

CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E
ABRINDO CAMINHOS

DAVID GARCÍA MARTUL

(Organizador)

VOL II



EDITORA
ARTEMIS

2021

CIÊNCIAS SOCIALMENTE APLICÁVEIS:

INTEGRANDO SABERES E
ABRINDO CAMINHOS

DAVID GARCÍA MARTUL
(Organizador)

VOL II



EDITORA
ARTEMIS

2021



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição- Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comercial. A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Prof. ^a Dr. ^a Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M. ^a Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M. ^a Bruna Bejarano
Diagramação	Elisângela Abreu
Organizadora	Prof.Dr.David García Martul
Imagem da Capa	ciempies
Bibliotecário	Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Conselho Editorial

Prof.^a Dr.^a Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”, Cuba*
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, *Universidade Federal de Uberlândia*
Prof.^a Dr.^a Amanda Ramalho de Freitas Brito, *Universidade Federal da Paraíba*
Prof.^a Dr.^a Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano, Peru*
Prof.^a Dr.^a Angela Ester Mallmann Centenaro, *Universidade do Estado de Mato Grosso*
Prof.^a Dr.^a Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Carmen Pimentel, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*
Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, *Universidade Nova de Lisboa, Portugal*
Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, *Universidade Aberta de Portugal*
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, *Universidade Federal da Grande Dourados*
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Carlos III de Madrid, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*
Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal*
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, *Universidade de São Paulo*
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, *Universidade Federal de Roraima*
Prof.^a Dr.^a Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México*
Prof.^a Dr.^a Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca, Espanha*
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República, Uruguay*
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara, México*
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona, Espanha*
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, *Universidade Federal do Triângulo Mineiro*
Prof.^a Dr.^a Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, *Instituto Politécnico da Guarda, Portugal*
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Iara Lúcia Tescarollo Dias, *Universidade São Francisco*
Prof.^a Dr.^a Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura, Peru*
Prof.^a Dr.^a Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof. Dr. Ivan Amaro, *Universidade do Estado do Rio de Janeiro*
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío, Chile*



Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas
Prof. Me. Javier Antonio Alborno, *University of Miami and Miami Dade College, USA*
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha, Espanha*
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid, Espanha*
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín, Colômbia*
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide, Espanha*
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela, Espanha*
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada, Espanha*
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana "José Antonio Echeverría", Cuba*
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca, Argentina*
Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Turpo Gebera Osbaldo Washington, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Peru*
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa
Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande
Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Colômbia*

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

C569 Ciências socialmente aplicáveis [livro eletrônico] : integrando saberes e abrindo caminhos: vol. II / Organizador David García Martul. – Curitiba, PR: Artemis, 2021.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
Edição bilíngue
ISBN 978-65-87396-45-3
DOI 10.37572/EdArt_300821453

1. Ciências sociais aplicadas – Pesquisa – Brasil. I. García Martul, David.

CDD 300

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

PRÓLOGO – VOLUME II

La redacción de un prólogo nunca es una tarea fácil, más aún cuando se trata de la presentación de un libro de temática interdisciplinar y transdisciplinar en el campo de las ciencias sociales aplicadas. Es interdisciplinar porque los trabajos que aquí se presentan utilizan un amplio abanico de técnicas de investigación para investigar su objeto de estudio especializado. Así es común encontrar trabajos que por la técnica empleada podríamos pensar son propios de la Antropología y la Sociología. Sin embargo, por el objeto de estudio tratado nos ha parecido más pertinente situarlo en el campo de la Comunicación. Por tanto, hemos dado relevancia al objeto de estudio frente a la metodología investigadora para determinar el campo temático de cada trabajo.

También consideramos que **Ciências Socialmente Aplicáveis: Integrando Saberes e Abrindo Caminhos** es un libro transdisciplinar porque los resultados de las investigaciones son aplicables a muy distintos campos del conocimiento; es decir, una investigación sobre alfabetización mediática puede muy bien ser aplicada tanto al campo de la Educación como a los campos de la Comunicación y la Sociología.

Sin embargo, previa labor de preparación de este prólogo hemos llevado a cabo una labor de análisis de contenido temático de cada uno de los trabajos aquí presentados. Su resultado ha sido un índice desarrollado por un metódico trabajo de selección de los descriptores más acordes a la temática y objeto de estudio de cada capítulo. Para la selección de los descriptores hemos seguido una herramienta, consensuada por la comunidad internacional, como es el Tesoro de la UNESCO; pues en él, se presenta de forma homogénea y normalizada la manera de designar cada uno de los campos del conocimiento. Y si bien debemos considerar toda herramienta de descripción como condicionada por el contexto ideológico, plasmado por sus sesgos y matices socioculturales, de la institución que lo edita pero que aporta un instrumento de navegación por las distintas materias que conforman el mapa de conocimiento de nuestro libro.

Es pues con ello que hemos procurado, de forma estructurada y sistemática, facultar al lector para introducirse en los heterogéneos contenidos del libro de una manera progresiva, armónica y lógica.

En este **Volumen II** se incluyen trabajos en las áreas de Políticas Públicas-Gestión de Conflictos, Empresa-Marketing y Turismo. Se ha optado por el criterio de reunir materias relacionadas con el estudio del desarrollo de estrategias ligadas con actividades económicas.

En el campo de Políticas Públicas-Gestión de Conflictos incluimos ocho trabajos de investigación que tratan desde aspectos ligados con la aplicación de políticas de

gobernanza hasta aspectos más específicos acerca de la aplicación de la gestión política en situaciones de riesgo y conflictos.

El segundo bloque de materias en este volumen es el referido a trabajos relacionados más estrictamente con las iniciativas económicas y empresariales. En este bloque vemos cómo las políticas y estrategias empleadas en la gestión del ámbito de lo público pueden ser aplicadas en iniciativas empresariales y de marketing para la creación de una plusvalía en el sector privado. En este campo contamos con un primer grupo de trabajos ligados a la gestión corporativa. En un segundo grupo veremos herramientas empleadas en la aplicación de políticas corporativas y conductas del consumidor que pueden ser de interés para la más eficaz gestión de políticas corporativas, así como algunos casos prácticos de análisis en este sentido. Finalmente incluimos trabajos acerca del marketing como producto efectivo de las políticas de gestión corporativa.

Finalmente afrontamos un tercer y último bloque de seis trabajos en el campo del Turismo como actividad económica específica, con prácticas eminentemente empresariales sin menoscabo de las implicaciones que sobre la sociedad ejerce.

Esperamos que el presente volumen de **Ciências Socialmente Aplicáveis: Integrando Saberes e Abrindo Caminhos** les resulten de interés pues busca proporcionar una foto fija del estado de la investigación a través de un grupo heterogéneo de trabajos aplicados y previamente evaluados sobre distintos temas comprendidos en este campo. Con ello procuramos al mismo tiempo sugerir futuras líneas de investigación a desarrollar a partir de los textos aquí publicados para todas aquellas personas ligadas a la actividad académica.

David García Martul
Universidad Rey Juan Carlos

SUMÁRIO

POLÍTICAS PÚBLICAS E GESTÃO DE CONFLITOS

CAPÍTULO 1 1

O DIÁLOGO ENTRE OS ATORES DO ESTADO E A SOCIEDADE CIVIL COMO FORÇA MOTRIZ DA GOVERNANÇA DA AML: REFLEXÕES A PARTIR DO PONTO DE VISTA DOS GOVERNOS MUNICIPAIS

João Martins de Oliveira Neto

Joaquim Manuel Croca Caeiro

Pedro Miguel Moreira da Fonseca

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214531

CAPÍTULO 2 19

ESTUDO DE CASO DE UMA UNIDADE DE SAÚDE PÚBLICA MUNICIPAL NO INTUITO DE MELHORIA NO ATENDIMENTO A POPULAÇÃO

Priscila Marinho da Silva

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214532

CAPÍTULO 3 38

AVALIAÇÃO E RESULTADOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS EM FAVOR DA PRODUÇÃO NACIONAL DE JOGOS DIGITAIS

Ueli Sonderegger Matos

João Victor Boechat Gomide

Juvêncio Braga de Lima

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214533

CAPÍTULO 4 64

JUSTIÇA RESTAURATIVA COMO POLÍTICA PÚBLICA MUNICIPAL DE SEGURANÇA CIDADÃ

Daniele Cristina Bahniuk Mendes

Nei Alberto Salles Filho

Thais Cristina dos Santos

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214534

CAPÍTULO 5 71

O BENEFÍCIO DO AUXÍLIO-RECLUSÃO: REFLEXÕES CRÍTICAS SOBRE O BENEFÍCIO COMO POLÍTICA SOCIAL E COMO AGENTE EFETIVADOR DO PRINCÍPIO DA DIGNIDADE HUMANA

Tamara Rita Servilha Donadeli Neiva

Daniela de Figueiredo Ribeiro

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214535

CAPÍTULO 6 86

ARBITRAJE DE CONFLICTOS Y DRAMA SOCIAL: APORTES DEL TRABAJO SOCIAL FORENSE EN SOCIEDADES DESIGUALES

Claudia Sandra Krmpotic

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214536

CAPÍTULO 7 96

GESTIÓN DEL RIESGO PARTICIPATIVA COMO MEDIO HACIA LA TRANSFORMACIÓN ADAPTATIVA DE COMUNIDADES Y TERRITORIOS VULNERABLES. CASO CALETA SAN PEDRO, REGIÓN DE COQUIMBO, CHILE

Carmen Paz Castro Correa

Juan Pablo Sarmiento

Josefa Espinace

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214537

CAPÍTULO 8 108

LA ORGANIZACIÓN DEL SOCORRO EN EL ACCIDENTE FERROVIARIO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

José Antonio Iglesias-Vázquez

Mario López-Pérez

Viviane Ferreira-Leite

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214538

GESTÃO, EMPRESAS E MARKETING

CAPÍTULO 9 125

ANÁLISIS DEL ENFOQUE DE LA GERENCIA ESTRATÉGICA

Pablo Edison Ávila Ramírez

Alexandra Auxiliadora Mendoza Vera

Gina Gabriela Loor Moreira
Martha Margarita Minaya Macías
Janeth Virginia Intriago Vera
Rubén Hernán Andrade Álvarez
Milton Geovanny Zambrano Rivera
Henry Marcelino Pinargote Pinargote
Jhonny Antonio Ávila Ramírez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_3008214539

CAPÍTULO 10 141

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: INFLUÊNCIAS DO TEMA NA
FORMAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Giovana Cristina Pavei
Robson Freire

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145310

CAPÍTULO 11.....160

A GESTÃO DA MUDANÇA NO MERCADO DE TRABALHO

Maria dos Anjos Pereira
Elisete Martins

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145311

CAPÍTULO 12..... 172

A ESCOLHA DE UMA UNIVERSIDADE VISTA SOB O PRISMA DA TEORIA DO
COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Vera Lucia Telles Scaglione
Lizika Pitpar Goldchleger

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145312

CAPÍTULO 13.....186

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN ACADÉMICA - ADMINISTRATIVA DE LA EDUCACIÓN
SUPERIOR DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA. CASO DE
ESTUDIO: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Carlos Benjamín Ricaurte Yépez
Grace Maribel Parra Vintimilla
Oscar Iván Granizo Paredes
José Manuel Pozo Rodríguez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145313

CAPÍTULO 14201

ECONOMIAS À ESCALA E A IMPORTÂNCIA DO CAPITAL HUMANO NO SECTOR DE MOLDES EM PORTUGAL: UMA ABORDAGEM MICRO COM DADOS EM PAINEL

Fátima Diniz

Elias Soukiazis

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145314

CAPÍTULO 15..... 227

OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE - DA TEORIA À PRÁTICA: O CASO PILARES DA SAÚDE

Manuel Aníbal Correia Monteiro

João Paulo Peixoto

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145315

CAPÍTULO 16241

RETRATOS DO MUNDO CORPORATIVO: TECENDO REFLEXÕES A PARTIR DA ANÁLISE DE FILMES

Felipe Gouvêa Pena

Juliana Oliveira Braga

Miriam de Fátima Moreira Felício Braga

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145316

CAPÍTULO 17..... 252

ANÁLISE ENVOLTÓRIA DE DADOS - O MELHOR MODELO PARA ANÁLISE DE BALANÇO

Moises da Silva Martins

Rosane Aparecida Ferreira Bacha

Edilene Mayumi Murashita Takenaka

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145317

CAPÍTULO 18..... 266

A MORE EFFECTIVE AUDIT AFTER COSO ERM 2017 OR AFTER ISO 31000: 2009?

Alcina Augusta de Sena Portugal Dias

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145318

CAPÍTULO 19 278

TRANSTORNO DE COMPRA COMPULSIVA (TCC): ATUALIZANDO A LITERATURA SOBRE OS COMPRADORES COMPULSIVOS SOB A ÓTICA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Rafael Moreira Guimarães

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145319

CAPÍTULO 20..... 300

RETAILBALL - UMA CHAVE PARA O SUCESSO

Maria Clara Luxo Correia

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Nuno Fortes

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145320

CAPÍTULO 21..... 318

IMÓVEIS CORPORATIVOS NA CIDADE DE SÃO PAULO: TENDÊNCIAS DO MERCADO

João da Rocha Lima Jr.

Carolina Andrea Garisto Gregório

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145321

CAPÍTULO 22..... 328

AVALIAÇÃO SOCIOECONÔMICA DE FAMÍLIAS PRODUTORAS DE MARACUJÁ BRS PÉROLA DO CERRADO RESIDENTES NO ASSENTAMENTO OZIEL ALVES III

Marco Aurélio de Carvalho Vieira e Silva

Ana Maria Costa

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145322

CAPÍTULO 23..... 346

HOME BIAS - OS CONDICIONALISMOS AO INVESTIMENTO ALÉM FRONTEIRA

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Elisabete Duarte Neves

João Soares

Rute Mendes

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145323

CAPÍTULO 24.....365

RENAULT - EXPANSÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DA MARCA NO BRASIL

Hugo Faria

Maria Madalena Eça de Abreu

Lara Sofia Mendes Bacalhau

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145324

CAPÍTULO 25.....372

ORGANO GOLD & OG CARES FOUNDATION – “EVERYONE DESERVES A CHANCE”,
GIVE BACK – UM CASO DE MARKETING EMPRESARIAL E MARKETING SOCIAL DE
MÃOS DADAS

Joana Rodrigues

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145325

CAPÍTULO 26.....387

MARKETING DIGITAL – PASSADO, PRESENTE E FUTURO – AS TENDÊNCIAS E O
CASO DA ICLIO

André Viegas

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145326

CAPÍTULO 27401

TIMWE – UM PARCEIRO DIGITAL DE SUCESSO NO MARKETING SOCIAL-PÚBLICO
E EMPRESARIAL

Sónia Rocha

Lara Sofia Mendes Bacalhau

Maria Madalena Eça de Abreu

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145327

CAPÍTULO 28.....416

E-COMMERCE: A INFLUÊNCIA DO MARKETING DIGITAL NO COMPORTAMENTO DE
CONSUMO

Carmelinda Parizzi

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145328

CAPÍTULO 29..... 428

A CULTURA TURÍSTICA COMO MINIMIZADORA DOS IMPACTES NEGATIVOS DO TURISMO

Cecília de Melo Correia Baptista
Luís Manuel Mota dos Santos Figueira

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145329

CAPÍTULO 30 448

EMPREENDEDORISMO RURAL E APOIO INSTITUCIONAL: O CASO DE ESTUDO DE UMA ALDEIA NO INTERIOR DE PORTUGAL

Maria Lúcia de Jesus Pato

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145330

CAPÍTULO 31..... 463

DINÂMICAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA SERRA DE MONTEMURO

Teresa Sequeira

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145331

CAPÍTULO 32 482

A CARTA GASTRONÓMICA DA REGIÃO DA COMUNIDADE INTERMUNICIPAL DAS BEIRAS E SERRA DA ESTRELA COMO INSTRUMENTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO GASTRONÓMICO NUMA REGIÃO DO CENTRO DE PORTUGAL

Cristina Rodrigues
Adriano Costa
Anabela Sardo

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145332

CAPÍTULO 33..... 502

E-TURISMO: HERRAMIENTA CLAVE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ECUADOR

Pablo Edison Ávila Ramírez
Alexandra Auxiliadora Mendoza Vera
Gina Gabriela Loor Moreira
Martha Margarita Minaya Macías
Janeth Virginia Intriago Vera

Renelmo Wladimir Minaya Macías
Rocio Alexandra Mendoza Villamar
Jhonny Antonio Ávila Ramírez
Milton Geovanny Zambrano Rivera
Henry Marcelino Pinargote Pinargote

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145333

CAPÍTULO 34 515

TURISMO SEXUAL EN MÉXICO, ENFOQUE CRIMINOLÓGICO

Martha Fabiola García-Álvarez
Luz Adriana Nápoles-Durán
Carla Monroy-Ojeda
Dante Jaime Haro-Reyes
Jorge Humberto Medina-Villarreal

 https://doi.org/10.37572/EdArt_30082145334

SOBRE O ORGANIZADOR 526

ÍNDICE REMISSIVO 527

DINÂMICAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA SERRA DE MONTEMURO

Data de submissão: 14/06/2021

Data de aceite: 02/07/2021

Teresa Sequeira¹

Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro
(UTAD)

Centro de Estudos Transdisciplinares para o
Desenvolvimento (CETRAD)
Portugal

Scopus Author ID: 55917290100
ORCID: 0000-0003-3238-0354

RESUMO: A Serra de Montemuro, no interior de Portugal, constitui uma zona de montanha económica e socialmente desfavorecida, com uma população escassa e envelhecida. A este cenário acrescem condições climatéricas extremamente adversas, que tornam a escolha por viver nesta serra num desafio imensurável. E há quem esteja disposto a enfrentar este desafio, movido por uma lógica de desenvolvimento comunitário que tem vindo a frutificar, tornando-se assim num interessante objecto de estudo. Neste trabalho, analisamos iniciativas

¹ Doutora em Economia. Professora Auxiliar da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) e investigadora efectiva no Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD), Vila Real, Portugal. E-mail: tsequeir@utad.pt.

implementadas nesta zona que abrangem diferentes áreas, nomeadamente a da cultura, do empreendedorismo e da economia social. Estas iniciativas vão do teatro, à recuperação de antigos saberes na arte do burel e do linho, à gastronomia e ao serviço de apoio à 3ª idade. Como principal objectivo, pretendeu-se analisar o impacto destas iniciativas no desenvolvimento local, nomeadamente a nível directo, na criação de emprego e geração de rendimento, e indirecto, consubstanciado na capacidade de gerar externalidades positivas, particularmente as associadas à divulgação da cultura e saberes da região. Quanto à metodologia usada, recorreu-se à pesquisa documental e a entrevistas com os promotores e outros agentes. Os resultados apontam para o grande impacto positivo destas iniciativas, reforçando a importância, em termos de políticas públicas de promoção do desenvolvimento sustentável, do apoio a estas tipo de experiências capazes de fomentar a vida individual e comunitária, assegurando a sobrevivência do território.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento sustentável. Economia da cultura. Economia social. Empreendedorismo. Territórios baixa densidade.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT DYNAMICS IN THE MONTEMURO MOUNTAIN

ABSTRACT: The Montemuro Mountain, in the interior of Portugal, is an economically and

socially disadvantaged mountain area, with a sparse and aged population. In addition to this scenario are extremely adverse weather conditions, which make the choice to live in this mountain range an immeasurable challenge. However, there are those who are willing to face this challenge, driven by a logic of community development that has been fruitful, thus becoming an interesting object of study. In this work, we have analyzed initiatives implemented in this area that cover different areas, namely culture, entrepreneurship and the social economy. These initiatives range from the theater, to the recovery of ancient knowledge in the art of burel and linen, to gastronomy and the service of support for the 3rd age. As a main objective, it was intended to analyze the impact of these initiatives on local development, particularly at direct level, on job creation and income generation, and indirectly, embodied in the ability to generate positive externalities, namely those associated with the dissemination of the region's culture and knowledge. As for the methodology, documentary research and interviews with promoters and other agents were used. The results point to the great positive impact of these initiatives, reinforcing the importance of promoting sustainable development in terms of public policies and to support these types of experiences, which are capable of fostering individual and community life and ensuring the survival of the territory.

KEYWORDS: Sustainable Development. Economy of Culture. Social Economy. Entrepreneurship. Low density territories.

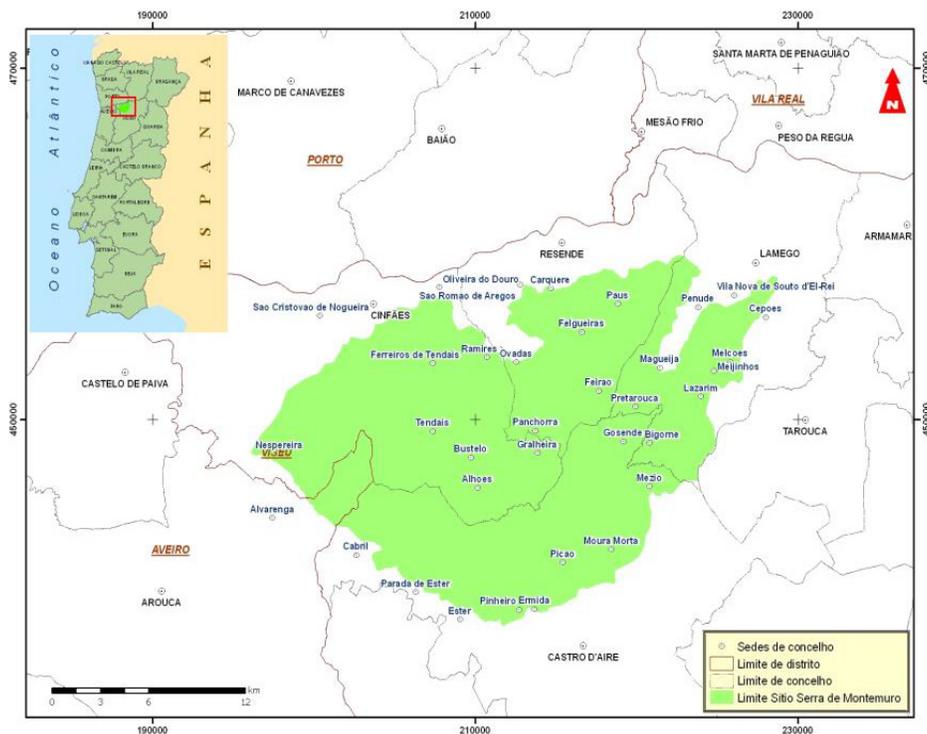
1 INTRODUÇÃO

Neste trabalho² iremos debruçar-nos sobre um território com características muito peculiares e sobre algumas iniciativas que sobressaem neste território pelo seu potencial enquanto instrumentos de desenvolvimento, com fortes efeitos em matéria de externalidades positivas, procurando entender a sua génese, o funcionamento, as ligações entre eles e o exterior, e a consequente dinamização na região.

Falamos da serra do Montemuro, que segundo Vieira (2008) se apresenta como um imponente maciço com vertentes abruptas, um local de inigualável beleza e riqueza paisagística e morfológica que, todavia, permanece uma região pouco conhecida. A sua imponência, associada às condições morfológicas e climáticas adversas, desde sempre condicionaram a fixação da população e limitaram o seu desenvolvimento. O autor refere um trabalho de Amorim Girão, convenientemente intitulado “Montemuro. A mais desconhecida serra de Portugal”, publicado em 1940, bem como a escassa produção de teor geográfico sobre esta área de montanha do Portugal Central.

² Foi apresentada uma versão preliminar ao 27º Congresso da Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional (APDR), em Setembro 2020, Angra do Heroísmo, Açores, Portugal.

Figura 1: Localização geral da Serra de Montemuro.



Fonte: Azevedo et al. (2009)

O Sítio Serra de Montemuro (PT CON0025) é um dos 60 Sítios da Lista Nacional de Sítios da Rede Natura 2000 e de acordo com Marta-Costa et al., (2013) é limitado a Norte pelo Rio Douro, a Oeste e a Sul pelo Rio Paiva e a Este pela Ribeira de Balsemão que, tal como o Rio Bestança, nasce no interior da área (figura 1). Incorpora parte dos concelhos de Castro Daire (50%), Cinfães (35%), Resende (17%), Lamego (15%) e Arouca (3%).

Quanto às iniciativas a analisar, estas foram identificadas pelo conhecimento prévio do território e são frequentemente citadas por atores institucionais, meios de comunicação social e trabalhos científicos já desenvolvidos, embora normalmente numa perspetiva mais histórica e etnográfica.

Referimo-nos às Capuchinhas, uma cooperativa resultante da resiliência e empreendedorismo no feminino na salvaguarda dos saberes e tradições locais, associadas a um *design* arrojado; ao Teatro, uma inesperada manifestação cultural; e à Associação de Artesãos do Montemuro com a sua Cooperativa de Artesãos, que para além da promoção, incentivo e divulgação do artesanato local, procedeu à recuperação, com muito sucesso no seu restaurante, da gastronomia local, para além de prestação de serviços de apoio social.

As actividades estudadas neste trabalho estão localizadas em dois locais da serra de Montemuro: a aldeia de Campo Bem-feito e o lugar de Mezio, ambas do concelho de Castro Daire, distrito de Viseu, na região Centro (NUT II), e inseridas na sub-região Dão/Lafões (NUT III).

A Aldeia de Campo Benfeito pertence à união de freguesias de Gosende e é uma aldeia típica de montanha, classificada como Aldeia de Portugal, contando com 426 habitantes no total da freguesia, à data dos censos 2011 (sendo que em 1991 se registavam 691 residentes, ou seja uma perda 38% da população em 20 anos, segundo dados do *Portal do INE*, (n.d.)). Aqui se situam as “Capuchinhas do Montemuro”, bem com a outra iniciativa visada, o Teatro de Montemuro.

As duas outras actividades estudadas, a Cooperativa dos Artesãos do Montemuro e a Associação Etnográfica e Social do Montemuro estão situadas a poucos quilómetros de distância, no local do Mezio. O Mezio está integrado na actualmente denominada União das Freguesias de Mezio e Moura Morta, mas à data do referido último censos, 2011, ainda era uma freguesia autónoma e contava com uma população de apenas 484 habitantes, menos 9% que em 1991 (*PORTAL DO INE*, n.d.). Ambas as freguesias possuem um valioso património natural, cultural e edificado, merecendo especial atenção as artes e os ofícios tradicionais, nomeadamente o artesanato em linho, lã e burel, a gastronomia e várias actividades assentes nos seus recursos naturais, como os sugeridos pela “Rota da Água e da Pedra das Montanhas Mágicas” (ADRMAG, 2017).

2 ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL

Em matéria de enquadramento conceptual, estarão aqui presentes várias temáticas, embora em maior ou menor grau em cada uma das actividades, como o Empreendedorismo, cujo expoente máximo nestas iniciativas poderá talvez ser detectado nas Capuchinhas de Montemuro; a Cultura, também transversal a todos mas com particular ênfase no Teatro e nas actividades artesanais da Cooperativa, bem como na gastronomia; e por fim a Economia Social, particularmente visível no trabalho da Associação.

Identificadas as áreas temáticas dominantes, iremos proceder a uma breve referência teórica, feita de uma forma particularmente sucinta e necessariamente incompleta dada a complexidade e variedade dos temas.

2.1 EMPREENDEDORISMO E DESENVOLVIMENTO

A concepção de empreendedorismo é muito heterogênea, indo em geral bastante mais longe do que simplesmente entender empreendedorismo como qualquer tentativa

de criação de um novo negócio ou novo empreendimento. Autores, como Slevin e Covin (1990) apontam a capacidade para correr riscos e proactividade, bem como a iniciativa para realizar ações e obter resultados. Souza e Lopez Júnior (2011) realçam que mais do que a aquisição de conhecimento, é o aprender a aprender, a ser, a fazer e, principalmente, a conviver. E neste sentido do conviver, traduzido livremente por trabalho de equipa, irá o conceito apresentado por Miranda *et al.* (2020) quando referem que qualquer pessoa, em algum momento pode encontrar uma oportunidade e a capacidade de a transformar num negócio lucrativo, depende de um conjunto de fatores, sendo essencial entender as características de cada um e trabalha-las para criar valor. Acrescentam que um empreendedor não deve ser um talentoso super-homem que reúna em si próprio todas as competências necessárias ou que crie, desenvolva e consolide um negócio lucrativo sozinho. Hoje em dia, as competências necessárias para o sucesso devem ser conjugadas e o trabalho em equipa permite uma maior complementaridade de competências, e proporcionando o enriquecimento do projeto com outras perspetivas e partilha de risco.

Independentemente desta heterogeneidade conceptual, se adoptarmos uma perspectiva clássica de crescimento, com base no modelo de mercado e apoiada na importância dos factores de produção, a relação entre o empreendedorismo e o desenvolvimento, pela via instrumental do crescimento, torna-se consensual. Efectivamente, e na medida em que o empreendedor é um potencial criador de riqueza e emprego, este pode tornar-se, por este meio, um ator de desenvolvimento.

Já Schumpeter e Backhaus (2006) sublinharam a importância da capacidade empreendedora como fomentadora de mudanças económicas e geradora de empregos, vinculando empreendedorismo à inovação. E, nesse sentido, referiam o ator social que empreende de forma inovadora como o principal propulsor do desenvolvimento económico, colocando ênfase na característica principal de inovar, sejam novos produtos, serviços, mercados ou uma nova fonte de matéria-prima.

Muitos outros autores apresentaram estudos empíricos sobre a relação entre o ato e o processo de empreender e o desenvolvimento, como, a título de exemplo, os publicados em Carvalho *et al.* (2015).

2.2 DESENVOLVIMENTO E CULTURA

As ligações entre cultura e desenvolvimento tem sido objecto de reflexão crescente de vários autores. Como relata Burity (2007), com o advir dos anos 90 e muito fruto dos trabalhos promovidos por organismos internacionais, a cultura surge como um “sinal incontornável de singularidade, a sugerir uma multiplicidade de caminhos para o

desenvolvimento” (BURITY, 2007: 58). Mais tarde, ocorre uma dupla descoberta: se, por um lado os projectos de desenvolvimento são tão mais eficazes quanto mais integrarem e interagirem com a cultura local – ou seja, a inevitável necessidade de considerar o contexto cultural nas políticas públicas de intervenção para o desenvolvimento; por outro, a descoberta de que a sustentabilidade dos projectos passa pela participação dos actores mais diretamente interessados. E chega-se ao séc. XXI com a clara noção de que a cultura não é apenas uma condicionante do processo de desenvolvimento, mas sim um factor fulcral do mesmo, constatação reforçada pela importância das indústrias culturais, do lazer e do turismo nas sociedades contemporâneas.

Também Bayardo (2007) aponta o instrumentalismo das políticas culturais, que veem a cultura como um meio para alcançar outros fins, nomeadamente económicos, e a importância do conhecimento, dos saberes e da produção colectiva intelectual e da sua apropriação privada nos processos de valorização da economia actual.

E já Nurse (2006) referia a cultura como o quarto pilar do desenvolvimento sustentável, afirmando que *“the standpoint is premised on the view that sustainable development is only achievable if there is harmony and alignment between the objectives of cultural diversity and that of social equity, environmental responsibility and economic viability”* (NURSE, 2006: 33).

Também instituições como a Organização das Nações Unidas (ONU), em particular pela sua agência especializada para o sector, a UNESCO, que afirma que “só uma abordagem do desenvolvimento centrada no ser humano e baseada no respeito mútuo e diálogo aberto entre culturas poderá produzir resultados duradouros, inclusivos e equitativos (UNESCO, n.d.).

A cimeira da ONU (2015) que definiu os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), no âmbito de agenda com vista à erradicação da pobreza e ao desenvolvimento à escala global até 2030, evidencia o papel da cultura neste processo. Este destaque tem sido reforçado em vários trabalhos, nomeadamente o da UNESCO (2018) relativo ao repensar as políticas culturais, onde se estabelece como um dos objetivo, “integrar a cultura nos marcos do desenvolvimento sustentável”, reconhecendo a complementaridade dos aspectos económicos e culturais do desenvolvimento sustentável e de modo a contribuir em particular para o ODS 4 – Educação de Qualidade; o ODS 8 – Trabalho decente e crescimento económico e o ODS 17 – Parcerias e meios de implementação (UNESCO, 2018: 167-187).

Quanto à União Europeia, e apesar de cada Estado-Membro (EM) ser responsável pelas suas próprias políticas para o sector cultural, há um reconhecimento institucional da importância dos sectores culturais e criativos para a coesão e para o desenvolvimento, em

particular após 2008, com apoios efectivos à concretização destas políticas de cada EM. A Comissão Europeia apoia os desafios comuns, como o impacto das tecnologias digitais, a mudança dos modelos de governança cultural e a necessidade de apoiar os setores culturais e criativos na inovação (*Comissão Europeia, sítio oficial*, n.d.). E dedica especial atenção à importância da cultura nas áreas não urbanas e afectadas pelo despovoamento, como patente no recente documento apresentado (EUROPEAN UNION *et al.*, 2020).

Posto isto, parece consensual que o desenvolvimento sustentável deve priorizar, para além do equilíbrio ambiental, justiça social e da eco-eficiência, a identidade cultural, entendendo-se que o desenvolvimento da sociedade assenta em valores e instituições específicas da sua cultura.

Em termos empíricos um dos grandes desafios encontra-se na avaliação do impacto da cultura no desenvolvimento, associada às dificuldades à natureza dos bens culturais que exigem uma revisão dos pressupostos económicos tradicionais (nomeadamente na aplicação do princípio da utilidade marginal decrescente, pela frequente intangibilidade, insubstituibilidade, e a natureza de bens públicos que origina, entre outros, falhas de mercado), e uma conseqüente dificuldade de valorização, acrescida da existência de externalidades, e à complexidade da medição dos efeitos não captados directamente pelo mercado, como salienta (REIS, 2007: 19), ironicamente resumindo esta problemática como “medindo o imensurável”.

2.3 ECONOMIA SOCIAL E DESENVOLVIMENTO

Certamente que a relação estreita entre economia social e desenvolvimento será a mais intuitiva de todas as temáticas abordadas, e portanto, a que menos necessitará de justificação, em termos de conteúdo.

Por conseguinte iremos apenas referir que a ação da economia social se efectua normalmente através de um conjunto de entidades, que apesar de terem uma existência remontando ao século XIX, e ligadas a movimentos de associativismo operário e de solidariedade, só depois do trabalho de Delors e Gaudin (1979) é que se desenvolveu interesse científico pelo tema. Os autores invocaram a importância de “*un troisième secteur*”, pretendendo denominar um conjunto heterogéneo de entidades, como associações, cooperativas e outras entidades com um posicionamento social e objectivos distintos das enquadradas no sector privado dito lucrativo e no restante sector público.

O terceiro sector seria como um espaço intermédio entre a intercessão do Estado, do mercado e do sector informal, no entendimento de Evers (2000). Nas palavras de Lipietz (2001), este terceiro sector corresponderia à intercepção da economia social com

a economia solidária. Circulam, assim, conceitos como os de economia social, economia solidária, terceiro sector, que autores como Defourny e Develtere (1999) associam à clivagem escola francesa/anglo-americana, ligando à francófona a problemática da economia social e solidária, e à anglófona, o sector das organizações não lucrativas ou voluntárias. Anheier e Salamon (2006) aprofundaram esta clivagem e para além da noção francesa de economia social, relembram a noção do associativismo italiano, a tradição do princípio de subsidiariedade alemão e a tradição britânica de caridade e voluntarismo.

Mas, se em termos conceptuais existem opiniões algo díspares sobre os conceitos, havendo quem destaque a componente mais normativa dos objectivos ou a componente mais funcional, na prática parece não restar dúvidas da importância destas iniciativas de apoio social no desenvolvimento, tal como entendido nos dias de hoje. Vários estudos empíricos comprovam o impacto real destas iniciativas, como a título de exemplo Ramos (2006) e Sequeira e Diniz (2013) em zonas de baixa densidade em Portugal, ou Santos (2017) no Brasil.

Concluindo, recorremos a Drucker (2006:439), que quando confrontado com a questão de quem cuida das tarefas sociais numa sociedade do conhecimento, afirma que a resposta certa não é nem o governo, nem a empresa, mas sim “um sector social, novo e independente para executar múltiplas tarefas, em nome do bem comum e da coesão social”. A economia social tornou-se, pois, uma dimensão incontornável em matéria de desenvolvimento.

3 OBJECTIVOS E METODOLOGIA

O principal objectivo consistiu no apuramento do impacte económico e social das iniciativas locais previamente identificadas. Para além dos efeitos directos em matéria de rendimento e emprego, procurou-se igualmente indagar sobre os indirectos, nomeadamente em termos de externalidades positivas geradas pelas actividades.

Com vista ao cumprimento dos objectivos mencionados, a metodologia, apoiada em Albarello *et al.* (2005), Hill e Hill (2012), baseou-se, pois, em abordagens de estudos de caso, recorrendo-se à pesquisa documental, a várias visitas aos locais e iniciativas em análise, feitas quer anteriormente com alunos no âmbito de visitas de estudo, quer posteriormente a título individual, e à técnica da entrevista.

A pesquisa documental foi feita predominantemente com base em recursos disponíveis *on-line*, nomeadamente bases de artigos científicos e nos sites institucionais, bem como informação divulgada na imprensa. E trabalhos já realizados sobre a área como os de Rebelo *et al.* (2007); Pato e Figueiredo (2017). Os entrevistados foram os indicados pelas instituições, em função da sua disponibilidade. Foram realizadas

12 entrevistas, em Julho de 2020. O guião das entrevistas resultou da revisão da literatura e do conhecimento do local.

4 RESULTADOS

As Capuchinhas

Preservamos o passado, reinventamos tecidos e padrões, damos cor à lã com tintos naturais e criamos peças adequadas aos tempos modernos.

CAPUCHINHAS CRL, n.d.

As Capuchinhas são uma cooperativa - Cooperativa Capuchinhas CRL - fundada nos anos 80 e composta por mulheres, seis na actualidade, que numa antiga escola à porta da aldeia de Campo Benfeito produzem vestuário em burel, linho e lã, em teares manuais e métodos tradicionais. A denominação da cooperativa vem de “Capucha”, a capa usada pelos pastores para se protegerem contra a inclemência do frio e da chuva. Apesar de apoiadas em toda uma tradição produtiva, as peças elaboradas são de *design* contemporâneo, contando com o apoio de estilistas (figura 2).

As coleções originais, em linho no Verão e em lã e burel no Inverno, são desenvolvidas anualmente e divulgadas através de um catálogo e são colocadas à venda, para além da própria oficina, também em lojas artesanais e divulgadas em feiras do sector, como a Feira Internacional do Artesanato (FIA), a maior feira de multiculturalidade que ocorre na península ibérica e a segunda na europa.

Figura 2: Peças design moderno, feitas por processos e materiais tradicionais.



Fonte: autores

Entrevistadas várias cooperantes, numa conversa fluente na própria sala de confeção foi possível apurar informações adicionais que nos permitiram aprofundar o conhecimento com vista a indagar do impacto económico e social da iniciativa.

A cooperativa tem um volume de negócios médio de 40 mil euros, na sua maioria (75%) vestuário, correspondendo a parcela restante à venda de acessórios, como sacos e *souvenirs*. Vendem mais de 80% directamente na loja na aldeia, ou pelos meios próprios *on-line*, cerca de 15% através de revenda em outras lojas, e as exportações tem um peso na ordem dos 5%, com um mercado muito específico, o mercado japonês. São afectadas pela sazonalidade, sendo o primeiro semestre significativamente mais fraco relativamente ao segundo.

A referir que os preços finais de venda das peças não são acessíveis à maioria dos consumidores nacionais, mesmo com margens muito pequenas, dada o baixo nível médio de rendimento *per capita* português, por um lado, e por outro, a morosidade do processo de fabrico, a fortíssima componente manual e o custo dos *inputs*.

Como apoios, contam com o da Câmara Municipal que lhes cede o espaço, a referida antiga escola primária onde estão instaladas, bem como transporte para feiras de divulgação. Do Centro de Formação Profissional para o Artesanato e Património (CEARTE) obtém formação, através de ações pontuais organizadas pela Associação Etnográfica e Social do Montemuro, adiante referida. Mais recentemente recebem turistas provenientes de um circuito organizado pela Câmara Municipal.

Em matéria de custos, os mais significativos prendem-se com os custos com o pessoal: conseguem manter 4 postos de trabalho, permanentes, com remunerações próximas do salário mínimo nacional. Tratando-se de habitantes da aldeia, acredita-se que a maioria destes salários são despendidos na região.

Contrariamente, as matérias-primas são obtidas em fornecedores nacionais, mas fora da região: a lã vem da Serra da Estrela, o linho de Arco de Baulhe e o burel de Seia. Apenas os tintos para acabamentos, como o cardo, são obtidos a partir de plantas autóctones.

Como constrangimentos, referem a importância de obter um tratamento fiscal diferenciado, nomeadamente em matéria de IVA. A actual taxa de 23% é uma enorme sobrecarga no preço do produto final, que como dito anteriormente, é bastante elevado. De igual forma, argumentam a dificuldade no pagamento das contribuições para a segurança social.

Apesar de dotados de excelentes acessos pela rede viária, a rede de infraestruturas de comunicação apresenta enormes deficiências, com graves deficiências ao nível de sinal de internet e telemóvel.

Como oportunidades, é apontado o facto da aldeia de campo Benfeito integrar a rede das “aldeias de Portugal” e a existência de vários alojamentos rurais com significativas

taxas de ocupação (6 na aldeia e 2 na aldeia de Codeçal). Também os percursos de natureza e projectos de investigação como o da borboleta azul e da orvalhinha, que trazem gente e servem de inspiração criativa. Por fim, foi referida uma nova origem de turistas, os provenientes do circuito da EN2, que tem proporcionado um notável fluxo crescente de clientes e divulgadores.

4.1 O TEATRO REGIONAL DA SERRA DO MONTEMURO

Mesmo tendo-se presente toda uma história de práticas de animação sociocultural nas aldeias do interior de Portugal, não deixa de ser surpreendente encontrar um teatro numa pequena povoação como a de Campo Benfeito. A surpresa reside no facto da maioria destas práticas terem há muito terminado, com a desertificação e envelhecimento das aldeias, o que despertou interesse em conhecer a razão não apenas da existência, mas em particular do dinamismo revelado e o impacto desta iniciativa no território onde se encontrado inserido (figura 3).

O enquadramento é único. Ir ao teatro por estes dias, ver um espetáculo do Festival Altitudes é ir visitar uma paisagem portuguesa única. A experiência da imaginação cruza-se, entre o cenário natural e humano da aldeia de Campo Benfeito - pequena aldeia com 50 habitantes na serra do Montemuro, em plena Beira Alta - e as propostas artísticas, que introduzem uma interrupção da vivência contemporânea daquele património cultural e edificado. Naquele recanto do país, há lugares a visitar que dizem também desse mundo por inventar que permite enganar o fim...

Galhós (2018), Jornal Expresso, 11-08-2018

Figura 3: No meio do nada, eis que surge um teatro.



Fonte: autores

O Teatro Regional da Serra do Montemuro (TRSM), nascido do inconformismo perante a ausência de actividades culturais e a falta de oportunidades de um grupo de jovens desejosos de se fixar na terra e impulsionados por uma iniciativa liderada pelo britânico Graeme Pulleyn, voluntário no *Institute of Cultural Affairs*, conta com cerca de 30 anos de actividade, de acordo com o site oficial do teatro (*TEATRO REGIONAL DA SERRA DO MONTEMURO*, n.d.).

Construído com colaboradores provenientes de várias partes do mundo, em particular os oriundos do Reino Unido e assumido o carácter de uma companhia itinerante, os espetáculos nascem de um processo colectivo democrático que envolve todos os intervenientes aos vários níveis, com uma identidade artística criada com base nas vivências rurais, e principalmente através da partilha humana promovida pela companhia.

As entrevistas com responsáveis pelo teatro sublinharam a importância da criação artística, em particular nos últimos 10 anos, realizando uma média anual de 100 a 120 espetáculos itinerantes. A par destes espetáculos, a companhia promove outros trabalhos, nomeadamente junto do jovem público das escolas da região, procurando temáticas que permitam múltiplos trabalhos em áreas diversas, como por exemplo o realizado com o tema “água”. Estima-se que 80% do trabalho seja realizado fora da estrutura física do teatro localizada na aldeia.

Na referida estrutura ocorrem produções como os “Serões da Aldeia” e também o “Festival Altitudes”. Este festival arrancou em 1998 como uma troca de espetáculos entre companhias, oferecendo actualmente uma variedade de expressões, desde teatro, concerto, dança, exposições, conferências e ciclos de cinema, esgotando quase diariamente os 200 lugares disponíveis, com gente proveniente propositadamente de Lisboa, do Porto, de Viseu, Castro Daire, Lamego e de muitos outros locais.

Este sucesso deve-se ao equilíbrio entre novas propostas e nomes amplamente reconhecidos e à qualidade inquestionável da programação e a inigualável situação geográfica que fazem do Festival Altitudes uma referência na programação cultural e artística a nível nacional.

A este propósito cita-se a Fernando Tordo “...São pessoas que vêm não se sabe de onde” confessou, no concerto de encerramento da edição de 2018, surpreendido com a inusitada localização geográfica do festival, mas também com a quantidade de público que frequenta os espetáculos (*FESTIVAL ALTITUDES - TEATRO REGIONAL DA SERRA DO MONTEMURO*, n.d.).

Envolvendo um orçamento de cerca de 317 mil euros, as receitas são provenientes, na sua maioria (50%) do financiamento do Estado Central via Ministério da Cultura. Segue-se cerca de 25% dos municípios e outros 25% restantes de receitas de bilheteira.

O Teatro do Montemuro assenta numa equipa permanente de sete pessoas, a tempo inteiro, a que se acresce mais 5 a 6 pessoas por tarefa. As actividades absorvem a grande a maioria dos custos (70%), sendo os restantes 30% relativos à estrutura física.

Os custos são retidos maioritariamente na região, pois é onde reside o pessoal fixo, bem como cerca de metade dos fornecimentos de serviços. Registamos uma especial preocupação em comprar no local, de forma a garantir a continuidade do abastecimento aos restantes moradores da aldeia.

Em matéria de outros impactos positivos indirectos na região, foi-nos mencionada a divulgação da aldeia, melhoria da qualidade de vida e a atração/fixação de novos habitantes, quer de emigrantes “filhos da terra”, que regressam, quer de pessoas que se apaixonam pelo local. Também o alojamento rural tem florescido.

Quanto a dificuldades, para além das claras e muito específicas lacunas que se registam, como a falta de locais de restauração e de cafés enquanto espaço de partilha, e as falhas nas comunicações via rede móvel (tal como já tinha sido referido pelas Capuchinhas, mas que estão em vias de ser ultrapassadas com a instalação de uma antena), os desafios do Teatro do Montemuro passam também pela contratação de colaboradores e a sua permanência na aldeia.

É nos referidos que as mais importantes dificuldades são as claramente associadas ao interior. Ou seja, a necessidade de se encarar o interior com uma potencialidade e não apenas a questão da sobrevivência do território, potenciando condições de permanência dos jovens e famílias no território com apoios efectivos e sendo indispensável uma estratégia clara de criação de emprego.

4.2 A ASSOCIAÇÃO ETNOGRÁFICA E SOCIAL DO MONTEMURO

A Associação Etnográfica e Social do Montemuro (AESM) nasceu em 1978, por iniciativa de uma professora natural do Mezio, com o objectivo do levantamento do património cultural, pesquisa documental e para a sensibilização da população do Mezio para a importância da conservação do património cultural, de forma a evitar o desaparecimento de materiais e tradições tão típicas e únicas desta região.

Recolhido um espólio de diversas peças de artesanato em lã, linho, algodão, farrapo, a palha, a silva, o junco, e a tamancaria, o mesmo encontra-se disponível para o público através de uma exposição permanente. Nessa exposição poder-se-á observar o ciclo do linho, teares manuais em laboração, bem como a medicina caseira e a recriação de espaços de vivência, como uma cozinha e um quarto.

É igualmente possível adquirir peças de artesanato produzidas pela cooperativa de artesãos, bem como mel, chás e demais produtos regionais, estimando-se um volume médio de vendas em cerca de 20 mil euros ano.

A principal forma de divulgação dos produtos é feita pelo “passa palavra” do cliente e por divulgação através das entrevistas e reportagens da comunicação social. As visitas à exposição, cerca de 100 a 150 visitantes por mês, também constituem um importante atractivo.

A associação procedeu a um levantamento de receitas de pratos tradicionais da região, disponíveis para degustação na unidade de restauração explorada pela associação.

Actualmente a AESM concretiza os seus fins etnográficos e sociais através do Museu Etnográfico Dolores de Jesus; Cooperativa de Artesãos do Montemuro; Bar/ Restaurante Cozinha Típica do Mezio; Grupo de Cantares, Danças e arte de Bem Falar do Montemuro- Mezio; Serviço de Apoio Domiciliário (*Associação Etnográfica e Social do Montemuro*, n.d.). Destas iniciativas, iremos destacar:

Bar/Restaurante Cozinha Típica do Mezio – arrancou em 1987, como uma pequena unidade, mas a elevada procura exigiu uma ampliação de instalações que agora permitem uma capacidade de 150 pessoas. Pratos de cozinha típica, como o “arroz de feijão com salpicão”, ou cabrito assado no forno, justificam o sucesso.

Neste momento dá emprego a 10 pessoas a tempo inteiro. De acordo com a acta associada às últimas contas divulgadas pela associação (*Associação Etnográfica e Social do Montemuro*, 2019), no ano 2018 a valência Bar/Cozinha Regional apresentou resultados positivos de quase 68 mil euros.

No âmbito do trabalho de campo apurou-se que serve uma média diária de 100 refeições. E se durante a semana como cliente tipo predominam os trabalhadores (nomeadamente das eólicas e das barragens), no final da semana reinam os turistas, provenientes das mais variadas partes do país, que se deslocam propositamente. Há inclusivamente, clientes de Lisboa e até do extremo do país, Vila Real de Santo António.

Serviço de Apoio Domiciliário – é uma das últimas valências a ser criadas pela associação, a funcionar desde 2006. Fruto da consciencialização da situação em que viviam tantas pessoas de idade avançada, com carências variadas e em isolamento social, numa região de elevado número de emigrantes, o seu raio de ação ultrapassa a União de Freguesias do Mezio e Moura- Morta, abrangendo freguesias limítrofes.

Os serviços básicos prestados passam pela entrega no domicílio de 4 refeições, em dias úteis; tratamento de roupa; higiene habitacional; higiene pessoal e cuidados de imagem. A estes serviços básicos adicionam uma panóplia de serviços complementares, nomeadamente refeições para além dos dias úteis, transportes e acompanhamento, prestação de pequenos serviços, apoio na medicação e actividades de animação.

Com um quadro de pessoal de 7 trabalhadores, dispõe de 1 técnica de serviço social e 6 auxiliares. Segundo o já referido relatório de contas mais recentemente disponibilizado, os custos com estes trabalhadores são cerca de 63% dos custos totais da actividade.

As receitas são provenientes de subsídios estatais (60%) e os restantes resulta da contribuição dos utentes.

Ainda de acordo com a mesma fonte, presta apoio a uma média mensal de 27 utentes, com um custo por utente de 412 euros mês, tendo-se estimado a contribuição média de cada utente de cerca de 162 euros por mês. Naturalmente que apesar do apoio estatal, trata-se de uma atividade deficitária, sendo o défice compensado pelas receitas do restaurante.

4.3 A COOPERATIVA DE ARTESÃOS DO MONTEMURO

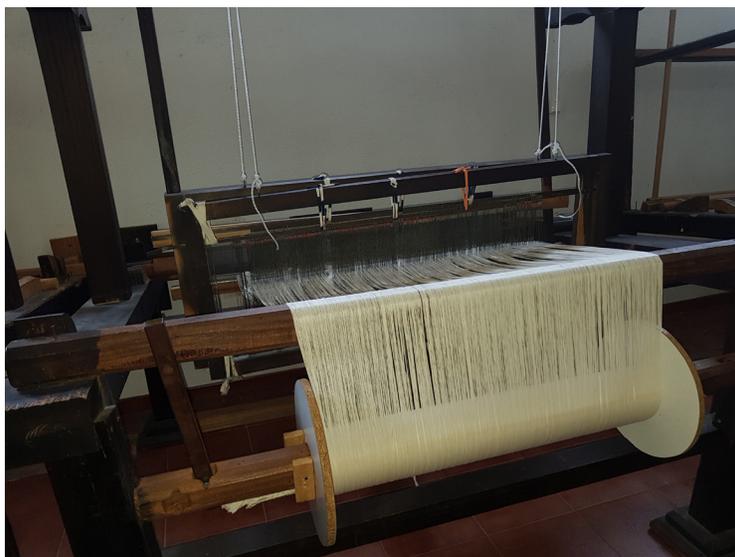
A Cooperativa de Artesãos do Montemuro trabalha desde quase 40 anos no levantamento, recolha, conservação e divulgação do património cultural e natural da região de Montemuro em conjunto com a AESM, tendo sido criadas praticamente ao mesmo tempo.

A cooperativa tem neste momento 12 cooperantes, na sua maioria mulheres, são artesãos do linho, burel, lã e trapo e dispõe de 2 funcionárias que divulgam e comercializam os produtos nas instalações da associação (figura 4).

Os artesãos entregam o produto do seu trabalho, recebendo de imediato a correspondente remuneração. As matérias-primas utilizadas, nomeadamente o linho e a lã, são de origem nacional, mas de fora da região.

Tal como referido para outras actividades artesanais, estas entidades encontram muitas dificuldades, nomeadamente na realização do valor das quotas, na carga fiscal dos produtos finais e nas burocracias. As margens muito apertadas não permitem formas de venda como “à consignação”, nem investimentos na divulgação, em particular pela internet.

Figura 4: Tear tradicional da cooperativa e na associação.



Fonte: autores

Como aspectos positivos, foi salientado a conexão entre as várias actividades da cooperativa e da associação, em particular a atractividade do restaurante e o seu potencial efeito na venda dos artigos artesanais.

A expansão do turismo rural, quer a já existente (exemplo da Casa do Arco) como a que se prevê que venha abrir num futuro próximo (Casa Tomé), criam muitas expectativas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados deste trabalho confirmam o que os estudos teóricos referenciados apontam, nomeadamente que a cultura, o empreendedorismo e a economia social podem constituir motores efectivos do desenvolvimento.

A partir do levantamento documental e das entrevistas realizadas com os promotores destas iniciativas, foi possível apurar que as actividades analisadas detêm todo um historial de sobrevivência - mais de trinta anos – e que num contexto profundamente adverso, mais do que simplesmente resistir, cresceram e intensificaram o seu relacionamento, fortalecendo-se mutuamente.

Postos de trabalho criados e mantidos, uma dinâmica económica crescente com a consequente geração de rendimento, a manutenção e divulgação da cultura e dos saberes e sabores tradicionais, bem patente em particular no caso da Cooperativa dos artesãos e da Associação, a par de uma dinâmica de inovação ao nível dos produtos, particularmente visível nas Capuchinhas, ao trabalho no campo social com todo o apoio gerado pela Associação e para espanto de todos os que assistem, o notável trabalho da companhia de Teatro.

E sobretudo, o manter de população num território de tão baixa densidade populacional, com todas as consequências positivas e muito significativas para a sustentabilidade territorial.

Convirá realçar a importância do todo em relação às partes e o inter-relacionamento: sem o restaurante da Associação, certamente que a atractividade da área diminuiria; sem o Teatro, a área continuaria desconhecida para uma larga e jovem faixa de frequentadores; sem as Capuchinhas e sem os Artesãos, perder-se-ia uma identidade; sem a Associação, a população envelhecida ficaria sem qualquer apoio. Ou seja, para além dos efeitos directos destes empreendimentos, apercebemo-nos facilmente das fortíssimas externalidades geradas por estas entidades.

A estas iniciativas estão a juntar-se outras, nomeadamente no campo do alojamento local e do turismo associado a percursos de natureza.

Em matéria de desafios específicos, resumimos citando uma nossa interlocutora do teatro de Montemuro: “toda uma estratégia no território tem implicações claras nas

microempresas / empresas do território. Não são os nossos desafios, são os desafios de um território”.

E na resposta a estes desafios, as políticas públicas de apoio a estas iniciativas têm sido muito importantes, particularmente visível no Teatro e na componente social da Associação etnográfica, registando-se uma maior autonomia relativamente aos mesmos nas Capuchinhas e um menor apoio relativo na cooperativa de artesãos, a necessitar de ser reforçado.

Creemos, pois, ser importante aprofundar mais este estudo caso, apontando-se, como trabalho futuro, a referida avaliação do impacto não captado pelo mercado, não só destas iniciativas, mas provavelmente para um território mais lato, mas com um denominador comum: a Estrada Nacional nº 2, referenciada por alguns dos entrevistados como o mais recente factor de atractividade do território.

Será pois certamente possível, após este estudo inicial, avançar para um estudo mais aprofundado, através de um projecto de investigação envolvendo vários *stakeholders* que permitirá propor um reorientação e reforço dessas políticas públicas de apoio ao desenvolvimento sustentável com vista a uma maior eficiência e eficácia.

6 AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/04011/2020.

REFERÊNCIAS

ADRIMAG (2017). *Rota da Água e da Pedra das Montanhas Mágicas*. Associação de Desenvolvimento Rural Integrado das Serras do Montemuro, Arada e Gralheira.

Albarello, L., Digneffe, F., Hiernaux, J.-P., Maroy, C., Ruquoy, D., & Saint-Georges, P. de (2005). Práticas e métodos de investigação em ciências sociais. *Práticas e Métodos de Investigação Em Ciências Sociais*, 1–252.

Anheier, H. K., & Salamon, L. M. (2006). *The Nonprofit Sector in Comparative Perspective*. Em *The Nonprofit Sector. A Research Handbook (2nd ed)* (pp. 89-114). (2nd ed). Yale University Press.

Associação Etnográfica e Social do Montemuro (n.d.). Retrieved June 29, 2020, from <http://aesmontemuro.pt/>

Associação Etnográfica e Social do Montemuro (2019). *Relatorio Contas 2018*.

Azevedo, J., Tibério, L., Torres, F., Fonseca, C., Almeida, L., Capapé, A., et al. (2009). *Plano de Gestão Integrada do Sítio PTCON0025 Montemuro. Relatório Final – Plano de Ação*.

Bayardo, R. (2007). Cultura & desarrollo: ¿Nuevos rumbos y más de lo mismo? In G. M. (org.). NUSSBAUMER (Ed.), *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA (pp. 65–95).

- Burity, J. (2007). Cultura & desenvolvimento. In G. M. (org.) NUSSBAUMER (Ed.), *Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA (Teorias &, pp. 51–65).
- Capuchinhas CRL (n.d.). Retrieved June 26, 2020, from <https://capuchinhas.blogspot.com/>
- Carvalho, L.C., Dominginhos, P., Baleiras, R. N., & Dentinho, T.P. (Eds.). (2015). *Empreendedorismo e Desenvolvimento Regional: Casos Práticos* (Edições Si).
- Comissão Europeia, *sítio oficial* (n.d.). Retrieved July 27, 2020, from https://ec.europa.eu/info/index_pt
- Defourny, J., & Develtere, P. (1999). *The Social Economy: The Worldwide Making of a Third Sector. Em L'économie sociale au nord et au sud*. De Boeck & Larcier S.A.
- Delors, J., & Gaudin, J. (1979). Pour un troisième secteur coexistant avec celui de l'économie de marché et celui des administrations. *Problèmes Économiques*, 1616, 20–24.
- Drucker, P. (2006). *O melhor de Peter Drucker: O Homem; A Administração; A Sociedade*. (Exame Edit).
- European Union, Voices of Culture, & GOETHE Institut. (2020). *The role of culture in non-urban areas of the European Union*.
- Evers, A. (2000). Les dimensions sociopolitiques du tiers secteur Les contributions théoriques européennes sur la protection sociale et l'économie plurielles. *Sociologie Du Travail*, 42, 567–585. <https://doi.org/10.2307/41928794>
- Festival Altitudes - Teatro Regional da Serra do Montemuro*. (n.d.). Retrieved June 20, 2020, from <https://teatromontemuro.com/programacao/festival-altitudes/>
- Galhós, C. (2018). O teatro de visita. *Semário Expresso - Revista E*, R2389(11/08/2018), 3–5.
- Hill, M.M., & Hill, A. (2012). *Investigação por questionário*. Edições Sílabo.
- Lipietz, A. (2001). *Pour le tiers secteur. l'économie sociale et solidaire pourquoi comment* (Cahiers Li). La Découverte/La Documentation française.
- Marta-Costa, A.A., Pinto, R., Manso, F.T., Tibério, M.L., Carneiro, I., Fernandes, P., & Botelho, H. (2013). *Participação pública e gestão florestal na serra de Montemuro: entre a percepção e a realidade* (Issue May 2016).
- Miranda, D., Fernandes, J., & Moreira, A. (2020). *Manual do Empreendedor*. IAPMEI.
- Nurse, K. (2006). Culture as the Fourth Pillar of Sustainable Development. *Culture*, June, 32–48.
- Pato, L., & Figueiredo, V. (2017). Cultura, teatro & desenvolvimento regional - o teatro regional da serra de montemuro – Portugal. *Proceedings 24th APDR CONGRESS*, 33–36.
- Portal do INE*. (n.d.). Retrieved July 23, 2020, from <https://www.ine.pt/>
- Ramos, M.T.C. da C.S. (2006). *Incentivos ao Investimento e Desenvolvimento Regional*. Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro.
- Rebelo, J., Correia, L., & Cristóvão, A. (2007). Redes culturais e desenvolvimento local: a experiência da comum. *Estudos Regionais - Associação Portuguesa Para o Desenvolvimento Regional*, 15, 21–40.
- Reis, A.C.F. (2007). *Economia da Cultura e Desenvolvimento Sustentável. O caleidoscópio da cultura* (E. Manole Ed.).

Santos, K. P. dos (2017). *Economia solidária como estratégia de desenvolvimento e de combate à pobreza: uma análise da gestão pública do Estado do Amapá – Brasil*. Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro.

Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2006). The Theory of Economic Development. In *Joseph Alois Schumpeter* (pp. 61–116). Kluwer Academic Publishers. https://doi.org/10.1007/0-306-48082-4_3

Sequeira, T., & Diniz, F. (2013). Impacto do investimento em áreas rurais: Para além do betão, a emergência do terceiro sector (Portugal). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(71), 145–165.

Slevin, D.P., & Covin, J.G. (1990). Juggling entrepreneurial style and organisational structure - how to get your act together. *Sloan Management Review*, 31(2), 43–53.

Souza, E.C. Lucas, & Lopez Júnior, G.S. (2011). Entrepreneurship and Development: an Open Relationship. *Review of Administration and Innovation - RAI*, 8(3), 120–140.

Teatro Regional da Serra do Montemuro (n.d.). Retrieved June 20, 2020, from <https://teatromontemuro.com/>

UNESCO (n.d.). *Proteger o nosso património e promover a criatividade - Temas - Comissão Nacional da UNESCO*. Retrieved July 27, 2020, from <https://www.unescoportugal.mne.pt/pt/> UNESCO. (2018). *Repensar as políticas culturais: criatividade para o desenvolvimento 2018; relatório global da Convenção de 2005*. UNESCO.

Vieira, A.A.B. (2008). *Serra de Montemuro: dinâmicas geomorfológicas, evolução da paisagem e património natural*. Universidade de Coimbra.

SOBRE O ORGANIZADOR

DAVID GARCÍA MARTUL (david.martul@urjc.es) (ORCIDId: <https://orcid.org/0000-0002-0160-9374>). Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, España. Graduado en Historia en la Universidad de Santiago de Compostela y Graduado en Documentación en la Universidad Carlos III de Madrid. Doctor Europeo en Documentación por esta última universidad. Ha impartido docencia en numerosas universidades tanto en España, Universidad Carlos III de Madrid y Universidad Rey Juan Carlos, como en Universidades Europeas como la School of Journalism, Media and Cultural Studies de la University of Cardiff, en la University of Sheffield, la University of Brighton en Reino Unido o la HoogeSchool de Rotterdam. También ha sido docente en la Universidad de Guadalajara (México) y la UNAM. Ha participado en proyectos de investigación internacionales tanto con países europeos como africanos (con la Universidad Cheik Anta Diop y la Universidad de Cabo Verde) en el campo de la cooperación interuniversitaria para el desarrollo de herramientas de alfabetización digital. Cuenta con más de 60 trabajos de investigación científica en los campos de la Alfabetización Digital y Mediática, Documentación y Comunicación.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Accidente ferroviário 108, 109, 110

Aluguéis corporativos 318, 319

Ambiente 3, 6, 7, 8, 10, 65, 66, 76, 99, 129, 144, 145, 146, 150, 155, 161, 167, 195, 200, 228, 232, 233, 237, 246, 248, 289, 309, 320, 329, 332, 337, 342, 370, 422, 428, 432, 433, 438, 441, 444, 450, 483, 488, 489, 521

Análise envoltória de dados 252, 253, 257, 259, 264

Antivalores 516, 519, 524

Apoio institucional 53, 448, 451, 452, 460, 461

Aptidões dos gestores 300

Arbitraje social 86, 89, 94

Atendimento ao público 19, 21, 33, 34, 37

Atualização de literatura 278

Audit 266, 267, 269, 273, 274, 276

Auxílio-reclusão 71, 72, 73, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85

B

Big data 387, 388, 390, 391, 394, 395, 398, 399

C

Campo Benfeito 448, 449, 452, 453, 454, 456, 459, 460, 462, 466, 471, 472, 473

Carreira 241, 242, 245, 246, 247, 250

Cidadã 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70

Cohesión social 96, 98, 99, 105, 107

Comportamento do consumidor 172, 173, 177, 178, 183, 184, 278, 287, 282, 416, 421, 422, 423, 427

Comunicación 91, 93, 104, 110, 113, 114, 134, 137, 138, 200, 503, 505, 510

Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela 482, 483, 484, 489, 493

COSO 128, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277

Cultura 10, 17, 38, 39, 40, 42, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 54, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 69, 70, 76, 127, 135, 139, 153, 163, 168, 187, 245, 287, 308, 310, 312, 347, 351, 363, 388, 395, 423, 428, 430, 431, 432, 433, 434, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 455, 457, 458, 459, 463, 466, 467, 468, 469, 474, 478, 479, 480, 487, 488, 491, 500, 508, 512, 516, 522

Custos de informação 346, 348, 349, 350, 351, 352, 355, 360, 362

D

Dados em painel 201, 346, 354, 357

Decisiones 94, 98, 99, 125, 126, 127, 128, 130, 131, 133, 134, 135, 137, 138, 197, 503, 508

Demonstrações contábeis 252, 253, 254, 256, 260, 261, 263, 264

Desastres 98, 99, 106, 108, 109

Desenvolvimento de jogos 38, 41, 42, 45, 47, 48, 50, 53, 59, 60

Desenvolvimento local 15, 328, 334, 343, 344, 444, 457, 459, 463, 480, 501

Desenvolvimento sustentável 228, 329, 339, 408, 428, 443, 463, 468, 469, 479, 480, 488, 489

Desplazamiento 515, 516, 519, 524

Desporto 10, 300, 301, 302, 303, 305, 306, 307, 310, 311, 312, 313, 315, 316

Diagnóstico situacional 186

Diversidade 68, 69, 166, 176, 241, 242, 248, 249, 250, 251, 315, 408

E

E-commerce 248, 416, 417, 418, 419, 424, 426

Economia da cultura 51, 439, 463, 480

Economias à escala 201

Economia social 170, 440, 463, 466, 469, 470, 478

Educación superior 186, 187, 188, 189, 190, 191, 194, 197, 198, 199, 200, 506

Empreendedorismo 184, 340, 448, 449, 450, 451, 455, 457, 460, 461, 463, 465, 466, 467, 478, 480

Empreendedorismo rural 448, 449, 450, 451, 457, 460

Empresas 38, 40, 41, 44, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 74, 98, 126, 130, 131, 134, 135, 137, 138, 139, 145, 146, 151, 155, 156, 157, 162, 163, 164, 168, 185, 195, 201, 237, 238, 240, 243, 248, 250, 251, 252, 253, 254, 256, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 278, 294, 300, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 322, 347, 349, 350, 351, 365, 366, 370, 376, 386, 387, 388, 392, 393, 394, 395, 409, 413, 415, 417, 418, 419, 420, 425, 426, 427, 433, 436, 438, 449, 450, 451, 460, 479, 489, 502, 503, 505, 507, 508, 510, 514

Ensino Universitário 141

ERM 2017 266, 267, 269, 270, 272, 273, 274, 275, 277

Escolha de universidade 172

Estado e sociedade civil 1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 12, 13, 14

Estrategia 4, 98, 105, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 136, 138, 195, 198, 503

Estratégia de Internacionalização da Marca 365
Extensão do self 172, 173, 174, 177, 180, 182, 183
Externalidades do capital humano 201

F

Financial frauds 266, 267
Função de produção 201, 258
Función cognoscitiva 186, 196
Funciones universitarias 186, 199
Función ideológica 186, 198

G

Games 38, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 47, 49, 50, 51, 53, 54, 56, 57, 58, 62, 63
Gastronomia típica 483, 484, 487
Gerencia 125, 126, 127, 128, 131, 135, 138, 139, 140, 190
Gestão de Equipas Empresariais-Comerciais 300
Gestão pública 10, 19, 76, 481
Gestión del riesgo 96, 99, 106
Globalización 139, 187, 189, 199, 503
Governança 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 250, 431, 436, 439, 446, 448, 469
Governança da AML 1, 2, 3, 4, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

H

Home bias 346, 347, 349, 350, 351, 352, 353, 360, 361, 362, 363, 364

I

Imperativo tecnológico 241
Indústria criativa 38, 40, 57, 58
Información 109, 110, 111, 112, 113, 114, 117, 122, 123, 127, 128, 135, 136, 190, 193, 200, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 511, 512, 523
Innovación 96, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 105, 125, 126, 129, 139, 140, 186, 188, 200, 506, 514
Innovación social 96, 98, 99, 100, 101, 103, 105
Investimento estrangeiro 346, 347, 348, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 360
ISO 31000 266, 267, 272, 273, 274, 275, 277

J

Justiça 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 76, 80, 83, 163, 167, 469

L

Liderança 33, 300, 303, 304, 310, 311, 313, 314, 315, 316, 367, 368, 385, 386

M

Marketing de conteúdo 387, 391, 420

Marketing de rede 372, 376, 384, 385, 386

Marketing digital 372, 387, 388, 390, 393, 395, 397, 398, 399, 416, 417, 419, 420, 424, 426, 427

Marketing multinível 372, 376

Marketing público 300, 365, 372, 387, 388, 395, 397, 401

Marketing relacionado com causas 372

Marketing social 372, 401, 408, 409, 413, 414

Marketing turístico-público 387

Mercado de trabalho 160, 161, 166, 169, 248

Mercado imobiliário 319

Metodologias ativas 241, 242, 250

Mobile Marketing 387, 388, 392, 401, 402, 409, 410, 411, 414

Modelos de análise de decisão 252

Mudança 19, 53, 70, 77, 160, 161, 163, 166, 168, 169, 184, 244, 251, 310, 314, 344, 375, 388, 409, 445, 469

Município 9, 12, 13, 14, 19, 21, 23, 24, 34, 64, 67, 68, 69, 449, 457

O

Organização 4, 5, 10, 11, 16, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 48, 67, 70, 74, 142, 144, 145, 157, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 167, 168, 169, 170, 174, 175, 227, 228, 229, 231, 232, 233, 234, 237, 238, 239, 245, 256, 261, 294, 306, 311, 312, 313, 315, 330, 344, 372, 374, 412, 413, 419, 420, 429, 431, 442, 446, 450, 454, 457, 468, 483, 485, 500

P

Participação 1

Percepción social del riesgo 96, 99, 100, 102, 104, 105

Pesquisas relevantes 278

Pilares 167, 227, 228, 229, 230, 231, 233, 239, 242, 484
Planeamento 8, 9, 16, 227, 228, 229, 231, 232, 234, 235, 237, 238, 239, 314, 437, 438, 439, 441, 449, 452, 486
Políticas culturais 38, 40, 42, 44, 51, 56, 58, 468, 481
Política social 15, 71, 168, 345
Políticas públicas 1, 2, 3, 4, 5, 7, 13, 14, 15, 17, 18, 38, 40, 42, 43, 44, 47, 51, 56, 58, 62, 63, 65, 67, 68, 69, 70, 72, 75, 76, 77, 78, 79, 84, 85, 92, 256, 294, 339, 340, 345, 431, 434, 436, 437, 440, 463, 468, 479, 518
Portugal 1, 2, 10, 15, 16, 17, 108, 161, 166, 168, 201, 202, 203, 204, 212, 223, 225, 226, 227, 230, 232, 240, 266, 300, 314, 346, 348, 353, 354, 365, 368, 372, 375, 379, 387, 395, 401, 408, 428, 429, 430, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 451, 454, 457, 461, 463, 464, 466, 470, 472, 473, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 489, 490, 499, 500
Previdência social 71, 75, 76, 78, 79, 80, 81, 83, 84
Produtor de maracujá 328
Publicidade e Propaganda 141, 143, 144, 146, 147, 148, 152, 156, 157, 158

Q

Qualidade em saúde 19, 37

R

Região de Montemuro 448, 449, 454, 460, 477
Responsabilidade social 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 156, 157, 158, 159, 160, 162, 163, 170, 365, 366, 369, 372, 401, 408, 413, 414, 415
Responsabilidade Social Corporativa 141, 142, 143, 145, 149, 152, 157, 158, 401, 408
Restaurativa 64, 65, 67, 68, 69, 70, 89

S

Saúde 10, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 31, 32, 33, 37, 75, 76, 166, 169, 227, 229, 230, 231, 232, 233, 239, 240, 283, 332, 336, 342, 345, 372, 374, 376, 401, 408, 409, 412, 441, 454
Sector de moldes 201
Segurança 6, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 73, 75, 76, 166, 169, 243, 253, 307, 311, 318, 394, 441, 444, 472, 488
Sexual 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524
Situação socioeconômica 328, 330, 331, 336

Sociedades desiguales 86

Sudamérica 86

Sustentabilidade 2, 144, 147, 148, 150, 157, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 238, 239, 240, 330, 428, 433, 437, 444, 457, 468, 478, 486, 497

T

Tecnología 25, 26, 39, 45, 76, 93, 185, 187, 189, 190, 200, 201, 241, 242, 243, 244, 245, 250, 300, 307, 344, 394, 399, 409, 414, 427, 428, 433, 437, 438, 444, 450, 460, 479, 503, 506

Tendências 70, 136, 191, 201, 281, 291, 318, 319, 387, 388, 390, 391, 395, 398, 400, 422, 435, 446, 487, 488, 500

Território 2, 5, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 26, 102, 196, 366, 411, 428, 433, 436, 437, 438, 443, 444, 446, 451, 457, 463, 464, 465, 473, 475, 478, 479, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 495, 497, 498, 513, 520

Territórios baixa densidade 463

Trabajo Social Forense 86, 87, 90, 95

Transformación adaptativa 96

Transtorno da Compra Compulsiva 278, 294

Triaje 109

Turismo 40, 192, 200, 340, 395, 397, 398, 400, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 449, 457, 460, 468, 478, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 491, 497, 499, 500, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 516, 519, 520, 523, 524

Turismo gastronómico 482, 483, 484, 485, 486, 497, 499

V

Víctima 89, 111, 114, 115, 118, 516, 517, 518, 519, 521, 522, 524



**EDITORA
ARTEMIS**