na Casa.

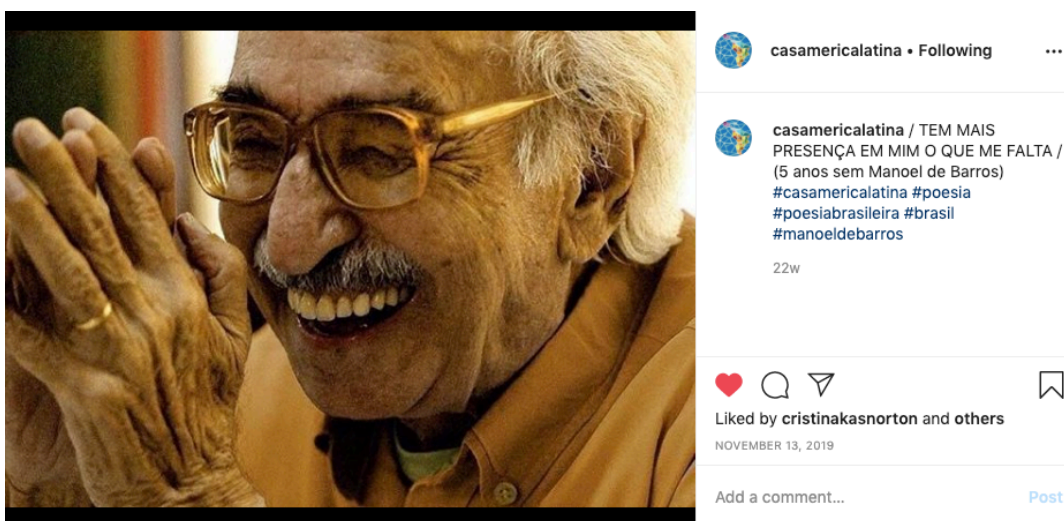


Figura 7: publicação feita no Instagram da CAL em razão dos 5 anos de falecimento do escritor Manoel de Barros, data sinalizada em nosso banco de efemérides.