

O BRASIL NA TAP. REPRESENTAÇÕES LUSO-BRASILEIRAS NA PRODUÇÃO CULTURAL DA COMPANHIA AÉREA DE BANDEIRA PORTUGUESA

Bart Paul Vanspauwen

Centro de Estudos em Música e Dança, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal

RESUMO

A combinação de contributos dos estudos pós-coloniais, de património e de mobilidade constitui um prisma privilegiado para análise das metáforas de viagem e encontro. Tal como Paul Gilroy (1993) considerou os navios coloniais unidades culturais e políticas que navegavam nas várias partes do mundo atlântico, também é possível considerar, no presente pós-colonial, que os aviões transatlânticos servem de mediadores nas dimensões culturais e políticas das viagens. Sem dúvida, e durante os seus quase 80 anos de existência, a companhia aérea de bandeira TAP Air Portugal tem vindo a desempenhar um papel fundamental na conexão das comunidades de língua portuguesa dispersas geograficamente, mas ligadas política, económica, cultural e afetivamente. Após os importantes eventos institucionais, e relativamente recentes, como a fundação da Comunidade de Países de Língua Oficial Portuguesa, em 1996, e a Exposição Mundial de Lisboa de 1998, as relações pós-coloniais lusófonas ficaram mais visíveis, tanto internacionalmente quanto internamente. E nas representações de elementos da cultura expressos pela TAP, o Brasil tem tido um papel dominante. Enquadrando o meu trabalho em debates sobre a promoção de memórias sociais e patrimónios culturais, pretendo compreender a maneira como as relações luso-brasileiras têm vindo a ser representadas pela TAP. A nível metodológico, realizo uma análise do discurso, que incide sobre as noções usadas pela TAP (tais como “abraço”, “amizade” e “hospitalidade”); teoricamente, problematizo entendimentos sobre os conceitos de “portugalidade” e “brasilidade” como elementos-chave da ideia de “lusofonia”.

PALAVRAS-CHAVE

pós-colonialismo, mobilidade, culturas expressivas, discurso, governança, TAP Air Portugal

BRAZIL IN TAP. LUSO-BRAZILIAN REPRESENTATIONS IN THE CULTURAL PRODUCTION OF THE PORTUGUESE FLAG CARRIER

ABSTRACT

The combination of contributions from postcolonial, heritage, and mobility studies offers a privileged lens for analysing metaphors of travel and encounters. Just as Paul Gilroy (1993) regarded colonial ships as cultural and political entities navigating the various parts of the Atlantic world, it is equally possible to consider, in the postcolonial present, that transatlantic aircraft serve as mediators within the cultural and political dimensions of travel. Undoubtedly, over its nearly 80 years of existence, flag carrier TAP Air Portugal has played a pivotal role in connecting geographically dispersed Portuguese-speaking communities that remain politically, economically, culturally, and emotionally intertwined. Following key institutional developments, such as the founding of the Community of Portuguese-Speaking Countries in 1996 and the Lisbon World Expo '98, postcolonial Lusophone relations have become more visible, both internationally and domestically. In the cultural representations expressed by TAP, Brazil has unquestionably held

a dominant position. The aim of this paper, framed within debates on the promotion of social memories and cultural heritage, is to gain a deeper understanding of how Luso-Brazilian relations have been represented by TAP. Methodologically, a discourse analysis is conducted, focusing on the notions used by TAP (such as “embrace”, “friendship”, and “hospitality”). Theoretically, the paper critically engages with the concepts of “Portugueseness” and “Brazilianness” as key elements of the idea of “Lusophony”.

KEYWORDS

postcolonialism, mobility, expressive cultures, discourse, governance, TAP Air Portugal

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A companhia de bandeira portuguesa TAP Air Portugal é uma das poucas empresas estatais europeias remanescentes com passado colonial e, ao longo do tempo, desempenhou, e ainda desempenha, um papel central na construção da identidade cultural portuguesa (ver, por exemplo, A. Coutinho et al., 2013; B. Coutinho & Cotrim, 2016). Fundada em Lisboa em 1945, foi designada como uma empresa de serviço público para servir de elo de ligação entre a metrópole e as comunidades portuguesas, inicialmente espalhadas pelo império, e, posteriormente, pelo mundo. Desde a sua inauguração, com a Linha Aérea Imperial entre Lisboa, Luanda (Angola) e Lourenço Marques, antiga designação da cidade de Maputo (Moçambique), até aos dias de hoje, a TAP procurou construir laços de identificação com as populações portuguesas, dentro e fora do país, adaptando o seu discurso promocional de acordo com os impulsos social, político e cultural de cada época.

Portugal há muito tempo revela um sentido estratégico no que se refere às suas práticas de representação nacional-cultural, enquanto país europeu que mantém fortes relações com as suas ex-colónias. Talvez por isso a TAP tenha levado a cabo diversas iniciativas com aclamações populares no domínio da cultura, assumindo várias vezes uma representação embaixadora cultural do país. Em 2024, a TAP operou cerca de 2.500 voos semanais, conectando 90 destinos em 36 países na Europa, África e Américas. A companhia manteve a liderança no mercado entre o Brasil e a Europa, oferecendo 76 voos semanais entre Portugal e 11 cidades brasileiras, com frequência de voos variando de dois a 18 por semana, dependendo da cidade.

Este artigo reflete parte da minha pesquisa em curso relacionada com o projeto *Sounds of Tourism*¹. O objetivo principal deste projeto é desenvolver uma nova linha de investigação sobre a relação entre música, turismo e mobilidade, com especial atenção para a utilização da música e da cultura pela TAP Air Portugal na construção da imagem da cidade de Lisboa e, mais amplamente, da imagem de Portugal enquanto destino turístico. A pesquisa sobre a TAP foi iniciada em 2014, e resultou na construção gradual de uma base de dados sobre a produção cultural da empresa (2014–2022).

¹ Disponível em <https://soundsoftourism.pt/>

Atualmente, esta base de dados inclui: (a) entrevistas pessoais a funcionários e tripulantes da TAP e da rádio nacional portuguesa; (b) material visual resultante da recuperação arquivística no museu da empresa (revistas de bordo, programação de canais de áudio a bordo); e (c) evidências das promoções feitas nas redes sociais da TAP para captação e fidelização de clientes, através de programas governamentais de teor turístico.

Em relação à minha contribuição no projeto, a mesma centra-se na produção cultural numa perspetiva de marketing corporativo, investigando as formas como a TAP tem vindo a representar e combinar culturas, memórias e heranças nacionais e pós-coloniais através dos seus enunciados expressivos nas dimensões sonora, visual, textual ou material. O meu objetivo específico é estudar o papel da TAP como mediador cultural: como é que esta companhia nacional integrou práticas culturais num modelo de marketing que se estende a clientes que visa fidelizar?

Neste artigo, em particular, pretendo compreender de que forma as relações luso-brasileiras têm vindo a ser representadas na produção cultural da TAP desde a passagem do século. Para responder à pergunta “onde está o Brasil na TAP?”, exploro a relação da TAP com o Brasil a partir da sua organização linguística e afinidade cultural, empregando métodos de antropologia, bem como de estudos pós-coloniais, de património e de mobilidade².

2. DIÁLOGOS INTERCULTURAIS COM O BRASIL NUMA PERSPECTIVA CRONOLÓGICA

O diálogo intercultural é uma troca dinâmica de ideias e valores entre sociedades, crucial para as relações internacionais. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Kutukdjian & Corbett, 2009) destaca o seu papel na promoção do entendimento mútuo e respeito pela diversidade cultural. No Brasil, este processo reflete a rica diversidade étnica e histórica do país, incorporando influências indígenas, africanas, europeias e de imigrantes recentes (Hall, 2003; Ribeiro, 1995; Schwarcz, 2019). Portugal, por sua vez, foi profundamente moldado pela interação com territórios e diásporas africanos, asiáticos e americanos, resultando em identidades hifenizadas na era pós-colonial (Cabecinhas & Cunha, 2008; Khan, 2008; Marques et al., 2012).

Alguns exemplos pioneiros de diálogo intercultural e promocional entre Portugal e o Brasil realizado pela TAP foram: (a) o “Voo da Amizade” (TAP-Panair) em 1961, ligando Lisboa ao Rio de Janeiro, com escala no Sal e no Recife (Figura 1 e Figura 2); (b) os cartazes retro na década de 1970 (Figura 4), quando “a cor e o ritmo carioca eram utilizados para promover o Rio de Janeiro como destino turístico” (Figura 5; TAP Air Portugal, 2018, para. 2); (c) e o disco *De Ipanema a Alfama* (1973) (Figura 3). Este último, aliás, continha dois lados: um lado com música de Portugal (“Uma Casa Portuguesa”, “Canção do Mar”, “Ai Mouraria”, “Coimbra”, “Lisboa à Noite”, “Ai Chico Chico”), e um lado

² Este texto dialoga de algum modo com o artigo que publiquei, em coautoria com Iñigo Sánchez-Fuarros, “Embracing Postcolonial Diversity? Music Selection and Affective Formation in TAP Air Portugal’s In-Flight Entertainment System” (Abraçando a Diversidade Pós-Colonial? Seleção Musical e Formação Afetiva no Sistema de Entretenimento a Bordo da TAP Air Portugal; Vanspauwen & Sánchez-Fuarros, 2023), no qual explorámos a ideia de “império audível” (*audible empire*) de Radano e Olaniyan (2016).

com música do Brasil (“Garota de Ipanema”, “Apelo”, “Ponteio”, “A Lenda do Abaeté”, “Samba de Verão”, “Madalena”). Na contracapa deste LP, não se falava aliás de um lado A ou B, mas sim de “confraternização”:

não pensamos num disco para agradar somente a brasileiros e portugueses. (...) Páginas imortais da música popular brasileira e portuguesa celebradas mundialmente (...) podem sugerir diversas motivações, menos um sentimento piegas de *confraternização* [ênfase adicionada] que, afinal, é uma realidade que o disco encerra, parecendo desnecessário proclamar. Mas, ouvindo o disco, se a saudade apertar, apertar de não ter mais jeito, procure a TAP. (*De Ipanema a Alfama*, 1971, para. 1 e para. 3)



Figura 1. Voo da amizade

Fonte. Retirado de *Jornal InterTAP*, (16–17), 1966. (https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/intertap/N16-17/N16-17_item1/P6.html)



Figura 2. Voo da amizade

Fonte. Retirado de *Jornal InterTAP*, (16-17), p. 6. 1966. (https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/intertap/N16-17/N16-17_item1/P6.html)



Figura 3. De Ipanema a Alfama

Créditos. Museu da TAP

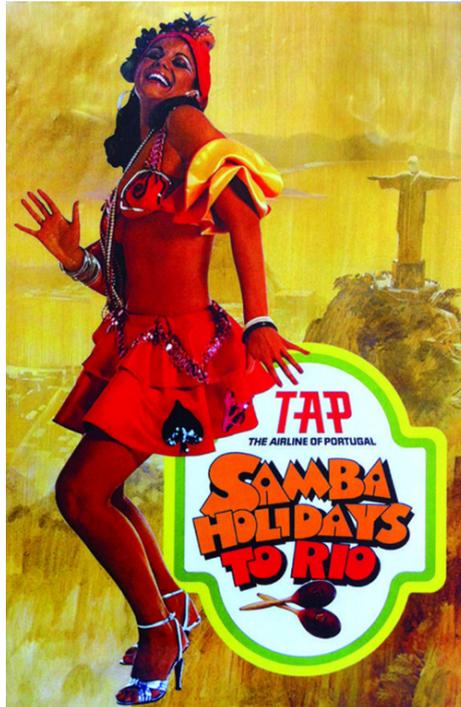


Figura 4. Samba Holidays to Rio

Fonte. Retirado de Coisa Antiga [Imagem], por TAP Air Portugal [@tapairportugal], 2018, Pinterest. (<https://pt.pinterest.com/pin/573083121328526047/>)

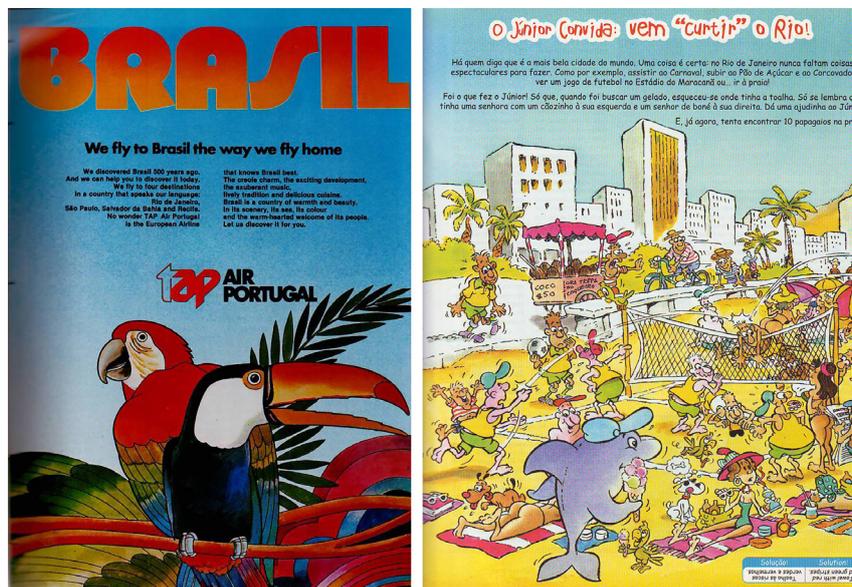


Figura 5. Publicidade na revista abordo Atlantis. 'O Júnior convida: vem 'curtir' o Rio!'

Créditos. Museu da TAP

Neste artigo, analiso os últimos 15 anos de atividade da TAP, averiguando os elementos culturalmente expressivos que foram veiculados para fins de afirmação (inter) nacional, marketing de clientes e *branding* corporativo. Elementos culturais expressivos, ou cultura expressiva, refere-se a manifestações culturais que incluem arte, música, dança, literatura e outros modos de comunicação simbólica, que transmitem valores,

crenças e identidades de uma sociedade. Esses elementos servem como formas de expressão, são fundamentais para a preservação e transmissão da herança cultural e são muitas vezes examinados em áreas académicas como antropologia e estudos culturais.

Fazendo esta análise de maneira cronológica, darei especial atenção aos eventos musicais organizados pela TAP para contextualizar e atualizar a ligação entre o Brasil e Portugal desde o ano de 2010. Este ano foi aliás a descolagem nas redes sociais, com o lançamento da sua página oficial no Facebook e o seu perfil oficial no antigo Twitter (atualmente designado como X), mais tarde seguido pelo YouTube e Instagram.

A nossa viagem pela programação cultural-expressiva da TAP começa igualmente em 2010, ano em que a companhia aérea levou ranchos folclóricos até Campinas para a abertura da sua nova rota para Lisboa (Figura 6 e Figura 7). No mesmo ano, aconteceram *flash mobs*³ da TAP no Aeroporto Antônio Carlos Jobim (Galeão), no Rio de Janeiro, e no Aeroporto de Guarulhos, em São Paulo (Figura 8).



Figura 6. Abertura da rota de Campinas-Lisboa.

Créditos. TAP Air Portugal. (<https://www.facebook.com/tapairportugal>)



Figura 7. Abertura da rota de Campinas-Lisboa.

Créditos. TAP Air Portugal. (<https://www.facebook.com/tapairportugal>)

³ Um *flash mob* é um grupo de pessoas que se reúne repentinamente em um local público para realizar uma ação previamente combinada, geralmente artística ou divertida, e depois se dispersa rapidamente.



Figura 8. Captura de tela dos vídeos dos flash mobs em São Paulo e no Rio de Janeiro

Fonte. Retirado de TAP e Aeroporto Internacional de São Paulo - Uma homenagem cosmopolita [Vídeo], por marketingtap, 2010, Youtube. (https://www.youtube.com/watch?v=_skpsg4qCRg)

No vídeo, entretanto disponibilizado pela TAP no canal oficial do YouTube, o *flash mob* no Rio de Janeiro é descrito da seguinte forma: “a TAP Portugal e a Infraero homenagearam de forma diferente a cidade do Rio de Janeiro e o Aeroporto Internacional Antônio Carlos Jobim, no dia 20 de janeiro” (na descrição deste vídeo). Adicionalmente, o vídeo do *flash mob* em São Paulo é acompanhado pela seguinte descrição:

a TAP Portugal e a Infraero realizaram mais uma ação inusitada no dia 25 de janeiro em homenagem aos 456 anos de diversidade cultural da cidade mais cosmopolita da América do Sul e do aniversário do Aeroporto Internacional de Guarulhos.

Ainda em 2010, também a revista a bordo *UP Magazine - Ouse Sonhar Mais Alto* (iniciada em 2007 sob a coordenação/direção de Paula de Oliveira Ribeiro, brasileira residente em Lisboa e antiga editora da revista *Cosmopolitan*) revelou conexões musicais entre o Brasil e Portugal com um artigo sobre Carmen Miranda: “a história da Brazilian Bombshell que conquistou Hollywood e deu o samba a conhecer ao mundo. Carmen Miranda nasceu em Portugal, mas o seu coração era 100% brasileiro” (Brito, 2010). Com isto, é interessante analisar a maneira como a narrativa constrói uma mistura representacional que parece situar o ponto gravitacional de Carmen Miranda a meio do Atlântico, o meio comum entre Portugal e o Brasil.

Carmen Miranda, portuguesa de Marco de Canavezes, fez o Brasil olhar para o espelho e descobrir nele o samba e a alegria. Depois, carregada de frutas exóticas e de balangandãs, exibiu essa personalidade na Broadway e pôs os americanos a *cantarem na língua de Camões* [ênfase adicionada] palavras com ritmo de pandeiro, tamborim, cuíca e violão. (...) Nunca uma mulher fora tão famosa na história do Brasil. (...) Carmen Miranda foi a maior estrela do disco, do rádio, do cinema e dos palcos brasileiros, nos anos 30 do século XX. Talvez se reconhecessem nela, alma simples e coquete, feita

do samba e da *alegria do povo brasileiro* [ênfase adicionada]. Uma alegria até então escondida por detrás da *herança portuguesa* do fado e da melancolia trazida das *plantações de açúcar* [ênfase adicionada]. (Brito, 2010)

No ano seguinte, em 2011, a TAP lançou no seu canal oficial do YouTube aquilo a que chamou de “hino lusófono”, a canção “De Braços Abertos” com a participação da cantora brasileira Roberta Sá, ao lado da fadista portuguesa (com raízes moçambicanas) Mariza e o cantor do semba angolano Paulo Flores, no âmbito de uma campanha de marketing viral que assinalou a renovação sonora da imagem e do nome da TAP. Aliás, este *rebranding* envolveu a necessidade de uma redefinição da própria noção de “portugalidade” sobre a qual se tinha construído a imagem corporativa histórica da TAP, abraçando explicitamente a noção de “lusofonia” como parte de uma estratégia que fez balnear a comercialização da cultura e a promoção da noção de identidade portuguesa⁴.

A relação entre portugalidade e lusofonia, patente no *output* da TAP, é complexa, refletindo como Portugal se vê no contexto pós-colonial. Carvalho (1996) argumenta que o nacionalismo étnico, moldado pela ditadura do século XX, ainda influencia o imaginário cultural português, resistindo a uma interpretação da lusofonia como fusão cultural. O conceito de portugalidade, associado à influência global de Portugal, frequentemente exclui contranarrativas de outros países lusófonos (Almeida, 1998, 2008), reforçando uma visão unidimensional da cultura lusófona. Para superar o lusotropicalismo e a portugalidade, é necessário integrar as narrativas dos fluxos migratórios e diásporas lusófonas em Portugal. Vítor de Sousa (2015) argumenta que lusofonia e portugalidade são conceitos contraditórios, criando tensão na ideia de uma comunidade lusófona. O desafio é transcender a portugalidade por uma visão mais inclusiva do mundo lusófono, valorizando as suas diversas histórias e vozes (Martins, 2006, 2015; Rocha-Trindade, 1998). Assente em diferentes influências musicais (semba, fado e MPB [música popular brasileira]) e situado num contexto cultural e linguístico partilhado, “De Braços Abertos” representa aquilo que foi uma colaboração cultural enquanto componente central de uma estratégia comercial baseada na representação identitária transatlântica. A letra, por sua vez, reposiciona o tropo comum da hospitalidade como uma característica distintiva de quem fala português no mundo. Por outras palavras, este *hino* promoveu musicalmente a intersticialidade lusófona como estratégia de marketing da operadora de aviação.

A intersticialidade refere-se aos espaços intermediários ou interstícios entre categorias sociais, culturais ou identitárias estabelecidas. Este conceito, desenvolvido por teóricos como Homi Bhabha (1994/1998) e Manuela Ribeiro Sanches (2004), esta última sobre as intersticialidades pós-coloniais em Portugal, destaca as zonas de sobreposição e hibridização onde novas formas de identidade e cultura emergem. Na sociologia e antropologia, a intersticialidade é frequentemente associada a processos de negociação cultural e formação de identidades em contextos de globalização e migração. Ela desafia visões binárias ou essencialistas da identidade, enfatizando a fluidez e a complexidade das experiências vividas nos “entre-lugares” sociais e culturais.

⁴ Para uma análise mais aprofundada sobre este assunto, ver a tese de doutoramento de Vítor de Sousa (2015), *Da “Portugalidade” à Lusofonia*.

O ano de 2014 foi o mais marcante na história cultural da TAP: ocorreu a viagem mediática do navegador Ricardo Dinis (Figura 9), que partiu com o veleiro FlyTap de Lisboa para Salvador da Bahia e para o Rio de Janeiro, num evento que contou com atuações de Tito Paris (na cidade da Praia, em Cabo Verde) e Roberta Sá (na chegada) — enquanto a fadista portuguesa Cuca Roseta também surge num momento performativo sobre o Atlântico num avião da TAP.



Figura 9. Recorte de fotografias do Veleiro FlyTap.

Créditos. TAP Air Portugal. (<https://www.facebook.com/tapairportugal>)

Em 2015, um artigo na revista de bordo *UP Magazine - Ouse Sonhar Mais Alto* com o título “Carminho, Fado Tropical” construiu uma narrativa de intersticialidade entre Portugal e o Brasil através da experiência pessoal da fadista portuguesa Carminho no Rio de Janeiro (Figura 10), que — caminhando pela cidade — vai narrando a génese portuguesa da “cidade maravilhosa”:

um Rio de Janeiro português não é difícil de encontrar. O da fadista Carminho também não. Sobretudo num roteiro que mistura referências. Da arquitetura colonial à gastronomia de boteco, passando pelo fado e pelo samba. No Brasil, por causa da distância, é tudo temperado com mais saudade. Missão: ir à cidade maravilhosa resgatar o Rio português com Carminho, a mais carioca das cantoras portuguesas. (Velo, 2015)



Figura 10. Carminho, Fado Tropical

Fonte. Retirado de *Carminho, Fado Tropical* [Fotografia], UP Magazine – Ouse Sonhar Mais Alto, 2015.

Durante a sua estadia, Carminho não encontrou apenas história(s) mas também presenças portuguesas atuais, enquanto ela própria é comparada com Carmen Miranda:

“encontramos Portugal em todo o lado”, observa Carminho. Nas sanduíches de pernil de porco do Bracarense, no Leblon, no bolinho de bacalhau do bar Semente, na Lapa, ou no ondular da calçada portuguesa que debrua as praias de Ipanema e Copacabana. E com toda a força na língua falada pelos cariocas. (...) Passado o Arco do Telles – a única parte do edifício que resistiu ao incêndio de 1790 –, achamos vestígios da vida de outra “Carminho” portuguesa, só que esta ficou conhecida por Carmen Miranda. No Brasil e em Hollywood. (Velooso, 2015)

Na verdade, até o próprio nome do artigo, “Fado Tropical”⁵ faz referência intertextual à música homóloga dos artistas Ruy Guerra e Chico Buarque de Holanda. Neste contexto, “Fado Tropical” foi composto especialmente para uma peça teatral durante o período da ditadura militar, iniciado com o golpe de 1964. Num vídeo encontrado no YouTube (Silveira, 2013), a canção é acompanhada pela seguinte descrição:

foi originalmente composto como parte da fala de uma das personagens e deve ser lida no contexto que exigiu dos autores refinada ironia para expressar o desejo das elites brasileiras em se verem “civilizadas” nos moldes europeus. Em uma verdadeira inversão de valores aceita a visão colonizadora,

⁵ Neste sentido, aliás, cabe destacar a tese de doutoramento de Marcos Cardão (2012), *Fado Tropical: Luso-Tropicalismo na Cultura de Massas (1960-1974)*.

sem romper laços de dependência na relação norte/sul. Ao inserir imagens que nos remetem à Revolução dos Cravos, golpe que derrubou o governo fascista de Oliveira Salazar a 25 de abril de 1974, chega mesmo a almejar que o Brasil se torne um dia “um imenso Portugal”. Daí advir a sua conotação utópica e revolucionária de carácter socialista.

No mesmo sentido da entrevista concedida por Carminho, também em 2016, a TAP colocou um vídeo no seu canal oficial do YouTube, intitulado “Um Novo Rio de Janeiro”. Ao mesmo tempo, foi lançado outro vídeo com os atores brasileiros do coletivo Porta dos Fundos a gravarem material novo a bordo de um avião da TAP num percurso aéreo transatlântico.

Neste sentido, importa destacar *Fado Tropical. O Luso-Tropicalismo na Cultura de Massas (1960-1974)*, de Marcos Cardão (2012), no qual o luso-tropicalismo é analisado como uma ideologia cultural ambígua, inicialmente ligada à propaganda do Estado Novo. Cardão examina a sua promoção através da cultura de massas, destacando tensões entre controlo colonial e expressões criativas das colónias, e explora as contradições desta doutrina e o seu impacto cultural, evitando análises normativas. No contexto brasileiro, enfatiza a influência de Gilberto Freyre na formação da ideia de uma identidade portuguesa *naturalmente* inclusiva, suavizando a imagem do colonialismo português internacionalmente. Por fim — alinhado com Barreto (2008) e Almeida (2008) —, posiciona o luso-tropicalismo como etapa intermediária rumo a uma lusofonia pós-colonial e policêntrica.

Em 2017, outro vídeo é lançado pela TAP no seu canal oficial do YouTube, desta vez com o ator Thiago Lacerda durante um *stopover* em Lisboa (incorporado na série digital da TAP, *Stopover Stories*), compartilhando as emoções identitárias vividas pelo ator na capital portuguesa (Figura 11), ao mesmo tempo que promovia o programa aéreo do governo português, Portugal Stopover, que permite que um viajante aéreo passe alguns dias em Lisboa antes de prosseguir para o seu destino final dentro na Europa.



Figura 11. Capturas de tela do episódio das Stopover Stories com Thiago Lacerda

Fonte. Retirado de Portugal Stopover Stories | Episode 6 with Thiago Lacerda [Vídeo], por TAP Air Portugal, 2017a, Youtube. (<https://www.youtube.com/watch?v=gNYofCK8IW1>)

No mesmo ano foi também organizada a iniciativa “TAP Retrojet - Uma Viagem no Tempo até o Rio de Janeiro” (TAP Air Portugal, 2017b), que contou com a presença do *blogger* carioca de aviação Jaime Drummond (Carioca no Mundo). Esta campanha foi devidamente documentada através de vídeos no YouTube (Figura 12 e Figura 13). Aliás, durante a Feira de Turismo realizada no mesmo ano, a TAP teve o seu *stand* ao lado da Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (um serviço social autónomo do Ministério do Turismo do Brasil) — e fez um desfile musical com uma *lookalike* da Carmen Miranda, hospedeiros da TAP e alguns instrumentistas brasileiros (Figura 14)⁶.



Figura 12. Captura de tela do vídeo TAP Retrojet Uma viagem no tempo até ao Rio de Janeiro

Fonte. Retirado de TAP Retrojet: Uma viagem no tempo até ao Rio de Janeiro [Vídeo], por TAP Air Portugal, 2017b, Youtube. (<https://www.youtube.com/watch?v=AiSR5NQRImM>)

⁶ Não deixa de ser interessante intertextualmente ter outra interpretação da Carmen Miranda, pela cantora brasileira Anitta, durante a sua primeira atuação em Portugal, no Rock in Rio Lisboa 2018, quando ela iniciou o espectáculo vestida com um figurino que remetia aos famosos chapéus de frutas de Miranda, enquanto interpretava uma versão de “Tico-Tico no Fubá”, canção popularizada pela cantora (*Anitta Aparece Vestida de Carmen Miranda no Palco do Rock in Rio Lisboa*, 2018). Assim, Anitta não só prestou homenagem à Carmen Miranda, como também misturou funk brasileiro com essa referência cultural, mostrando orgulho pela herança musical do Brasil.



Figura 13. Captura de tela do vídeo TAP Retrojet Uma viagem no tempo até ao Rio de Janeiro

Fonte. Retirado de TAP Retrojet: Uma viagem no tempo até ao Rio de Janeiro [Vídeo], por TAP Air Portugal, 2017b, Youtube. (<https://www.youtube.com/watch?v=AiSR5NQRImM>)



Figura 14. O stand da TAP no FIL - Feira Internacional de Lisboa, com uma representação musical e dançada da Carmen Miranda, 19 de março de 2017

Créditos. Bart Vanspauwen

Ainda em 2017, a campanha promocional “O que É que a Victoria Tem” (Figura 15 e Figura 16), com a atriz portuguesa Olívia Ortiz enquanto protagonista, fez referências a Carmen Miranda. Este clipe de vídeo contou com duas versões cantadas — uma em português de Portugal e outro em português do Brasil. Para quem viu o clipe mas não conhece a atriz, não é claro se a mesma representa o público português ou o brasileiro, uma vez que esta não é apresentada formalmente, limitando-se a visitar locais turísticos na capital portuguesa. Esta impressão de intersticialidade identitária também surge no vídeo “Um Pouquinho do Brasil em Lisboa”⁷, que parece se dirigir tanto aos clientes viajantes da TAP, sejam eles residentes, turistas brasileiros ou estrangeiros. Em outras palavras, a mensagem é voltada para quem visita Lisboa ou deseja conhecê-la melhor.

⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=eMMDPtInQkM>



Figura 15. Capturas de tela do vídeo *O que É que a Victória Tem*

Fonte. Retirado de *Já sabem o que é que o #Victoria tem? Nós “cantamo-vos”!*; Todas as #vantagens do #TAPVictoria [Tweet], por TAP Air Portugal, 2017c, X. (<https://twitter.com/tapairportugal/status/877926078676967426>)



Figura 16. Capturas de tela do vídeo *O que É que a Victória Tem*

Fonte. Retirado de *Já sabem o que é que o #Victoria tem? Nós “cantamo-vos”!*; Todas as #vantagens do #TAPVictoria [Tweet], por TAP Air Portugal, 2017c, X. (<https://twitter.com/tapairportugal/status/877926078676967426>)

Um último momento importante de representação cultural — porém não musicalmente — foi a viagem oficial do Presidente português, Marcelo Rebelo de Sousa, em julho de 2022, num avião da TAP batizado de Santa Cruz, em homenagem da própria companhia ao centenário da primeira travessia aérea do Atlântico Sul, feita pelos portugueses Gago Coutinho e Sacadura Cabral, e a poucas semanas da celebração oficial do bicentenário da independência do Brasil, no dia 7 de setembro de 2022 (Figura 17).

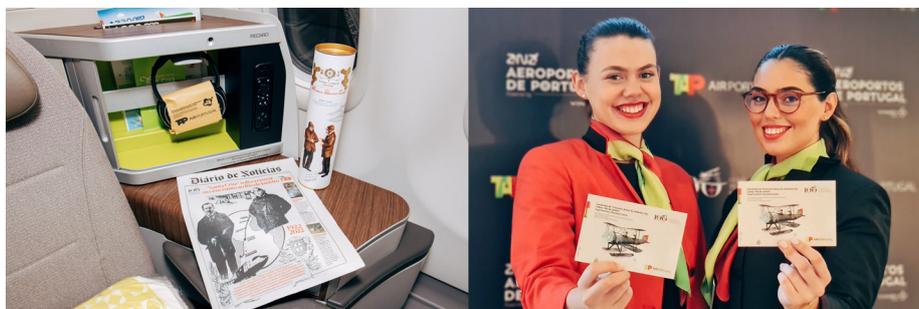


Figura 17. O avião *Santa Cruz* e a celebração da primeira travessia aérea do Atlântico Sul

Créditos.TAP Air Portugal. (<https://www.facebook.com/tapairportugal>)

Segundo a entrevista no *Diário de Notícias* ao Presidente Marcelo nesta data — ocasião em que foi recebido pelo Presidente Bolsonaro, ao contrário da viagem que ocorreu em julho —, o Presidente Marcelo dedicou o seu tempo a contar a história de D. Pedro I a Bolsonaro e afirmou que “seria incompreensível que Portugal não estivesse representado ao mais alto nível naquilo que é um momento histórico único na vida do Brasil e de Portugal” (“Marcelo Conta História de D. Pedro a Bolsonaro em Encontro de 20 Minutos”, 2022, para. 14). No referido artigo, o Presidente português apontou ainda, enquanto motivo adicional para a sua presença, o empréstimo do coração de D. Pedro I ao Brasil especialmente para estas comemorações. Neste sentido, o mesmo declarou ainda que

Portugal, que teve um domínio colonial sobre o Brasil no tempo do império, tendo sido, por coincidência única na História do mundo, o filho do rei de Portugal a declarar a independência do Brasil e a dotar o Brasil de uma Constituição. (“Marcelo Conta História de D. Pedro a Bolsonaro em Encontro de 20 Minutos”, 2022, para. 19)

Por fim, o Presidente falou “obviamente, do peso dos brasileiros em Portugal, que vão a caminho dos 250 mil - o que, para 10 milhões de habitantes, é um peso muito apreciável” (“Marcelo Conta História de D. Pedro a Bolsonaro em Encontro de 20 Minutos”, 2022, para. 9). Ou seja, o Presidente de Portugal, que viajou com a TAP, não deixou de referir a ligação histórica e atual entre o Brasil e Portugal, demonstrando ele mesmo uma notável mobilidade transatlântica, tanto física quanto simbólica.

Estes exemplos confirmam as hipóteses relativamente aos discursos presidenciais levantadas por Vítor de Sousa (2021) e Miguel Cardina (2012). Vítor de Sousa (2021) explora como uma visão lusotropicalista moldou o discurso do Presidente Marcelo durante o seu primeiro mandato (de 2016 a 2021), e conclui que este combinou elementos de “identidade lusitana” com uma visão inclusiva das culturas dos países de língua portuguesa, o que se refletiu nos seus discursos e nas suas políticas. As mesmas “rasuras” pós-coloniais, através de um duplo mecanismo de revelação e ocultação, também aparecem repetidamente no discurso do anterior Presidente português Cavaco Silva (entre 2006 e 2014). Na sua análise deste caso, Cardina (2012) argumenta que a língua, o património e o mar — como elementos diferenciadores para a experiência colonial portuguesa — são enfatizados em detrimento de processos coloniais históricos ligados ao racismo, à escravidão e à dominação económica e cultural, revelando, assim, uma dificuldade em evocar a dimensão violenta do colonialismo, a maneira traumática como se deu a descolonização e as repercussões no presente.

3. O BRASIL NA TAP: FLUIDEZ CONCEITUAL E AMBIGUIDADE IDENTITÁRIA

Tal como é afirmado na peça jornalística “A TAP Deu Asas aos Brasileiros e Eles Voaram” (Correia & Almeida, 2014), dedicada ao evento designado como *Ano do Brasil em Portugal* (*Ano do Brasil em Portugal “Ficou Muito Acima das Expetativas”*, 2013), a

TAP teve um papel fulcral na mobilidade de e para o Brasil, não só para os portugueses, como também para muitos brasileiros. Atualmente, a TAP opera voos diretos entre Lisboa e Porto para 12 destinos no Brasil, incluindo São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Natal, Maceió, Belém, Porto Alegre e, mais recentemente, Florianópolis (*TAP Lança Rota Para Florianópolis*, 2024). Com isso, a TAP agora oferece um total de 96 voos semanais, levando os portugueses para o Brasil, como também trazendo os brasileiros para Portugal — não apenas como passageiros mas também como gestores. Referimo-nos, por exemplo, aos antigos CEO da TAP, Fernando Pinto, antigo dirigente da VARIG, que liderou a TAP a partir de 2000, e Antonoaldo Neves, vindo da Azul para liderar a companhia após a aquisição privada pelo estado-unidense David Neeleman (também ele nascido no Brasil), entre 2017 e 2020.

Os exemplos dos diálogos interculturais presentes no ponto anterior são certamente um reflexo desta forte presença brasileira. No entanto, é notório que os vídeos promocionais da TAP são quase sempre dirigidos aos brasileiros e portugueses enquanto grupos separados, como vimos mencionado acima: “O que É que o Victoria Tem”, utilizando a voz cantada com dois sotaques diferentes para atrair ora o público português, ora o brasileiro; os vídeos “TAP Retrojet - Uma Viagem no Tempo Até o Rio de Janeiro” e “Um Novo Rio de Janeiro”, que mostram um Rio de antigamente e contemporâneo, respetivamente, para portugueses; os *Stopover Stories*, como o que conta com a participação do ator Thiago Lacerda, que dão voz aos turistas brasileiros em Portugal; e, por fim, “Um Pouquinho do Brasil em Lisboa”, que alegadamente é direcionado a pessoas de outros países.

A partir do material apresentado acima, foi realizada uma análise exploratória do discurso que evidenciou a fluidez de tropos como “abraço”, “amizade” e “hospitalidade”. De certo modo, e parafraseando Helena Sousa (2000), pode dizer-se que a TAP empregou os média digitais ao serviço do imaginário da lusofonia, ou pelo menos das relações lusófonas entre Portugal e o Brasil. Teoricamente, pretendo agora problematizar os conceitos de portugalidade e brasilidade (Figura 18 e Figura 19) como elementos-chave da relação luso-brasileira, contrastando-os com outros pilares do conceito de lusofonia tais como “crioulidade”, “miscigenação” e “afro-”, estes últimos muitas vezes perdidos ou omitidos na equação atlântica.



Figura 18. Capturas de tela do vídeo Um Pouquinho do Brasil em Lisboa - A Little Taste of Brazil in Lisbon

Fonte. Retirado de *Um Pouquinho de Brasil em Lisboa* [Vídeo], por TAP Air Portugal, 2017d, Youtube. (<https://www.youtube.com/watch?v=eMMDPtInQkM>)



Figura 19. Capturas de tela do vídeo Um Pouquinho do Brasil em Lisboa - A Little Taste of Brazil in Lisbon

Fonte. Retirado de Um Pouquinho de Brasil em Lisboa [Vídeo], por TAP Air Portugal, 2017d, Youtube. (<https://www.youtube.com/watch?v=eMMDPtInQkM>)

Do ponto de vista da semiótica (como do ponto de vista histórico), o Brasil surge como uma extensão de Portugal, e, atualmente, uma segunda base para a TAP, que voa nas duas direções — de Rio de Janeiro a Lisboa e *vice versa* — como se fosse para casa. Neste sentido, durante a exposição no Museu MUDE, em 2015, que celebrou os 70 anos da TAP, encontrei o seguinte texto histórico (s.d.) em exposição, e que ilustra bem este pensamento:

voamos para o Brasil como voamos para casa. Descobrimos o Brasil há 500 anos. E podemos ajudá-lo a descobri-lo hoje também: voamos para (...) destinos num país que fala a nossa língua: Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador da Bahia e Recife. Não é à toa que a TAP Air Portugal é a companhia aérea europeia que melhor conhece o Brasil. (...) Deixe-nos descobrir o país para si.

Esta ideia de familiaridade ao visitar um lugar conhecido também se encontra patente nas frases de marketing mais recentes, como a que esteve nas redes sociais em 2016 (designadamente no Facebook), por exemplo: “fato de banho, chinelos e óculos a postos? É só isso que vão precisar de colocar na mala para partir à descoberta do Brasil. A nossa campanha é como bossa nova - música para os vossos ouvidos!” ou “no Brasil, há lugar para descobrir”.

Ao mesmo tempo, hoje em dia, com a crescente popularidade das redes sociais, identidades e discriminações representacionais são constantemente debatidas e descobertas. Na verdade, WhatsApp, YouTube, Instagram, Telegram, Facebook e Twitter aumentam a visibilidade de quem comunica, tanto no sentido celebratório (a título de exemplo, sobre novos Gabinetes Reais de Leitura no Brasil; a viagem do coração do D. Pedro I (Bergamaschi, 2022); ou as atividades das Câmaras de Comércio luso-brasileiras), como no sentido decolonial e reparatório (por exemplo, os protestos pacíficos de mulheres brasileiras negras no Terreiro do Paço, em Lisboa, incluindo performances artísticas e discursos, em 2019; ou ímpetus jornalísticos patentes nas publicações virtuais “devolve nosso ouro! Portugal deve perdão e reparação ao Brasil?” (DW Brasil, 2022) e “como Portugal lida com o passado colonial brasileiro”, ambos em 2022. Esses exemplos ilustram como diferentes formas de expressão e protesto foram utilizadas para abordar e desafiar as narrativas discriminatórias e os legados coloniais, promovendo um diálogo mais crítico e consciente sobre identidade, memória e justiça social.

Tal como argumenta a jornalista portuguesa Joana Gorjão Henriques (2016; com larga experiência sobre o Brasil, cf., o livro *Racismo em Português - O Lado Esquecido do Colonialismo*), entrevistada no artigo “Como Portugal Lida com o Passado Colonial Brasileiro”, “continua a existir esse complexo de superioridade dos portugueses em relação aos brasileiros, que faz com que exista um sentimento antibrasileiro, de xenofobia e de racismo, quando se mistura a questão da cor da pele” (Lisboa & Azevedo, 2022, para. 26). Por sua parte, a investigadora brasileira Luciana Martinez, da Universidade de Coimbra, no mesmo artigo, afirma que nos últimos anos tem existido um esforço maior por parte de Portugal em repensar o seu passado colonial, mas que este pensamento ainda é muito restrito às ex-colónias portuguesas de África. Ela argumenta que:

na verdade, a sobrevivência do passado colonial e da colonização está dos dois lados do Atlântico. E o racismo é, sem dúvida, a faceta mais visível dessas sobrevivências. (...) Ainda que talvez não seja mais tão explicitamente dito, você tem a sombra do Brasil ainda sendo usada como testemunha desse colonialismo que não é tão violento. Obviamente isso não existe. (Lisboa & Azevedo, 2022, para. 22)

Por sua vez, o livro *Volta pra Tua Terra: Uma Antologia Antirracista/Antifascista de Poetas Estrangeiros em Portugal*, editado em 2021, e organizado pela poetisa e investigadora brasileira Manuella Bezerra de Melo (2021), conjuntamente com Wladimir Vaz, reúne 49 poemas de autores imigrantes residentes em Portugal. No artigo “Volta Pra Tua Terra. A Memória do Portugal Colonizador Ainda Está Muito Viva” (Cardoso, 2021), Bezerra de Melo explica que o título do livro é “uma frase muito emblemática que não é estranha aos ouvidos de quem já sofreu casos de xenofobia” (para. 4). Porém, ela argumenta, “apesar de se focar nos problemas sociais vividos por estrangeiros em Portugal, (...) não é uma antologia contra portugueses” (para. 7), justamente porque “não são só as dores dos autores [que estão expostas no livro, mas também] as dores de Portugal, porque quem fere também está sendo ferido, Portugal também está ferido” (para. 7).

Por fim, por mais que seja enunciado em discursos genéricos que envolvem ideais de lusofonia, afirmando que a parecença da língua une mais do que divide (a nomenclatura do Camões — Instituto da Cooperação e da Língua é prova disso), o próprio tema das barreiras linguísticas continua a ser colocado, mesmo quando a língua é aparentemente a mesma. “A questão da variação da língua portuguesa foi muito tratada pelos autores brasileiros, no sentido da opressão, da língua como fator de segregação, como um fator de tratamento hierárquico”, conclui Bezerra de Melo (Cardoso, 2021, para. 6).

As afirmações dos autores acima referidos estão em total congruência com a literatura académica sobre este assunto, a qual tem vindo a ganhar força desde a primeira década do século XXI. Neste sentido, importa referir, entre outros, o trabalho de Cláudia Castelo (1998) sobre o luso-tropicalismo e a ideologia colonial portuguesa; de Manuela Ribeiro Sanches (2004) sobre as intersticialidades pós-coloniais em Portugal; de Fernando Arenas (2005) sobre a globalização pós-colonial do mundo em língua portuguesa; de Miguel Vale de Almeida (2008) sobre o complexo (pós-)colonial de Portugal;

e de Elsa Peralta (2011) sobre a construção de uma identidade fictícia de Portugal como nação crioula. Com efeito, a antropóloga brasileira Bela Feldman-Bianco (2001) refere que “desde 1996, à medida que o governo socialista [de Portugal] recriou uma ideologia lusófona, as políticas multiculturais europeias foram redefinidas à luz do lusotropicalismo de Gilberto Freyre” (p. 627). Feldman-Bianco (2001) salienta ainda que, ao referir-se “implicitamente à plasticidade e, por extensão, à ‘miscigenação positiva’ portuguesa”, o Governo português “considerou crucial recriar as semelhanças de cultura e língua que unem Brasil e Portugal na consolidação de um bloco lusófono supranacional sob a liderança de Portugal, [incluindo] as nações africanas de expressão oficial portuguesa” (Feldman-Bianco, 2001, pp. 627–628). Neste sentido, Rosa Cabecinhas (2014) postula que a lusofonia foi inventada como uma estratégia de “esquecimento ativo” ou “amnésia coletiva” de alguns dos aspetos fundamentais da história de Portugal *vis-à-vis* as suas antigas colónias. Do mesmo modo, Adriano Freixo (2010) argumenta que a ideia de uma identidade lusófona com base na projeção de uma matriz cultural de origem “lusa” ou portuguesa constitui um obstáculo para a efetiva consolidação de uma comunidade lusófona. Ou ainda, nas palavras de Vítor de Sousa (2015), “não poderá existir lusofonia com portugalidade, sendo mesmo um contrassenso avançar com tal associação” (p. X).

Ecoss desta “plasticidade” conceitual da noção de lusofonia — ou talvez, “fluidez” lusófona — surgiram com força na sociedade portuguesa, depois de recentemente o Presidente português ter afirmado que “não vale a pena negar que há, infelizmente, setores racistas e xenófobos entre nós” (*Presidente da República Contra o Racismo e a Xenofobia*, 2022). Na festa de celebração do bicentenário da independência do Brasil, no Palácio de São Bento, em Lisboa (residência oficial do Primeiro-Ministro), António Costa dirigiu-se à comunidade brasileira residente em Portugal que participava num evento nos jardins adjacentes, afirmando que

entre as “muitas formas” de festejar os 200 anos de independência, com “atos solenes e oficiais e atos simbólicos”, a celebração com esta comunidade era a “forma que não podia faltar” (...). Portugal “é mesmo a casa” dos brasileiros que aqui queiram viver. (“Portugal ‘É Mesmo a Casa’ dos Brasileiros que Aqui Queiram Viver”, 2022, para. 3)

Nas palavras de Costa, que assistiu aos concertos agendados ao lado do embaixador do Brasil em Lisboa, Raimundo Carreiro Silva, e da presidente da Casa do Brasil, Ana Paula Costa, “muito mais vezes que o coração de D. Pedro, têm viajado os corações de todos nós” (“Portugal ‘É Mesmo a Casa’ dos Brasileiros que Aqui Queiram Viver”, 2022, para. 4). Assinalou, ainda, “a forma como os brasileiros enriqueceram a língua portuguesa e a tornaram mais fácil de aprender” (para. 2). Aliás, na mesma entrevista, Costa faz alusões à dívida histórica de Portugal para com o Brasil, mas claramente prefere ficar pelo eufemismo da música e da cultura expressiva para não tocar no assunto polémico do perdão e reparação ao Brasil:

e esse é um desafio que temos permanentemente, mas essa também é a grande riqueza que nós temos, que é a capacidade de nos conhecermos,

de utilizarmos uma língua e de uma língua que se reinventa. *Portugal tem aliás uma dívida enorme para com os brasileiros* [ênfase adicionada], que é a forma como enriqueceram a nossa língua. Enriqueceram-na com novos vocábulos, mas sobretudo com uma musicalidade linda que nós temos imensa inveja de não ter e de terem tornado o português muitíssimo mais claro para quem quer aprender português. (para. 9)

As relações Portugal–Brasil são marcadas por uma dinâmica complexa de identidade, memória e poder, refletindo tensões coloniais e pós-coloniais. Almeida (2004) e Feldman-Bianco (2001) exploram construções de semelhança e diferença entre portugueses e brasileiros. Cabecinhas (2007, 2014; Cabecinhas et al., 2006) analisa representações sociais da história e identidades nacionais, destacando como perpetuam ou contestam hegemonias e abordam a naturalização da discriminação racial. Freixo (2010) discute a lusofonia como um conceito ambivalente, revelando assimetrias nas relações luso-brasileiras, enquanto Santos (2020) examina desafios de integração de estudantes brasileiros em Portugal. Estes estudos indicam a necessidade de reavaliar as relações luso-brasileiras, reconhecendo laços históricos e tensões persistentes, visando um diálogo intercultural mais equitativo.

4. TAP AIR PORTUGAL: NAVEGANDO ENTRE PORTUGALIDADE E LUSOFONIA

Os aviões comerciais têm progressivamente substituído navios e outros meios de transporte como principais conectores entre países e continentes. Além do transporte de passageiros, as companhias aéreas de bandeira com histórico colonial são cada vez mais veículos de transmissão de conteúdo cultural dinâmico e atualizado — uma vitrina em perpétuo movimento.

Os estudos de mobilidade, os estudos pós-coloniais e os estudos do património imaterial podem oferecer um prisma privilegiado para metáforas de viagens e encontros. Neste sentido, Urry (2000), juntamente com Cresswell (2006), relembra a metáfora do navio colonial, um sistema vivo, microcultural e micropolítico em movimento, fulcral no desenvolvimento da cultura híbrida do “Atlântico Negro” tal como foi descrito pelo investigador inglês Paul Gilroy (1993). Tal como Gilroy considera os navios unidades culturais e políticas que permitem a sua convergência em vários pontos daquele mundo Atlântico, também podemos ver os aviões no percurso transatlântico de hoje enquanto mediadores de produções e categorizações culturais que são de elevada importância nas trocas e relações culturais e políticas. Junto com Featherstone et al. (2005), argumento que é vital identificar os múltiplos locais através dos quais perdura um sentimento de pertença nacional. Embora possa parecer que a identidade nacional está a diminuir em uma era de destradicionalização, informalização e média global, Featherstone et al. (2005) argumentam que, pelo contrário, a mesma está a ser redistribuída numa escala espacial maior. Nesse sentido, segundo estes autores, a força epistemológica e ontológica da nação não diminuiu; as tentativas hegemónicas de fixar redes de significado nacional persistem; e a criação de identidades molda continuamente conexões por meio de uma rede nodal global e contínua.

Com efeito, dos esforços sincrónicos e diacrónicos de marketing da TAP emerge um sentimento de pertença mista e até mesmo invertida — as tripulações da TAP voam para o Brasil (ou Cabo Verde) como voam para casa; sentem-se bastante experientes em navegar um largo território atlântico, e estão prontas para ajudar outros a encontrarem os lugares e culturas que atualmente integram o mapa lusófono. Também no novo milénio, depois da ocorrência de eventos políticos importantes, como a fundação da Comunidade de Países de Língua Oficial Portuguesa, em Belém, em 1996, e a *Exposição Mundial* de Lisboa de 1998, a TAP tem vindo a assumir um papel de ferramenta fundamental para conectar e unir comunidades afetivas de língua portuguesa, onde a dimensão cultural da lusofonia se revela não só como fator de relevância económica (Pereira, 2012), mas também como questão estratégica (cf., Lopes, 2011).

Neste âmbito, o Brasil tem um papel fundamental, talvez diferente dos demais destinos de língua portuguesa outrora colonizados por Portugal e para os quais a TAP voa. Pela sua fundação híbrida, que mistura reinados portugueses e brasileiros, e pelos já 200 anos de independência política, o Brasil diferencia-se claramente das restantes ex-colónias. Numa complementaridade simbólica, o Brasil não ficou em segundo lugar, e, em termos globais, pode considerar-se que até ficou em primeiro. Como referiu o embaixador brasileiro Mário Vilalva durante o seu exercício de funções como embaixador do Brasil em Lisboa, é o gigante Brasil que dá musculatura a Portugal e à lusofonia no contexto europeu (Ferreira, 2016).

Como foi acima mencionado, o hino corporativo “De Braços Abertos” promove a TAP como mediador de cultura nacional e valores portugueses — patente no metafórico abraço que semanticamente aparece em vários eventos, provocando emoções de proximidade, ligação, amizade ou consideração, alimentando e sustentando a dimensão pós-colonial e/ou diaspórica portuguesa (juntamente com os seus componentes étnicos ou raciais) de forma imaginada — por vezes, focando elementos lusotropicals, ou bilaterais, ou até mesmo lusófonos (no sentido transnacional da Comunidade de Países de Língua Oficial Portuguesa).

No seu *output* cultural, ao longo dos últimos 15 anos, a TAP tem vindo a veicular valores universais como cooperação, laços linguísticos, afinidades culturais, calor humano e respeito (representados metaforicamente no abraço — “de braços abertos”) que parecem uma gradual superação de memórias cruéis forjadas pelo colonialismo em tempos não tão distantes — perdoando o passado e abraçando o futuro, talvez como retratado pelo Cristo Redentor em diversas campanhas de marketing da TAP. Estou convencido de que esta mudança de abordagem tem sido primordial não só para redefinir o atual valor de mercado da TAP como um ator global numa indústria cada vez mais competitiva, como também para os próprios portugueses repensarem o seu património cultural e histórico transnacionalmente.

A TAP tem promovido valores universais como cooperação e respeito, sugerindo uma superação de memórias coloniais através da metáfora do abraço. Esta estratégia, aparentemente benevolente, levanta questões sobre a negociação de relações pós-coloniais em narrativas corporativas. Ao enfatizar a reconciliação, a TAP posiciona-se como

ponte entre o passado colonial e um futuro harmonioso, arriscando simplificar tensões históricas e podendo ser interpretada como neocolonialismo cultural subtil. A meu ver, o conceito de lusofonia tal como empregado pela TAP revela uma “estratégia de englobamento” (*strategy of encompassment*) tal como teorizado por Baumann e Gingrich (2004), em que o outro (*other*) é tido parte do eu (*self*) a partir de uma posição de poder. Este processo hierárquico e excludente pode manter uma coexistência aparentemente pacífica, permitindo discursos contraditórios conforme o contexto. Almeida (2008), aliás, atribui esta ambivalência a um conservadorismo institucional, descrevendo-o como um receio de propor narrativas alternativas para a identidade nacional. No caso da TAP, o discurso institucional assume uma intenção comercial, dirigindo-se aos vários públicos através de referências à portugalidade ou lusofonia, conforme o contexto.

Em suma, a minha análise postula que as representações aparentemente benignas de práticas culturais podem revelar tensões ocultas, criando lugares intermediários onde convergem antigas tendências imperiais e ideais neoliberais. A produção cultural da TAP continua a apresentar a tendência para refletir antigos sentimentos imperiais, pois as suas dimensões discursivas, sonoras e visuais estão intimamente entrelaçadas com estruturas históricas de poder. No entanto, pode perguntar-se em que medida as recodificações semânticas da TAP ao longo dos últimos 15 anos (sob análise aqui) contribuíram para a descolonização das mentes, da cultura e da sociedade em geral.

Em busca de uma resposta, juntamente com Castellano (2018), gostaria de posicionar a TAP — mais do que uma “national equity”⁸ (cf., Coelho, 2006, p. 60) — como uma espécie de narrador-curador que lida tanto com os legados como com os dilemas do colonialismo na atualidade. Ao nível macro, a TAP está “claramente em processo de negociação do mito e grandeza das descobertas para ‘espelhar um Portugal democrático e multicultural de hoje’” e vários elementos narrativos “revelam evidências do pensamento pós-colonial” (Castellano, 2018, p. 104). Ao mesmo tempo que a TAP parece demonstrar alguma ansiedade em retratar um Portugal “diferente” — um país cosmopolita e moderno em vez de tradicional; misturado em vez de branco; lusófono e transatlântico em vez de periférico e sul-europeu, os gestores responsáveis pelo seu marketing cultural forjam uma ideia de modernidade e interculturalidade, repercutindo, todavia, as marcas de um discurso luso-tropicalista, e parecendo evitar explicações sobre o passado colonial, os movimentos de retorno que sucederam ou até mesmo o significado das viagens realizadas pelas populações lusófonas com origem nas ex-colónias que escolheram Portugal como a sua nova casa. Do ponto de vista académico, e de acordo com abordagens decoloniais recentes (cf., Paludi, 2017), isto pode ser percebido como uma construção ou até uma distorção da história, especialmente no que respeita às ideias do lusotropicalismo — o excepcionalismo do domínio imperial português — que obviamente nunca é mencionado como tal. Com Martins (2015), finalmente, expresseo o desejo de que a lusofonia possa ser sentida cada vez mais como interculturalidade vivida, ou seja, menos promessa e mais travessia.

⁸ Ou seja, “capital nacional”, podendo referir-se ao património ou riqueza (económico ou financeiro) pertencente a uma nação.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho foi apoiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) no âmbito do projeto de investigação *Sounds of Tourism* (PTDC/ART-PER/32417/2017). Sou grato ao INET-md (NOVA FCSH) pelo apoio institucional e a Iñigo Sánchez-Fuarros, pela inspiração académica e criativa desde que iniciámos a nossa pesquisa nas instalações da TAP em 2014. Estendo os meus agradecimentos a Mirtes de Moraes (Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo) e Vítor de Sousa (Universidade do Minho, Braga) pela coordenação do painel no 1.º Congresso Internacional de Interculturalidade, Lusofonia, Identidade e Comunicação, no qual participei em 14 de setembro de 2022 e onde uma primeira versão do presente trabalho foi apresentada. Agradeço também aos revisores anónimos da RLEC cujos comentários detalhados e construtivos em muito beneficiaram a qualidade do presente texto, bem como à Mariana Sousa Aguiar (NOVA) pela sua cuidada revisão linguística. Por fim, um agradecimento especial a Rita Tamagnini, André Serpa Soares e Alexandra Martins (TAP Air Portugal) pela gentil autorização para utilização das imagens e pelo acesso ao catálogo do Museu da TAP.

REFERÊNCIAS

- Almeida, M. V. de. (1998). O regresso do luso-tropicalismo. Nostalgia em tempos pós-coloniais. In Abril em Maio & SOS Racismo (Eds.), *Essas outras histórias que há para contar* (pp. 236–243). Edições Salamandra.
- Almeida, M. V. de. (2004). Comemoração, nostalgia imperial e tensão social — O desentendimento Portugal-Brasil: Comentário às análises de imprensa. *Psicologia*, XVII(2), 381–384. <https://doi.org/10.17575/rpsicol.v17i2.455>
- Almeida, M. V. de. (2008, 28 de abril). *Portugal's colonial complex: From colonial Lusotropicalism to postcolonial Lusophony* [Apresentação de comunicação]. Queen's Postcolonial Research Forum, Belfast, Irlanda.
- Anitta aparece vestida de Carmen Miranda no palco do Rock in Rio Lisboa*. (2018, 24 de junho). GZH. <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2018/06/anitta-aparece-vestida-de-carmen-miranda-no-palco-do-rock-in-rio-lisboa-cjtd4tl6ogof01pa3y098by8.html>
- Ano do Brasil em Portugal “ficou muito acima das expetativas”. (2013, 8 de junho). RTP. https://www.rtp.pt/noticias/cultura/ano-do-brasil-em-portugal-ficou-muito-acima-das-expetativas_n657777
- Arenas, F. (2005). *(Post)colonialism, globalization, and lusofonia or the 'time-space' of the Portuguese-speaking world*. Institute of European Studies.
- Barreto, L. F. (2008). A aculturação portuguesa na expansão e o luso-tropicalismo. In M. F. Lages & A. T. Matos (Eds.), *Portugal: Percursos de interculturalidade – Raízes e estruturas* (Vol. I; pp. 477–503). Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas.
- Baumann, G., & Gingrich, A. (2004). *Grammars of identity/alterity. A structural approach*. Berghahn.
- Bergamaschi, M. (2022, 11 de maio). *No coração do bicentenário*. Folha Piaui. <https://piaui.folha.uol.com.br/no-coracao-do-bicentenario/>
- Bhabha, H. (1998). *O local da cultura* (M. Ávila, E. Reis, & G. Gonçalves, Trans.). Editora UFMG. (Trabalho original publicado em 1994)
- Brito, P. (2010, 1 de agosto). Carmen Miranda, Brasil. *UP Magazine - Ouse Sonhar Mais Alto*.

- Cabecinhas, R. (2007). *Preto e branco. A naturalização da discriminação racial*. Campo das Letras.
- Cabecinhas, R. (2014). 'Quem quer ser apagado?': Representações da história e a descolonização do pensamento. In M. M. Baptista & S. Vidal Maia (Eds.), *Proceedings IV Congresso Internacional em Estudos Culturais - Colonialismos, Pós-Colonialismos e Lusofonias* (pp. 506–513). Ver O Verso Edições.
- Cabecinhas, R., & Cunha, L. (2008). Introdução. Da importância do diálogo ao desafio da interculturalidade. In *Comunicação intercultural. Perspectivas, dilemas e desafios* (pp. 7–12). Campos das Letras/CECS-Universidade do Minho.
- Cabecinhas, R., Lima, M., & Chaves, A. M. (2006). Identidades nacionais e memória social: Hegemonia e polémica nas representações sociais da história. In J. Miranda & M. I. João (Eds.), *Identidades nacionais em debate* (pp. 67–92). Celta.
- Cardão, M. (2012). *Fado tropical: Luso-tropicalismo na cultura de massas (1960-1974)* [Tese de doutoramento, Instituto Universitário de Lisboa].
- Cardina, M. (2012). Desportugalizar Portugal. In A. F. de Sá, A. C. Carvalho, C. Fragateiro, D. Andringa, F. Lopes da Silva, J. Lopes, J. C. Alvim, J. Freire, J. A. Maltez, M. do. C. Vieira, M. Cardina, & P. Côrte-Real (Eds.), *Reinventar Portugal* (pp. 207–214). Editorial Estampa.
- Cardoso, S. (2021, 29 de setembro). *Volta pra tua terra – “A memória do Portugal colonizador ainda está muito viva*. JPN. <https://www.jpn.up.pt/2021/05/01/volta-pra-tua-terra-a-memoria-do-portugal-colonizador-ainda-esta-muito-viva/>
- Carminho, fado tropical*. (2015). UP Magazine – Ouse Sonhar Mais Alto [Fotografia].
- Carvalho, J. S. (1996). A nação folclórica: Projecção nacional, política cultural e etnicidade em Portugal. *TRANS. Revista Transcultural de Música*, (2).
- Castellano, C. G. (2018). Curating and cultural difference in the Iberian context: From difference to self-reflexivity (and back again). *Journal of Iberian and Latin American Research*, 24(2), 103–122. <https://doi.org/10.1080/13260219.2018.1536222>
- Castelo, C. (1998). 'O modo português de estar no mundo'. *O luso-tropicalismo e a ideologia colonial portuguesa (1933-1961)*. Edições Afrontamento.
- Coelho, C. (2006). TAP, mais que uma empresa, uma 'national equity'. *Atlântico: Revista Mensal de Ideias e Debates*, 2(18), 60–61.
- Correia, R. & Almeida, A. (2014, 5 de março). A TAP deu asas aos brasileiros e eles voaram. *Público*. <https://www.publico.pt/2014/03/05/economia/noticia/a-tap-deu-asas-aos-brasileiros-e-eles-voaram-1626520>
- Coutinho, A., Rocha, A., & Garcez, A. (2013). *TAP Air Portugal: A história da companhia aérea (1945-2013)*. Contra a Corrente.
- Coutinho, B., & Cotrim, J. P. (2016). *TAP Portugal - Imagem de um povo. Identidade e design da companhia aérea nacional*. Arranha-céus.
- Cresswell, T. (2006). *On the move. Mobility in the modern western world*. Routledge.
- De Ipanema a Alfama*. (1971). [Album]. Philips.
- DW Brasil. (2022, 25 de agosto). 'Devolve nosso ouro!' Portugal deve perdão e reparação ao Brasil? [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fwLKyimwuc>
- Featherstone, M., Thrift, N., & Urry, J. (2005). *Automobilities*. Thousand Oaks/SAGE.

- Feldman-Bianco, B. (2001). Brazilians in Portugal, Portuguese in Brazil: Constructions of sameness and difference. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 8(4), 607–650. <https://doi.org/10.1080/1070289X.2001.9962710>
- Ferreira, L. P. (2016, 26 de setembro). Lusofonia dá musculatura a Portugal no contexto europeu. *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/portugal/lusofonia-da-musculatura-a-portugal-no-contexto-europeu-5408756.html>
- Freixo, A. (2010). As relações luso-brasileiras e a CPLP. Algumas reflexões em torno da ideia da lusofonia. In F. Sousa, P. Santos, & P. Amorim (Eds.), *As relações Portugal-Brasil no século XX* (pp. 65–78). CEPES; Fronteira do Caos Editores.
- Gilroy, P. (1993). *The black Atlantic: Modernity and double consciousness*. Verso.
- Hall, S. (2003). *Da diáspora. Identidades e mediações culturais* (A. La G. Resende, A. C. Escosteguy, C. Álvares, F. Rudiger, & S. Amaral, Trad.). Editora UFMG; Representação da UNESCO no Brasil.
- Henriques, J. G. (2016). *Racismo em português – O lado esquecido do colonialismo*. Tinta da China.
- Jornal InterTAP*. (1966). Nº 16–17. (https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/intertap/N16-17/N16-17_item1/P6.html)
- Khan, S. (2008). Do pós-colonialismo do quotidiano às identidades hifenizadas: Identidades em exílios pátrios? In R. Cabecinhas, & L. Cunha (Eds.), *Comunicação intercultural. Perspectivas, dilemas e desafios* (pp. 95–109). Campo das Letras.
- Kutukdjian, G. & Corbett, J. (2009). *Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural: Relatório mundial da UNESCO*. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000184755_por
- Lisboa, A. P., & Azevedo, R. (2022, 24 de agosto). *Como Portugal lida com o passado colonial brasileiro*. DW Online. <https://www.dw.com/pt-br/como-portugal-lida-com-o-passado-colonial-brasileiro/a-62910641>
- Lopes, E. R. (Ed.). (2011). *A lusofonia — Uma questão estratégica fundamental*. SaeR/Jornal Sol.
- Marcelo conta história de D. Pedro a Bolsonaro em encontro de 20 minutos. (2022, 6 de setembro). *Diário de Notícias*. <https://www.dn.pt/internacional/marcelo-relacao-entre-portugal-e-brasil-e-sempre-excecional-15143626.html/>
- Marketingtap. (2010, 26 de janeiro). *TAP e Aeroporto Internacional de São Paulo – Uma homenagem cosmopolita* [Vídeo]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=_skpsg4qCRg
- Marques, L., Bastos, G., & Biscaia, M. S. P. (2012). Introduction. In L. Marques, G. Bastos, & M. S. P. Biscaia (Eds.), *Intercultural crossings – Conflict, memory and identity* (pp. 9–21). Peter Lang.
- Martins, M. de L. (2006). Lusofonia e luso-tropicalismo, equívocos e possibilidades de dois conceitos hiper-identitários. *Visages d'Amérique Latine*, 3, 89–96.
- Martins, M. de L. (2015). Apresentação. Lusofonia – Reinvenção de comunidades e combate linguístico-cultural. In M. de L. Martins (Ed.), *Lusofonia e interculturalidade. Promessa e travessia* (pp. 7–23). Húmus.
- Melo, M. B. de, & Vaz, W. (Eds.), (2021). *Volta para tua terra: Uma antologia antirracista/antifascista de poetas estrangeiros em Portugal*. Urutau.
- Paludi, M. (2017). *Representation of Latin America in Pan American airways: Decolonial feminism on a multi-national* [Tese de doutoramento, Saint Mary's University].

- Peralta, E. (2011). Fictions of a creole nation: (Re)presenting Portugal's imperial past. In H. Bonavita (Ed.), *Negotiating identities: Constructed selves and others* (pp. 193–217). Rodopi.
- Pereira, S. M. J. (2012). *A dimensão cultural da lusofonia como factor de relevância económica* [Tese de doutoramento. Universidade Católica Portuguesa].
- Portugal “é mesmo a casa” dos brasileiros que aqui queiram viver. (2022, 10 de setembro). *Jornal de Notícias*. <https://www.jn.pt/nacional/portugal-e-mesmo-a-casa-dos-brasileiros-que-aqui-queiram-viver-15154331.html/>
- Presidente da República contra o racismo e a xenofobia. (2022, 1 de agosto). Presidência da República. <https://www.presidencia.pt/atualidade/toda-a-atualidade/2022/08/presidente-da-republica-contra-o-racismo-e-a-xenofobia/>
- Radano, R., & Olaniyan, T. (Eds.). (2016). *Audible empire: Music, global politics, critique*. Duke UP.
- Ribeiro, D. (1995). *O povo brasileiro: A formação e o sentido do Brasil*. Companhia das Letras.
- Rocha-Trindade, M. B. (1998). Lusofonia, interculturalidade e cidadania. In M. B. Rocha-Trindade (Ed.), *Interculturalismo e cidadania em espaços lusófonos* (pp. 11–13). Publicações Europa-América.
- Sanches, M. R. (2004, 21 de janeiro). *Where is the post-colonial? In-betweenness, identity and 'Lusophonia' in transnational contexts* [Apresentação de comunicação]. Santa Cruz, Estados Unidos.
- Santos, H. M. R. (2020). Ainda somos olhados de lado. Experiências de integração e discriminação de estudantes brasileiros/as em Portugal. *Laplage em Revista*, 6(1), 75–90.
- Schwarcz, L. M. (2019). *Sobre o autoritarismo brasileiro*. Companhia das Letras.
- Silveira, M. (2013). *Fado Tropical (letra e vídeo) com Chico Buarque e Ruy Guerra* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=NfjaFMah7sE>
- Sousa, H. (2000). Os media ao serviço do imaginário: Uma reflexão sobre a RTP Internacional e a lusofonia. *Comunicação e Sociedade*, 2, 305–317. [https://doi.org/10.17231/comsoc.2\(2000\).1403](https://doi.org/10.17231/comsoc.2(2000).1403)
- Sousa, V. de. (2015). *Da 'portugalidade' à lusofonia* [Tese de doutoramento, Universidade do Minho].
- Sousa, V. de. (2021). As marcas do luso-tropicalismo nas intervenções do Presidente da República português (2016-2021). *Revista Ciências Humanas*, 14(2), 10–24. <https://doi.org/10.32813/2179-1120.2121.v14.n2.a744>
- Vanspauwen, B. P., & Sánchez-Fuarros, I. (2023). Embracing postcolonial diversity? Music selection and affective formation in TAP Air Portugal's in-flight entertainment system. In E. Peralta & N. Domingos (Eds.), *Colonial legacies of the Portuguese empire: Memory, citizenship and popular culture* (pp. 199–218). Bloomsbury.
- TAP Air Portugal. (2017a, 18 de agosto). *Portugal Stopover Stories | Episode 6 with Thiago Lacerda* [Vídeo]. Youtube. (<https://www.youtube.com/watch?v=gNYofCK8IWl>)
- TAP Air Portugal. (2017b, 13 de setembro) *TAP Retrojet: Uma viagem no tempo até ao Rio de Janeiro* [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=AiSR5NQRImM>
- TAP Air Portugal. (2017c, 22 de junho). *Já sabem o que é que o #Victoria tem? Nós “cantamos”!;*) *Todas as #vantagens do #TAPVictoria* [Tweet]. X. <https://x.com/tapairportugal/status/877926078676967426?mx=2>

TAP Air Portugal (2017d, 19 de outubro). *Um pouquinho de Brasil em Lisboa* [Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=eMMDPtlnQkM>

TAP Air Portugal. (2018, 19 de março). *Coisa Antiga* [Imagem]. Pinterest. <https://pt.pinterest.com/pin/573083121328526047/>

TAP lança rota para Florianópolis. (2024, 7 de junho). TAP Air Portugal. <https://www.tapairportugal.com/pt/media/comunicados-de-imprensa/Press-Release-1023>

Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies. Mobilities for the twenty-first century*. Routledge.

Veloso, M. J. (2015, 1 de março). Rio de Janeiro – Fado tropical. *UP Magazine - Ouse Sonhar Mais Alto*.

NOTA BIOGRÁFICA

Bart Paul Vanspauwen é investigador integrado no Instituto de Etnomusicologia — Centro de Estudos em Música e Dança da Universidade Nova de Lisboa. Desde 2008, tem analisado o papel de agentes pós-coloniais em Lisboa na promoção das culturas lusófonas bem como do seu potencial turístico. Paralelamente, desde 2014, tem trabalhado no nexo de governança cultural e *branding* corporativo na companhia aérea de bandeira TAP Air Portugal, mais especificamente focando nas suas estratégias pós-coloniais e transatlânticas. Entre 2021–2022, fez parte do projeto *Sounds of Tourism* (Instituto de Etnomusicologia — Centro de Estudos em Música e Dança da Universidade Nova de Lisboa), no âmbito do qual esta reflexão se originou. Desde 2023, integra o projeto *Constellations of Memory* (Centro de Estudos Comparatistas, Universidade de Lisboa). O seu mais recente projeto de pesquisa traz um estudo aprofundado do *modus operandi* do músico Dino D’Santiago, bem como da comunidade lusófona envolvente na capital portuguesa.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9079-5342>

Email: bvanspauwen@fcsh.unl.pt

Morada: INET-md – Instituto de Etnomusicologia - Centro de Estudos em Música e Dança, NOVA FCSH, Avenida de Berna 26 C, 1069-061 Lisboa — Portugal

Submetido: 31/10/2023 | Aceite: 09/12/2024



Este trabalho encontra-se publicado com a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0.