



6º COLÓQUIO INTERNACIONAL RIGPAC REDE INTERNACIONAL DE PENSAMENTO CRÍTICO SOBRE GLOBALIZAÇÃO E PATRIMÓNIO CONSTRUÍDO em associação com a UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA – PORTUGAL

“CITY BRANDING, GLOBALIZAÇÃO E PATRIMÓNIO”

Setembro 2020, Lisboa - Portugal

Organização: Universidade Nova de Lisboa

Coordenadora geral do colóquio: Professora Doutora Maria Fernanda Rollo

Local: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa Portugal

Data: 23 a 25 de setembro de 2020

Idiomas aceites para as comunicações: Português, Castelhanos, Inglês, Francês, Italiano. Decorrerão mesas temáticas em português, espanhol e inglês sem tradução em simultâneo.

Entidades Convocantes: Universidade Nova de Lisboa (Portugal); Centre for Functional Ecology da Universidade de Coimbra (Portugal); Fundação Oswaldo Cruz – Fio Cruz (Brasil); Paris 8 (França); Universidad Nacional de Colombia, sedes Bogotá y Medellín (Colômbia); Universidad Católica de Colombia, Universidad Nacional Pedro Henríquez Urueña (República Dominicana); Universitat Politècnica de València UPV (Espanha); Cátedra UNESCO – Forum Universidad y Patrimonio; Universidad de Granada (Espanha); Cátedra UNESCO Universidad y Patrimonio; Universidad de Granada (Espanha); Universidad de Alcalá de Henares (Espanha); Instituto Politécnico Nacional de México (México); Universidad de Buenos Aires (Argentina); Universidad Católica de San Pablo - Perú; Universidade Federal de Pelotas (Brasil); Universidade Federal Fluminense (Brasil); Universidade Federal de Minas Gerais (Brasil) e ICOMOS - Brasil.

APRESENTAÇÃO DO VI COLÓQUIO INTERNACIONAL RIGPAC

Este Colóquio visa debater as lógicas e procedimentos que, a partir de decisões públicas, privadas ou comunitárias, definem e implementam conseqüentes estratégias de marketing de objetos, bens, acontecimentos, locais, cidades ou regiões. Estas estratégias baseiam-se ou na promoção dos símbolos mais conhecidos de identidade do patrimônio, “marcas” de lugar e, portanto, objetos de mercado e de consumidor, ou na circulação de uma imagem com a qual esses lugares são “marcados” ou se pretende que sejam identificados.

Interessa, de modo mais particular, identificar e tipificar os efeitos socio-espaciais, económicos, ambientais e culturais do património (material e imaterial) naqueles territórios que conduzem à classificação e à utilização do conceito marca-lugar (place branding). Tais territórios, em diferentes escalas, servem-se desta classificação para se promoverem a partir da perspectiva de "vantagem comparativa" como "produto-mercadoria". Esta "edição" - feita da paisagem natural e construída - causa uma relação tensa entre afirmações e transformações culturais.

Resumindo, a questão central do VI COLÓQUIO da Rede Internacional de Pensamento Crítico e Património Construído (RIGPAC) é:

De que forma o conceito de "MARCA DE LUGAR" afeta o território que, através da sua herança, é promovido de determinada forma?

OBJETIVOS DESTES COLÓQUIO

- O estado da arte sobre "marca de lugar";
- As implicações socio-espaciais, económicas, políticas, ambientais e culturais da sua adoção e usos nos territórios que as promovem, definem e utilizam tais marcas;
- As estratégias que se utilizam para colocar a "marca de lugar" em marcha;
- Os efeitos da fruição do património;
- A participação ou não participação dos diferentes atores sociais na definição e utilização da "marca de lugar";
- As oportunidades e ameaças que a fruição da "marca de lugar" significa nos seus territórios;
- As consequências da classificação das "marcas de lugar".

ABORDAGEM DOS TRABALHOS

Dado que os objetivos da Rede incluem a reflexão crítica e a construção de conhecimento em torno da relação entre património e globalização, espera-se que os trabalhos do VI COLÓQUIO RIGPAC sejam orientados sob uma perspectiva analítica e avaliativa, crítica e propositiva. Assim, serão bem acolhidas todas as propostas de estudos de caso centradas na marca lugar (place branding), bem como trabalhos estritamente teóricos que analisem um problema específico relacionado com o conceito de marca-lugar (place branding). As propostas enviadas devem estar estreitamente ligadas a um, ou mais objetivos acima mencionados, numa das seguintes áreas: políticas públicas, conservação e intervenção do património, educação e participação do cidadão, parcerias público-privadas, ações de múltiplos atores, planeamento, projeto urbano e arquitetónico, ordenamento do território, identidade cultural, realização de eventos ou projetos emblemáticos, gestão social e cultural, sustentabilidade territorial,

direitos do cidadão e do meio ambiente, promoção territorial, qualidade de vida, competitividade, apropriação social e responsabilidade socioambiental.

Com base no exposto são estabelecidas as seguintes **QUESTÕES CENTRAIS**:

1. O que significa a noção de marca-lugar (place branding) e o que implica a sua construção e / ou adoção?
2. Como prever, abordar e gerir os efeitos que a marca-lugar (place branding) pode causar nos territórios a ela associados ou que se pretender associar?
3. Que papel os cidadãos devem desempenhar na determinação e apoio de uma marca-lugar (place branding)?
4. Como é que a marca-lugar (place branding) afeta as noções de património cultural, identidade, desenvolvimento territorial, equidade socio-espacial e sentido de pertença?
5. O que os governos, em diferentes escalas, devem considerar quando projetam ou colocam em circulação uma determinada marca-lugar (place branding)?
6. Como pode o ordenamento do território influenciar a construção e/ou a adoção de uma marca-lugar (place branding)?
7. Qual o papel da marca-lugar (place branding) deve desempenhar na relação entre turismo e património?
8. Qual o impacto que a classificação do património tem na sua fruição?

Propõe-se como EIXOS DE ANÁLISE para este Colóquio, organizados em **Mesas ou Simpósios**, os seguintes conceitos:

1. **MARCA-LUGAR (PLACE BRANDING) E MARCA DE MARKETING**: Políticas e estratégias - O desafio territorial da transformação para "um lugar". Vantagens comparativas, competitivas e colaborativas. Competição versus competitividade. O local enquanto mercadoria e o conceito de "venda" do local - impactos territoriais das políticas de promoção internacional daquele património.
2. **PATRIMÓNIO, MARCA-LUGAR (PLACE BRANDING) E CONSUMO DO LUGAR**: Objetos, edifícios, envolventes, usos e costumes "à venda" - A "edição do local" destinada à promoção nacional e internacional - Impactos locais do imaginário global - A privatização do público no uso particular de bens coletivos - Opinião pública e formas de afirmação ou resistência - A marca do lugar: uma vantagem ou uma condenação? Afirmações e transformações territoriais e culturais - idiomas e discursos - inclusão / exclusão social - participação do cidadão: desafios e cenários - identidade ou diferença? - o local como evento e o evento como local. O permanente e o efémero.
3. **TERRITORIALIZAÇÕES, DESTERRITORIALIZAÇÕES E RETERRORIZAÇÕES**: Impactos locais da promoção internacional - intervenções em ambientes patrimoniais - Balanços e desequilíbrios territoriais - Devastação ou exploração? - Texto, contexto e pretexto no tratamento de bens - construção ou destruição do significado de um lugar.
4. **ARQUITETURA EMBLEMÁTICA**: a arquitetura de marca e a arquitetura que marca - novos usos para edifícios antigos - o edifício e a cidade - a (re)

construção de significado através da arquitetura - idioma local e idioma global - custos sociais e impactos ambientais.

5. **OPERAÇÕES URBANAS E ESPAÇO PÚBLICO:** Lugares marcados por história ou economia e lugares auto-referenciados. O papel da marca do lugar em ideias e classificações do património. A marca do local como uma designação de origem e os seus impactos na valorização do património. Julgamentos e preconceitos impostos pela marca. A marca do lugar: usufruto ou castigo?
6. **OUTRAS MARCAS DE LUGAR:** Lugares marcados pela história e pela economia e lugares “auto-marcados”. O papel da marca de lugar nas ideias e classificações em torno ao patrimonial. A marca de lugar como denominação de origem e seus impactos na valorização do patrimonial. Julgamentos e preconceitos que impõe a marca. A marca de lugar: usufruto ou castigo?

METODOLOGIA: Realizar-se um conjunto de palestras transversais às Mesas ou Simpósios Temáticos que vão servir para introduzir o debate com os participantes que decorrerá posteriormente, na sequência da apresentação de comunicações. Dependendo do número de propostas de comunicações recebidas serão ou não organizadas Mesas ou Simpósios Temáticos em paralelo.

CRONOGRAMA:

1º Etapa: de 15 de novembro de 2019 até 27 de janeiro de 2020

Convoca-se a apresentação de propostas para Mesas ou Simpósios Temáticos num dos 6 eixos de análise anteriormente apresentados.

- As propostas submetidas devem ajustar-se aos eixos fundamentais definidos nesta convocatória.

- As Mesas ou Simpósios Temáticos devem ter dois coordenadores de duas instituições diferentes (de preferência doutorados ou estudantes de doutoramento).

- As Mesas ou Simpósios Temáticos serão avaliados pelo Comité Científico do Colóquio.

Elementos que devem constar das propostas de Mesas ou Simpósios Temáticos:

- Título da Mesa ou Simpósio Temático.
- Questão do Colóquio em que está inserida a proposta.
- Nome, afiliação institucional e *curriculum vitae* abreviado (50 palavras) dos coordenadores



- Resumo (máximo 500 palavras) estabelecendo claramente os cruzamentos entre os objetivos do evento e a discussão proposta pela Mesa ou Simpósio Temático
- E-mail dos coordenadores para receber as futuras propostas de comunicações.

Envio: 6.rigpac.lisbon@gmail.com

2º Etapa: de 30 de janeiro até 30 de abril de 2020.

Convoca-se a apresentação de propostas para comunicações onde se identifiquem as Mesas ou Simpósios Temáticos identificados definidos.

As propostas de comunicação a serem apresentadas num dos idiomas do Colóquio: português, espanhol, francês, italiano e inglês:

- Título da proposta da comunicação.
- Mesa ou Simpósio Temático onde se integra.
- Nome completo e dados pessoais do(s) autor(es), instituição a que pertencem e currículo resumido (50 palavras) indicando a área de interesse e experiência.
- E-mail(s) dos autores
- Resumo: 250 palavras
- 5 palavras-chave.

As propostas serão enviadas a cada coordenador das respectivas Mesas ou Simpósios Temáticas, via e-mail, a quem cumpre a sua avaliação.

3ª Etapa: de 1 de maio a 16 de maio de 2020.

Resultado das comunicações aceites, envio de cartas de aceitação e publicação das Mesas ou Simpósios Temáticos.

- Após a avaliação das propostas de comunicação os coordenadores de cada Mesa ou Simpósio Temático, devem informar a organização do número final de comunicações da sua Mesa para o seguinte e-mail: 6.rigpac.lisbon@gmail.com
- Cada Mesa ou Simpósio Temático deve ter entre 10 e 25 comunicações. Se houver desistências ou se o número de propostas exceder este limite, estas comunicações serão realocadas para Mesas ou Simpósios Temáticos cujo tema seja próximo.



4ª Etapa: de 16 de maio a 18 de julho de 2020 (ou 18/09/20 com valor maior).

A inscrição no Colóquio é obrigatória para todos os participantes.

O comprovativo de transferência é fundamental para validar a inscrição através do e-mail do congresso (6.rigpac.lisbon@gmail.com):

- **até 18 de julho de 2020: € 80** (oitenta euros).
- **de 19 de julho a 18 de setembro de 2020: € 120** euros (cento e vinte euros)
- **de 19 de setembro até 23 de setembro de 2020: € 200** euros (duzentos euros).

- As comunicações com vários autores, pelo menos um deles, deve apresentar o trabalho no Colóquio. No caso das comunicações com mais do que um autor, todos os autores que apresentarem a comunicação no Colóquio devem inscrever-se e pagar a sua inscrição.

- A inscrição não cobre os custos associados à viagem e alojamento dos participantes.

- O site do Colóquio terá indicações sobre as formas de pagamento bem como informações necessárias sobre alojamento e alimentação perto do local do Colóquio, em Lisboa.

5ª Etapa: setembro a dezembro de 2020.

O Colóquio prevê a publicação dos artigos resultantes das comunicações em *Dossiers Temáticos* de revistas indexadas. A avaliação e normas para publicação serão futuramente enviadas aos participantes do Colóquio.

DATAS IMPORTANTES:

Submissão de propostas de Mesas ou Simpósios Temáticos: 15 de novembro de 2019 a 12 de janeiro de 2020.

Envio das propostas de comunicação: 15 de janeiro de 2020 a 26 de abril de 2020.

Comunicação aos autores aceites: 27 de abril a 16 de maio de 2020.

Inscrição de todos os participantes: de 16 de maio a 18 de setembro de 2020

Envio dos artigos para publicação em Revistas indexadas: de setembro a dezembro de 2020 (os critérios serão futuramente anunciados).

Realização do VI Colóquio RIGPAC: 23 a 25 de setembro de 2020.

Comissão de Organização do Colóquio:

Presidente: Professora Doutora Maria Fernanda Rollo (NOVA FCSH)
Ana Maria Sosa González (Universidade Federal de Pelotas - Brasil)
Filipe Silva (IHC NOVA FCSH)



Inês Castaño (IHC NOVA FCSH)
Inês José (IHC NOVA FCSH)
Luísa Seixas (IHC NOVA FCSH)
Susana Domingues (IHC NOVA FCSH)

Comissão Científica do Colóquio:

- Presidente: Carlos Mario Yory (Presidente RIGPAC, Profesor Universidades Nacional y Católica de Colombia - Colombia)
- Ana María Sosa González (Coordinación Técnica de la Red - Universidad Federal de Pelotas - Brasil)
- Bernardino Líndez (Coordinador general de Work Shops. Universidad de Granada - España)
- Roberto Goycoolea (Coordinador RIGPAC para Europa y Asia. Universidad de Alcalá de Henares - España)
- Luis Fernando González (Coordinador RIGPAC para América Latina. Universidad Nacional de Colombia - Colombia)
- Mauricia Domínguez (Coordinadora para el Caribe. Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña - República Dominicana)
- Ricardo Tena (Instituto Politécnico Nacional - México)
- Pablo Ciccolella (Universidad de Buenos Aires - Argentina)
- Marcio Piñón (Universidad Federal Fluminense - Brasil)
- Carlos Renzo Zeballos (Universidad Católica de San Pablo - Perú)
- Maria Fernanda Rollo (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa - Portugal)
- Jacqueline Descarpentries, Paris 8
- Helena Freitas, Universidade de Coimbra
- Guilherme Netto, Fundação Oswaldo Cruz – Fio Cruz

Entidades e Universidades inscritas ou registadas na RIGPAC

Argentina

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)
Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación
Universidad de Buenos Aires
Universidad Nacional de la Rioja
Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP)
Universidad Nacional del Litoral

Bolivia

Universidad Mayor de San Andrés

Brasil

Fio Cruz - Fundação Oswaldo Cruz
Universidade Cândido Mendes
Universidade de São Paulo
Universidade Federal de Minas Gerais
Universidade Federal Fluminense



Universidade Federal de Pelotas
Universidade La Salle
Universidade Presbiteriana Mackenzie
ICOMOS Brasil

China

Huazhong University of Science and Technology, Wuhan

Chile

Universidad Arturo Prat
Universidad Católica de Valparaíso
Universidad de Chile

Colombia

Corporación Universitaria del Meta
Fundación Hábitat en Tierra HabitTierra de Barichara
Fundación Universitaria de Popayán
Museo de Antioquia
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Universidad de Ibagué
Universidad de La Salle
Universidad del Cauca
Universidad del Tolima
Universidad Jorge Tadeo Lozano
Universidad La Gran Colombia
Universidad Nacional de Colombia
Universidad Católica de Colombia
Universidad Pontificia Bolivariana
Universidad Santo Tomás Bucaramanga

Costa Rica

Colegio de Arquitectos de Costa Rica
ICOMOS Costa Rica
Universidad de Costa Rica

Cuba

Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría
Universidad de Camagüey
Universidad de Oriente

Espanha

Consejo Superior de Investigaciones Científicas. CSIC
Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Sevilla (ETSAS)
Cátedra UNESCO – Forum Universidad y Patrimonio
Junta de Andalucía
Juntas Generales de Bizkaia
UCAM, Universidad San Antonio, Murcia
Universidad Alfonso X el Sabio
Universidad Autónoma de Madrid
Universidad Complutense de Madrid



Universidad de Alcalá (UAH)
 Universidad de Barcelona
 Universidad de Granada
 Universidad de La Laguna
 Universidad de Málaga
 Universidad de Santiago de Compostela
 Universidad de Valladolid
 Universidad Pablo de Olavide
 Universitat Politècnica de València

França

Universidad de Bordeaux III
 Paris 8

Japão

Japanese Association for the Conservation of Architectural Monuments
 Ritsumeikan University

Itália

Comune di Pienza
 Fondazione Romualdo Del Bianco - Life Beyond Tourism
 ICCROM
 ICOMOS Italia
 IIª Università di Napoli
 Politecnico di Milano
 Provincia di Terni
 Università della Basilicata
 Università di Bergamo
 Università di Firenze
 Università di Napoli "Federico II"
 Università di Palermo
 Università di Parma
 Università di Roma La Sapienza
 Università di Roma Tre
 Università di Salerno
 Università di Sassari
 Università di Trento
 Università e Campus, Como
 Università Kore

México

El Colegio de Michoacán
 Instituto Politécnico Nacional de México
 Sociedad Mexicana de Criminología
 Universidad Autónoma de Guerrero
 Universidad Autónoma de la Ciudad de México
 Universidad Autónoma del Estado de México
 Universidad Autónoma Metropolitana /Xochimilco
 Universidad Autónoma de Sinaloa
 Universidad de Guanajuato



Instituto Técnico Superior de Occidente ITESO
Universidad de Guadalajara
Universidad Latina de México
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
Universidad Nacional Autónoma de México
Colegio de Sonora

Perú

Escuela Superior autónoma de Bellas Artes Lima
Museo Nacional de la Cultura Peruana - Ministerio de Cultura
Universidad Católica de San Pablo - Perú

Portugal

Universidade de Oporto (FAUP)
Universidade Nova de Lisboa
Universidade Técnica de Lisboa
Universidade de Coimbra

República Dominicana

Universidad Iberoamericana - UNIBE
Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña - UNPHU
Sociedad de Arquitectos de la República Dominicana - SARD
Colegio Dominicano de Ingenieros, Arquitectos y Agrimensores - CODIA
Ministerio de Turismo de la República Dominicana - MITUR
Comité Dominicano del Docomomo
Comité Dominicano del Icomos
Academia de Ciencias de la República Dominicana

Venezuela

Universidad Central de Venezuela
UNEARTE Artes Plásticas