

BART VANSPAUWEN & IÑIGO SÁNCHEZ

bvanspauwen@fcsh.unl.pt, inigo.sanchez@fcsh.unl.pt

INSTITUTO DE ETNOMUSICOLOGIA, UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA, PORTUGAL

“DE BRAÇOS ABERTOS”: A PROGRAMAÇÃO MUSICAL A BORDO DA TAP PORTUGAL COMO PRODUÇÃO INCLUSIVA DE LUSOFONIA?

RESUMO

Os aviões comerciais substituíram progressivamente os navios e outros modos de transporte como veículos de conexão entre países e continentes. Além de transportarem pessoas, aeronaves modernas transportam também cada vez mais conteúdos culturais. Com a ascensão da tecnologia digital, os sistemas interativos do entretenimento a bordo tornaram-se disponíveis aos passageiros, convertendo o céu num lugar sem preocupações com o consumo cultural. Enquadrando o nosso trabalho conceitualmente nas teorias de fluxo e mobilidade, analisamos algumas paisagens sonoras criadas pela TAP – Transportes Aéreos Portugueses, a companhia aérea de bandeira portuguesa, nos seus voos de longo curso. Dado o hino “De braços abertos” de 2011 – no qual a fadista portuguesa Mariza, o músico do *semba* angolano Paulo Flores, e a cantora de música popular brasileira Roberta Sá cantam de uma só voz – investigamos algumas estratégias pelas quais a TAP veicula ligações musicais pós-coloniais entre Portugal e o mundo lusófono a bordo. Enquanto analisamos quantitativamente a categorização da música como uma ferramenta para a gestão de marca, também refletimos sobre as experiências sonoras individuais que surgem através de *playlists* personalizáveis a bordo. Em última análise, o nosso objetivo é compreender processos de seleção musical e de formação de gostos, à medida que a TAP se baseia nas afinidades culturais existentes para fidelizar e informar a sua comunidade maioritariamente lusófona de passageiros.

PALAVRAS-CHAVE

TAP Portugal; entretenimento a bordo; música; lusofonia

CONTEXTUALIZAÇÃO¹

Apesar da sua curta história, o transporte aéreo tem-se tornado num ator principal num mundo crescentemente móvel, hiperglobalizado e interligado (Werner, Kessering & Urry, 2009). Desde a década de 1930, e até a aparição das primeiras companhias aéreas privadas, os contornos da aviação moderna foram moldados pelas políticas dos estados-nação. Durante a maior parte do período após a II Guerra Mundial, a indústria aérea foi de facto dominada por companhias aéreas estatais, as quais foram instrumentalizadas ativamente para promover o poder, prestígio e a hegemonia de cada país para além das suas fronteiras nacionais (Wohl, 2005).

Desde o início, as aeronaves modernas têm sido portadoras não só de pessoas e carga, mas de conteúdos culturais também. Os avanços tecnológicos e a popularização dos sistemas de entretenimento em voo aceleraram este processo, tornando o interior das aeronaves num lugar "livre de estresse" para o consumo cultural. Contudo, uma história social e cultural da aviação, que explore o papel das companhias aéreas nacionais na produção e circulação de ideias, imaginários, traços e artefatos culturais vinculados à identidade nacional ainda está por ser feita.

A companhia aérea de bandeira portuguesa, fundada em 1945 em Lisboa por ordem de serviço de Humberto Delgado, então diretor do Secretariado da Aeronáutica Civil, foi concebida como uma empresa de serviço público para servir de ligação entre a metrópole e as comunidades portuguesas espalhadas inicialmente por todo o império, e mais tarde por todo o mundo. Desde a inauguração em 1946 da "Linha Aérea Imperial" entre Lisboa, Luanda (na então colónia de Angola) e Lourenço Marques, anterior designação da cidade de Maputo (na então colónia de Moçambique) até hoje, a TAP conseguiu construir fortes laços de identificação com os portugueses tanto no país como no estrangeiro, readaptando o seu discurso promocional de acordo com o impulso social, político e cultural de cada época. "Produto do Império", "símbolo nacional" ou "imagem do povo português" são apenas algumas denominações popularmente veiculadas que sugerem que a TAP, de facto, desempenhou um papel central na construção e divulgação da identidade cultural portuguesa, tornando-se em

¹ Algumas das questões abordadas neste artigo foram apresentadas nos seguintes encontros científicos: "'Music and Mobilities'. A Study Day of the British Forum for Ethnomusicology and the Royal Musical Association" (Maio, 2015), "Society for Ethnomusicology 60th Annual Meeting" (Novembro, 2015), além do "III Congresso sobre Culturas - Interfaces da Lusofonia" (Novembro, 2017). O nosso agradecimento especial aos trabalhadores e ex-trabalhadores da TAP que generosamente dedicaram parte do seu tempo a responder às nossas perguntas e, em especial, às funcionárias do Museu da TAP.

muitas ocasiões embaixadora cultural do país. Hoje, a companhia opera cerca de 2.000 vôos por semana para 88 destinos em 38 países, expandindo a sua presença em África e liderando o mercado para o Brasil.

Como um país europeu que mantém fortes relações com as suas antigas colônias tanto externamente como internamente, Portugal tem sido sensível ao reconhecimento internacional das suas práticas de identidade cultural. Neste sentido, a noção política de lusofonia tem sido cada vez mais verbalizada para designar histórias e culturas compartilhadas entre comunidades de língua portuguesa em todo o mundo. Estudos recentes enquadram a lusofonia mais como um movimento de retorno das culturas expressivas e das memórias dos antigos territórios coloniais de Portugal do que como um mero campo linguístico, econômico ou político. Por isso, parece frutífero explorar a lusofonia como um conceito pós-moderno fluido que transcende os contextos pós-coloniais bem como a autoridade dos próprios Estados-Nação.

Este artigo é uma primeira tentativa de explorar como a transportadora aérea portuguesa representou e/ou negociou as relações de Portugal com os demais países língua portuguesa através da música. Dado que a TAP conecta Portugal diariamente com outros destinos lusófonos, como Brasil, Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe, estamos particularmente interessados em explorar como as categorias musicais que são usadas dentro do sistema de entretenimento em vôo operam como instrumentos sociopolíticos para circular representações de ser (e sentir-se) “português”.



Figura 1: “De braços abertos”

Fonte: <http://poloeducasat.blogspot.pt>

Enquadrando o nosso trabalho conceitualmente nas teorias de fluxo e mobilidade, o presente artigo insere-se nos estudos pós-coloniais e lusófonos, com incidência particular nas narrativas identitárias transnacionais e nas memórias sociais. Visamos compreender melhor a perspetiva musical "lusófona" empregada pela TAP. Enquanto analisamos quantitativamente a categorização da música como uma ferramenta para a gestão de identidade corporativa da companhia, também refletimos sobre as experiências sonoras individuais que surgem através de playlists personalizáveis a bordo. Em última análise, o nosso objetivo é compreender processos de seleção musical e de formação de gostos pela TAP.

Para este efeito, o prisma do campo da música permite compreender a governança de significados auditivos na formação de ordens sociais e políticas (Guilbault, 2007). Com base numa abordagem etnomusicológica pretendemos pensar as narrativas dos impérios ocidentais modernos como construções nas quais a audibilidade envolve interações musicais que refletem negociações sociais e culturais reais, em particular, mas não só, os traumas do colonialismo (Radano & Olaniyan, 2016). No caso da TAP e de Portugal, país que representa, importa saber mais sobre este "complexo colonial" – do luso-tropicalismo aos entre-espacos e inter-identidades do período pós-colonial (Almeida, 2008; Arenas, 2005; Castelo, 1998; Domingos & Peralta, 2013; Feldman-Bianco, 2007; Freixo, 2009; Madureira, 2006; Sanches, 2004; Sousa, 2000). Esperamos que análises adicionais dos *mobility studies* (Bull, 2005; Gopinath & Stanyek, 2013) e entretenimento a bordo (Alamdari, 1999; Govil, 2004; Wilkie, 2012) possam ajudar a revelar se e como a TAP veiculou projeções nacionais, políticas culturais e ideias sobre etnicidade e diferença na sua representação das culturas expressivas do mundo transnacional lusófono (Born & Hesmondhalgh, 2000; Carvalho, 1996; Guilbault, 2007; Radano & Olaniyan, 2016).

DA PORTUGALIDADE À LUSOFONIA EM TRÊS MO(VI)MENTOS

A música é um ingrediente ativo da experiência de viajar de avião. Os sons musicais acolhem os passageiros durante o embarque da aeronave e despedem-se deles quando o avião chega ao seu destino. Durante o voo os passageiros podem personalizar a sua experiência sonora através da seleção musical que fica disponível nos diferentes canais de música e vídeo. As referências à música também aparecem com frequência nas revistas de bordo sob a forma de artigos, críticas de álbuns, ou entrevistas com músicos e bandas locais e internacionais. Além do espaço confinado da cabine

do avião, a música também forma parte das campanhas de marketing das companhias aéreas, sendo mais um elemento da sua imagem corporativa. No caso das companhias aéreas nacionais como a TAP, as conexões entre a experiência de voar, a música e a circulação de certos ideais e imagens de identidade nacional e cultural são particularmente fortes.

Na década de 1970, por exemplo, era frequente que os passageiros que viajavam na classe executiva da TAP – a célebre Navigator Class – recebessem ao final do voo um LP (Long Play) como presente. Um desses álbuns – produzidos pela própria companhia – tinha como título “Faça uma viagem musical por Portugal” e continha uma seleção musical que abrangia diferentes tradições musicais portuguesas, desde o fado até às canções de pescadores do Algarve ou registros do repertório musical do norte do país. Um mapa de Portugal impresso no interior do álbum substanciava a ideia de viagem. Este exemplo é interessante porque, de alguma forma, a música reforçava uma narrativa mais ampla sobre o que era “ser português” num momento histórico no qual a ideia de *portugalidade* foi construída recorrendo às tradições e costumes populares e a imagens de Portugal como um país rural e ensolarado de pessoas simples e acolhedoras.

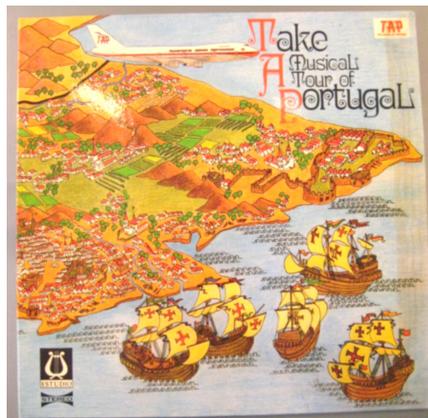


Figura 2: “Take a Musical Tour of Portugal”

Fonte: Museu da TAP

Um segundo momento remete às celebrações do 45º aniversário da TAP no início da década de 1990. No contexto das comemorações a companhia comissionou uma peça musical ao aclamado virtuoso da guitarra

portuguesa Carlos Paredes. O tema, apropriadamente intitulado “Asas sobre o mundo”, foi usado como música de embarque e desembarque e tornou-se assinatura musical da companhia aérea. Diferente do primeiro exemplo, a *portugalidade* que a composição de Paredes evoca remete a uma ideia mais abrangente (“Desejava associar seu aniversário ao apelo universal e à excelência musical deste compositor”, texto extraído do encarte do álbum com o referido tema, figura 3) e exala uma espécie de nostalgia colonial que está em consonância com a simbologia da caravela e a associação com os descobrimentos que a empresa usava como parte da imagem corporativa desde o início da década de 1960.

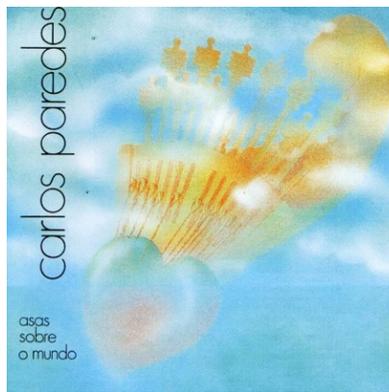


Figura 3: Carlos Paredes, *Asas sobre o mundo* (1990)

Fonte: Museu da TAP

Um terceiro e último momento refere-se à canção “De braços abertos”, lançada em 2011 como parte de uma campanha de marketing viral que sinalizou a renovação total da imagem e o nome da TAP. A canção, que se converteria no novo hino da companhia, apresenta três artistas bem conhecidos da cena musical lusófona: Paulo Flores, de Angola; a fadista portuguesa Mariza e a cantora brasileira Roberta Sá. Este *re-branding* da companhia implicou uma redefinição da própria noção de portugalidade sobre a qual a imagem corporativa da TAP tinha sido construída, explicitamente abraçando a noção de lusofonia como parte de uma estratégia que está a meio caminho entre a mercantilização da cultura e a promoção de uma noção fluida da identidade portuguesa, que na prática se traduziu

num renovado interesse em representar as ligações culturais entre Portugal e outras localidades do mundo lusófono. Com base em diferentes influências musicais (semba, fado e música popular brasileira) e num passado cultural e linguístico partilhado, “De braços abertos” representa a colaboração cultural como componente central desta nova identidade. A letra, por outro lado, reposiciona o tropo comum de hospitalidade como característica distintiva de ser “português” numa perspectiva global.



Figura 4: *Frame* do vídeo “De Braços Abertos”

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=S1vfugqjjo>

Estes três exemplos demonstram como, em diferentes momentos da sua história, a TAP recorreu à música para difundir diferentes ideias sobre o que significa “ser português”. Esta tendência pode ser igualmente observada e analisada na seleção musical incorporada no sistema de entretenimento em voo que é oferecido nos voos de longo curso.

A EXPERIÊNCIA MUSICAL A BORDO DOS AVIÕES DA TAP

Trabalhos recentes no campo dos estudos dos *mobility studies* propõem pensar o conceito de mobilidade não só como corpos físicos que se deslocam de um lugar para outro, mas também como um recurso social e cultural que deve ser analisado enquanto experiência e prática corporizada, como “uma forma de estar no mundo” (Cresswell, 2006). Na era global e digital, onde as pessoas, ideias, imagens, objetos e capital viajam além-fronteiras com uma facilidade nunca antes vista, é urgente pensar as implicações destas formas de mobilidade na nossa experiência do tempo e do espaço, nas práticas de residência (*dwelling*) e no próprio conceito de cidadania. Como vimos na secção anterior, a música é uma das formas

culturais mobilizadas ativamente pelas companhias aéreas para promover e construir certas ideias de identidade nacional.

Os primeiros indícios da presença da música dentro dos sistemas de entretenimento em vôo nos aviões da TAP remetem à segunda metade da década de 1970, com a chegada dos primeiros aviões equipados com sistemas de áudio pessoais, o Boeing 747 e o Boeing 707. Estes sistemas permitiam aos passageiros aceder a vários canais de música nas suas poltronas através de auscultadores. Nos primórdios da oferta musical a bordo, a seleção musical era responsabilidade de um pequeno grupo de trabalhadores com inquietudes musicais que compatibilizavam o seu trabalho na companhia (como comissários de bordo, técnicos, funcionários, etc.) com a curadoria musical dos canais de áudio. Foi o caso do periodista musical e crítico de *jazz* José Duarte, que começou a trabalhar nos serviços de rampa da companhia e que durante vários anos seria o responsável dos conteúdos musicais para os canais de áudio. Numa entrevista cedida aos autores, o próprio Duarte relata como em muitas ocasiões aproveitava as viagens ao estrangeiro que a companhia oferecia aos seus trabalhadores para assistir a concertos e comprar livros e discos que na altura estavam proibidos em Portugal. Esta possibilidade de conhecer o mundo foi de facto uma das razões que impulsionou Duarte – e muitos dos seus colegas de geração com os quais tivemos oportunidade de falar no contexto desta investigação – a trabalhar na TAP. O processo de confeção dos canais de áudio começava assim com a seleção dos álbuns e das canções que integrariam cada um dos canais, feita frequentemente com base em critérios associados ao gosto pessoal. Por exemplo, José Duarte orgulha-se de incluir nos seus *playlists* temas e músicos na órbita da canção de protesto e da música de intervenção que naquela altura estavam censurados em Portugal, como uma forma de dar a conhecer a música portuguesa aos seus próprios compatriotas, do mesmo modo que aproveitou o seu trabalho de programador musical na TAP para divulgar a sua grande paixão, o *jazz*. A produção quase artesanal das *playlists* nestes primeiros momentos completava-se com a gravação da seleção musical em fita de áudio nos estúdios de som da própria TAP, possibilitando assim a reprodução posterior nos sistemas de áudio dos aviões.

“De braços abertos”: a programação musical a bordo da TAP Portugal como produção inclusiva de lusofonia



Figura 5: Canais de áudio na revista de bordo *Atlantis* (1998)

Fonte: Museu da TAP

A partir da década de 1980, a TAP começou a distribuir um folheto com a oferta de música e cinema a bordo entre os passageiros dos seus Boeing 747 e Boeing 707. Este folheto incluía dois filmes e seis canais de áudio: música erudita, música jovem, música de Portugal, tempo de jazz, miscelânea e temas de filmes. Esta divisão dos canais de áudio por categorias musicais manteve-se praticamente inalterada até metade da década de 1990, quando a incorporação de novos aviões bem como os avanços tecnológicos nos sistemas de entretenimento a bordo permitiam a ampliação da oferta musical até doze canais de áudio. Foi também nessa altura que a produção dos canais de áudio foi externalizada para uma empresa de produção independente. Posteriormente a TAP assinaria um contrato com a Rádio e Televisão de Portugal (RTP), a empresa pública de Rádio e Televisão de Portugal, em virtude do qual esta última passaria a fornecer os conteúdos de áudio e vídeo para todos os vôos de médio e longo curso da companhia a partir de 2011. Atualmente, a TAP oferece nos seus vôos de longo curso doze canais de rádio – entre eles Portugal, Fado, Bossa & Jazz, Africa, Brasil, e World – e uma coleção de álbuns chamada CDteca com mais de quinhentos títulos, todos divididos em categorias musicais (com mais atenção para as ligações entre Portugal e o resto do mundo lusófono). Além disso, os passageiros podem personalizar a sua viagem criando

as suas próprias listas de reprodução a partir dos álbuns incluídos nesta última. Por questões de espaço não podemos oferecer aqui uma análise aprofundada e sistemática da oferta musical nos aviões da TAP (canais de áudio e coleção de CDs), que sem dúvida enriqueceria a nossa análise das estratégias da companhia para transmitir ideias particulares sobre a identidade cultural portuguesa, em constante consonância com a sua própria identidade corporativa.

CONCLUSÃO

Categorias e rótulos musicais podem reivindicar certos direitos, respeito e reconhecimento em relação a questões tão sensíveis e cruciais quanto identidade, autonomia e poder, além de estarem abertos à contestação e ao realinhamento pelas pessoas que as definem e utilizam (Guest-Scott, 2008; Guilbault, 2007). Num contexto pós-colonial e neoliberal, a competição entre companhias aéreas globais (Hanlon, 2007; Staniland, 2003) faz com que antigos legados imperiais e nacionais sejam negociados e reinterpretados para fins comerciais (Margerido, 2000; Miranda, 2002; Santos & Lopes 2006). Mesmo o avião sendo um dos últimos lugares sem estresse e (para muitos ainda) sem *wi-fi*, a TAP influencia os seus passageiros com conteúdo cultural que não é neutro.

Como é que a oferta musical da TAP evoluiu e como a tecnologia estimulou isso? Da nossa análise dos canais áudio desta companhia aérea portuguesa – do amadorismo ao negócio, no cruzamento de mercados, culturas e nações – surgem vários exemplos de hegemonia e polémica nas representações sociais da história. Se olharmos para a forma como a identidade da música TAP foi construída, podemos observar um alargamento progressivo sobre o alcance da noção de “ser português”, de uma ideia restrita de portugalidade, uma noção relacionada à imposição do nacionalismo português às ex-colónias, para a ideia mais inclusiva (mas despolitizada) da *lusofonia*, uma noção geopolítica planejada e ligada ao eufemismo da língua para denotar o mundo lusófono pós-colonial. Esta mudança, argumentamos, tem sido primordial não só para redefinir o valor de mercado da TAP na sua transição de uma companhia aérea nacional para um jogador global em uma indústria cada vez mais competitiva, mas também para os próprios portugueses em repensar o seu património cultural e histórico.

Aliás, esta ideia é confirmada nas próprias palavras da TAP nos *sleeve notes* da *Coleção CD TOP Executive* (2008), onde a companhia se assume como instrumento fundamental nas ligações e aproximação das

comunidades. E para além da sua principal vocação [transportar], argumenta ter precisamente como propósito "incentivar o intercâmbio cultural, promovendo assim a língua e a cultura lusófonas" (texto extraído do encarte do referido álbum). A sonoridade resultante desta fusão musical única permeia a experiência auditiva a bordo. Pode-se argumentar que a seleção musical cuidadosa e calculada prescreve, sem explicitar-se, uma noção de "lusofonia musical" que evidencia a existência de uma comunidade afetiva de músicos lusófonos de diversas origens.

De facto, a identidade musical da TAP baseia-se nas afinidades culturais existentes para fidelizar e informar sua comunidade transnacional de clientes. O *motto* "De braços abertos" parece ser, muito mais do que um mero slogan mercantil, uma chamada para uma produção mais inclusiva de lusofonia para definir o que significa ser português e lusófono no mundo de hoje, caracterizado por mercados linguísticos com afinidades históricas e culturais, países e diásporas e todos que estejam interessados no português.

Divulgar a dimensão cultural da lusofonia torna-se, assim, não só uma questão estratégica fundamental (Lopes, 2011) como também um fator de relevância económica (Pereira, 2011), fazendo com que para muitos, a TAP se torne, "mais que uma empresa, uma 'national equity'" (Coelho, 2006, p. 60), que no jogo entre espaços, mobilidades e afetos linguístico-culturais, une comunidades imaginadas a práticas coletivas (Adell, Bendix, Borlotto & Tauschek, 2015; Adey, 2010). A companhia aérea tenta, assim, não só dar novos significados à complexidade da pertença europeia e lusófona, como também à descoberta dos outros e de nós mesmos (Macedo, 2013; Maciel, 2010; Sassatelli, 2009; Sousa, 2015; Vanspauwen, 2017).

A música implica harmonia mas também revela tensões, constituindo entre-lugares onde antigas tendências imperiais e ideais neoliberais se encontram. Através de "De braços abertos", a TAP promove um novo hino nacional que deixa as armas de lado e em vez disso media cicatrizes coloniais e estereótipos pós-coloniais. Assim, ela se apresenta como uma verdadeira interface da lusofonia que promove uma constante actualização daquilo que foi, é e será "ser português" no mundo.

REFERÊNCIAS

Adey, P. (2010). *Aereal life: spaces, mobilities, affects*. Londres: Wiley-Blackwell.

- Adell, N., Bendix, R. F., Bortolotto, C. & Tauschek, M. (Eds.) (2015). *Between Imagined communities and communities of practice*. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen.
- Alamdari, F. (1999). Airline in-flight entertainment: the passengers' perspective. *Journal of Air Transport Management*, 5(4), 203-209. DOI: 10.1016/S0969-6997(99)00014-9
- Almeida, M. V. (2008, abril). *Portugal's colonial complex: from colonial lusotropicalism to postcolonial lusophony*. Comunicação apresentada na Queen's University Belfast.
- Arenas, F. (2005). *(Post)colonialism, globalization, and lusofonia or the "time-space" of the Portuguese-speaking world*. UC Berkeley: Institute of European Studies. Retirado de <https://escholarship.org/uc/item/ovhf07t9>
- Born, G. & Hesmondhalgh, D. (2000). *Western music and its others: difference, representation, and appropriation in music*. Berkeley: University of California Press.
- Bull, M. (2005). Investigating the culture of mobile listening: from walkman to ipod. In K. O'Hara & B. Brown (Eds.), *Consuming music together: social and collaborative aspects of music consumption technologies* (pp. 131-149). Dordrecht: Springer. DOI: 10.1007/1-4020-4097-0_7
- Carvalho, J. S. (1996). A Nação Folclórica: projecção nacional, política cultural e etnicidade em Portugal. *TRANS. Revista Transcultural de Música*, 2. Retirado de <https://www.sibetrans.com/trans/article/287/a-nacao-folclorica-projeccao-nacional-politica-cultural-e-etnicidade-em-portugal>
- Castelo, C. (1998). "O modo português de estar no mundo". *O luso-tropicalismo e a ideologia colonial portuguesa (1933-1961)*. Porto: Edições Afrontamento.
- Coelho, C. (2006). TAP, mais que uma empresa, uma 'national equity'. *Atlântico: Revista mensal de ideias e debates*, 2(18), 60-61. Retirado de <https://tinyurl.com/ybe47bzx>
- Cresswell, T. (2006). *On the move. Mobility in the modern western world*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Domingos, N. & Peralta, E. (Eds.) (2013). *A cidade e o colonial. Dinâmicas coloniais e reconfigurações pós-coloniais*. Lisboa: Edições 70.
- Feldman-Bianco, B. (2007). Empire, postcoloniality and diasporas. *Hispanic Research Journal*, 8(3), 279-290. DOI: 10.1179/174582007X190169
- Freixo, A. (2009). *Minha pátria é a língua portuguesa: a construção da ideia de lusofonia em Portugal*. Rio de Janeiro: Apicuri.

- Gopinath, S. & Stanyek, J. (Eds.) (2013). *The Oxford handbook of Mobile Music Studies*. Oxford: Oxford UP.
- Govil, N. (2004). Something spatial in the air. In-flight entertainment and the topographies of modern air travel. In N. Couldry & A. McCarthy (Eds.), *Mediaspace. Place, scale and culture in a media age* (pp. 223-252). Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Guest-Scott, A. (2008). Categories in motion: the use of generic multiplicity in music store guitar lessons. *Ethnomusicology*, 52(3), 426-457. Retirado de <https://www.jstor.org/stable/20174607>
- Guilbault, J. (2007). *Governing sound. The cultural politics of Trinidad's Carnival Musics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hanlon, J. P. (2007). *Global airlines: competition in a transnational industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Lopes, E. R. (Ed.) (2011). *A lusofonia – uma questão estratégica fundamental*. Lisboa: SaeR/Jornal Sol.
- Macedo, L. S. (2013). *Da diversidade do mundo ao mundo diverso da lusofonia: a reinvenção de uma comunidade geo-cultural na sociedade em rede*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/28851>
- Maciel, C. L. F. (2010). *A construção da comunidade lusófona a partir do antigo centro. Micro-comunidades e práticas da lusofonia*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Madureira, L. (2006). Is the difference in Portuguese colonialism the difference in lusophone postcolonialism? In A. Soares (Ed.), *On toward a Portuguese postcolonialism* (pp. 135-141). Bristol: HiPLA.
- Margerido, A. (2000). *A lusofonia e os lusófonos: novos mitos portugueses*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Miranda, J. (2002). *Identidade nacional: o mito ao sentido estratégico. Uma análise psicossociológica das comparações entre os portugueses e os outros*. Tese de Doutoramento, Universidade Aberta, Lisboa, Portugal. Retirado de <http://hdl.handle.net/10400.2/2524>
- Pereira, S. M. J. (2011). *A dimensão cultural da lusofonia como factor de relevância económica*. Tese de Doutoramento, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, Portugal.
- Radano, R. & Olaniyan, T. (Eds.) (2016). *Audible empire: music, global politics, critique*. Durham: Duke UP.

- Sanches, M. R. (2004). *Where is the post-colonial? In-betweenness, identity and "Lusophona" in transnational contexts*. Santa Cruz: Center for Cultural Studies at UCSC.
- Santos, O. & Lopes, L. F. (2006). *Os novos Descobrimentos - do Império à CPLP: ensaios sobre história, política, economia e cultura lusófonas*. Lisboa: Almedina.
- Sassatelli, M. (2009). *Becoming Europeans: cultural identity and cultural policies*. Basingstoke e Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Sousa, H. (2000). Os media ao serviço do imaginário: uma reflexão sobre a RTP Internacional e a lusofonia. *Comunicação e Sociedade*, 2, 305-317. DOI: 10.17231/comsoc.2(2000).1403
- Sousa, V. (2015). *Da 'portugalidade' à lusofonia*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Braga, Portugal.
- Staniland, M. (2003). *Government birds: air transport and the state in Western Europe*. Oxford: Rowman and Littlefield Publishers.
- Vanspauwen, B. P. (2017). *Lusofonia in Musidanças. Governance, discourse and performance*. Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Wilkie, F. (2012). 'Choreographies of nationhood': performing aviation as spectacle. *PUBLIC*, 23(45), 201-211. DOI: 10.1386/public.23.45.200_1
- Werner, S. C., Kessering, S. & Urry, J. (Eds.) (2009). *Aeromobilities*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Wohl, R. (2005). *The spectacle of flight: aviation and the western imagination 1920-1950*. New Haven: Yale UP.

Citação:

Vanspauwen, B. & Sánchez, I. (2019). "De braços abertos": a programação musical a bordo da TAP Portugal como produção inclusiva de lusofonia? In M. L. Martins & I. Macedo (Eds.), *Livro de atas do III Congresso Internacional sobre Culturas: Interfaces da Lusofonia* (pp. 365-378). Braga: CECS.