

A Associação CulturFACE Como Promotora De Comunicação Intercultural. Estudo de caso: *Magazine Santomensidade*

Vivian Denise Diogo dos Santos

**Relatório de Estágio de Mestrado em Ciências da Comunicação
Cultura Contemporânea e Novas Tecnologias**

Março, 2024

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação realizado sob a orientação
científica Jorge Martins Rosa

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter-me servido de sustento e motivação para não desistir do percurso académico.

Ao meu orientador, Jorge Rosa, por todos os conselhos e pela sua disponibilidade antes e durante a elaboração deste relatório.

Ao orientador de estágio, Celso Soares, por ter-me recebido na associação e por, além das tarefas inerentes ao estágio, ter criado oportunidades para que eu estivesse em lugares incríveis e fizesse um *networking* que me valerá para a vida.

Um agradecimento especial à minha mãe, Joaquina Diogo, a todos os meus familiares e amigos pelo apoio que foi essencial para a conclusão desta etapa académica diante de tantos percalços.

A ASSOCIAÇÃO CULTURFACE COMO PROMOTORA DE COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL. ESTUDO DE CASO: *MAGAZINE SANTOMENSIDADE*

THE CULTURFACE ASSOCIATION AS A PROMOTER OF INTERCULTURAL COMMUNICATION. CASE STUDY: *MAGAZINE SANTOMENSIDADE*

VIVIAN SANTOS

Resumo

O presente relatório de estágio e consiste numa descrição detalhada e cuidada, acompanhando as várias atividades desenvolvidas durante este estágio na CulturFACE. O interesse sobre o tema surge de uma experiência interativa com cidadãos de outras culturas bem como de alguns temas abordados durante a componente letiva do mestrado.

Primeiramente, é desenvolvido o enquadramento teórico para contextualização do tema, explorando sob o ponto de vista de alguns autores o conceito de comunicação - em geral - e comunicação intercultural - em particular. Esta abordagem desencadeia a importância da comunicação com cidadãos migrantes e o papel das associações de apoio a migrantes no seu processo de integração no país de acolhimento, especificamente em Portugal e o exemplo desse tipo de associação é a CulturFACE, onde foi realizado o estágio.

Foi uma experiência muito rica, porém heterogénea, na medida em que foram realizadas tarefas que não constavam do plano de estágio, mas que agregaram imenso valor pessoal. O desenvolvimento deste relatório levou a uma reflexão sobre as atividades, nomeadamente a participação no projeto Lisboa Ecológica e Saudável, o evento “*Awards* Charme & Prestígio: Migrantes e Afrodescendentes e a primeira relação entre a organização de um evento de tamanha dimensão e a criação de uma conexão com todos os envolvidos, bem como a prática real da comunicação intercultural.

Ainda neste capítulo, são descritos outros eventos relevantes realizados pela associação e, de seguida, uma descrição detalhada do estudo de caso, o seu conceito, exposição dos *menus* e *submenus* de acordo com os *menus* e *submenus* dispostos na barra lateral do *site*, a descrição da natureza dos trabalhos e tarefas concretas no estágio.

O segundo capítulo é caracterizado pela análise exaustiva ao *site* com a intenção de compreender de que forma este aplica a comunicação intercultural e que componentes podem ser destacados para o demonstrar. Neste capítulo, encontra-se, ainda uma abordagem com a perspectiva de medir o impacto social do *Magazine* sobre os seus leitores.

Nas conclusões, viu-se imprescindível apontar alguns aspetos técnicos incongruentes a respeito da barra lateral de *menus* em comparação com os da grelha apresentada na página inicial.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Intercultural, CulturFACE, *Magazine Santomensidade*, São Tomé e Príncipe.

ABSTRACT

This internship report consists of a detailed and careful description, following the various activities developed during this internship at Associação CulturFACE. The interest in the topic arises from an interactive experience with citizens from other cultures as well as from some topics covered during the teaching component of the master's degree.

Firstly, the theoretical framework is developed to contextualize the topic, exploring from the point of view of some authors the concept of communication - in general - and intercultural communication - in particular. This approach highlights the importance of communication with migrant citizens and the role of associations supporting migrants in their integration process in the host country, specifically in Portugal and an example of this type of association is CulturFACE, where the internship was carried out.

It was a very rich, but heterogeneous experience, in that tasks were carried out that were not included in the internship plan but that added immense personal value. The development of this report led to a reflection on activities, namely participation in the Ecological and Healthy Lisbon project, the event “Awards Charme & Prestígio: Migrants and Afrodescendants and the first relationship between the organization of an event of such scale and the creation of a connection with everyone involved, as well as the real practice of intercultural communication.

Also in this chapter, other relevant events carried out by the association are described and then a detailed description of the case study, its concept, display of menus and submenus in accordance with the menus and submenus arranged in the sidebar of the website, the description the nature of the work and specific tasks in the internship.

The second chapter is characterized by an exhaustive analysis of the website with the intention of understanding how it applies intercultural communication and which components can be highlighted to demonstrate this. In this chapter, there is also an approach with the perspective of measuring the social impact of the Magazine on its readers.

In the conclusions, it was essential to point out some incongruous technical aspects regarding the menu sidebar in comparison to the grid presented on the home page.

KEYWORDS: Intercultural Communication, CulturFACE, Magazine Santomensidade, São Tomé and Príncipe.

Índice

INTRODUÇÃO.....	1
Metodologia.....	2
Enquadramento Teórico.....	2
Capítulo I	5
1.1. Caraterização da Instituição – Associação CulturFACE.....	5
1.2. Magazine Santomensidade	8
1.3. Descrição da natureza dos trabalhos e tarefas concretas no estágio	9
Capítulo II	14
2.1. Estudo de caso- <i>Magazine Santomensidade</i>	14
2.1.1. Alcance do <i>site</i> 20	
2.2. Impacto social na comunidade.....	22
2.3. O <i>MS</i> e a Comunicação Intercultural	24
BIBLIOGRAFIA.....	28
APÊNDICE A: Entrevista	30
APÊNDICE B: Fotografias da atividade Lisboa Ecológica e Saudável	34
APÊNDICE C: <i>Design</i> de panfletos digitais para comunicados.....	35

INTRODUÇÃO

O presente relatório de Estágio é escrito na sequência da realização de um estágio curricular de um pouco mais do que 3 meses, entre 25 de setembro de 2023 e 12 de janeiro de 2024 na Associação CulturFACE, a qual foi primeira opção desde o ingresso no mestrado.

Este estágio ofereceu-me a oportunidade de desenvolver diversas atividades, de forma a complementar a formação teórica que adquiri ao longo do mestrado, bem como estabelecer ligações importantes para a carreira profissional.

Durante o estágio foi-me atribuída a função de Técnica Estagiária sob orientação de Celso Soares, Presidente de Direção, tendo também sido acompanhado pelo Professor Jorge Rosa da Universidade Nova de Lisboa. Entre as várias tarefas que realizei encontram-se: gestão de redes sociais, design e divulgação de panfletos digitais de informações sobre atividades promovidas pela associação, *backoffice*, organização de eventos, representação da associação em reuniões e palestras, comunicação e marketing, pesquisa e redação de textos para o *Magazine Santomensidade (MS)*.

Contrariamente ao previsto no plano de estágio, devido à incompatibilidade de calendário e também a constrangimentos causados por questões administrativas, não foi possível realizar a formação na RDP África. É também importante referir que, embora o foco do estágio estivesse no *MS*, este começou a ser formatado e editado a partir de dezembro de 2023, isto é, no fim do estágio, pelo que grande parte do tempo durante os 3 meses foi dedicado à execução de outras tarefas, com especial atenção para a organização do evento *Awards Charme & Prestígio: Migrantes e Afrodescendentes'23 (ACP'23)*. Os tempos vagos entre uma tarefa e outra serviram para pesquisa de notícias ou informações relevantes para o *site* que foi lançado oficialmente a 1 de janeiro de 2024.

Neste relatório serão descritas as principais experiências dentro e fora da associação, estando estruturado em dois capítulos: o primeiro apresenta um enquadramento teórico, bem como da instituição acolhedora de estágio e a descrição das tarefas realizadas; o segundo é composto pelo estudo de caso e uma abordagem

metodológica para responder às questões, apresentação e interpretação dos dados obtidos.

Este estudo visa analisar por intermédio das funções desempenhadas durante o estágio, de que forma a CulturFACE promove a comunicação intercultural, com especial foco para o *MS*.

2.4. Metodologia

Para o primeiro capítulo foi realizada uma pesquisa bibliográfica para sustentabilidade do enquadramento teórico. O estudo de caso tratado no segundo capítulo, sendo este o *MS*, foi desenvolvido a partir de uma abordagem qualitativa, através da observação direta extensiva (Marconi & Lakatos, 2003), com recurso às seguintes técnicas:

Documentação Direta:

- Observação direta intensiva- através de uma entrevista ao Presidente da Direção da CulturFACE e fundador do *Magazine Santomensidade*. Uma conversa efetuada face a face, de maneira metódica para obtenção da informação necessária a respeito de todos os componentes do *site*;
- Observação direta extensiva- através de um questionário constituído por uma série de perguntas respondidas no *Google Forms* e sem a presença da pesquisadora. Serviu para medir o impacto social do *site* sobre os leitores.

2.5. Enquadramento Teórico

Diante de um mundo globalizado como o que se vive atualmente, mediado pelas novas tecnologias, existe uma necessidade indispensável de estabelecer relações comunicativas com indivíduos de outras realidades culturais, isto é, de praticar a comunicação intercultural.

Antes de ser comunicação intercultural, porém, é importante ressaltar que é comunicação, a qual segundo Bordenave (1982) serve para que as pessoas

comuniquem entre si, transformando-se mutuamente e a realidade que as rodeia. Sem ela, cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo. Noutras palavras, pela comunicação as pessoas compartilham experiências, ideias e sentimentos. Ao se relacionarem como seres interdependentes, influenciam-se mutuamente e, juntas, modificam a realidade onde estão inseridas.

Nesta linha de pensamento, pode dizer-se que a comunicação intercultural consiste no conjunto de interações entre pessoas de origens culturais distintas, com base na consciência de que as diferenças culturais influenciam no processo de comunicação e nos resultados obtidos. Consiste na procura por diferenças e semelhanças entre a sua própria cultura e as demais (Abdalla, 2022).

Do ponto de vista de Allwood (1985) comunicação intercultural define-se como a partilha de informação em diferentes níveis de consciência e controlo entre pessoas com diferentes origens culturais, onde diferentes antecedentes culturais incluem tanto as diferenças culturais nacionais como as diferenças relacionadas com a participação nas diferentes atividades que existem dentro de uma unidade nacional.

A sua conceptualização depende inteiramente do ponto de vista em que é analisada e com base em inúmeros aspetos a considerar.

Esta habilidade de comunicar eficazmente além das fronteiras culturais é fundamental para o sucesso de qualquer empreendimento intercultural ou multinacional (Sunderland Language Center, 2023). Além disso, ajuda a melhorar os relacionamentos, facilitando conversas bilaterais que, por sua vez, promovem o entendimento mútuo entre pessoas de diversas origens.

A equipa da *Ehlon Magazine* afirma que este tipo de comunicação é também de grande importância para quem trabalha com pessoas de outras culturas para evitar mal-entendidos e até ofensas. Para tal, faz sentido mencionar os princípios éticos que podem servir de guia para interações interculturais apresentadas por Jandt (2018) ao citar Kale (1997)¹:

¹ Tradução própria.

1. Os comunicadores éticos dirigem-se às pessoas de outras culturas com o mesmo respeito que gostariam de receber e não devem rebaixar ou menosprezar a identidade cultural dos outros através da comunicação verbal ou não-verbal;
2. Os comunicadores éticos descrevem o mundo tal como o percebem com a maior precisão possível. O que é percebido como verdade pode variar de uma cultura para outra;
3. Os comunicadores éticos encorajam pessoas de outras culturas a expressarem-se na sua singularidade. Este princípio respeita o direito de expressão, independentemente de quão populares ou impopulares possam ser as ideias de uma pessoa;
4. Os comunicadores éticos esforçam-se pela identificação com pessoas de outras culturas. Devem enfatizar os pontos comuns das crenças e valores culturais, e não as suas diferenças.

Nesta vertente, é importante referir o papel das associações culturais que funcionam como base para a integração de cidadãos internacionais e da sua comunidade em território estrangeiro. Um exemplo claro disto é a CulturFACE - Associação Cultural para o Desenvolvimento, sobre a qual se descreverá mais detalhadamente na secção seguinte.

Considerando que grande parte das áreas de atuação da CulturFACE estão quase inteiramente dedicadas a migrantes ou às questões a eles relacionadas, é de grande relevância destacar o papel comunicativo da organização, sendo que a interação entre a associação e os associados gera um tipo de comunicação intercultural. Por esse motivo, a escolha do tema baseou-se no plano de atividades do estágio, sendo a comunicação intercultural o principal denominador comum.

CAPÍTULO I

1.1. Caraterização da Instituição – Associação CulturFACE

A CulturFACE – Associação Cultural para o Desenvolvimento - é uma organização sem fins lucrativos fundada a 4 de maio de 2009 e que tem como Presidente de Direção Celso Soares, natural da Ilha de São Tomé e Príncipe, licenciado em Ciências da Comunicação-Comunicação Intercultural e Institucional pela UAL – Universidade Autónoma de Lisboa. Embora seja de pequena dimensão em termos estruturais, desempenha um papel fundamental nas comunidades através de projetos nas seguintes áreas: Artes, Democracia e Desenvolvimento Comunitário, Direitos Humanos, Relações Internacionais/Culturais e Meios de Comunicação.

A associação foca-se na Cultura e Cidadania, numa perspetiva de inclusão da população migrante e de etnia cigana na Região Norte da Cidade de Lisboa, através de dinâmicas culturais. É uma forma de promover o valor e as boas práticas sociais que são as mais valiosas para a sociedade.

Antes de receber esta designação, a associação surgiu como “CulturFACEIS”, uma palavra resultante da fusão dos nomes dos seus principais mentores, “todos formados em diferentes áreas profissionais, mas partilham ideias comuns no domínio de Ação artística [...]”. Após a sua oficialização a 10 de novembro de 2014 em Odivelas, a Assembleia da associação deliberou que, por motivos estéticos, a organização deveria adotar o nome CulturFACE – Associação Cultural Para o Desenvolvimento. Segundo a página oficial da organização, essa designação visa uma dinâmica que perspetiva contribuir para promoção da cultura, cidadania, comunicação e a advocacia. “Um dos propósitos da CulturFACE, passa por sensibilização a favor dos aspectos de interesse social pela inclusão de cidadãos Migrantes através das artes em Portugal”.

O artigo 2.º do Estatuto Atual da Associação CulturFACE (2014), descreve o seu fim, do qual importa destacar aspetos como a promoção da investigação e do estudo, a promoção e divulgação da herança cultural para o desenvolvimento social, do meio ambiente e turismo das regiões PALOP através da organização de eventos culturais em áreas que se inscrevam nos fins propostos, como exposições, congressos, encontros, colóquios, ciclos de conferências e de estudos.

Os seus objetivos materializam-se nas atividades e eventos realizados ou dos quais a CulturFACE participou ao longo do tempo, mais precisamente no ano 2023, a saber:

1. Projeto MIXOEIRA INOVA-Vizinhança Saudável e Solidária - foi um projeto realizado em parceria com a Câmara Municipal de Odivelas, as Juntas de Freguesia de Odivelas e de Santa Clara, associação PROSAUDESC (Associação de Promotores de Saúde, Ambiente e Desenvolvimento Sócio Cultural) e Paramédicos de Catástrofe Internacional. Consistiu na promoção de relações de vizinhança para assinatura de um termo de responsabilidade entre todos, com regras de convivência saudável, respeito e cidadania, tutoria para a execução e implementação de espaços comerciais que se tornariam pontos de referência, promovendo a economia local e por intermédio do desenvolvimento de ações de informação, sensibilização, para a saúde no âmbito da Covid-19, iniciativas de higiene urbana, combate ao isolamento e aos preconceitos e discriminação, conjuntamente com entidades parceiras;

2. Lisboa Ecológica e Saudável – foi uma iniciativa promovida pela PROSAUDESC com objetivo de organizar uma feira de oficinas e tendas para reforçar os conhecimentos dos visitantes da freguesia de Santa Clara, relacionados com a saúde e o bem-estar da comunidade e do meio ambiente como, por exemplo, a partir de uma Unidade Móvel de Saúde instalada no local para demonstrar a importância dos rastreios e representantes de instituições parceiras dedicadas à extinção de fogos domésticos ou instalação de painéis solares;

3. O evento “Awards Charme & Prestígio: Migrantes e Afrodescendentes” é uma cerimónia realizada anualmente no fim do mês de novembro (impreterivelmente num sábado), organizada pela CulturFACE e que integra o Projeto Laboratório Crioulos (LAC). Conta com a envolvimento de alguns parceiros institucionais e a sua Comissão Ad hoc, com o intuito prestigiar personalidades migrantes e afrodescendentes em distintas áreas de atuação e que também contribuem para a produção de conhecimento, através das suas ações no País de Acolhimento – Portugal (Matola, 2022);

4. Natal Solidário Infantojuvenil – realizado em parceria com a associação Tela Glávi e o restaurante Sofia’s Place, teve como objetivo recolher donativos de roupas,

calçados, brinquedos e produtos de higiene para oferecer a crianças e adolescentes de famílias fragilizadas residentes em Lisboa.

5. A Nova Geração com Estória – um talk-show organizado em parceria com a Casa da Cultura de Cabo Verde (CCCV). Esta iniciativa reúne um painel de autores de origem africana para dar a conhecer os seus trabalhos, bem como promover o contraponto entre as gerações através do autoconhecimento das suas raízes;

6. Reunião com cidadãos da comunidade, líderes associativos profissionais de saúde e estudantes para debater assuntos de relevância coletiva, partilha de informações sobre o funcionamento de algumas instituições de apoio a imigrantes, discussão do ponto de situação de cidadãos migrantes em Portugal, especificamente cabo-verdianos e são-tomenses, e exposição de oportunidades.

Além da citada anteriormente, a CulturFACE atua em diversas outras áreas, desempenhando um papel ativo em questões como promoção e apoio à investigação; contribuir para o desenvolvimento sociocultural dos povos através das artes recorrendo às novas tecnologias de informação para o processo de aprendizagem; estimular e promover o conhecimento dos valores patrimoniais e culturais junto dos municípios de Odivelas entre outras cidades da comunidade lusófona; incentivar, desenvolver e promover o diálogo cultural entre as comunidades através das artes plásticas, da música, da dança e da gastronomia; contribuir para a sensibilização e a educação ambiental através das artes, *workshops* entre outros eventos; estabelecer intercâmbios e parcerias com entidades congêneres e as interessadas no domínio cultural, educação e desenvolvimento; fazer-se representar através das suas atividades nas feiras interculturais nacionais e transnacionais, etc.

As suas parcerias com entidades como as Câmaras Municipais de Lisboa e de Odivelas, a Casa do Brasil, AIMA (Agência para a Interação Migrações e Asilo), RDP África, FAMI (Fundo Asilo, Migração e Integração), entre outras, desencadearam a realização dos projetos e eventos culturais e interculturais acima citados e, ainda, espetáculos temáticos, ações de solidariedade e voluntariado, tertúlias e workshops, ações de formação e sensibilização, entre muitas outras.

1.2. Magazine Santomensidade

O *MS* é uma plataforma digital de produção de notícias, divulgação de informações, acontecimentos e atividades realizadas em Portugal relacionadas com a comunidade santomense na diáspora, voltada para assuntos sobre STP que tem como foco o acompanhamento e divulgação de atividades promovidas pela CulturFACE e os seus parceiros, com destaque para a RDP África. “O *Magazine Santomensidade* resulta da identidade cultural santomense e serve de referência entre a Comunidade Santomense, a diáspora e o seu País de Origem” (*Magazine Santomensidade*, s.d.).

Este *magazine* foi tornado público oficialmente em janeiro de 2024 e perspectiva contribuir para a informação entre os cidadãos, grupos, organizações, meios sociais e culturais capazes de unificar e fortalecer as relações entre os cidadãos da Comunidade Santomense em Portugal e os cidadãos de migrantes de outras proveniências. De igual modo, incentiva a massificação de conhecimentos socioculturais entre os infoexcluídos.

É composto por 10 *menus* e os seus respetivos *submenus*:

1. Sobre Nós: descreve o conceito, fundamento e objetivo do *site*.
2. Estatuto Editorial.
3. Aqui Acontece: dedica-se à exposição de acontecimentos variados sobre cidadãos são-tomenses na diáspora.
4. Na Primeira Pessoa: *storytelling* /percurso e experiências profissionais não só de são-tomenses, mas de africanos com histórias inspiradoras.
 - Marca e Conceitos: é o *submenu* que abre o espaço de divulgação de conceitos criativos de referência são-tomenses e dos seus descendentes na comunidade e na diáspora do mesmo país
 - Tendências & Moda: é um espaço aberto para a difusão de elegância de referência são-tomense
5. Bem-Estar: Espaço reservado à saúde, estética e estúdios de manutenção física.
 - Mobilidade & Diplomacia: dedica-se à divulgação de informações atualizadas e de interesse ao conhecimento de cidadãos Migrantes
6. Nós no Mundo: Espaço informativo para partilha de assuntos relevantes de cidadãos são-tomenses ao redor do mundo.

- Conexão Lusófona: Espaço inclusivo aberto às comunidades diversas no contexto lusófono
7. Estilos com Histórias: *menu* que reúne conteúdos criativos são-tomenses que revelem qualidade e interesse coletivo.
 8. Sociedade e Cultura: conteúdo informativo sobre o quotidiano da sociedade e cultura.
 - *Contajdi*: espaço reservado para divulgação de obras literárias ou temáticas relacionadas com a literatura e a oralidade santomense
 - Música e Dança
 9. Turismo: partilha de conteúdos relevantes a respeito do turismo e em torno do mesmo em STP.
 10. Desporto: é composto por assuntos do fórum desportivo na diáspora são-tomense.

2.6. Descrição da natureza dos trabalhos e tarefas concretas no estágio

O estágio curricular de cerca de 400 horas na CulturFACE decorreu nas instalações da Associação, no bairro da Ameixoeira, entre 25 de setembro de 2023 e 12 de janeiro de 2024, tendo-se estendido informalmente por mais 2 semanas não só pela necessidade de apoio em algumas questões internas da associação, mas também pelo interesse em comparecer a eventos de relevância. Em dias comuns, de segunda a sexta-feira, entre as 14 e as 18 horas, o trabalho era alternado entre presencial e remoto consoante a agenda semanal ou até mesmo diária do orientador de estágio, Celso Soares.

Conforme ressaltado anteriormente, o estágio não esteve exclusivamente dedicado à execução de tarefas relacionadas com o *site*. Assim, as atividades baseavam-se nas necessidades diárias da associação e com os eventos que havia para comparecer. Com exceção das responsabilidades concernentes à organização do *Awards Charme & Prestígio 2023 (ACP'23)*, e isto devido aos limites de datas inerentes

à sua própria realização, não havia formalmente uma calendarização ou cronograma a seguir.

Inicialmente, todos os dias ao chegar ao espaço, a rotina consistia em verificar o email e as páginas da associação no Facebook e Instagram, acompanhar as notificações, mensagens novas, comentários e reações às publicações.

- Lisboa Ecológica e Saudável

A primeira tarefa fora da associação foi-me atribuída no dia 29 de setembro, devendo cobrir o evento “Lisboa Ecológica e Saudável”. Aconteceu no Campo das Amoreiras, na freguesia de Santa Clara, onde foi feita a captação de imagens dos momentos mais importantes da feira e da palestra (de acordo com os padrões de qualidade estabelecidos pelo orientador da instituição) e entrevistei os organizadores a fim de recolher depoimentos para o texto que viria a elaborar para posteriormente publicar nas redes nas sociais², bem como tratamento (edição) das fotografias. Estas captações de imagem e de som foram obtidas com suporte do meu telemóvel.

- *Design* de panfletos digitais para comunicados³

Com recurso da ferramenta Canva, elaborei panfletos para os comunicados a publicar no Facebook e Instagram. Um detalhe relevante diz respeito às cores principais dos designs, regra geral, compostos pelo laranja e branco que são as cores da Associação. Estes designs podem variar entre os estilos elegante, profissional e criativo, podendo combinar ambas as características, de modo a chamar a atenção dos seguidores, preservar a identidade visual das páginas e informar corretamente os leitores numa linguagem simples, direta e clara para boa compreensão de todas as classes de interlocutores.

- Ruas limpas, ruas seguras

É uma campanha de sensibilização periódica promovida pela Junta de Freguesia de Santa Clara, com o apoio do serviço gratuito de recolha de “monos” da Câmara

² Consultar apêndice 2

³ Consultar apêndice 3

Municipal de Lisboa, GEBALIS, INEM, Polícia Municipal de Lisboa, PSP e Bombeiros, bem como algumas associações ativas no bairro da Ameixoeira.

Esta iniciativa consiste numa ação de sensibilização para redução de lixo nas ruas e recolha de eletrodomésticos e outros materiais de grandes dimensões em desuso (monos). Neste “passeio” pelo bairro, as crianças da EB1 das Galinheiras participaram na distribuição de panfletos e dando explicações aos moradores sobre os riscos de acúmulo de lixo nas ruas e como proceder para limpeza e segurança sanitária do bairro.

A minha função nesta atividade foi de conhecer um pouco dos arredores da localidade realidade e da realidade dos moradores e as condições em que se encontram.

- *Awards Charme & Prestígio: Migrantes e Afrodescendentes 2023*

É inquestionável que este foi o evento que tomou grande parte do tempo nas sensivelmente 4 horas diárias que passei no escritório da associação. Foi a partir de 1 de outubro que se começou a fazer os contactos para o espaço onde se realizaria a cerimónia, convidados, número e descrição de categorias de homenagem, personalidades a homenagear, publicidade e meios de divulgação, reunião de membros da organização, entre outros processos logísticos.

A primeira etapa delimitada para o mês de outubro serviu para fazer contactos. Nesta fase, selecionaram-se mais de 20 personalidades dentre as quais 19 seriam de galardoados e, em função da sua quantidade, seriam eleitas também entidades de grande relevância social em Portugal para fazer a entrega no palco. Devido à indisponibilidade de alguns nomeados, reduziu-se o número de categorias para 16, nomeadamente: Advocacia, Educação, Cidadania Ativa, Intervenção Comunitária, Empreendedorismo, Hotelaria e Turismo, Música, Performance, Desporto, Jornalismo, Política, Entretenimento, Higiene e Limpeza, Saúde e Literatura.

Desempenhei as funções de comunicar com as pessoas via email e telefone, elaborar e gerir a tabela de organização e controlo de informação, responder aos emails relacionados com o evento, enviar convites, coordenar o grupo de comunicação entre colaboradores solicitar, receber e organizar informações pessoais dos nomeados

(fotografias, biografias e vídeos de apresentação), criar, agendar e publicar conteúdos criativos de divulgação e promoção do evento nas redes sociais.

A segunda etapa decorreu no mês de novembro, data prevista para a sua realização, serviu para fazer todas as confirmações com os convidados e com os nomeados. Realizamos duas visitas ao Hotel Tivoli Oriente onde aconteceu a cerimónia, acertar com o hotel acerca das salas, do equipamento de som e do *catering*. Nesta fase, auxiliei na decisão do momento de coquetel receção, coordenei-me com os artistas convidados para atuar, auxiliei no planeamento de decoração e organização de lugares na sala, elaborei o alinhamento, o guião e a *guest list* da cerimónia, coordenei a distribuição de tarefas pelos membros da organização, no controlo de todos os setores da atividade, incluindo protocolo, iluminação da sala, captação de imagens, comunicação com os galardoados, convidados equipa de colaboradores e funcionários do hotel.

Por motivos de saúde, a única tarefa que não foi possível executar foi a de *Vox Pop*, que seria publicado nas redes sociais da associação.

- Natal solidário Infantojuvenil

Nessa iniciativa, juntamente com a minha colega Fatinha Djata, organizamos os donativos, fizemos a contagem de itens e separamos por categorias, etiquetamos com os nomes idades das crianças. Fiquei encarregue de elaborar o panfleto com informações sobre a ação e, posteriormente, agendar e publicar as imagens captadas nas redes sociais da CulturFACE.

- *Magazine Santomensidade*

Conforme salientado anteriormente, o *site* foi lançado oficialmente no dia 1 de janeiro de 2024. Por esse motivo, apenas no fim do estágio pude dedicar-me exclusivamente à redação. Era da minha responsabilidade pesquisar em *sites* noticiosos e de entretenimento de STP e em fontes digitais que pudessem fornecer informações relevantes para o *site*. Após a redação, o texto era encaminhado para revisão e aprovação, para que então se pudesse publicar.

Não houve limitações de secções no *Magazine*, isto é, o texto seria enquadrado de acordo com a natureza da informação encontrada. Devido a certa escassez de

tempo, não foi possível realizar nenhuma entrevista, pelo que todos os textos redigidos por mim tiveram como fonte outros portais de notícias.

CAPÍTULO II

2.1. Estudo de caso- Magazine Santomensidade

No início do estágio, o *website* já tinha sido criado, mas estava indisponível para o público. Possuía também uma página no Facebook com um intervalo de atualizações de cerca de uma semana. Antes do lançamento oficial pude acompanhar a evolução do seu design e entender o seu conceito.

Ao acessar a página inicial do *MS*, a primeira visão são as cores dominantes: cor de laranja e branco que caracterizam não só este *site*, mas também a CulturFACE. O logótipo posicionado no canto superior esquerdo da página, é uma representação de alguns símbolos nacionais são-tomenses: o falcão com as cores da bandeira de STP (vermelho, amarelo e verde) e, no centro, as duas estrelas pretas.



Fig.2- Logótipo do MS

Soares (2024) elucida que o brasão de STP é representado por duas aves, nomeadamente o falcão e o papagaio. Para criar o logótipo do *MS*, foi escolhido falcão para simbolizar a visão aguçada.

O falcão tem um olhar de águia, é astuto. [...] Uma pessoa que tem olhar de falcão, é uma pessoa que tem visão, tem uma atenção e consegue perceber das coisas à distância[...]. Portanto, no fundo, esse falcão representa um olhar sobre o que vai à nossa volta ou que esteja relacionado connosco, no fundo com as duas ilhas. Por isso é que ele é falcão; e aqueles dois pontinhos que lá estão, as duas estrelas, estão a representar as duas ilhas que se complementam no olhar. Por isso é que ele está ao alto, porque é informação que vai te levar àquilo que é o contexto, que ultrapassa fronteiras. (Soares, 2024)

Outro elemento relevante é o plano de fundo dos destaques da página principal composto por uma fotografia da praia, um dos elementos paisagísticos característicos do país.

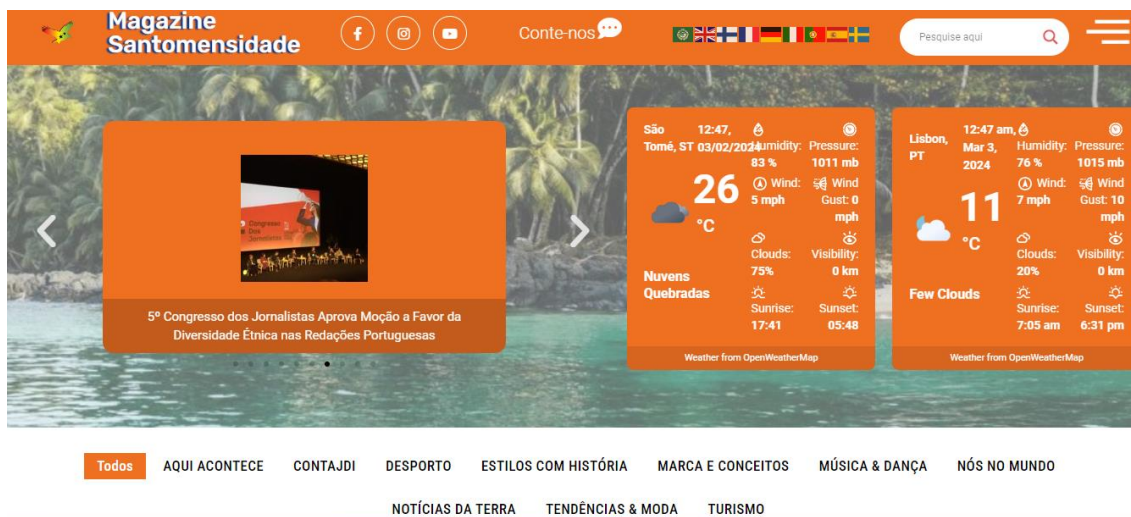


Fig.2- Página inicial do M. S.

No centro, à esquerda, encontra-se um painel com as notícias em destaque que vai dispondo automaticamente uma sequência de notícias disponíveis no *site*, e à direita, dois painéis com a meteorologia de São Tomé e de Lisboa, capitais de São Tomé e Príncipe e de Portugal, respetivamente. Soares (2024) esclarece que a razão desses dois últimos painéis estarem ali é, precisamente, pela natureza expansiva da página, a intenção de informar quem está na diáspora. “Porquê Portugal? Porque estamos em Portugal, é a diáspora mais forte que São Tomé e Príncipe tem no mundo. Não há mais nenhum outro país que tenha comunidade são-tomense como Portugal tem”.

É possível navegar na página em outros 8 idiomas, além do português. Está disponível tradução para árabe, inglês, finlandês, francês, alemão, italiano, espanhol e sueco. Note-se que estes idiomas, com exceção do árabe, são alguns dos idiomas oficiais da Europa⁴.

Soares (2024) explica que a escolha desses idiomas deve-se ao facto de esta ser uma forma de facilitar a comunicação entre o MS e as pessoas que estejam localizadas noutros pontos do mundo, de modo à mesmas “conhecerem a nossa realidade, a nossa cultura, a nossa vivência com o outro.”

⁴ Obtido de https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/languages_pt

De 1 de janeiro de 2023, data em foi oficialmente lançado, até 12 de março de 2024, foram publicadas 40 peças jornalísticas:

Tabela 1

Número de peças jornalísticas por secção

Secção	Nº de peças jornalísticas
Turismo	4
Notícias da Terra ⁵	5
Desporto	7
Aqui Acontece	15
Nós no Mundo	3
<i>Contajdi</i>	1
Música & Dança	4
Estilos com História	1
Marca e Conceitos	1
Tendências & Moda	1

Note-se que duas peças constam de 2 categorias em simultâneo, nomeadamente Marca e Conceitos/ Tendências & Moda e Aqui Acontece/ Música & Dança, podendo, nalgum momento da análise acrescer a contagem de peças para 42.

Das peças jornalísticas citadas acima, pode trazer-se quatro pontos de vista à análise: as que são exclusivamente sobre STP, as que são sobre a comunidade ou

⁵ Esta categoria foi adicionada após o período de estágio.

peças são-tomenses na diáspora, as que são relacionadas a outras comunidades, mas que destacam ou contam com a presença de alguma figura são-tomense e as que não têm qualquer relação com o país ou o seu povo, mas que são de relevância noticiosa.

A partir do primeiro ponto de vista, o texto sobre a nomeação de D. João de Ceita Nazaré a Bispo da Diocese de STP, da categoria *Aqui Acontece*, ocorre no país e faz menção a uma personalidade nacional. Outros exemplos que podem ser destacados são o texto sobre as roças de STP que também é o único desta secção (*Estilos com Histórias*); todos os textos da categoria *Notícias da Terra*, precisamente por esta ser dedicada a informação desta natureza; o balanço de receção de turistas em 2023; ou o texto sobre a potencialidade turística do país (*Turismo*).

O segundo ponto de análise define a maior parte das peças. Textos como o referente ao novo núcleo da organização *Bué Fixe* em São Tomé, capital de STP (*Aqui Acontece*); “O nosso ser popular” sobre Ângelo Torres (*Contajdi*); o referente à presença de Miro Reis na lista de árbitros convocados para o CAN’24⁶, representando a nação no campeonato (*Desporto*); todos os da secção *Nós no Mundo* pelo objetivo da categoria; o texto sobre a presença de Roselyn Silva no evento *Moda Lisboa À La Carte* (o único texto tanto das secções *Marcas e Conceitos* quanto *Tendências & Moda*); e na secção de *Turismo* tem-se como exemplo o texto sobre a representação de STP na *Bolsa de Turismo de Lisboa – BTL 2024*.

O seguinte ponto de análise diz respeito às peças jornalísticas relacionadas a outras comunidades, mas que destacam ou contam com a presença de alguma figura são-tomense. Na secção *Aqui Acontece*, serve de exemplo a peça sobre o 5.º Encontro em Macau – Festival de Artes e Cultura entre a China e os Países de Língua Portuguesa. O referido evento aconteceu na diáspora são-tomense, envolveu 10 comunidades lusófonas existentes em Macau, entre elas a são-tomense representada pelo grupo da *School Dance STP*.

⁶ Campeonato Africano das Nações, também conhecido como Taça das Nações Africanas ou Copa Africana de Nações.

O quarto e último ponto de análise tem a ver com as peças jornalísticas que não têm envolvimento com o país ou com o povo nacional, mas têm relevância noticiosa. Exemplo disso é o texto da secção Aqui Acontece sobre o Dia da Liberdade e Democracia de Cabo Verde em Portugal. A única vez que o nome do país é mencionado neste texto é para realçar a importância da sua relação histórica com Cabo Verde que perdura até aos dias de hoje (*Magazine Santomensidade*, 2024). No texto da categoria de Desporto sobre a atualização do ranking de seleções do ano pela FIFA as palavras “São Tomé e Príncipe” não são mencionadas.

Abaixo segue uma tabela demonstrativa do número de peças que compõe cada ponto de análise.

Tabela 2

Número de peças jornalísticas por ponto de análise

Ponto de análise	Nº de peças jornalísticas
Sobre STP	12
Relacionadas à comunidade ou pessoas nacionais na diáspora	24
Relacionadas a outras comunidades, mas que destacam ou contam com a presença de alguma figura são-tomense	3
Sem relação com o povo, mas de relevância noticiosa	3

Numa outra perspetiva, tome-se, agora, como ponto de análise o estatuto editorial⁷ do *site*. Com exceção do terceiro ponto que não é relacionável, constata-se que as publicações levam em consideração este estatuto. “Como publicação periódica

⁷ Disponível em <https://magazinesantomensidade.com/estatuto-editorial/>

informativa e formativa não doutrinária, consagrada inclusiva sobre a comunidade, em limites adequados de extensão e profundidade” (Estatuto Editorial, 2024). Enquadrando com este primeiro ponto, observa-se que a periodicidade das publicações consiste em intervalos bastante irregulares, porém as questões informação, formação e não doutrina estão presentes e são notáveis em todas as categorias.

O ponto número dois estabelece que o mesmo “Adota como propósito, produção e divulgação de (informação, multimédia, notícias e acontecimentos) que espelhem a positividade, a qualidade, a criatividade e o equilíbrio (ainda quando interprete os acontecimentos)”. Um exemplo disto é a notícia sobre a seleção feminina sub-20 (Desporto). Embora a equipa tenha sido eliminada da competição, o ângulo de abordagem centrou-se, não na derrota de 11-0, mas no marco que a seleção atingiu ao: 1- tornar-se na primeira (seleção feminina são-tomense) a ser orientada por uma selecionadora com escola internacional; 2- participar de uma competição de tamanha importância sem antes ter estado num campeonato ou num torneio de bairro; 3- em três meses ser preparada para defrontar a equipa egípcia, com mais anos de experiência, apesar da derrota.

Em todas as categorias a maior parte das notícias enquadra-se neste critério, com exceção da notícia sobre o jovem que esfaqueou os colegas de casa na tentativa de recuperar dois euros da viagem de Uber. A apresentação dos factos é clara e transparente e não parece haver espaço para positividade dada a sua natureza.

Portanto, regra geral, a positividade e a referência aos aspetos favoráveis extraídos da interpretação dos factos, oferece aos leitores uma opção de interpretação menos desagradável da situação.

O quarto ponto refere que o *MS* é “independente de qualquer poder político e/ou grupos religiosos, por critérios de isenção e apartidarismo na abordagem de todos temas, conforme o objeto editorial” (Estatuto Editorial, 2024). Por exemplo, notícias de teor político (Notícias da Terra) ou religioso (Aqui Acontece) limitam-se à exposição dos factos. Não se observam inclinações ideológicas nem incentivo a doutrinas.

Portanto, estas duas análises convergem no que se abordou anteriormente sobre o enaltecimento e centralização da cultura são-tomense, do povo, da identidade, dos interesses nacionais próprios da comunidade, etc.

2.1.1. Alcance do *site*

O MS dispõe de um mecanismo interessante e aberto ao público que apresenta dados sobre a localização de quem o visita, o mapa de visitantes do *site*.



Fig.2- Mapa de visitas ao site MS⁸

Pelo posicionamento dos pontos vermelhos e amarelos que, de acordo com a legenda, representam o seu alcance no período de 3 meses, observa-se que todos os continentes registam pelo menos um acesso. É possível selecionar o período que se pretende observar. No entanto, a primeira data disponível é a de 3 de janeiro que corresponde ao dia em que este recurso foi adicionado à página.⁹

⁸ Obtido de <https://mapmyvisitors.com/web/1bvp6>

⁹ Nota: o período correspondente ao número total de visitas apresentado no canto superior direito do mapa é de 1 de janeiro (data anterior à implementação da ferramenta) a 31 de dezembro. Não é possível personalizar as datas para que correspondam ao período pretendido para a análise por presumido erro de configuração interna da página. No entanto, os dados apresentados abrangem apenas a data da sua implementação e a data de acesso do utilizador.

O total de acessos entre 3 de janeiro e 12 de março é de 676. Vejamos os países de cada continente que registam acessos:

África:

1. Angola
2. São Tomé e Príncipe
3. Guiné Equatorial

América:

1. EUA
2. Canadá
3. Argentina

Ásia:

1. China
2. Índia

Europa:

1. Portugal
2. Irlanda
3. Alemanha
4. Inglaterra
5. Rússia
6. Holanda
7. França

Oceânia:

1. Austrália

O círculo vermelho localizado em Portugal indica que, de todos os países, este é o que regista o número mais elevado de acessos, o que condiz com a explanação de Soares (2024) quando afirma que Portugal é o país que acolhe a maior comunidade são-tomense na diáspora, o que, no entanto, não significa que estes acessos sejam de membros da comunidade. “As pessoas estão interessadas em conhecer os que se passa lá. Quem está cá há muito tempo ou muitos anos, ou quem veio recentemente, está interessado em saber. Como isto é uma coisa à margem da política, então interessa no dia a dia que as pessoas vão lá e percebam o que é que está a acontecer” (Soares, 2024).

Em adição, o mesmo explica que STP não é um dos países com mais acessos por alguns fatores, com destaque para a dificuldade de acesso à internet sobretudo em áreas com carência alimentar e necessidades básicas, cortes frequentes de eletricidade e o maior interesse dos cidadãos para redes sociais como *Instagram*.

2.2. Impacto social na comunidade

Diante deste cenário, importa compreender de que forma o público recebe o conteúdo do *MS* e se, de facto, a intenção comunicativa está a ser atingida. Soares (2024) apresenta a sua perceção e afirma que o impacto do *site* sobre a comunidade é bastante positivo “na medida em que não estavam à espera de haver uma plataforma com esta concentração e qualidade informativa, e com seleção dos critérios que são definidos para as publicações”.

Na sua opinião, o que cativa positivamente os leitores é o facto dos temas abordados em cada *menu*, por predefinição, contornam assuntos políticos. Embora alguns temas envolvam questões do universo político, a informação é limitada aos acontecimentos, aos factos, ao respeito à liberdade de imprensa estabelecida pela Constituição Portuguesa, abstendo-se completamente de daquilo que define como “politiquice”.

Para comprovar e complementar sobre o impacto do *MS* de modo geral nos seus leitores e compreender a sua perceção sobre o mesmo, elaborou-se um questionário anónimo para respondentes selecionados aleatoriamente e limitados a uma faixa etária entre os 20 e os 65 anos. Num universo de 35 pessoas, 13 responderam e foi o suficiente para uma recolha dados consistente.

A faixa etária dos respondentes é bastante variada, na medida em que 69,2% tem entre 20 e 30 anos, 23,1% tem entre 45 e 60 anos e 7,7% tem mais de 60 anos (gráfico 1). Os resultados demonstram que os respondentes estão localizados em Angola, Portugal e EUA (gráfico 2) e estes podem segmentar-se em pessoas são-tomenses na diáspora ou descendentes, pessoas que apenas têm relação com a cultura/povo/país e pessoas que não têm qualquer relação com os mesmos (gráfico 3). Estas informações parecem relevantes porque são elementos que podem servir de base para a forma como percebem o site e os seus componentes.

De modo geral, confirma-se que o *site* é bem recebido pelos leitores considerando que 100% dos respondentes afirmaram que a experiência de navegação no site foi agradável e descrevem-na com adjetivos como interessante, boa e satisfatória.

De modo geral, o Magazine Santomensidade agradou-o (a)?

13 respostas

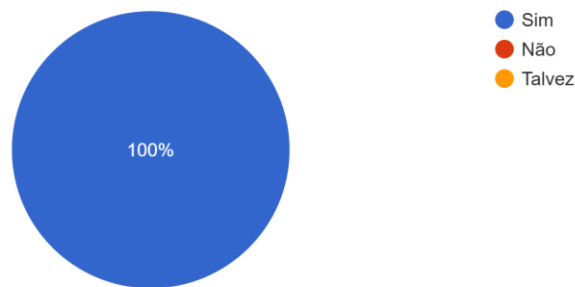


Fig.3- Gráfico de satisfação relativamente ao MS

A maioria respondeu que ao navegar pelo *MS*, o conteúdo despertou algum sentimento de pertença ou identidade. Vejamos alguns depoimentos:

Pelo facto de estar longe de São Tomé e Príncipe e da Comunidade santomense, ter oportunidade de saber do que está a acontecer, dos eventos realizados pela nossa gente é extremamente nostálgico, mas acolhedor. Com certeza, identifico-me e nutro um sentimento de pertença. (R.1)

Para nós africanos que vivem em Portugal, principalmente os países que falam português, temos automaticamente uma atenção mais virada para tudo aquilo que nos aproxima de África, por ser a nossa identidade. (R.12)

Os que reponderam “não” e “talvez” não estão claramente distintas, no entanto, seguem opiniões diferentes:

Sendo um portal de notícias ele funciona muito bem ao que se propõe, para gerar esse sentimento de pertença acredito que a identidade visual poderia ter um carácter mais personalizado a cultura bem como informações mais participativas ou culturalmente apelativas do que somente notícias. (R.3)

Por ser o país de origem dos meus pais e ter certa relação com a minha pessoa ao ler o conteúdo de certos artigos senti-me feliz por saber de certas coisas sobre São Tomé e Príncipe, mas não foi como se sentisse pertencente apenas por saber. (R.4)

Eu apesar dos meus pais serem são Tomenses o site não me passou a sensação de casa, talvez abordando mais os estilos musicais, dança, gastronomia poderia me dar uma sensação diferente. (R.6)

2.3. O MS e a Comunicação intercultural

Tal como a internet e as redes sociais emergiram como ferramentas para os comunicadores criarem comunidades online para partilhar mensagens e imagens instantaneamente (Jandt, 2018), do mesmo modo procede com o MS sendo que os elementos que o compõem foram idealizados com o objetivo de evidenciar a identidade cultural são-tomense conforme o fundamento do *magazine* já abordado. Com base nas observações feitas ao longo deste estudo, pode afirmar-se que a proposta deste *site* aproxima a comunidade são-tomense na diáspora através do meio digital, quando a linguagem, a expressão dos dialetos e assuntos de interesse específicos do(s) grupo(s) são colocados em pauta. Um exemplo prático disto é a secção “*Contajdi*”.

Soares (2024), enquanto são-tomense, explica que esta é uma expressão que remete à oralidade, define os ditos populares e as lendas tradicionais passadas de geração em geração pelos mais velhos ou anciãos. “Qualquer *contajdi* tem sempre um fim, é uma lenda que te deixa a pensar. É algo que vai tocar-te, é uma daquelas coisas que são mesmo horríveis [...]. Por exemplo, se tu estiveres a andar na rua à meia-noite vais encontrar uma galinha e sete pintainhos... coisas assim”. (Idem, 2024). Portanto, o principal objetivo é chamar a atenção para impedir que uma pessoa, muitas vezes crianças, ajam de determinada forma.

Esta secção é reservada para a divulgação de obras literárias ou temáticas relacionadas com a literatura e a oralidade santomense. Até ao momento, contém uma matéria intitulada “O nosso ser popular”.

Linguagem é um processo de comunicação utilizado durante a transmissão de mensagens entre os interlocutores. Entre os tipos de linguagem, destacamos a escrita, o digital, literária, artística, a jornalística, o corporal, a mímica e a oral. No campo da escrita e a oralidade, as linguagens podem ser formais e informais. Qualquer linguagem, transporta termos conotativos ou denotativos para dar

sentido ao que se pretende transmitir/comunicar. Semioticamente, trazemos (sempre que possível) ao público, alguns aspectos identitários da nossa “santomensidade”. Entre “contadji’s” carregados de símbolos e signos, seleccionamos para si, o pequeno trecho que caracteriza a nossa “santomensidade”, através de Ângelo Torres, Ator e Contador de Histórias (*Magazine Santomensidade*, 2024).

Ramos (2001) apresenta uma abordagem interessante e fundamenta que “a problemática do intercultural está relacionada com o diálogo e a comunicação, com a abertura ao outro, às culturas, às línguas, às relações interculturais, implicando uma abordagem global, multidimensional e multi-interdisciplinar.” Falar sobre o intercultural deve englobar aspetos como relação, processo, dinâmica, tomada em conta das identidades (individuais e coletivas), das interações entre os indivíduos e os grupos.

Diz ainda que a interculturalidade conduz à autointerrogação e ao questionamento de análises, práticas, identidades, pertenças, significações culturais e sociais, sistemas de valores próprios de cada um.

As problemáticas do domínio Intercultural, os problemas originados pelo pluralismo e multiculturalidade, impõem desenvolver uma competência social Cultural Pedagógica e comunicacional construída na experiência da autoridade e da diversidade no equilíbrio entre universal e o singular estas problemáticas implicam o desenvolvimento não só de competências individuais do homem que permite a interações sociais harmoniosas entre os indivíduos e esculturas mas igualmente o desenvolvimento de competências de cidadania de cidadão que torna possível o funcionamento democrático das sociedades (Ramos, 2001).

Assim, pode dizer-se que a forma que o *MS* utiliza para colocar em prática a comunicação intercultural é através da abordagem do *contadji* como um dos aspetos socioculturais, do turismo, da linguagem, da música e dos seus compositores, e o *menu* Notícias da Terra que foi idealizado para “transmitir às pessoas o modo de vida, do ser e do estar são-tomense, dentro e fora do país” Soares (2024).

CONCLUSÃO

A experiência de estágio na CulturFACE foi muito importante para o percurso académico e ultrapassou qualquer expectativa. Embora não tenha dedicado maior parte do tempo ao *MS*, foi possível analisar aspetos particulares em diferentes ângulos, desde a sua edição, a configuração e o *layout* da página, a composição dos textos e a consideração ao estatuto editorial, a definição dos critérios de noticiabilidade e a intenção comunicativa de cada um dos elementos que o integram. Tudo isto para compreender como o site põe em prática a comunicação intercultural e, superficialmente, qual é o impacto social que tem causado sobre a comunidade de leitores.

O primeiro aspeto que se pode frisar tem a ver com a forma como o *MS* põe em prática a comunicação intercultural. É interessante perceber que esta processa-se de dentro para fora, isto é, os elementos apontam para demonstrar o que STP tem para oferecer ou para mostrar aos “outros” ou aos “de fora”. Apesar de ser uma plataforma informativa centrada no que é são-tomense, pode dizer-se que é aberta a outras comunidades quando abre espaço para informação sobre outras nacionalidades, especificamente da CPLP, quando o *contajdi* ensina sobre a oralidade nacional que tende a ser um elemento bastante importante para expressão cultural, mas numa linguagem que até alguém que não tem qualquer relação com esta cultura poderá compreender, lembrando que as possibilidades de tradução servem, precisamente, para aproximar e acolher os não são-tomenses.

A partir do questionário feito aos leitores, pôde entender-se que, por um lado, o *site* gera saudade aos nacionais em contexto diaspórico e por outro, aos não são-tomenses ou para quem não conhece (neste caso aos respondentes de nacionalidade angolana), fomenta interesse em conhecer mais sobre a cultura, sobre o povo ou até mesmo visitar o país. Isto ocorre mais especificamente em relação à categoria de Turismo.

Esta abordagem remete ao que se explanou anteriormente sobre o pensamento de Ramos (2001) a respeito da problemática do intercultural. Conclui-se que a comunicação, a abertura ao outro e às culturas, às línguas são consideradas para

atingir uma abordagem global multidimensional e multi-interdisciplinar e, ainda, tem em consideração aspetos como “relação, processo, dinâmica, tomada em conta das identidades (individuais e coletivas), das interações entre os indivíduos e os grupos”.

Em termos de exposição e distribuição temática das notícias disponíveis, conclui-se que existe uma certa dificuldade em determinar qual das categorias tem mais destaque. Durante a pesquisa e redação das notícias, notou-se uma certa facilidade em encontrar assuntos relevantes sobre acontecimentos relacionados com são-tomenses no exterior e, talvez, notícias no território nacional. No entanto, em relação aos demais temas, verifica-se que algumas notícias são compatíveis com mais de um *menu*, sendo, portanto, difícil estabelecer.

Por fim, numa visão geral, o impacto social do *MS* demonstra-se bastante positivo, na medida em que os objetivos estabelecidos estão a ser atingidos de acordo com o próprio público e com base no estatuto editorial. Em análises posteriores, seria interessante entender a receção do *site* do ponto de vista de leitores não falantes de Língua Portuguesa, sendo que o questionário alcançou apenas cidadãos portugueses, angolanos e são-tomenses (e seus descendentes).

Quanto a alguns aspetos técnicos ou de configuração que dificultaram a avaliação, pode apontar-se a divergência na disposição dos *menus*, ou seja, na barra lateral que se acessa tocando no canto superior direito da página, existem *submenus* que estão inseridos em *menus* aos quais não correspondem, como é o caso do menu Bem-Estar que, ao tocar, abre o *submenu* Mobilidade e Diplomacia. De qualquer modo, com exceção das abas Início, Sobre Nós e Estatuto Editorial, todas direcionam para a grelha de geral de notícias e não para as notícias das respetivas categorias. Por outro lado, as categorias encontram-se também dispostas na página inicial, abaixo do painel de destaque e aí, o toque segmenta as notícias conforme a secção.

BIBLIOGRAFIA

- (n.d.). Retrieved from União Europeia: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/languages_pt
- (2020, abril 28). Retrieved from Presidência da República: https://presidencia.st/single_dep.html?id=21
- (2024, janeiro 13). Retrieved from Magazine Santomensidade: <https://magazinesantomensidade.com/dia-da-liberdade-e-democracia-de-cabo-verde-em-portugal/>
- Abdalla, B. (2022, novembro 18). *Sherlock Communications*. Retrieved from O que é comunicação intercultural e por que você deve usá-la?: <https://www.sherlockcomms.com/pt/blog/o-que-comunicacao-intercultural/>
- Allwood, J. (1985, 12). *Intercultural Communication: Papers in anthropological linguistics*, pp. 1-25.
- Bordenave, J. E. (1982). *O que é Comunicação*. São Paulo: Brasiliense.
- Costa e Silva, A. M., Cabecinhas, R., & Evans, R. (2019). In *Comunicação Intercultural e Mediação nas Sociedades Contemporâneas*. Braga: Centro de estudos de comunicação e sociedade.
- Estatuto Editorial*. (2024). Retrieved from Magazine Santomensidade: <https://magazinesantomensidade.com/estatuto-editorial/>
- Jandt, F. (1998). *Intercultural Communication: An Introduction*. Universidade de Cornell: Sage Publications.
- Jandt, F. (2018). *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community*. Londres: SAGE Publications, Inc.
- Magazine Santomensidade*. (2024, janeiro 5). Retrieved from <https://magazinesantomensidade.com/o-nosso-ser-popular/>
- Marconi, M. d., & Lakatos, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Editora Atlas.

Noels, K. A., Yashima, T., & Zhang, R. (2012). Language, Identity and Intercultural Communication. In J. Jackson, *The Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication* (pp. 52-62). Nova Iorque: Routledge.

Ramos, N. (2001). Comunicação, cultura e interculturalidade: para uma comunicação intercultural . In *Revista Portuguesa de Pedagogia*.

APÊNDICE A

Entrevista a Celso Soares, Presidente de Direção da CulturFACE e fundador do *Magazine Santomensidade*.

1. Qual é o conceito de *Contajdi* na cultura são-tomense?

Contajdi são aqueles adágios populares, são lendas. Qualquer *contajdi* tem sempre um memorial, um fim. É uma lenda que te deixa a pensar... pronto é algo que vai tocar-te. É daquelas coisas que são muito horríveis, por exemplo, quando te vão dizer: se tu estiveres a andar na rua à meia noite vais encontrar uma galinha e sete pintainhos. O que é que isto significa? Isso é uma chamada de atenção, são aquelas coisas que os nossos mais velhos contam, para que a gente se desperte (são mais a crianças) para não fazer ou que se tem de fazer com cautela, por exemplo, esse caso da galinha e sete pintainhos à noite ou o gato preto a atravessar a rua, vais encontrar uma cobra a atravessar. É para te chamar a atenção, no fundo estão-te a dizer: atenção que àquela hora da noite não é para tu andares, é para estares em casa! Percebes? São coisas desse tipo.

2. Qual é o significado do logótipo do *Magazine Santomensidade* e o que se pretende comunicar com ele?

São duas ilhas que interligam entre si, que uma não pode viver sem a outra...por isso é que ele é um único. Apesar de ser falcão, porque é que é falcão e não é papagaio? O brasão de São Tomé e Príncipe é composto por dois animais que contrabalançam entre si: um falcão tem um olhar de águia, ele é astuto. Uma pessoa que tem olhar de falcão é uma pessoa que tem visão, mas ao mesmo tempo ele está inibido de circular durante o dia porque o falcão não vê durante o dia, só de noite e quanto mais escuro para o falcão melhor. É como se fosse um morcego. Portanto as pessoas que têm de olhar de falcão conseguem perceber das coisas à distância e esse falcão representa um olhar sobre o que vai à nossa volta ou que esteja relacionado connosco, com as duas ilhas. E aqueles dois pontinhos que lá estão, as duas estrelas, estão a representar as duas ilhas que se complementam

num no olhar, por isso é que ele está ao alto, porque é informação que vai te levar àquilo que é o contexto que ultrapassa fronteiras porque, o *Magazine Santomensidade* não está fechado sobre si, apesar de ser uma plataforma de informação voltada para a comunidade, mas ela não está fechada sobre si mesma porque ela tem informação de fora também. O que se pretende transmitir é a relação entre quem está dentro e quem está fora. Portanto, a informação tanto da diáspora são-tomense e a sua comunidade, e a sua relação com o país de origem. Mas, atenção que no Magazine Santomensidade tu não tens tudo! Tu tens informação segmentada, tens lá alguma que informação que possas dizer: “Ok...tomada de posse de um governo é política “ mas não está a fazer política, está-te a informar que tu estás fora do teu país e nele acontece esta situação que tu deves estar informado: quem é o atual governo, quem é o atual presidente...são aquelas informações viradas para a sociedade.

3. O site dispõe de 9 opções de tradução. Quais foram os critérios de seleção para estes idiomas?

Apesar de nós falarmos português, nós temos relação com o mundo e cada vez mais globalizado. É uma forma das pessoas que estejam em qualquer ponto do planeta, conhecerem a nossa realidade, a nossa cultura, a nossa vivência com o outro e para quem olha para aquilo, desperta logo a atenção porque tu tens o aspeto meteorológico de São Tomé e Portugal. Porquê Portugal? Porque estamos em Portugal, é a diáspora mais forte que São Tomé e Príncipe tem no mundo. Não há mais nenhum outro país que tenha comunidade são-tomense como Portugal tem.

4. A categoria Notícias da Terra foi adicionada ao site após o período de estágio. Como surgiu esta categoria?

Porque quem está fora precisa de perceber o que se passa lá dentro. O que se passa lá dentro, a grande parte dos acontecimentos é a política, as pessoas vivem muito intensamente a política e eu diria até “politiquice”. Se acompanhás algumas publicações sobre São Tomé, mesmo vindas da RDP África, há mais

politiqueie que política e, quando se fala de política, tem de ser uma coisa mais séria e construtiva. Então, nessa lógica, Notícias da Terra é, precisamente, notícias que acontecem lá a nível social para que haja uma certa melhoria para nós que estamos aqui forma podermos perceber o que é que se tem feito lá dentro de bom, razão pela qual se traz para esse lado os aspetos positivos.

5. Qual é a sua observação sobre o impacto social que o MS tem causado na comunidade?

Bastante positivo na medida em que não estavam à espera de haver uma plataforma com esta concentração e qualidade informativa, e com seleção dos critérios que são definidos para as publicações. Então, as informações têm sido de forma criteriosa, sem fugir daquela norma informativa, respeitando a Constituição da República Portuguesa, respeitando a liberdade de informação e de imprensa, trazendo ao máximo a fiabilidade informativa.

6. O “mapa de visitas” existente no site apresenta-nos a localização geográfica dos visitantes. Como se pode medir o impacto social sobre os mesmos através dos dados extraídos?

Tu tens aqui no site, se reparares bem em trinta dia cento e quarenta visitas. Esse cento e quarenta não são o total, são-no porque já houve desde dezembro até hoje e vais somar esse cento e quarenta com os que estão para trás. Ele apresenta a contagem de 30 em 30 dias e através do gráfico há de fazer a comparação estatística. Há mais pessoas interessadas no site em Portugal que em São Tomé e Príncipe, que é o próprio país. Porquê? Primeiro por dois grandes motivos: nós não temos acesso à internet... pior ainda numa região onde há carência alimentar e muitas outras coisas. O que é essencial, falta ainda às pessoas, além de cortes de energia constantes, nem todas as regiões do país têm energia elétrica. Então, os cortes constantes implicam uma redução e, de alguma forma também hoje as pessoas estão muito mais voltadas para o *Instagram* e outras aplicações do que propriamente num plataforma de informação as pessoas estão interessadas em conhecer os que se passa lá. Quem está

cá há muito tempo ou muitos anos, ou quem veio recentemente, está interessado em saber. Como isto é uma coisa à margem da política, então interessa no dia a dia que as pessoas vão lá e percebam o que é que está a acontecer. E se reparar também, a seguir a Portugal tem os Estados Unidos da América e isto é que é um grande fenómeno. Porquê? Porque, efetivamente, na América as pessoas estão muito viradas para as penínsulas, as pequenas ilhas e pequenos estados insulares. Por São Tomé e Príncipe ser um estado insular, interessa a pessoa que estejam ligadas ao ambiente, a querer informação e obriga as pessoas a irem até ao milésimo para saber de onde vem a informação que estão a ver.

7. De que forma o MS aplica a comunicação intercultural?

Através dos aspetos da oralidade como o *Contajdi* que é o conto na língua materna.


APÊNDICE B

Fotografias da atividade Lisboa Ecológica e Saudável





APÊNDICE 3


Design de panfletos digitais para comunicados


**INFORMAÇÃO
INTERESSE PÚBLICO**

Informamos a comunidade santomense e os demais cidadãos migrantes de que a partir do final deste mês, dá-se o fim do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). Segundo órgãos oficiais do Estado Português, o SEF irá distribuir a função administrativa para 5 departamentos:

1. **AIMA**- Trabalho Administrativo;
2. **PSP**- Monitoramento, inspeção e controlo das fronteiras dos aeroportos;
3. **IRN**- Registo de Imigração e Notário;
4. **GNR**- Controlo de fronteira terrestre, monitoramento, inspeção de cruzeiros terminais;
5. **PJ**- *Controle Judiciary* (Tribunal) será responsável por investigar imigração ilegal e tráfico de seres humanos.

 @culturfacer
 @culturfacer_acpd

 936 806 260 / 211 540 066
 culturfacer.acpd@gmail.com





NATAL SOLIDÁRIO

Artistas convidados:

Josy Feijó, música (Angola) **Denis Domingos, música (São Tomé e Príncipe)**

16 DEZ 15H

Local: Espaço CulturFACE, Rua Raúl de Carvalho, Lt.5 e 6, Lj.1 e 2 | Ameixoeira | 1750-157 Lisboa

Realização:  Parcerias:  **Telefone:** 211 540 066
Tim.: 936 806 260 | 963 627 910

Representante da Comunidade Santomense em Portugal convida:

2º ENCONTRO COM A COMUNIDADE SANTOMENSE EM PORTUGAL

09/12/2023

As organizações sociais, líderes associativos, médicos, de saúde, juristas e toda a comunidade estudiantil e demais interessados

Assuntos:

- 1- Papel da AIMA: Agência para a Integração, Migrações e Asilo;
- 2- Integração de Cidadãos na Sociedade portuguesa;
- 3- Ponto de Situação de Recém-Chegados a Portugal;
- 4- Oportunidades.

Local: Sede da ACOSP: Edifício das Portas de Benfica- Castelo Norte-Porta B 1500-496 Lisboa

Contactos: 211 540 066 / 936 806 260
Email: culturfacer.acpd@gmail.com

HORÁRIO: 15:30H





REGULARIZAÇÃO DE CIDADÃOS MIGRANTES

SERVIÇOS DISPONÍVEIS:

- Manifestação de interesse
- Renovação de documentos
- Pedido de nacionalidade
- Reagrupamento familiar
- Entre outros

Taxa de beneficiários: (associad@s)

CONTACTOS (ATENDIMENTO PRÉVIO):

 (+351) 936 806 260
 culturfacer.acpd@gmail.com
 www.culturface.org

 Rua Raúl de Carvalho- Lt.6 - Ameixoeira | 1750 157 Lisboa

