



HIGHRES

Módulos de formação

PLATAFORMA DE FORMAÇÃO HIGHRES



Cofinanciado pela
União Europeia

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

Olá! É hora de aprender com o HIGHRES

Bem-vindo à plataforma de formação HIGHRES.

Se está interessado em património cultural imaterial, projetos comunitários em áreas rurais, novas tecnologias ou turismo sustentável, entre outros temas, este é o lugar certo para si. O projeto HIGHRES oferece-lhe formação gratuita para expandir os seus conhecimentos nessas áreas.

Esta formação consiste em 6 módulos desenvolvidos pelos especialistas que compõem o consórcio HIGHRES. Estes módulos foram concebidos para serem realizados sequencialmente e irão guiá-lo na forma de realizar projetos em áreas rurais que destacam o património cultural imaterial como um meio de incentivar o desenvolvimento sustentável na comunidade, com foco no turismo como um dos caminhos. Para isso, teremos em conta um fator-chave: a narrativa digital, ou seja, contar histórias em formatos digitais.

Com tudo isto, pretendemos abordar dois desafios presentes em algumas zonas rurais da Europa e em todo o mundo: por um lado, a exclusão digital e, por outro, a falta de projetos e recursos para o desenvolvimento socioeconómico destes territórios.

O que encontrará nos módulos desta formação?

Cada módulo é composto por 4 partes essenciais:

- Primeiro, encontrará o material teórico, onde aprofundamos conceitos e ideias. Esta secção está dividida em capítulos e subcapítulos.
- A segunda parte centra-se em estudos de caso, apresentando exemplos de outros projetos que são interessantes explorar em relação ao tema do módulo.
- Em seguida, vem a secção de avaliação, que consiste em duas partes: a primeira inclui perguntas de auto-reflexão e a segunda é um questionário onde pode selecionar a resposta correta.
- A parte final do módulo inclui as referências utilizadas na secção teórica e uma lista de recursos adicionais, principalmente links da web, para ajudá-lo a aprofundar a sua compreensão.

A quem se destina esta formação?

Esta formação destina-se a qualquer pessoa interessada em temas culturais como os apresentados acima — quer estejam relacionados com património, narrativa, tecnologias digitais ou turismo. Além disso, o material de formação foi concebido para ser acessível a pessoas com diferentes níveis de conhecimento nestes temas, garantindo que todos possam encontrar informações valiosas.

Mais especificamente, esta formação irá ajudá-lo a implementar projetos culturais em áreas rurais. Portanto, se essa é a sua área de trabalho, irá considerar o conteúdo altamente relevante para as suas necessidades. Qualquer agente cultural ou social que trabalhe em comunidades rurais pode usar este conteúdo para enfrentar os desafios atuais relacionados com o desenvolvimento rural.



HIGHRES

Módulo 1

IDENTIFICAÇÃO E CATALOGAÇÃO DO
PATRIMÓNIO CULTURAL IMATERIAL
EM ÁREAS RURAIS



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

MÓDULO 1: Identificação e catalogação do património cultural imaterial em áreas rurais

Em muitas ocasiões, quando a palavra património surge numa conversa, a primeira coisa que nos vem à mente são aqueles edifícios históricos que, ao longo do tempo, ganharam significado simbólico e valor cultural para a humanidade, lugares que frequentemente visitamos e fotografamos. Também pensamos frequentemente em obras de arte, achados arqueológicos, museus e outros elementos materiais valiosos. Mas, por vezes, ignoramos as expressões, festivais, tradições ou conhecimentos que também fazem parte do património cultural de uma sociedade.



Fig. 1 Tradição da renda de bilros em Peniche, Portugal. Fonte: Arquivo HIGHRES.

Este módulo apresenta o Património Cultural Imaterial (PCI) com base na Convenção da UNESCO (2003), destacando a sua importância para a identidade e a continuidade cultural nas zonas rurais. Apresenta as categorias do PCI, técnicas participativas para a identificação e catalogação e princípios éticos para a sua salvaguarda. São discutidos os desafios contemporâneos, juntamente com estratégias de valorização, como a educação patrimonial e o turismo comunitário. O estudo de caso do Ecomuseu do

Corvo ilustra a conexão entre memória, território e participação. Por fim, propõe ferramentas de autoavaliação para promover a reflexão crítica e o empoderamento local.

ÍNDICE DO MÓDULO

Introdução	8
1. Património Cultural Imaterial	9
2. Tipos de património cultural imaterial	10
3. Técnicas de identificação e catalogação	12
4. Ética, direitos culturais e propriedade intelectual	14
5. Valorização do PCI e desafios contemporâneos	15
6. Estudos de caso: Ecomuseu do Corvo, Portugal	17
Ferramentas de autoavaliação	19
Referências	22

Introdução

Resumo

Este módulo convida à reflexão sobre o Património Cultural Imaterial (PCI) presente nas comunidades. Destaca a importância de ouvir, mapear e valorizar as práticas culturais vivas em contextos rurais. O objetivo é desenvolver competências práticas e críticas para atuar como mediador e mobilizador cultural, reconhecendo o conhecimento local e fortalecendo os laços comunitários.

Já pensou em quantos tipos de conhecimento, tradições e práticas culturais existem à sua volta — muitas vezes não facilmente visíveis, mas essenciais para a identidade de uma comunidade? Este módulo convida-o a explorar e refletir sobre o Património Cultural Imaterial (PCI), que a UNESCO reconhece como um tesouro partilhado e em constante mudança, transmitido de geração em geração.

O objetivo é proporcionar uma compreensão ampla das principais ideias por trás do PCI, suas categorias e por que é importante protegê-lo, especialmente em áreas rurais. Ao longo do módulo, encontrará exemplos, ferramentas e métodos participativos que ajudam a identificar, registrar e apreciar essas práticas culturais. Você também refletirá sobre histórias reais de comunidades que mantêm suas tradições vivas — histórias que mostram como o território, a memória e os laços emocionais moldam o património imaterial na vida cotidiana.

Este módulo não se limita a ensinar o que é o PCI. Trata-se também de desenvolver competências práticas e reflexivas: aprender a ouvir as comunidades, identificar os seus detentores de conhecimento, mapear as suas tradições e compreender as responsabilidades éticas envolvidas.

No final do módulo, deverá sentir-se mais preparado para atuar como ouvinte, mediador e apoiador da cultura — ajudando a reconhecer o território, as memórias e as vozes que mantêm vivo o património imaterial da sua comunidade.



Fig. 2 Exposição do Centro Holandês do Património Cultural Imaterial. Fonte: Arquivo HIGHRES.

1. Património Cultural Imaterial

Resumo

Este capítulo apresenta o conceito de PCI de acordo com a UNESCO, enfatizando práticas e conhecimentos reconhecidos coletivamente. Ele ressalta que a salvaguarda vai além da documentação técnica, exigindo transmissão e adaptação intergeracionais. Ele valoriza o papel da escuta, do diálogo e da ação coletiva na preservação da diversidade cultural.

Começamos com uma questão fundamental: o que é que a sua comunidade faz, sabe ou celebra que deve ser considerado património? Muitas vezes, coisas que parecem

simples — como uma receita tradicional, uma canção coletiva ou uma celebração local — têm um profundo significado cultural.

O Património Cultural Imaterial (PCI) inclui «as práticas, representações, expressões, conhecimentos, competências — bem como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais a eles associados — que as comunidades, grupos e, em alguns casos, indivíduos reconhecem como parte do seu património cultural» (UNESCO, 2003). Este reconhecimento vem da própria comunidade e está enraizado na vida quotidiana e num sentido comum de identidade (Florêncio et al., 2016, p. 16).

Proteger o PCI é mais do que apenas documentá-lo. Significa mantê-lo vivo, transmiti-lo através das gerações e permitir que cresça e mude — especialmente quando enfrenta desafios como a migração, a globalização ou a perda de conhecimentos tradicionais (Florêncio et al., 2014). Apoiar estas práticas culturais ajuda a preservar a diversidade, incentiva o diálogo entre culturas e fortalece os laços comunitários (Conselho da Europa, 2005).

Como disse Freire (2005, p. 80), “ninguém ensina ninguém, nem ninguém ensina a si mesmo, as pessoas ensinam umas às outras, mediadas pelo mundo”. Essa ideia também se encaixa no PCI: é um processo compartilhado de ouvir, respeitar e transmitir a cultura em conjunto.

2. Tipos de Património Cultural Imaterial

Resumo

Esta secção explora as cinco principais categorias do PCI descritas pela UNESCO: tradições orais, expressões artísticas, práticas sociais, conhecimentos relacionados com a natureza e artesanato tradicional. Destaca como estas categorias se entrelaçam frequentemente nas práticas vivas e devem ser reconhecidas com base nas perspetivas da comunidade.

Já reparou como a cultura se manifesta de diferentes maneiras na sua comunidade? Algumas partes são fáceis de ver, como festivais e celebrações. Outras são mais

ocultas — encontradas em hábitos cotidianos, gestos, conhecimentos e palavras transmitidas ao longo do tempo. É isso que o Património Cultural Imaterial (PCI) pretende reconhecer.

As categorias do PCI não são rígidas ou fixas. Em vez disso, elas ajudam as comunidades a identificar o que valorizam na sua vida cultural. A Convenção da UNESCO (2003) lista cinco áreas principais:

Tradições e expressões orais	Histórias, canções, provérbios e lendas partilhadas em reuniões familiares ou comunitárias, incluindo línguas.
Expressões artísticas	Dança, música, teatro e outras tradições performativas.
Práticas sociais, rituais e eventos festivos	Celebrações da colheita, casamentos e festivais religiosos.
Conhecimentos e práticas relacionados com a natureza e o universo	Métodos agrícolas, remédios à base de ervas ou formas de interpretar o tempo
Artesanato tradicional	Fabrico de cestos, cerâmica, tecidos, ferramentas e instrumentos musicais.

Essas áreas muitas vezes se unem de maneiras ricas e complexas. Um único festival pode incluir música, dança, contação de histórias e conhecimento ritualístico, tudo ao mesmo tempo. Isso se torna ainda mais poderoso quando contado por meio de histórias pessoais — como uma bordadeira que aprendeu com a avó ou um pescador que canta canções antigas sobre as marés. As histórias ajudam a revelar o significado mais profundo por trás dessas tradições, unindo emoção e conhecimento.

O objetivo não é apenas encaixar as práticas em categorias, mas honrar o que a própria comunidade considera significativo. Como diz Freire (2005), o ensino começa com a

escuta. Proteger o PCI também significa ouvir, respeitar e criar juntos um significado comum.

3. Técnicas de identificação e catalogação

Resumo

Esta secção apresenta métodos participativos para mapear e documentar o PCI em áreas rurais, tais como entrevistas, mapeamento emocional e inventários colaborativos. Defende uma abordagem ética e sensível ao contexto, priorizando o envolvimento da comunidade e o reconhecimento dos saberes locais.

Para identificar e documentar o Património Cultural Imaterial (PCI) em conjunto com as comunidades — especialmente em áreas rurais, onde o PCI está intimamente ligado à terra e à vida quotidiana — é importante utilizar métodos baseados na escuta, no diálogo e no respeito pelas realidades locais.

Encontrar o PCI é mais do que apenas observar; significa reconhecê-lo junto com a comunidade. Ao longo do tempo, muitos métodos úteis foram criados. Algumas das técnicas mais utilizadas são:

- **Entrevistas abertas e círculos de diálogo comunitário** com a população local, especialmente idosos e detentores de conhecimento, para reunir histórias de vida, memórias partilhadas e os significados mais profundos por trás das práticas culturais. (Florêncio et al., 2016).
- **Mapeamento emocional e cartografia social**, que ajudam a mostrar os locais onde o PCI acontece — como mercados, jardins, trilhos, igrejas, fornos, nascentes ou espaços de reunião. (Sou et al., 2022).
- **Diários de campo partilhados e documentação fotográfica/áudio**, criados com a participação da comunidade, respeitando o seu ritmo e obtendo sempre consentimento prévio e informado. (UNESCO, 2024; EcoHeritage, 2024).
- **Inventários participativos**, que organizam as informações em formulários, descrições e histórias, usando formatos como texto, vídeo ou áudio. Isso ajuda

a dar visibilidade às vozes locais e orientar ações futuras. (Florêncio et al., 2016; Horta et al., 1999).

A catalogação deve respeitar as tradições orais, as diferentes línguas e as formas tradicionais de transmissão do conhecimento. A utilização de vídeos ou gravações de áudio — sempre com consentimento — é uma forma poderosa de contar histórias, mantendo viva a riqueza emocional e sensorial do PCI. Mais do que uma tarefa técnica, esta é uma jornada partilhada de reconhecimento e valorização da memória cultural viva de uma comunidade.



Fig. 3 Escola de Renda de Bilros em Peniche, Portugal. Fonte: Arquivo HIGHRES.

4. Ética, direitos culturais e propriedade intelectual

Resumo

Esta secção aborda os princípios éticos fundamentais na documentação do Património Cultural Imaterial (PCI), com ênfase no consentimento informado, acordos comunitários e promoção da autonomia local. Destaca a importância de proteger os direitos culturais coletivos, a propriedade intelectual partilhada e os direitos digitais em ambientes virtuais, e também explora como a narrativa, quando usada de forma ética e sensível, pode fortalecer a escuta, a representação e a salvaguarda do PCI.

Já pensou com quem estamos a falar quando documentamos uma prática cultural ou um elemento do Património Cultural Imaterial? O que nos dá o direito de fazer isso e como devemos ter cuidado ao fazê-lo?

Documentar práticas culturais não é apenas uma atividade técnica. Trata-se de construir relações — requer ouvir, ser responsável e mostrar respeito pelas comunidades que mantêm estas tradições vivas. O primeiro e mais importante passo é obter consentimento livre, prévio e informado. Todos os envolvidos devem compreender plenamente o objetivo do trabalho e como o material pode ser utilizado, especialmente em formatos digitais.

Para apoiar este processo, recomendam-se os seguintes passos:

- **Utilizar formulários de consentimento**, escritos ou orais, para indivíduos ou grupos;
- **Criar acordos comunitários** que expliquem como as gravações serão utilizadas, armazenadas e acedidas — sempre considerando os valores locais, a ética e a tomada de decisões da comunidade;
- **Obtenha permissão** para usar imagens e vozes das pessoas, especialmente para gravações de vídeo ou áudio;
- **Respeite os direitos culturais coletivos** e a propriedade partilhada do material;

- **Solicite orientação especializada** em casos que envolvam questões legais ou éticas.

No mundo digital de hoje, também é importante proteger os direitos digitais das comunidades, permitindo que elas controlem como o seu conhecimento é partilhado e mostrado. Diretrizes como a **Diretiva Europeia 2019/790** e a **Convenção de Faro** (2005) oferecem um apoio importante, visando a equidade e o empoderamento da comunidade.

Sites como o Europeana.eu são um bom exemplo, utilizando regras éticas para partilhar conteúdos culturais. Quando feito com cuidado, documentar o PCI torna-se uma forma poderosa de honrar as culturas — dando às comunidades a oportunidade de partilhar as suas histórias com dignidade e visibilidade.

5. Valorizar o PCI e os desafios contemporâneos

Resumo

Este capítulo discute como valorizar o PCI por meio da educação, do turismo sustentável, das políticas culturais e das tecnologias digitais. Ele destaca desafios como o êxodo rural e o colapso da transmissão intergeracional, propondo estratégias comunitárias baseadas no diálogo e na ação coletiva.

Valorizar o Património Cultural Imaterial (PCI) significa mais do que apenas registá-lo — trata-se de ajudar as comunidades a continuar, adaptar e recriar as suas tradições. Como afirma a UNESCO (2003), o PCI «é constantemente recriado por comunidades e grupos em resposta ao seu ambiente, à sua interação com a natureza e à sua história». Para apoiar verdadeiramente o PCI, ele deve ser incluído na educação, no turismo sustentável, no planeamento cultural local e no uso responsável de ferramentas digitais de fácil acesso.

Hoje, o PCI enfrenta vários desafios, como o abandono das áreas rurais, as tendências culturais globais, a perda de conhecimento transmitido entre gerações e a

invisibilidade das práticas tradicionais — especialmente em áreas rurais e marginalizadas. Em resposta, muitas comunidades estão a tomar medidas por meio de iniciativas como:

- Realização de **workshops intergeracionais**, onde os mais velhos partilham os seus conhecimentos com os jovens em escolas, espaços culturais ou eventos locais;
- Organização de **festivais comunitários** que combinam espetáculos, feiras de artesanato e conhecimento e comidas tradicionais;
- Criação de **rotas culturais e de ecoturismo** que se concentram em práticas rurais, tradições orais e paisagens culturais;
- Construir **bancos de memória digital** com a comunidade para recolher histórias, canções, competências e testemunhos;
- Promover **atividades de aprendizagem** baseadas no PCI local para fortalecer a identidade e o sentimento de pertença.

As plataformas digitais podem ajudar a criar espaços onde as comunidades partilham as suas histórias — usando vídeos, podcasts e outros formatos — transformando a narrativa numa forma de celebrar a cultura, conectar gerações e construir resiliência. Freire (2005, p. 83) lembra-nos que “o diálogo é indispensável ao ato de cognição que desvenda a realidade”. Quando aplicado ao PCI, isso significa ouvir verdadeiramente as comunidades, incentivar a sua criatividade e apoiar políticas públicas que respeitem o seu ritmo, significados e modos de vida.

6. Estudos de caso

Resumo

O Ecomuseu do Corvo é uma iniciativa que promove a salvaguarda participativa do PCI na ilha mais isolada dos Açores. Mapeia o conhecimento local e organiza atividades comunitárias, valorizando o território e os residentes como curadores da sua própria cultura, em linha com os princípios da sociomuseologia.

Ecomuseu do Corvo (Portugal)

Localizado na ilha mais pequena e isolada dos Açores, o Ecomuseu do Corvo é uma iniciativa focada na valorização do PCI, nascida do desejo de preservar e transmitir os modos de vida tradicionais face ao despovoamento e às pressões da globalização.



Fig. 4 Casa do Tempo, Ecomuseu do Corvo, Portugal. Fonte: <https://ecomuseu-corvo.cultura.azores.gov.pt/>

O ecomuseu desenvolve inventários participativos, mapeando coletivamente conhecimentos e práticas como a pesca artesanal, a panificação e as tradições orais

relacionadas com o mar e o cultivo da terra. Também organiza exposições comunitárias, visitas guiadas, círculos de diálogo e ações ambientais que fortalecem a conexão entre o PCI e a paisagem da ilha. As atividades desenvolvidas pelo Ecomuseu também integram a narrativa como ferramenta de mediação cultural — os residentes partilham as suas experiências, conhecimentos e memórias na primeira pessoa, fortalecendo a ligação entre o passado, o presente e o futuro.

É um museu sem paredes, onde o território é a coleção e os residentes são os verdadeiros curadores da sua própria cultura (Ecoheritage, 2024). Esta perspetiva está alinhada com os princípios da sociomuseologia, que reconhece o museu como uma ferramenta de transformação social e diálogo comunitário (Primo & Moutinho, 2020).

FERRAMENTAS DE AUTOAVALIAÇÃO

PERGUNTA DE AUTORREFLEXÃO

- 1) O que caracteriza o Património Cultural Imaterial na sua comunidade?
- 2) Que práticas culturais vivas existem na sua comunidade?
- 3) Quem são os detentores do conhecimento na sua localidade?
- 4) Como poderia começar um mapeamento participativo do PCI local?
- 5) Como o uso de histórias e narrativas pode fortalecer o reconhecimento e a valorização do PCI na sua comunidade?
- 6) Que considerações éticas devem ser levadas em conta ao documentar uma tradição?
- 7) O que a sua comunidade já está a fazer — ou o que poderia fazer — para preservar as suas práticas culturais?
- 8) Como as diferentes gerações podem se envolver no reconhecimento e na valorização do PCI?
- 9) Que recursos locais (escolas, associações, espaços públicos) podem apoiar um inventário participativo?
- 10) Como o PCI pode envolver-se com os desafios locais (desemprego, migração, perda de identidade)?

TESTE DE AUTOAVALIAÇÃO

- 1) Ao visitar uma feira tradicional numa aldeia rural, observa a troca de receitas antigas, apresentações musicais, a venda de artesanato local e a narração de histórias. Esta cena é um exemplo de:
 - a) Um evento de lazer sem relevância patrimonial.
 - b) Folclore popular desconectado da cultura viva.
 - c) Uma expressão do Património Cultural Imaterial, envolvendo várias categorias, tais como práticas sociais, artes performativas e conhecimentos tradicionais.
 - d) Um evento esporádico com pouca relevância para os inventários do PCI.

- 2) Um grupo comunitário decide começar a mapear o PCI local através de círculos de diálogo com detentores de conhecimento, mapeamento emocional e gravação audiovisual com consentimento. Esta abordagem está alinhada com:
 - a) Técnicas formais destinadas exclusivamente à investigação académica.
 - b) Metodologias participativas para identificar o PCI, baseadas na escuta, no diálogo e no empoderamento da comunidade.
 - c) Processos técnicos liderados por especialistas sem envolvimento local.
 - d) Arquivamento para fins comerciais ou turísticos.

- 3) O território é a coleção e os residentes são os verdadeiros curadores da sua própria cultura. Esta ideia, inspirada no Ecomuseu do Corvo, expressa que:
 - a) A curadoria deve ser realizada por museólogos profissionais.
 - b) O PCI é vivido e construído coletivamente, baseado na vida quotidiana, nos laços comunitários e na memória.
 - c) A cultura só é preservada quando mantida intacta por instituições formais.
 - d) O museu tradicional é mais eficaz na preservação do PCI.

- 4) Durante um workshop, uma residente partilha conhecimentos sobre plantas medicinais utilizadas pela sua avó. Antes de a gravar em vídeo, o facilitador deve:
 - a) Gravar rapidamente para evitar perder o conteúdo.
 - b) Pedir permissão posteriormente, se necessário.
 - c) Explicar o objetivo da gravação e obter consentimento livre, prévio e informado.
 - d) Evitar qualquer formalidade, uma vez que se trata de uma tradição oral.

- 5) Numa comunidade com significativa migração de jovens, uma escola propõe oficinas com mestres locais, bancos de memória e rotas de turismo cultural. Essas ações visam principalmente:
 - a) Substituir práticas tradicionais por formas culturais mais modernas.
 - b) Valorizar e transmitir o PCI, fortalecendo os laços intergeracionais e promovendo o sentimento de pertença à comunidade.
 - c) Transformar o PCI numa atração turística centralizada.
 - d) Preservar o conhecimento exclusivamente em arquivos institucionais.

Soluções

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) C
- 5) B

Referências

- Conselho da Europa. (1992). Convenção Europeia para a Proteção do Património Arqueológico (Revista). *Série de Tratados Europeus*, 143. <https://rm.coe.int/168007bd25>
- Conselho da Europa. (2005). *Convenção de Faro sobre o Valor do Património Cultural para a Sociedade*. <https://rm.coe.int/1680083746>
- EcoHeritage. (2024). *Projeto EcoHeritage*. Projeto EcoHeritage. <https://ecoheritage.eu/>
- União Europeia. (2019). *Diretiva (UE) 2019/790 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de abril de 2019, relativa aos direitos de autor e direitos conexos no mercado único digital e que altera as Diretivas 96/9/CE e 2001/29/CE*. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>
- Florêncio, S. R. R., Bezerra, J. I. M., Clerot, P., Cavalcante, I. M. P., Silva, J. de S., Long, L., Krohn, E. C. R., Silva, A. P., Medeiros, M. da G., & Dutra, M. V. de M. (2016). *Educação Patrimonial: Inventários Participativos*. IPHAN/MEC. http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/inventariodopatrimonio_15x21web.pdf
- Florêncio, S. R. R., Clerot, P., Bezerra, J., & Ramassote, R. (2014). *Educação Patrimonial: Histórico, conceitos e processos*. Iphan. http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/EducPatrimonialweb_final_segunda%20edicao.pdf
- Freire, P. (2005). *Pedagogia do oprimido: Edição do 30.º aniversário* (M. B. Ramos, Trad.; Edição do 30.º aniversário). Bloomsbury Publishing. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>
- Horta, M. de L. P., Grunberg, E., & Monteiro, A. Q. (1999). *Guia Básico de Educação Patrimonial*. IPHAN.

- Primo, J., & Moutinho, M. (2020). Referências teóricas da Sociomuseologia. Em J. Primo & M. Moutinho, *Introdução à Sociomuseologia* (p. 17–34). Lusófona.
- Sou, G., Carvalho, J., Cidade, N., & Nico, M. E. (2022). Um novo método para unir o novo materialismo e o mapeamento emocional: experiências espaço-emocionais em favelas brasileiras afetadas por desastres. *The Qualitative Report*, 27(11), 2432–2445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5744>
- UNESCO. (2003). *Convenção para a Salvaguarda do Património Cultural Imaterial*. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- UNESCO. (2024). *Repositório de materiais para capacitação*. Património Cultural Imaterial da UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/capacity-building-materials>

Fontes adicionais

<https://ich.unesco.org/en/home>

<https://www.ijih.org/>

<https://www.ichngoforum.org/>



HIGHRES

Módulo 2

GESTÃO COLABORATIVA E
ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE



Cofinanciado pela
União Europeia

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

Módulo 2: Gestão colaborativa e envolvimento da comunidade

Se vive numa comunidade, sabe que as relações entre os seus membros são laços fortes essenciais para uma coexistência saudável e para alcançar objetivos comuns que melhoram a vida e preservam a cultura e a identidade da comunidade.

Este módulo é inteiramente dedicado à gestão colaborativa e ao envolvimento da sua comunidade em projetos patrimoniais, especialmente através de ecomuseus e outras iniciativas locais. Analisaremos como a partilha da tomada de decisões e a participação ativa dos habitantes locais podem realmente ajudar a proteger os aspetos físicos e culturais do património de forma sustentável.



Fig. 1 Exploração do território comunitário no Ecomuseu Lis Aganis (Itália). Fonte: Lisa Pigozzi

Terá uma combinação de teoria e ferramentas práticas para ajudá-lo a compreender o que é necessário para gerir o património em conjunto com as comunidades. Ao

analisar exemplos reais e realizar exercícios interativos, aprenderá como apoiar as comunidades na criação e gestão dos seus próprios projetos patrimoniais. O módulo mostra como o envolvimento local não preserva apenas o património: também pode impulsionar o turismo sustentável e ajudar as áreas locais a prosperar.

Além disso, foi concebido para proporcionar às comunidades rurais um melhor acesso a uma educação de qualidade, com recursos online flexíveis que qualquer pessoa pode utilizar.

ÍNDICE DO MÓDULO

Introdução à gestão colaborativa	28
1. Juntos prosperamos: estratégias de envolvimento comunitário	30
1.1. Envolvimento de jovens e voluntários em projetos patrimoniais	31
2. Gestão participativa do património para o turismo sustentável e o desenvolvimento local	33
3. Desafios e soluções na gestão liderada pela comunidade	35
4. Estudos de caso	38
Ferramentas de autoavaliação	42
Referências	44

Introdução à gestão colaborativa

Resumo

Este capítulo apresenta a ideia de gestão colaborativa na conservação do património. Explica os princípios fundamentais e a sua importância, especialmente para os ecomuseus. Irá aprender sobre os diferentes papéis desempenhados pelos governos locais, ONGs, empresas e residentes quando trabalham em conjunto para cuidar do património cultural e natural. Daremos especial atenção aos ecomuseus, que Maggi (2002) descreve como «um pacto entre uma comunidade e o seu património» — um excelente exemplo de como funciona a gestão participativa do património. Além disso, analisaremos alguns documentos oficiais que apoiam a gestão sustentável do património.

Gestão colaborativa significa que diferentes pessoas e grupos partilham a responsabilidade de tomar decisões e cuidar dos recursos em conjunto. Ao contrário da forma antiquada de cima para baixo, esta abordagem dá às comunidades locais o poder de realmente possuir e proteger o seu património, ajudando-o a perdurar a longo prazo. Se pensar na forma como interage com os seus vizinhos ou outros membros da sua comunidade, perceberá que as relações construídas com base em conexões horizontais, entre pares, e numa lógica de trabalho democrática ajudam a alcançar objetivos comuns para o bem da comunidade.

Por outro lado, ao longo do tempo, a ideia de património cultural cresceu muito e agora precisa de especialistas de várias áreas a trabalhar em conjunto para proteger tanto os bens tangíveis (como edifícios ou artefactos) quanto os intangíveis (como tradições ou histórias).

Um grande passo em frente foi a Política de Desenvolvimento Sustentável do Património Mundial da UNESCO, de 2015. Ela trouxe a sustentabilidade para a forma como conservamos e gerimos os sítios do Património Mundial, indicando que a proteção do património cultural e natural deve apoiar os objetivos de desenvolvimento sustentável, tal como afirma a Agenda 2030 das Nações Unidas.



Fig. 2 Exploração do território no Ecomuseu Lis Aganis, 2021. Fonte: Lis Aganis

Usando esta política global como guia, independentemente do tipo de património que você gere (tangível ou intangível, natural ou cultural, local ou regional), vamos apontar as principais ideias a ter em mente para uma gestão bem-sucedida do património.

De facto, a política da UNESCO está estruturada em torno de quatro dimensões-chave que podem ser úteis para refletir sobre a metodologia participativa que pretende aplicar na gestão do seu património. São elas:

1. Desenvolvimento social inclusivo: promover o envolvimento ativo das comunidades locais na gestão do local, respeitar os direitos humanos e as culturas originárias e a equidade intergeracional.
2. Desenvolvimento económico sustentável: incentivar atividades económicas compatíveis com a conservação do património, incluindo turismo responsável, artesanato local e agricultura sustentável.
3. Sustentabilidade ambiental: enfatizar a proteção da biodiversidade, o uso responsável dos recursos naturais e a resiliência às alterações climáticas.
4. Paz e segurança: reconhecer o património como uma ferramenta para o diálogo intercultural, a coesão social e a prevenção de conflitos.

Esta política da UNESCO visa orientar os Estados Partes, os gestores dos locais e as partes interessadas para uma abordagem integrada em que a conservação do património e o desenvolvimento sustentável se reforçam mutuamente. Exemplos de sucesso incluem parcerias entre municípios e associações locais que garantem que os locais culturais permaneçam ativos e relevantes tanto para os habitantes locais como para os visitantes. Os ecomuseus podem ser um exemplo prático das melhores práticas neste domínio, uma vez que trabalham envolvendo as comunidades locais na preservação e valorização do património, envolvendo partes interessadas a diferentes níveis (local, nacional ou mesmo internacional).

1. Juntos prosperamos: estratégias de envolvimento da comunidade

Resumo

Este capítulo trata do envolvimento das comunidades em projetos de conservação do património. Exploraremos técnicas práticas, como tomada de decisão participativa, coleta de histórias orais e narrativa colaborativa, todas ferramentas que ajudam as pessoas a se sentirem conectadas e ativamente envolvidas na proteção do seu património.

Envolver a sua comunidade é fundamental para construir uma forte ligação entre as pessoas e o seu património. Técnicas como o mapeamento participativo, workshops e narração de histórias ajudam os habitantes locais a partilhar os seus conhecimentos e tradições. Existem muitos exemplos excelentes em que os ecomuseus, entre outras iniciativas, utilizaram estes métodos para criar experiências patrimoniais animadas e em constante mudança, que beneficiam tanto os residentes como os visitantes.

Neste capítulo, analisaremos de perto como o envolvimento da comunidade ajuda a proteger o património cultural imaterial. Usando exemplos bem-sucedidos de ecomuseus, vamos nos concentrar em ferramentas práticas como mapeamento, narração de histórias e workshops que dão às pessoas o poder de documentar, interpretar e manter vivo o seu património. Essas abordagens inclusivas criam um senso compartilhado de propriedade, fortalecem os laços comunitários e garantem

que o património continue a ser significativo nos dias de hoje. Com base nos pontos anteriores, é agora o momento de delinear um conjunto de conceitos que nos levarão às secções seguintes:

- Modelos de tomada de decisão participativa: Técnicas para uma governação inclusiva em projetos patrimoniais, garantindo que as vozes da comunidade moldem os resultados.
- Mapeamento comunitário e projetos de história oral: Métodos práticos para documentar o conhecimento local, as paisagens e as tradições através da memória coletiva.
- Envolvimento de jovens, empresas locais e voluntários: Estratégias para envolver diversos membros da comunidade em atividades patrimoniais, desde a cocriação até a promoção.

1.1 Envolvimento de jovens e voluntários em projetos patrimoniais

Envolver jovens e voluntários em projetos patrimoniais nem sempre é fácil, mas é muito importante para alcançar um público mais amplo e garantir que o património seja preservado a longo prazo. Envolver os jovens na gestão do património requer criatividade e esforço contínuo para colmatar o fosso entre as gerações na comunidade. Envolver os jovens e os voluntários é fundamental para tornar estes projetos sustentáveis e bem-sucedidos. Quando os jovens ajudam a proteger as tradições culturais, isso ajuda-os a sentir-se ligados à sua comunidade e orgulhosos do seu património local. Aqui estão algumas ações que podem ajudar a envolver os jovens na gestão do património liderada pela comunidade:

1. Oficinas sobre património

Proporcionam aos jovens a oportunidade de participar ativamente na preservação e promoção do património cultural. Ao envolverem-se em atividades práticas, os jovens adquirem uma compreensão mais profunda do seu património e tornam-se defensores da sua conservação. Alguns ecomuseus utilizam mapas paroquiais para sensibilizar para o património local.



Fig. 3 Alunos do ensino secundário como guias patrimoniais no Ecomuseo Casilino (Roma, Itália, 2021). Fonte: Lisa Pigozzi.

2. Parcerias com escolas:

A colaboração com escolas ajuda a integrar uma ideia ampla de património que pode contribuir para aumentar a sensibilização sobre o património local, tangível ou intangível. Os alunos podem participar em projetos como a criação de histórias orais, o mapeamento de marcos locais ou a realização de pesquisas sobre as tradições da comunidade. Estas parcerias não só educam os jovens, mas também os incentivam a assumir um papel ativo na preservação da cultura local.

3. Campanhas de envolvimento digital:

Com o surgimento das mídias digitais, há um aumento no uso de plataformas sociais para se conectar com o público mais jovem. Narrativas digitais, visitas virtuais e desafios patrimoniais online permitem que os jovens se envolvam com seu património cultural de maneiras inovadoras. Essas campanhas ampliam o alcance dos projetos patrimoniais e incentivam uma conversa global sobre o valor da preservação das tradições.

Ao incorporar estas estratégias, as gerações futuras são informadas sobre o seu património, mas também envolvidas ativamente na sua preservação. Os voluntários, especialmente os jovens, tornam-se a força motriz por trás de um movimento

patrimonial sustentável e dinâmico. O voluntariado é aqui uma forma de apresentar diferentes perspetivas de trabalho aos estudantes.

2. Gestão participativa do património para o turismo sustentável e o desenvolvimento local

Resumo

O aumento da comunicação e a ampla gama de opções de viagem, tanto entre países como dentro da mesma região, levaram alguns locais a experimentar um aumento avassalador do turismo, muitas vezes com efeitos negativos nas comunidades locais que o acolhem. Mas e se imaginássemos um tipo de turismo que não prejudicasse o anfitrião, mas que, em vez disso, se tornasse parte da vida e da identidade locais?

Este capítulo analisa como a gestão colaborativa pode ajudar a criar um turismo sustentável. Destaca formas de equilibrar o acolhimento de visitantes, tendo em mente o bem-estar da comunidade. Também verá como o envolvimento da população local torna as experiências culturais mais autênticas e significativas.

Envolver as comunidades locais na gestão do seu património é fundamental para construir um turismo sustentável e impulsionar o desenvolvimento local. Quando as pessoas têm uma palavra a dizer na preservação e promoção dos seus bens culturais e naturais, os benefícios do turismo são partilhados de forma justa e os habitantes locais desempenham um papel central nas decisões sobre o seu património.

Os ecomuseus, por exemplo, desempenham um papel importante ao incentivar negócios locais, como a venda de artesanato, a oferta de experiências gastronómicas tradicionais e visitas guiadas conduzidas por moradores locais. Exemplos da vida real mostram como esses esforços ajudam as comunidades a se manterem economicamente fortes, ao mesmo tempo que mantêm a sua cultura viva.

1. Envolvimento da comunidade na tomada de decisões:

Nesta abordagem, as comunidades participam ativamente na identificação, proteção e divulgação do seu património. Através de conselhos locais, reuniões e workshops, os residentes podem ajudar a decidir como o seu património é cuidado e utilizado. Desta forma, os projetos patrimoniais refletem verdadeiramente os valores, necessidades e esperanças da comunidade.



Fig. 4 Exploração do território no Ecomuseu Lis Aganis, 2021. Fonte: Lis Aganis.

2. O património como ferramenta para o turismo sustentável:

O turismo prospera quando a população local se sente capacitada para gerir e explicar o seu património. Incentivar o turismo responsável, que respeita as tradições e o ambiente, ajuda a proteger a integridade cultural e natural da região. Também incentiva os visitantes a conectarem-se com a cultura local de forma significativa, criando uma situação vantajosa tanto para os turistas como para os residentes.

3. Benefícios económicos para o desenvolvimento local:

Quando as comunidades lideram a gestão do património, podem beneficiar diretamente — seja através de visitas guiadas, venda de artesanato ou oferta de hospitalidade. Isto ajuda a construir uma economia local sustentável, dando às comunidades mais independência e mantendo o seu património cultural e natural vivo a longo prazo.

Ao integrar a gestão participativa do património nos planos turísticos, as comunidades tornam-se mais fortes e resilientes. Esta abordagem protege o património cultural e apoia um modelo de turismo inclusivo, sustentável e benéfico para todos os envolvidos.

3. Desafios e soluções na gestão liderada pela comunidade

Resumo

A gestão colaborativa traz muitos benefícios, mas também apresenta desafios. Questões como conflitos de interesses, financiamento limitado e governança complicada podem atrapalhar. Este capítulo aborda esses problemas e compartilha algumas soluções inteligentes. Alguns dos maiores obstáculos incluem conciliar as expectativas das diferentes partes interessadas, encontrar apoio financeiro estável e lidar com o esgotamento dos voluntários. Para enfrentar esses desafios, é importante ter uma tomada de decisão direta e aberta, explorar diversas opções de financiamento e investir em formação e capacitação. Também analisaremos lições de exemplos reais em todo o mundo que mostram como as comunidades superaram com sucesso esses obstáculos.

A gestão do património liderada pela comunidade é fundamental para manter o património vivo e impulsionar o desenvolvimento local. Mas nem sempre é fácil — apresentamos a seguir alguns desafios comuns que as comunidades enfrentam, juntamente com possíveis soluções:

1. Desafio: falta de recursos

Os voluntários ajudam muito, mas o financiamento a longo prazo é essencial para a sustentabilidade. Parcerias com agências governamentais, ONGs e organizações internacionais como a UNESCO podem fornecer financiamento e conhecimentos especializados. As empresas locais e os operadores turísticos também podem ser grandes aliados, criando fontes de rendimento que apoiam projetos patrimoniais.

2. Desafio: conflitos de interesses dentro da comunidade

Os projetos patrimoniais muitas vezes envolvem muitas pessoas com prioridades diferentes, o que pode causar conflitos. É importante envolver todos na tomada de decisões. Realizar consultas, reuniões comunitárias e workshops ajuda a reunir diferentes pontos de vista e garante que as decisões respeitem a perspectiva de todos. Essa comunicação aberta pode evitar que desacordos se transformem em problemas maiores.



*Fig. 5 Identificação do património com alunos do ensino secundário no Ecomuseo Casilino, 2021.
Fonte: Lisa Pigozzi.*

3. Desafio: Capacidade e conhecimento limitados

Às vezes, as comunidades não têm as competências técnicas ou o conhecimento para gerir os locais patrimoniais de forma eficaz, especialmente se ainda não estiverem envolvidas no reconhecimento do seu património. Embora seja difícil incluir todos,

alcançar um público amplo é melhor para uma boa preservação e práticas sustentáveis. Oferecer sessões de formação e workshops pode aumentar as competências da comunidade. Trazer especialistas, como conservacionistas ou gestores de turismo, para orientar os habitantes locais também ajuda a construir um conhecimento e uma confiança mais sólidos.

4. Desafio: excesso de turismo e comercialização

O turismo pode definitivamente impulsionar a economia local, mas, se não for gerido corretamente, também pode prejudicar o património cultural, causando superlotação e tornando as coisas menos autênticas. É por isso que o turismo sustentável é tão importante. Isso significa gerir cuidadosamente o número de visitantes, incentivar os turistas a vir durante os períodos de menor movimento e garantir que a comunidade local receba uma parte justa dos benefícios. Encontrar o equilíbrio certo entre receber visitantes e proteger o património é fundamental.

5. Desafio: garantir a sustentabilidade a longo prazo

Manter os projetos patrimoniais da comunidade vivos a longo prazo requer planeamento e compromisso. Sem isso, os projetos podem perder força ou até mesmo desmoronar. A criação de grupos formais, como comitês de gestão do património, pode fornecer estrutura e manter as coisas em movimento. Também é importante ter um apoio jurídico e construir parcerias de longo prazo com organizações ou autoridades locais para garantir que os projetos durem e continuem prosperando.

Embora a gestão liderada pela comunidade enfrente desafios, as soluções residem na promoção da cooperação, no desenvolvimento da capacidade local, na garantia de recursos e na garantia de que tanto a comunidade local como o local patrimonial prosperem juntos. Ao superar esses obstáculos, as comunidades podem assumir a propriedade do seu património cultural e criar experiências turísticas patrimoniais sustentáveis e dinâmicas que beneficiem todos os envolvidos.

4. Estudos de caso

Resumo

Nesta secção, analisaremos quatro projetos locais — dois em Espanha e dois na Holanda — que mostram com sucesso como as comunidades se envolvem em iniciativas em que o património cultural imaterial contribui tanto para o desenvolvimento como para o bem-estar dos seus membros.

1. «Raíces»: Fortalecendo as narrativas comunitárias por meio da arte colaborativa, Espanha



Fig. 6 Projeto «Raíces». Fonte: Manual de Boas Práticas HIGHRES, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

Raíces é um projeto de investigação comunitária liderado por estudantes de mestrado em Educação Estética da Universidade de Jaén, Espanha. O projeto decorreu na zhistórias pessoais, memórias e artesanato tradicional. Em estreita colaboração com a Associação de Moradores de Fuente Zaide, essas histórias foram recolhidas e transformadas num documentário digital que preserva e celebra o património cultural imaterial da comunidade. Usando arte participativa e contação de histórias, *Raíces*

ajudou a unir as pessoas, deu aos residentes uma voz mais forte e impulsionou a identidade local. Ao misturar conhecimento tradicional com ferramentas digitais, o projeto mostra como o trabalho conjunto pode proteger o património cultural. Ele também destaca como as parcerias entre universidades e comunidades podem construir resiliência, incentivar conexões intergeracionais e apoiar o desenvolvimento sustentável — tudo isso pode ajudar a promover o turismo local e o crescimento económico.

2. «Vientos del Tiempo»: Revitalizando tradições orais através do teatro e dos meios digitais, Espanha



Fig. 7 Projeto “Vientos del Tiempo”. Fonte: Manual de Boas Práticas HIGHRES, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

«Vientos del Tiempo» é um projeto cultural de Torredonjimeno, Espanha, que dá nova vida às tradições orais e ao património local através do teatro e dos meios digitais. Este grupo sem fins lucrativos envolve a comunidade através de narração dramatizada, visitas guiadas e obras audiovisuais para manter vivas as histórias, os costumes e as figuras históricas regionais. Ao combinar apresentações ao vivo com plataformas modernas, como a televisão e as redes sociais, tornam os contos tradicionais frescos e emocionantes, especialmente para o público mais jovem. Alguns destaques incluem a série “Tiempo de Navidad” e a parceria com influenciadores do TikTok para divulgar a história local de maneiras divertidas. Este projeto não só aumenta o orgulho cultural e os laços entre gerações, mas também ajuda o

turismo, tornando as experiências patrimoniais mais acessíveis e envolventes. “Vientos del Tiempo” mostra como a narrativa combinada com ferramentas digitais pode

proteger o património imaterial, ao mesmo tempo que constrói o espírito comunitário e apoia o crescimento local.

3. Identificando o Património Imaterial, Arnhem, Países Baixos



Fig. 8 Projeto Spotting Intangible Heritage. Fonte: página web do Centro Holandês para o Património Cultural Imaterial, <https://www.immaterieelerfgoed.nl/en/spotten>

Identificar o património imaterial é um projeto interessante realizado pelo Centro Holandês para o Património Cultural Imaterial, parte do Ministério da Educação, Cultura e Ciência (OCW). O seu objetivo é sensibilizar as pessoas em toda a Holanda para o património cultural imaterial (PCI). Eles colocam códigos QR em aldeias, cidades e locais culturais que os visitantes podem digitalizar para descobrir histórias digitais sobre tradições e práticas locais. O que é realmente especial é a forma como essas histórias são criadas: o Centro de Conhecimento começa com um roteiro básico, mas depois as comunidades locais acrescentam as suas próprias histórias e experiências pessoais. Este trabalho em equipa entre residentes, escritores e profissionais da comunicação social garante que o conteúdo seja autêntico e envolvente. Ao combinar

tecnologia com as vozes reais da comunidade, o Spotting Intangible Heritage ajuda a dar vida à cultura local e torna as pessoas mais ligadas ao local onde vivem.

<https://www.immaterieelerfgoed.nl/en/spotten>

4. Museu Nacional do Holocausto

O Museu Nacional do Holocausto adota uma abordagem prática, envolvendo diretamente os sobreviventes do Holocausto e suas famílias na criação das suas exposições. Os sobreviventes partilham as suas histórias e experiências pessoais, que se tornam uma parte fundamental da forma como o museu conta a sua história. Esse trabalho em equipa ajuda a manter as exposições autênticas e profundamente comoventes, ao mesmo tempo que honra as vozes daqueles que viveram o Holocausto. É uma forma de garantir que a mensagem do museu seja respeitosa, significativa e verdadeiramente conectada à vida das pessoas reais.

<https://jck.nl/en/location/national-Holocaust-museum>



Fig. 9 Museu Nacional do Holocausto. Fonte: Foto de Mike Bink, HIGHRES Good Practices Handbook, <https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

FERRAMENTAS DE AUTOAVALIAÇÃO

PERGUNTAS DE AUTORREFLEXÃO

- 1) Por que a gestão colaborativa é importante para a sustentabilidade do património?
- 2) Quais são os principais desafios do envolvimento da comunidade em projetos patrimoniais?
- 3) Como podem as empresas locais contribuir para o turismo sustentável?
- 4) Que estratégias participativas aplicaria para envolver os jovens num projeto patrimonial?
- 5) Em que medida o turismo liderado pela comunidade difere dos modelos turísticos tradicionais?
- 6) Que estruturas de governação podem apoiar uma colaboração eficaz entre as partes interessadas?

TESTE DE AUTOAVALIAÇÃO

- 1) Qual é o objetivo principal da gestão colaborativa?
 - a) Aumentar o controlo governamental
 - b) Promover o turismo de massa
 - c) Capacitar as comunidades locais
 - d) Reduzir a diversidade cultural
- 2) Verdadeiro ou falso: o turismo sustentável sempre prioriza o crescimento económico em detrimento da preservação cultural.
 - a) Verdadeiro
 - b) Falso
- 3) Qual das seguintes opções não é uma estratégia de envolvimento da comunidade?
 - a) Mapeamento participativo
 - b) Projetos de história oral

- c) Exclusão das partes interessadas locais da tomada de decisões
- d) Narração colaborativa

4) Qual é o principal desafio na gestão colaborativa?

- a) Garantir que todas as partes interessadas tenham voz
- b) Recursos financeiros limitados
- c) Complexidades da governança
- d) Todas as opções acima

5) Verdadeiro ou falso: os ecomuseus dependem de um modelo de gestão hierárquico.

- a) Verdadeiro
- b) Falso

Soluções

- 1) C
- 2) B
- 3) C
- 4) D
- 5) B

Referências

Maggi, M. (2002). *Ecomuseus: Guia Europeu*. Turim, Itália: Umberto Allemandi.

Diretrizes da UNESCO para o Turismo Sustentável. Disponível em:
www.unesco.org/tourism

Política da UNESCO para o Património Mundial e o Desenvolvimento Sustentável.
Disponível em: <https://whc.unesco.org/en/activities/948/>

Fontes adicionais

Concomitentes: Promove a criação de obras de arte e medeia a negociação entre promotores cidadãos e artistas. <https://concomitentes.org/en/>

Formação da UNESCO sobre Gestão Colaborativa e Integrada de Paisagens Protegidas e Patrimoniais: <https://whc.unesco.org/en/collaborative-management-training/>

Fundação Daniel e Nina Carasso: Comprometida com o campo da arte cívica, para o desenvolvimento do pensamento crítico e o fortalecimento da coesão social. <https://www.fondationcarasso.org/la-fondation/nos-modes-d-action/>

Framer Framed: Plataforma para arte contemporânea, cultura visual e teoria e prática críticas. <https://framerframed.nl/en/community-learning/>



HIGHRES

Módulo 3

PROMOVENDO UMA CULTURA DE
INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

MÓDULO 3: Promovendo uma cultura de inovação e criatividade

Quando um projeto é posto em prática dentro de uma comunidade, as ideias começam a fluir; surgem perguntas, são propostas metas e emergem necessidades. Com o tempo, todos esses elementos começam a se entrelaçar, conectando-se de maneiras significativas para moldar um objetivo comum. E então chega aquele momento emocionante: é hora de decidir *como* vamos fazer isso acontecer e *quais ferramentas* usaremos para dar vida ao projeto.



Fig. 1 Folgarosa vai ao Museu de Arte Popular Portuguesa, Performance e inauguração da obra coletiva de Folgarosa. Fonte: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/1>

Este módulo convida-o a refletir sobre como promover uma cultura de inovação baseada na escuta atenta, na criatividade e na valorização do conhecimento local. Apresenta fundamentos teóricos e caminhos práticos para fomentar a inovação tanto em contextos comunitários como institucionais, com foco na criação de espaços de inovação estruturados, transparentes e participativos. O módulo aborda metodologias colaborativas, práticas de gestão participativa e ferramentas digitais como Padlet, Miro, Trello e ClickUp, que apoiam o registo e o acompanhamento de ideias. Também

propõe a criação de espaços físicos e virtuais de cocriação, fortalecendo os laços, o sentimento de pertença e a ação coletiva. No final, será convidado a imaginar e desenvolver ações inovadoras com a sua comunidade, respeitando o território, o património cultural imaterial e os valores colaborativos.

ÍNDICE DO MÓDULO

Introdução	49
1. Cultura de inovação e criatividade	50
2. Organizar um espaço inovador na comunidade	51
2.1. Porquê e como criar um departamento de inovação numa instituição	52
3. Métodos para estimular a inovação coletiva	54
4. Ferramentas digitais e plataformas de inovação	55
5. Sustentabilidade, colaboração e aplicação prática	56
5.1. Formas práticas de desenvolver uma cultura de inovação	58
6. Estudos de caso	56
Ferramentas de autoavaliação	59
Referências	64

Introdução

Resumo

Este módulo apresenta estratégias para promover uma cultura de inovação em comunidades rurais por meio da escuta atenta, da criatividade e da valorização do conhecimento local. Ele apresenta ferramentas digitais e métodos participativos que podem apoiar o processo, juntamente com um estudo de caso inspirador. Ao final, espera-se que você se sinta motivado a desenvolver ações inovadoras e sustentáveis com a sua comunidade.

Como podemos trabalhar juntos para resolver os desafios nas nossas comunidades? Que ferramentas temos para trabalhar de forma colaborativa, horizontal e inclusiva? Estas são algumas das questões sobre as quais podemos começar a refletir ao iniciar o Módulo 3 desta formação.

Este módulo convida-o a pensar em como incentivar uma cultura de inovação e criatividade nas áreas rurais, valorizando o património cultural imaterial por meio da colaboração, da escuta ativa e da experimentação de novas ideias — sempre conectadas ao contexto local e às instituições existentes.

Inspirados por pensadores como Henry Chesbrough (2003), Paulo Freire (2005), René Barbier (1998) e Judite Primo e Mário Moutinho (2021), analisamos formas de apoiar esforços conjuntos que fazem a diferença na sociedade e na cultura. O tipo de inovação em que nos concentramos cresce através da participação, da conversa aberta e do respeito por diferentes perspetivas.

Além de discutir essas ideias, este módulo destaca a necessidade de criar estruturas que deem autonomia às pessoas e ofereçam caminhos definidos para o envolvimento e o acompanhamento. Plataformas digitais como Padlet, Miro, Trello e, especialmente, ClickUp são apresentadas como ferramentas úteis para planejar, desenvolver e, em conjunto, colocar ideias em prática.

No final do módulo, esperamos que se sinta inspirado para imaginar e realizar ações inovadoras e baseadas na comunidade que valorizem e protejam o património local.

1. Cultura de inovação e criatividade

Resumo

Neste capítulo, refletimos sobre os conceitos e significados da promoção de uma cultura de inovação em contextos comunitários. Para além das tecnologias e novas tendências, a inovação surge da escuta atenta, da experimentação e do reconhecimento do conhecimento local. Será convidado a explorar o potencial criativo dentro da sua própria comunidade e a compreender a inovação como uma prática coletiva e colaborativa profundamente enraizada no território.

A inovação nas nossas comunidades vai além da introdução de novas tecnologias ou tendências. Começa com a escuta verdadeira, a valorização do conhecimento local e a construção conjunta de soluções ligadas às experiências da vida real. Inspirada nas ideias de Paulo Freire (2014) e René Barbier (1997), inovação significa dialogar com a terra e as suas pessoas — começando com a escuta ética e empática como primeiro passo para a mudança.



Fig. 2 Co-criação na aldeia. Processo criativo da obra de Folgarosa. Fonte: SAMP-11, <https://www.museunaaldeia.pt/obras/folgarosa-vai-ao-museu-de-arte-popular-portuguesa/>

Desta forma, uma cultura de inovação não se resume a inventar algo novo. Envolve também recuperar tradições, repensar hábitos quotidianos e usar diferentes tipos de conhecimento para enfrentar desafios comuns. A criatividade é vista como algo que construímos juntos ao longo do tempo, apoiados por espaços que acolhem a imaginação, a experimentação, os erros e a aprendizagem ao longo do caminho.

Referindo-nos à ideia de uma Cultura de Inovação nos museus (Eid & Forstrom, 2021), vemos que, quando os ambientes estão abertos à participação, colaboração e diversidade, eles incentivam as pessoas a se envolverem e se tornarem mais flexíveis. Mas, para que a inovação realmente tome forma, é importante ter um forte apoio institucional que ajude a organizar, manter e orientar esses esforços.

É por isso que a criação de um Departamento de Inovação pode fazer uma grande diferença: uma equipa focada neste trabalho, idealmente com o seu próprio orçamento e as ferramentas certas para promover a escuta ativa, gerir propostas e acompanhar o progresso de novas ideias.

Incentivar uma cultura de inovação significa construir confiança, reconhecer o poder da criatividade coletiva e escolher a liderança participativa como forma de promover mudanças positivas — com cuidado, abertura e coragem para começar de novo com base em experiências reais.

2. Organizar um espaço inovador na comunidade

Resumo

Este capítulo convida-o a refletir sobre como criar espaços — físicos ou digitais — que promovam o surgimento da inovação. Mais do que apenas infraestrutura, esses espaços exigem escuta, confiança e inclusão. Serão discutidas estratégias para transformar ambientes cotidianos em locais de encontros criativos e participativos. Também será apresentada a proposta de criar um Departamento de Inovação dentro das instituições, como forma de institucionalizar práticas inovadoras e promover uma participação estruturada, colaborativa e sustentável.

Mais do que tecnologia ou estruturas físicas, o verdadeiro poder de uma ideia reside na força das relações que a sustentam. A inovação cresce em locais — sejam eles presenciais ou online — onde as pessoas se sentem ouvidas, incluídas e motivadas a criar em conjunto. Esses locais podem ser escolas, museus, grupos comunitários, praças públicas ou redes digitais. Se é alguém que está ativamente envolvido na sua comunidade, sabe que essas práticas e espaços de encontro são uma parte comum da vida quotidiana.

Laboratórios de inovação, espaços interativos ou plataformas online podem tornar-se centros de escuta ativa, cocriação e conversação aberta. Para dar a esses espaços mais estrutura e impacto a longo prazo, eles podem ser formalmente criados como um Departamento de Inovação — com uma estrutura definida, equipa, orçamento, objetivos e um coordenador responsável por orientar e dinamizar o processo.

Este departamento deve ser um ambiente seguro, inclusivo e transparente, acolhendo também pessoas de fora da instituição. O seu papel é conectar diferentes iniciativas e setores, apoiar ideias partilhadas e incentivar uma cultura de inovação enraizada na escuta e na liderança partilhada.

Como Henry Chesbrough (2003) aponta, boas ideias podem surgir de qualquer lugar, desde que o ambiente seja aberto, colaborativo e inclusivo. Criar espaço para a inovação significa garantir que todas as vozes sejam ouvidas — isso é uma escolha política, um esforço criativo e algo profundamente ligado ao lugar onde acontece.

2.1 Organizar um espaço inovador na comunidade

Um Departamento de Inovação ajuda a transformar uma instituição num espaço mais criativo, colaborativo e responsivo — um espaço que está verdadeiramente ligado às necessidades das pessoas que ele serve. Isto pode aplicar-se a museus, associações, grupos comunitários, redes ou qualquer iniciativa coletiva. Incentiva a participação, organiza ideias e apoia soluções partilhadas para desafios internos e externos.

Além de gerir propostas de forma transparente, o departamento lidera esforços de formação contínua e constrói laços mais fortes com a comunidade, garantindo que as suas ações reflitam a missão social da instituição. Em suma, propõe, apoia, executa e

avalia ideias inovadoras que têm impacto real, baseadas na realidade local e nas experiências das pessoas.

Como configurá-lo:

- **Defina o objetivo:** pense nos principais desafios da comunidade. O Departamento de Inovação deve ajudar a melhorar processos, valorizar ideias, ouvir as pessoas e incentivar mudanças significativas.
- **Torne-o oficial:** crie o departamento formalmente, com um nome, uma missão específica e um espaço designado (físico ou digital). É importante designar alguém para coordenar, mobilizar e acompanhar as ações.
- **Garanta apoio e estrutura:** Reserve um orçamento, se possível, monte uma equipa de apoio e certifique-se de que o departamento seja reconhecido e conectado com todos.
- **Use plataformas colaborativas:** ferramentas como ClickUp, Miro e Trello podem ajudar a reunir ideias, gerir projetos e manter o processo transparente.
- **Convide uma ampla participação:** abra caminhos para que todos possam participar, incluindo funcionários, membros da comunidade, parceiros, visitantes do museu e instituições públicas ou privadas interessadas em projetos culturais. Isso cria uma cultura de escuta e inovação aberta.
- **Acompanhe o progresso e comemore:** mantenha registos do que foi aprendido, avalie os resultados e reconheça os esforços de todos. Desenvolva e execute um plano estratégico com base nessas experiências.

3. Métodos para estimular a inovação coletiva

Resumo

Neste capítulo, irá explorar metodologias participativas que ajudam a transformar ideias em ações. Ferramentas como design thinking, mapas de empatia e workshops de cocriação são apresentadas como formas de incentivar a colaboração e a construção coletiva de soluções. Iremos refletir sobre como adaptar esses métodos às realidades de cada comunidade, respeitando o conhecimento e as práticas locais.

Muitas vezes, a inovação coletiva acontece quando as pessoas se reúnem para ouvir, imaginar, partilhar ideias e agir em grupo. Para que isso funcione de verdade, é importante usar métodos que apoiem a participação, o diálogo e a criatividade — elementos centrais da gestão participativa.

Essas abordagens devem fazer parte do Departamento de Inovação, que desempenha um papel fundamental no incentivo e na orientação desses processos. Esse departamento pode organizar formações, reuniões e atividades que promovam o uso dessas ferramentas e ajudem a manter um ambiente de inovação forte e colaborativo. Já participou numa conversa simples em grupo que deu origem a uma ideia poderosa?

Seguindo as ideias de autores como Demo (2021) e Tenório (1998), reconhecemos que a inovação depende da escuta ativa, da responsabilidade partilhada e do respeito por diferentes formas de conhecimento.

Aqui estão alguns métodos úteis:

- **Design Thinking** – Um processo centrado nas pessoas, focado na empatia e no teste de novas ideias. (Mais sobre Design Thinking no Módulo 6)
- **Mapas de empatia** – Uma ferramenta para compreender melhor como os participantes se sentem e veem as coisas.
- **Workshops de cocriação** – Espaços onde as soluções são construídas em conjunto, com base na experiência partilhada.

- **Círculos de Conversa** – Conversas abertas e respeitosas que valorizam o conhecimento local.
- **Atividades visuais e sensoriais** – Formas criativas de expressar e explorar ideias.

Contar histórias (Lambert & Hessler, 2018) também pode ser uma forma poderosa de dar sentido às experiências e aproximar as comunidades. Nesta perspetiva, a inovação não se resume apenas a ideias — é uma jornada partilhada de ouvir, criar e transformar.

4. Ferramentas digitais e plataformas de inovação

Resumo

Este capítulo apresenta ferramentas digitais que apoiam a organização, monitorização e colaboração de projetos inovadores. Os recursos apresentados incluem Padlet, Miro, Trello e ClickUp, que são úteis para registar ideias, planear ações e incentivar a participação coletiva. Também explora o papel estratégico do Departamento de Inovação na mediação desses processos, garantindo que as propostas não se percam, mas evoluam com transparência e responsabilidade compartilhada. O uso da tecnologia deve ser adaptado aos contextos locais e sempre servir à inclusão, à escuta ativa e à cocriação.

Não se trata apenas de ter novas ideias, mas também de apoiar o seu desenvolvimento, construir conexões fortes e trabalhar em conjunto para transformá-las em realidade. Para que isso aconteça, é essencial o envolvimento ativo dos participantes, o uso de ferramentas digitais e um apoio institucional sólido, especialmente por meio do Departamento de Inovação.

Este departamento deve orientar e apoiar os processos criativos, garantindo que as propostas sejam documentadas, acompanhadas e desenvolvidas com transparência, respeito e responsabilidade partilhada. Com a ajuda de ferramentas digitais, torna-se mais fácil organizar ideias, atribuir tarefas, manter a comunicação fluida e manter a consistência ao longo do tempo.

Quando utilizadas de forma ponderada, estas ferramentas ajudam a aumentar a participação e tornam mais visível o percurso de construção conjunta de ideias. Como Eid & Forstrom (2021) salientam, a inovação digital deve melhorar — e não substituir — as interações do mundo real, focando-se sempre na inclusão, na escuta e no trabalho em equipa.

Ao introduzir a tecnologia, é importante levar em consideração a situação local: acesso à Internet, dispositivos disponíveis e familiaridade das pessoas com o uso de ferramentas digitais. Oferecer suporte técnico básico e treinamento fácil de entender ajuda todos a se sentirem confiantes e seguros ao participar.

Aqui estão algumas plataformas simples e fáceis de usar:

- **Padlet** – Um quadro digital partilhado para textos, imagens, vídeos e áudio.
- **Miro** – Um espaço visual para planejar, colaborar e mapear ideias.
- **Trello** – Uma ferramenta para acompanhar tarefas e definir prazos.
- **ClickUp** – Uma plataforma completa para gestão de projetos transparente e baseada em grupos.

Mais do que apenas conectar dispositivos, a tecnologia deve aproximar as pessoas – com cuidado, atenção e respeito.

5. Sustentabilidade, colaboração e aplicação prática

Resumo

Este capítulo reflete sobre como tornar a inovação viável e duradoura. Aqui, a sustentabilidade não se limita ao uso consciente dos recursos, mas também envolve ouvir as pessoas, respeitar o conhecimento local e criar soluções que façam sentido para aqueles que vivem no território. A colaboração entre diferentes atores sociais é apresentada como um elemento-chave para transformar ideias em práticas contínuas.

Como podemos incentivar uma cultura de inovação numa comunidade?

É preciso mais do que boas ideias — trata-se de criar o ambiente certo para que essas ideias possam criar raízes, crescer e transformar-se em ações coletivas significativas. Para que a inovação seja duradoura, ela deve estar ligada ao local, ao conhecimento das pessoas locais e às vidas que elas levam. Deve tocar as pessoas emocionalmente — porque sem um sentimento de pertença, a verdadeira mudança não acontece.

A gestão participativa desempenha um papel fundamental. Como Tenório (1998) salienta, isso significa envolver todos, desde o planeamento até à avaliação, incentivando a responsabilidade partilhada e a abertura. Elinor Ostrom (2012) também nos lembra do valor da governança colaborativa e do cuidado coletivo dos recursos partilhados. Neste contexto, a criação de um Departamento de Inovação ajuda a dar estrutura e apoio a longo prazo a esses esforços.

5.1 Formas práticas de desenvolver uma cultura de inovação

Escuta e gestão participativa:

- Crie um Departamento de Inovação.
- Criar espaços abertos para o diálogo e a escuta (por exemplo, círculos de conversação, cafés culturais).
- Utilizar práticas participativas em todas as etapas do processo.
- Envolver diferentes faixas etárias e comunidades desde o início.

Criatividade e métodos colaborativos:

- Encarar a criatividade como uma jornada partilhada que acolhe os erros e a aprendizagem em conjunto.
- Apoiar a cocriação por meio de workshops, testes e atividades práticas.
- Aplicar ferramentas como design thinking, mapas de empatia e experiências sensoriais.

Tecnologia e sustentabilidade:

- Use ferramentas digitais simples (Padlet, Miro, Trello) para documentar e acompanhar o progresso.
- Mapear o conhecimento e os recursos locais com métodos visuais e emocionais.
- Comemore o que foi alcançado e o aprendizado conjunto.
- Use círculos de feedback, registros de experiências e diários para refletir e melhorar.

Construir uma cultura de inovação requer um planeamento cuidadoso e apoio institucional. Mas, na sua essência, é um processo partilhado de imaginar, pertencer e moldar futuros possíveis. Esses esforços também ajudam a proteger o património cultural imaterial, honrando o conhecimento vivo e a criatividade coletiva.

6. Estudos de caso

Resumo

Nesta secção, exploraremos dois estudos de caso que refletem perfeitamente o conteúdo abordado neste módulo. Através deles, descobriremos dois exemplos bem-sucedidos de inovação e criatividade em contextos sociais específicos: o projeto *Museu na Aldeia*, de Portugal, e o *Concomitentes*, da Espanha.

1. Museu na Aldeia, Portugal

O projeto “Museu na Aldeia”, realizado em Portugal, ilustra como os museus urbanos podem se conectar de forma sensível com as comunidades rurais. A iniciativa começou com uma pergunta provocativa: e se o museu fosse até as pessoas? A partir desse ponto de escuta ativa, surgiram workshops, rodas de conversa e criações artísticas — enraizadas nas memórias, afetos e conhecimentos locais.



Fig. 3 Grande-Encontro, espetáculo musical apresentado pela equipa. Fonte: Gil de Lemos, <https://www.museunaaldeia.pt/sobre/#grande-encontro>

Em vez de fornecer conteúdo pré-embalado, o projeto atua como um mediador entre instituições e territórios, promovendo trocas horizontais e relações de confiança. Em linha com a ideia de “inovação museológica participativa” (Eid & Forstrom, 2021), ele rompe com a lógica vertical das práticas culturais e abraça a coautoria.

O «Museu na Aldeia» demonstra que a inovação pode ser simples: ouvir, acolher e criar com o que já está presente. É um exemplo poderoso de como uma cultura de inovação pode surgir do afeto, da escuta profunda e da colaboração genuína com as comunidades.

2. Concomitantes, Espanha

A Concomitantes faz parte de uma rede europeia de organizações que promovem e financiam projetos comunitários que conectam uma comunidade, cidade ou grupo civil com artistas para realizar ideias que respondem às necessidades e objetivos desse grupo.

Este projeto demonstra como desenvolver iniciativas inovadoras com a criatividade como princípio orientador.



Fig. 4 Futurefarmers como artistas seleccionados por «Os contos do leite». Fonte: Ana Escariz Pérez e Ana Moure Rosende, <https://concomitantes.org/futurefarmers-son-as-artistas-seleccionadas-por-os-contos-do-leite/>

FERRAMENTAS DE AUTOAVALIAÇÃO

QUESTÕES DE AUTORREFLEXÃO

- 1) Pense nos espaços à sua volta que promovem a inovação e a criatividade
- 2) Já se perguntou de onde vêm as ideias que realmente transformam uma comunidade?
- 3) Já participou numa conversa simples em grupo que deu origem a uma ideia poderosa?
- 4) Como podemos garantir que uma ideia inovadora não se perca pelo caminho?
- 5) Como podemos incentivar uma cultura de inovação numa comunidade?

TESTE DE AUTOAVALIAÇÃO

- 1) Durante uma roda de conversa, as práticas tradicionais são partilhadas e recebidas com atenção e empatia, sem interrupções. Esta atitude contribui para uma cultura de inovação porque:
 - a) Permite que as ideias sejam avaliadas com base em dados técnicos.
 - b) Garante que apenas especialistas validem o conhecimento local.
 - c) Valoriza a escuta sensível e cria um ambiente propício à criatividade da comunidade.
 - d) Substitui o diálogo por registos objetivos para consulta futura.
- 2) Numa associação cultural, foi criado um espaço onde os residentes podem sugerir melhorias para a comunidade, tais como revitalizar praças públicas, organizar workshops ou realizar eventos locais. A equipa de inovação é responsável por organizar as propostas, coordenar recursos e acompanhar a implementação coletiva. Neste contexto, qual é o principal papel de um Departamento de Inovação numa comunidade ou instituição cultural?
 - a) Monitorizar o uso das redes sociais e ferramentas digitais.
 - b) Organizar ideias, incentivar a participação e apoiar a implementação de ações inovadoras enraizadas no território.
 - c) Executar projetos técnicos sem envolver a comunidade.

- d) Garantir que todas as decisões sejam tomadas pela equipa de gestão central.
- 3) Uma comunidade decide usar áudio, imagens e narrativas para construir um mural online de memórias locais. Esta prática fortalece a cultura da inovação porque:**
- a) Utiliza plataformas digitais para promoção externa.
 - b) Incentiva a narrativa como ferramenta de mobilização e pertencimento.
 - c) Prioriza a documentação formal para fins institucionais.
 - d) Substitui o trabalho manual por soluções tecnológicas.
- 4) Um projeto externo é implementado sem consultar a comunidade local, resultando em desinteresse e abandono. Este exemplo mostra:**
- a) Que a inovação depende exclusivamente da tecnologia aplicada.
 - b) Que a ausência de escuta e participação enfraquece a cultura de inovação.
 - c) Que o planeamento técnico supera o envolvimento social.
 - d) Que as comunidades rurais têm adaptabilidade limitada.
- 5) Numa atividade comunitária, pessoas de diferentes gerações partilham histórias e co-criam uma exposição de memórias locais utilizando registos físicos e digitais. Esta prática promove uma cultura de inovação porque:**
- a) Centraliza as decisões na liderança institucional.
 - b) Promove a coautoria, o diálogo intergeracional e a valorização do conhecimento local.
 - c) Garante resultados técnicos para as políticas públicas.
 - d) Prioriza formatos museológicos tradicionais.
- 6) Um grupo cria um mural colaborativo online com conteúdo emocional sobre práticas alimentares, festivais e objetos do cotidiano. Esta ferramenta digital contribui para a cultura da inovação ao:**
- a) Recolher dados culturais para fins turísticos.
 - b) Criar uma base de dados para gestão pública.
 - c) Integrar tecnologia, conexão emocional e participação como práticas de inovação baseadas na comunidade.
 - d) Substituir encontros presenciais e rituais comunitários.

Soluções

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) B
- 5) B
- 6) C

Referências

Barbier, R. (1998). A escuta sensível na abordagem transversal. Em J. Barbosa (Ed.), *Multirreferencialidade nas ciências e na educação* (pp. 168–199). UFSCar.

Chesbrough, H. (2003). *Inovação aberta: o novo imperativo para criar e lucrar com a tecnologia*. Harvard Business School Press.

Demo, P. (2021). *Educar pela pesquisa* (10ª ed.). Editora Autores Associados.

Eid, H.; Forstrom, M. (Eds.). (2021). *Inovação em museus: Construindo museus mais equitativos, relevantes e impactantes*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Freire, P. (2005). *Pedagogia do oprimido* (30.ª edição de aniversário, M. B. Ramos, trad.). Bloomsbury Publishing. <https://envs.ucsc.edu/internships/internship-readings/freire-pedagogy-of-the-oppressed.pdf>

Lambert, J., & Hessler, B. (2018). *Narração digital: Capturando vidas, criando comunidade* (5ª ed.). Routledge.

Ostrom, E. (2012). *Governando os bens comuns: A evolução das instituições para a ação coletiva*. Cambridge University Press.

Primo, J.; Moutinho, M. C. (Eds.). (2021). *Teoria e prática da Sociomuseologia*. Departamento de Museologia, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. https://www.museologia-portugal.net/files/teoriaepratica_sociomuseologia2021_0.pdf

Tenório, F. G. (1998). *Gestão social: Uma perspectiva conceitual*. *Revista de Administração Pública*, 32(5), 7–23.

Fontes adicionais

<https://www.museunaaldeia.pt>

<https://concomitentes.org>

<http://www.nouveauxcommanditaires.eu>

<https://www.neueauftraggeber.de>

<https://www.atitolo.it>



HIGHRES

Módulo 4

A CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS
DIGITAIS SOBRE O PATRIMÓNIO
CULTURAL IMATERIAL



Cofinanciado pela
União Europeia

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

MÓDULO 4: A construção de narrativas digitais sobre o património cultural imaterial

Encontrar uma ideia para uma história pode ser fácil para algumas pessoas e um pesadelo para outras. Quando se trata de encontrar uma ideia para uma história sobre património cultural imaterial, como no âmbito deste projeto, pelo menos este tema fornece algum tipo de orientação. Mas então, depois de decidir o tema, é preciso montar uma história que não só apresente o que é esse património, mas que também seja cativante e inspiradora. E quando tiver tudo isso resolvido, há outro obstáculo a superar: como tornar a história útil quando se trata de preservar e promover o património cultural imaterial? Neste módulo, abordaremos essas questões passo a passo.

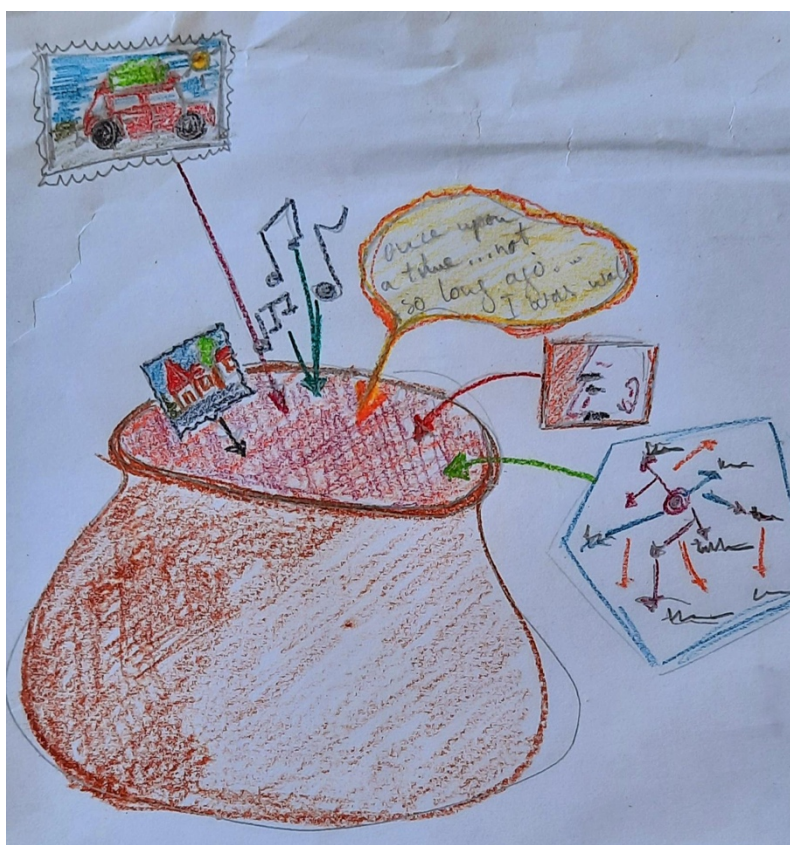


Fig. 1 Preparando uma história digital. Fonte: Coleção particular

ÍNDICE DO MÓDULO

Introdução	69
1. Encontrando a história	70
1.1.O tema	71
1.2.O que contar sobre o tema	71
1.3.Quem está a contar	71
2. Construindo a história	73
2.1.Construindo o enredo	74
2.2.Adicionar «carne ao esqueleto»	75
2.3.Criar um storyboard	75
2.4.Storyboard	76
3. Do storyboard à história digital	77
3.1.Ferramentas para a criação de histórias digitais	74
3.2.O fim da história	78
4. Estudos de caso	79
Ferramenta de autoavaliação	81
Referência	83

Introdução

Resumo

A arte, ou costume, de contar histórias é tão antiga quanto a linguagem humana. O surgimento da narrativa digital coincide com a popularização dos computadores e da Internet no final da década de 1990. E embora existam diferenças óbvias, o que a narrativa tradicional e a narrativa digital têm em comum é a importância eminente da construção da história. Se essa construção for fraca, a história não se sustentará. Neste módulo, oferecemos informações práticas que o ajudarão a construir histórias que promoverão o seu património cultural imaterial, com ênfase nas que conta e partilha digitalmente.

Digital Storytelling

=

Using technology to tell stories

Fig. 2 Narração de histórias. Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=A_fU-f8E1CU por The Learning Portal, licenciado sob CC BY NC SA.

Quer conte histórias para fins de marketing, como forma de arte, para entusiasmar as pessoas com algo ou para as informar, a sua história só atingirá o seu objetivo se o ouvinte ficar cativado por ela. Se duvidar da veracidade destas palavras, considere, por exemplo, os anúncios que vê na televisão ou ouve no rádio. Existem apenas alguns que «ficam na memória», certo? Por que ficam na memória? Talvez nunca tenha pensado

nisso, mas a razão para isso é que eles atendem a certos requisitos de «narração de histórias», tais como: o objetivo da história e a perspectiva a partir da qual ela é contada são bem definidos; a presença de um ou mais elementos que prendem a atenção do ouvinte ou espectador (pode chamar isso de «questão-chave»); conteúdo emocional reconhecível; uma voz que personaliza a história e ajuda a dar sentido ao conteúdo (visual ou auditivo) da história; um ritmo no qual a história é transmitida que ajuda a manter a atenção; a quantidade certa de informação (nem excessiva, nem insuficiente); o uso de imagens e/ou sons que embelezam e complementam o enredo; a duração da história (as histórias digitais duram até 4 minutos, muitas vezes menos de 4).

Neste módulo, abordamos passo a passo os elementos aos quais deve prestar atenção se quiser chamar a atenção para o património cultural imaterial através de uma história contada e partilhada digitalmente. Para isso, usamos as seguintes perguntas: Qual é o tema? O que quer contar sobre ele? Quem está a contar? Como vai contar e partilhar a sua história?

1. Encontrar a história

Resumo

Algumas pessoas ficam loucas quando têm de decidir o assunto ou tema da sua história. Provavelmente não será uma delas, porque o tema está amplamente definido: «património cultural imaterial». Esta é a sua premissa. Em seguida, precisa decidir o que vai contar sobre esse tema (o enredo), o que pode ser mais complicado. Para isso, terá de pensar por que quer contar sobre esse tema específico, o que ele significa para si ou para a comunidade, quando descobriu esse significado, qual é a razão para falar sobre esse tema agora. Mas também o narrador (uma pessoa ou mais) e a perspectiva (falando na primeira ou terceira pessoa?) a partir da qual contará a história precisarão da sua atenção, porque isso afetará o que é contado e como. Neste capítulo, vamos guiá-lo pelos primeiros passos para moldar a sua história; os passos que o ajudarão a encontrar a sua história.

1.1 O tema

Conforme mencionado no segundo capítulo do módulo um, a primeira pergunta para ajudá-lo a definir o seu assunto poderia ser: o que eu ou a minha comunidade fazemos, sabemos ou celebramos que merece ser reconhecido como património, mais precisamente, como património cultural imaterial?

Provavelmente já respondeu a esta pergunta. Afinal, foi porque você e/ou as pessoas da sua comunidade sentem que um costume, receita, artesanato tradicional ou qualquer outro património cultural merece mais reconhecimento que começou a pensar em contar histórias digitais.

Também pode ser que alguém de fora da comunidade queira trabalhar com a comunidade para identificar o seu património, muitas vezes partindo do princípio da sua existência. Nesse caso, há um processo prévio, para o qual foram desenvolvidas metodologias e guias descritos no módulo 1, «Identificação e catalogação do património cultural imaterial em áreas rurais», no capítulo 4.

1.2 O que dizer sobre o tema

Apenas ao determinar o tema da história, não se tem a narrativa. O que se quer contar sobre este tema? Para determinar isso, pode fazer a si mesmo perguntas como: o que este património específico significa para si pessoalmente? Qual foi o momento em que percebeu esse significado? Por que precisa contar a história agora? O que mais há para contar sobre o património em si (pesquisa!)? Ao encontrar as respostas, seja individualmente ou em sessões de brainstorming com pessoas da sua comunidade, aconselhamos que faça um mapa mental ou um diagrama de afinidade ou algo semelhante, em papel ou online. Pense livremente e anote tudo o que achar que pode ser interessante usar na história nesta fase inicial do processo. Tente desligar o seu editor interno! Mais tarde, quando tiver agrupado e editado essas ideias, elas irão ajudá-lo a montar a narrativa.

A narrativa digital enfatiza narrativas pessoais e experiências individuais, muitas vezes usando elementos multimédia como texto, imagens, áudio e vídeo para criar uma experiência envolvente e interativa.

1.3 Quem está a contar

Decidir desde o início quem contará a história irá ajudá-lo no processo de criação da história. A história será contada por uma pessoa ou por várias pessoas da sua comunidade? As pessoas falarão por si mesmas (na primeira pessoa) ou a história será contada na terceira pessoa, por um narrador externo à história? E, se for esse o caso, esse narrador se concentrará nos pensamentos e sentimentos de um personagem específico ou conhecerá os pensamentos e sentimentos de todos os personagens da história? Por outras palavras: quem será o(s) narrador(es) e qual será a perspetiva do narrador? Tenha em mente que cada perspetiva cria diferentes níveis de intimidade e distanciamento, permitindo que o público experimente a história a partir da perspetiva imediata e em primeira mão do narrador ou a partir de uma visão mais distanciada e onisciente.

Decisões como as acima mencionadas são normalmente tomadas em conjunto com as pessoas da sua comunidade com quem partilha o património cultural. O capítulo 2 do módulo 2 («Gestão colaborativa e envolvimento da comunidade») centra-se no envolvimento da comunidade na tomada de decisões como estas.

Há alguns aspetos práticos que aconselhamos que tenha em mente, como o tempo necessário e disponível, podcast ou vídeo e a disponibilidade de equipamentos e programas e competências ou conhecimentos para usá-los para criar um podcast ou vídeo. Também é útil pensar na voz e/ou apresentação do(s) narrador(es). Afinal, pretende apresentar a história do património da melhor forma possível, e alguém a murmurar escondido atrás de um xale não ajuda, para começar.

2. Construindo a história

Resumo

Neste capítulo, ajudamos passo a passo a desenvolver as suas notas, pensamentos, ideias, mapas mentais, enfim, todos os resultados dos primeiros passos dados, numa história. É importante ter sempre em mente o objetivo da história, que é informar as pessoas de uma forma cativante sobre o tema escolhido, para que a informação fique gravada e as convide a querer saber ou experimentar mais. A estruturação é fundamental nesta fase do processo!

*«Organizar é o que se faz antes de fazer algo,
para que, quando o fizer, não fique tudo confuso.»
(A. A. Milne)*

A esta altura, já conhece o seu tema, está definido quem vai contar a história e tem um mapa mental, um diagrama de afinidades ou apenas muitos post-its com notas que o ajudarão a dar conteúdo à sua história. É hora de começar a trabalhar no enredo, o esqueleto da sua história. Dependendo da situação e/ou do que você ou a comunidade decidiram, esta fase do processo será individual ou coletiva. Mas antes de entrar nela, gostaríamos de partilhar consigo algumas informações teóricas básicas sobre a «estrutura narrativa».

2.1 Construindo o enredo

Em toda (boa) história há pelo menos três fases: um início (A), um meio (B) e um fim (C). Cada fase tem uma função na história. Em A, a situação é descrita e a personagem ou personagens relevantes para a história são apresentados. E talvez sejam fornecidas mais algumas informações para ajudar o potencial ouvinte a acompanhar a história. Esta fase é chamada de «exposição». Num conto de fadas, pode começar com «Era uma vez, num país distante, ...». Em B, é apresentado um problema, dilema ou desafio e é explicado como ele é resolvido. Numa história sobre Património Cultural Imaterial (PCI), esta pode ser a fase em que explica como entrou em contacto com o PCI e o que

mais tempo. Ao contar também sobre os sentimentos que esse encontro despertou em si, você realmente chama a atenção deles! Por quê? Porque as informações pessoais adicionam um contexto com o qual as pessoas podem se identificar e as informações emocionais permitem que elas sintam e se identifiquem com o narrador. Sem esse componente emocional, uma história perde seu poder de expressividade.

Tendo estas informações em mente, dê outra olhada no seu mapa mental ou algo semelhante. Quais detalhes pertencem a que parte da história? Não escreva a história ainda! Apenas reordene todas as suas informações de forma que o enredo e o conteúdo da história fiquem nítidos para si.

2.3 Criar um storyboard

Antes de criar o seu storyboard, tem de decidir sobre o formato da sua história partilhada digitalmente: apenas som ou som e imagens? Continuamos como se tivesse escolhido a última opção.

Tem o(s) enredo(s) e adicionou detalhes. Agora é hora de dar outra olhada neles e começar a associar os detalhes com imagens e som. Por exemplo: surge uma imagem na sua mente quando pensa na sua primeira consciência do ICH? Esse momento lembra-lhe uma música ou um som (como vozes, sons ambientais)? Tente ser o mais aberto possível e tome notas. Se estiver a trabalhar com um diagrama de afinidade, seja online ou não, adicione post-its com essas notas no local certo do(s) enredo(s).

A melhor narrativa digital utilizará uma combinação de cenas, personagens, imagens e sons ou música cuidadosamente escolhidos para criar uma experiência emocional e sensorial completa.

Depois de adicionar essas informações ao seu enredo, vá até o início, feche os olhos e tente imaginar como ficaria o vídeo se você adicionasse as imagens. Às vezes, uma imagem diz mais do que palavras. Você tem imagens que poderiam substituir palavras? Onde você acha que o som acrescenta algo à história? Se você estiver lidando com vários enredos, seria útil inserir links na história principal para direcionar as pessoas para outro enredo?

Depois de fazer o acima exposto, pergunte a si mesmo quais imagens e sons já estão disponíveis e quais você precisará produzir ou criar. O resultado disso é realista? Você tem tempo e/ou dinheiro para produzir os que faltam? Se não, dê um passo atrás e pense novamente. Além disso, tenha em mente que, se estiver a usar imagens e/ou sons que não são seus, terá que lidar com direitos autorais. (Veja também o Módulo 5, «Aspectos técnicos das narrativas digitais».)

Depois de ter um esboço da história na sua mente, pode começar a criar o storyboard. Para isso, pode usar várias ferramentas digitais, como [Canva](#), [StoryboardThat](#) ou [WonderUnit](#) (gratuitas), ou descarregar um [modelo de storyboard](#) para trabalhar numa versão em papel.

2.4 Storyboard

Há algumas coisas que deve ter em mente ao criar conteúdo para o seu storyboard (= storyboarding):

- 1) Existe um consenso geral de que uma história contada digitalmente não deve durar mais do que 2 a, no máximo, 4 minutos. Um público motivado a aprender mais sobre um tópico específico pode estar disposto a dedicar mais tempo a uma história envolvente e, no contexto das redes sociais, 30 segundos parece ser o ideal.
- 2) Certifique-se de que não há restrições de direitos autorais sobre as imagens e sons que deseja usar. Se não estiver a usar os seus próprios, procure áudio, vídeo e imagens online que sejam de domínio público, livres de direitos autorais ou licenciados pela Creative Commons;
- 3) Certifique-se de que não está a «colorir rosas vermelhas de vermelho» ao adicionar imagens ou sons à história (ou seja: a história e a imagem/som devem complementar-se ou justapor-se, não duplicar-se!);
- 4) ao usar som, certifique-se de não colocar som com letras sob o texto falado. Tenha cuidado com as letras de qualquer maneira. Elas distrairão o público;
- 5) mantenha-se atento ao ritmo da história. Criar um storyboard irá ajudá-lo a fazer isso.

E outro aspeto a considerar é como irá partilhar a sua história e se isso implica certas restrições. (Consulte o Módulo 5, «Aspectos técnicos das narrativas digitais».)

- 6) Finalmente... Pode começar a criar o storyboard! Quanto mais preciso for, mais irá beneficiar dele ao criar a sua história digital. Organizar todas as informações que tem (narrativa, imagens, sons, música, links para mais informações ou enredos relacionados, transições de uma cena para a outra, etc.) num storyboard não só permite descobrir quais informações ainda podem estar a faltar ou precisam de mais atenção, mas também dá a outras pessoas a oportunidade de conhecer a história e responder a (aspectos) dela. E isso é muito útil quando se está a criar uma história digital com várias pessoas, por exemplo, pessoas da comunidade com quem partilha o PCI.

*«Para mim, o storyboard é a forma de visualizar todo o filme
antecipadamente.»
(Martin Scorsese)*

3. Do storyboard à história digital

Resumo

Quando estiver satisfeito com o seu storyboard, pode começar a criar a sua história digital. «Criar» pode ser uma palavra confusa, porque todo o processo pelo qual passou até este ponto faz parte da sua criação. O que queremos dizer é que agora pode começar a usar ferramentas digitais para transformar o seu storyboard numa história digital. Lembre-se: as histórias digitais oferecem a possibilidade de combinar diferentes camadas da história. Isso permite-lhe apresentar informações de forma mais eficiente e ao público fazer as suas próprias conexões.

3.1 Ferramentas para a criação de histórias digitais

Quando você e outras pessoas envolvidas no processo de criação da história estiverem satisfeitos com o conteúdo, o ritmo, o tom de voz e assim por diante, você pode

começar a transformar tudo isso numa história digital. Existem várias ferramentas disponíveis para o ajudar. Se for, por exemplo, a <https://alternativeto.net/> e pesquisar por «digital storytelling» ou a <https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling/>, aparecerá uma longa lista de opções, algumas das quais gratuitas. E não se esqueça do seu telemóvel, que também é adequado para gravações de áudio e vídeo. Antes de gravar a história inteira, verifique a qualidade das gravações. Se, por exemplo, houver muita reverberação na sala, é melhor usar um microfone com cancelador de eco ou escolher outra sala.

Nesta parte do processo de criação da sua história digital, poderá descobrir que a qualidade de algum do material de imagem ou som que pretende processar não é suficientemente boa. Muitas vezes, isto pode ser resolvido com a ajuda de software gratuito que pode ser encontrado online ao pesquisar por «melhorar a qualidade da imagem online gratuitamente» ou «melhorar a qualidade do som online gratuitamente». (Encontrámos programas como cutout.pro, [canva](https://canva.com/), [podcastle](https://podcastle.net/), [media io](https://media.io/)).

Nesta fase da criação da história, mantenha-se o mais fiel possível a tudo o que incluiu no seu storyboard. Lembre-se de que dedicou muita atenção e reflexão à fase de construção e ao seu storyboard. Se, mesmo assim, algumas coisas não estiverem a funcionar tão bem como pensava, ainda pode atualizá-las ou substituí-las agora. Mas não se deixe levar pela tentação de se desviar do caminho; mantenha o foco e não se esqueça do objetivo da história!

3.2 O fim da história

A certa altura, a criação da história digital chega ao fim. Creditou todas as fontes e colaboradores? Pode fazê-lo no final da história, através de créditos finais visuais ou audíveis.

Suponha que suspeita que a sua história precisa de informações contextuais. Nesse caso, dependerá da ferramenta de divulgação que escolher se essas informações farão parte da história digital em si ou serão apresentadas separadamente. Se fizerem parte da história, agora é o momento de reunir essas informações contextuais e adicioná-las, por exemplo, por meio de uma introdução. (Não tanto uma introdução da história,

mas uma introdução, por exemplo, do projeto no âmbito do qual a história é partilhada.)

O tema das ferramentas que pode utilizar para alcançar o seu público-alvo com a sua história digital será abordado no próximo módulo, número 5, «Aspectos técnicos das narrativas digitais».

4. Estudos de caso

1. Immaterieel Erfgoed Spotten - Strontweek Workum

Um dos muitos vídeos que fazem parte do projeto Spotting Intangible cultural heritage (Identificando o património cultural imaterial), no qual imagem, som e narração se complementam e reforçam mutuamente para contar uma história coesa e envolvente sobre o tema.



Fig. 4 «Immaterieel Erfgoed Spotten». Fonte: Website KIEN

2. Alūksnes Bānīša stacija

Sem narração (exceto alguém a anunciar as estações por onde o comboio passa), apenas imagens para contar a história. E funciona!



Fig. 5 «Egīla Žīgura intervija Alūksnes Bānīša». Fonte: Centro de Informação Turística do Município de Aluksnes.

3. Dois exemplos de como NÃO se deve fazer uma história digital

- 1) Este vídeo explica de forma compreensível como se pode construir uma história digital, mas o que é que as imagens acrescentam à história? *Título:* «O que é a narrativa digital». *Fonte:* <https://youtu.be/Jlix-yVzheM?si=5MgymJPRJFUaDdtR>
- 2) Este vídeo é um exemplo de «colorir rosas vermelhas de vermelho», ou seja: a história e as imagens não se complementam, mas contam exatamente a mesma coisa: <https://youtu.be/MWKWHNdmktI?si=uagbAHrs3QGrzZJA>

FERRAMENTAS DE AUTOAVALIAÇÃO

QUESTÕES DE AUTO-REFLEXÃO

- 1) Qual foi o objetivo de criar a história?
- 2) A história cumpre esse objetivo?
- 3) Qual é o público-alvo?
- 4) O conteúdo e o tom da história são atraentes para esse público-alvo?
- 5) Cada um dos narradores fala com uma voz nítida e audível ao longo de toda a história?
- 6) O ritmo da história é adequado ao enredo?
- 7) Todas as fontes e colaboradores são creditados?
- 8) A história precisará de informações contextuais depois de publicada numa plataforma digital (ou ela fala por si mesma)?

TESTE DE AUTOAVALIAÇÃO

- 1) Contar histórias digitais significa basicamente
 - a) criar uma história digitalmente
 - b) nenhuma pessoa está envolvida na criação da história
 - c) usar tecnologia para contar histórias
- 2) Uma história digital leva, na melhor das hipóteses
 - a) não menos de 6 minutos
 - b) não mais de 4 minutos
 - c) não mais do que 2 minutos
- 3) Não precisa construir a sua história se souber do que vai falar.
 - a) Certo
 - b) Errado
- 4) Uma boa história depende do seu
 - a) Tom de voz

- b) Ritmo
- c) Tema
- d) Construção

5) Uma história tradicional difere de uma história digital no sentido de que

- a) uma história digital carece de informações pessoais
- b) uma história tradicional carece de informações universais
- c) uma história tradicional não precisa de tecnologia
- d) o ritmo não é importante numa história tradicional

Soluções

- 1) C
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) C

Referências

Friis Dam, R. e Yu Siang, T. (2022). *Diagramas de afinidade: como agrupar as suas ideias e revelar insights*. Interaction Design Foundation, <https://www.interaction-design.org/literature/article/affinity-diagrams-learn-how-to-cluster-and-bundle-ideas-and-facts>

Barel, A. (2021). *Sterker staan met je eigen verhaal. Met storytelling meer grip op je leven*. Uitgeverij Ten Have. storytelling-centre.nl

Barel, A., Gurwicz, R. & Packer, S. (2023). *O mundo é storytelling*. Editora International Theatre and Film Books, Amesterdão.

Lambert, J., Hill, A., Mullen, N., Paull, C., Soundararajan, T. & Weinshenker, D., (2010). *Digital Storytelling Cookbook*. Produzido por StoryCenter. Digital Diner Press, <https://www.storycenter.org/shop>

Fontes adicionais

<https://animoto.com/>

<https://wonderunit.com/storyboarder>

<https://www.storyboardthat.com/>

<https://www.purplestorytelling.com/p-blog/all-about-digital-storytelling>

<https://www.includedeurope.eu/tools-for-digital-storytelling/>

<https://alternativeto.net/>

<https://knightlab.northwestern.edu/projects/#storytelling>

<https://www.cutout.pro/photo-enhancer-sharpener-upscaler>

<https://www.canva.com/features/image-enhancer/>

<https://podcastle.ai/tools/magic-dust>

<https://www.media.io/audio-enhancer.html>



HIGHRES

Módulo 5

COLOCANDO HISTÓRIAS ONLINE:
HOSPEDAGEM E PARTILHA DE
NARRATIVAS DIGITAIS



Cofinanciado pela
União Europeia

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

MÓDULO 5: Colocando histórias online: hospedagem e partilha de narrativas digitais

Hoje em dia, as informações e os dados que circulam na internet, nos meios de comunicação social e nas redes sociais ganharam grande importância devido ao seu poder de moldar a forma como pensamos e vivemos. No entanto, também criaram uma atmosfera de desinteresse e desconfiança causada pelas notícias falsas. É por isso que a nossa confiança na internet sofreu um duro golpe! Portanto, os objetivos da comunicação digital hoje estão focados em identificar os espaços da web ou canais de divulgação certos para estabelecer conteúdo verdadeiro e de alta qualidade.

Neste módulo, vamos pensar sobre como e onde hospedar as nossas histórias. Que tipos de plataformas nos permitem partilhar histórias que valorizam o Património Cultural Imaterial das nossas comunidades e como podemos transferir as nossas histórias de forma simples e direta na web. Embora isso possa parecer algo que apenas profissionais experientes em TI podem fazer, depois de ler este módulo de formação, tudo parecerá muito mais fácil de gerir.



Fig. 1 Trazendo histórias para a Internet. Fonte: Design dos autores.

ÍNDICE DO MÓDULO

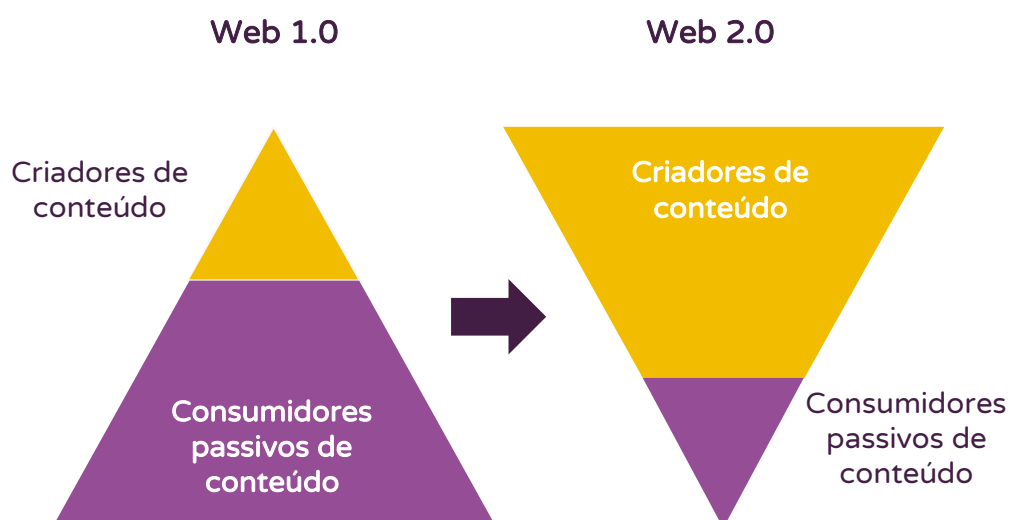
Introdução	87
1. Onde vivem as histórias hoje?: Modelos de plataformas para partilhar o Património Cultural Imaterial através da narrativa	88
2. Património em resiliência: Design e desenvolvimento de uma plataforma digital comunitária de narração de histórias	90
3. Histórias para recordar: gestão de conteúdos online	93
3.1.Sustentando uma comunidade digital ativa	94
3.2.Rumo a conteúdos de qualidade	95
4. Estudos de caso	96
Ferramentas de autoavaliação	98
Referências	101

Introdução

Resumo

Neste capítulo introdutório, levantaremos a questão central do Módulo 5: Como pensamos sobre a nossa relação com a Internet hoje em dia e como abordamos a criação e a localização de conteúdos digitais? Esta questão surge a partir de uma análise crítica das questões atuais relacionadas com a Internet, particularmente no que diz respeito às *notícias falsas* e à propriedade da informação.

Lembra-se de quando a Internet surgiu nas nossas vidas? O que se lembra com certeza é que, desde que começámos a usar a Internet, o acesso e a consulta de informações tornaram-se significativamente mais rápidos e amplos, ao mesmo tempo que superaram várias barreiras, especialmente geográficas, concedendo-nos acesso a uma grande variedade de canais de comunicação em todo o mundo. A evolução da primeira fase da Internet, conhecida como «Web 1.0», para a segunda fase, «Web 2.0», iniciada por volta de 2004, é marcada pela mudança dos utilizadores de consumidores passivos de informação para principais criadores da maior parte do conteúdo publicado online (Cormode e Krishnamurthy, 2008).



Imagine o impacto que essa mudança teve na forma como usamos a Internet hoje. O lado positivo é que as vozes online se multiplicaram e a partilha de conteúdo se tornou tão democratizada que praticamente qualquer pessoa pode publicar algo na Internet hoje em dia. Mas, por outro lado, essas mudanças abriram as portas para notícias falsas e desinformação generalizada, e fizeram com que o tráfego de utilizadores se concentrasse em apenas 116 sites pertencentes a empresas de tecnologia digital com fins lucrativos, que absorvem um terço de todo o tráfego da Internet (Javier, 2024).

Neste ambiente de mudança e crescente desconfiança na informação, como devemos abordar a Internet? E como abordamos a criação de conteúdo digital e a sua localização?

No Módulo 5 desta formação, abordaremos essa questão com foco nos sites onde podemos hospedar as nossas narrativas digitais. Para isso, exploraremos a web para analisar diferentes modelos de plataformas que nos permitem partilhar conteúdos e informações. Isso nos ajudará a imaginar o nosso próprio projeto, ou seja, a criação de uma plataforma onde nós mesmos possamos publicar as nossas histórias, fortalecendo assim o Património Cultural Imaterial do nosso território. Além disso, aprenderemos a gerir conteúdos e a manter a plataforma ou o perfil do utilizador.

1. Onde vivem as histórias hoje?: Modelos de plataformas para partilha de histórias

Resumo

Neste capítulo, exploraremos os diferentes tipos de espaços disponíveis na internet que nos permitem partilhar o nosso próprio conteúdo. Também analisaremos as vantagens e desvantagens de cada modelo.

Existem duas vias principais através das quais podemos partilhar o nosso próprio conteúdo e informação na Internet:

A primeira é um modelo autogerido. Cria-se um site com um domínio, ou seja, o seu próprio URL (uma sequência de texto que identifica a localização de um recurso na

Internet), por exemplo: www.ourstories.com, e depois carrega-se o seu conteúdo no site no formato de sua escolha. Neste modelo, a interface do site, ou seja, a aparência e a apresentação visual do site: as suas cores, tipografia, layout, menus, botões ou imagens, está totalmente sob o nosso controle.

A segunda opção envolve a criação de um perfil de utilizador dentro de uma plataforma. Como mencionámos anteriormente na introdução, estas plataformas atraem a grande maioria do tráfego de utilizadores da Internet. Para compreender de forma mais ampla este tipo de plataforma, podemos olhar para o exemplo mais familiar: as redes sociais. Dependendo do formato em que partilhamos o nosso conteúdo, existem diferentes tipos de plataformas:

- Plataformas de publicação de conteúdo escrito
- Plataformas de conteúdo visual
- Plataformas de vídeo
- Plataformas de áudio e podcast
- Plataformas sociais e de microconteúdo
- Plataformas colaborativas ou wiki
- Plataformas comunitárias
- Plataformas institucionais ou culturais

	Self-managed website	User profile on a platform
Prós	<ul style="list-style-type: none"> • Controlo sobre o design e a aparência da interface. • Multiformato (o conteúdo pode aparecer em vários formatos). • Conteúdo e manutenção autogeridos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Simples e intuitivo para começar (não é necessário formação extensiva para criar um perfil). • Uma comunidade pré-existente. • Interação fácil com outros utilizadores. • O conteúdo criado pode ser promovido.

Contras

- O design e a publicação de conteúdo não são tão intuitivos quanto nas plataformas.
- Não existe uma comunidade pré-existente (é necessário procurar interações com outros utilizadores).
- Padrões de design e funcionalidade.
- Controlo de conteúdo.
- A visibilidade é mediada por algoritmos.
- Publicidade.

Estes modelos são complementares e podem até estar interligados. Pode ter um site autogerido e, ao mesmo tempo, um perfil nas redes sociais. Nesse caso, tente criar ligações entre os dois espaços: mantenha uma aparência consistente usando os mesmos logótipos e cores, partilhe as mesmas informações nas duas plataformas e integre o seu perfil nas redes sociais no seu site.

2. Património em Resiliência: Design e desenvolvimento de uma plataforma comunitária de narrativa digital

Resumo

O principal objetivo deste capítulo é aprender a projetar um espaço web para transferir e dar visibilidade às nossas narrativas digitais. Sem exigir um conhecimento aprofundado de ciência da computação, abordaremos os componentes essenciais necessários para criar tal espaço. O conteúdo deste capítulo tem um foco mais técnico.

Seguindo o capítulo anterior, iremos delinear os elementos necessários para criar um perfil de utilizador numa plataforma e, por outro lado, para criar um site autogerido.

Criar um perfil numa plataforma é relativamente simples, basta fornecer um endereço de e-mail, definir uma palavra-passe e, em seguida, projetar alguns elementos da

interface, como a sua foto de perfil, uma breve biografia, nome de utilizador e assim por diante.

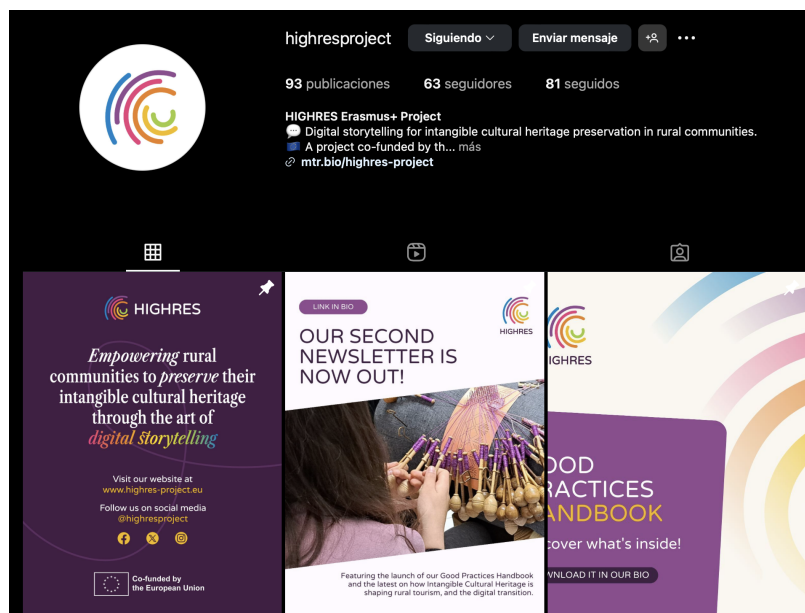


Fig. 2 Interface do perfil do projeto HIGHRES. Captura de ecrã dos autores.

Na imagem abaixo, pode ver a interface do nosso perfil na rede social Instagram. À esquerda, dentro do círculo, está a nossa foto de perfil e, à direita, a descrição do perfil. Abaixo, encontra o conteúdo que partilhámos.

Em contrapartida, quando falamos de um site autogerido, o processo torna-se mais detalhado e requer mais paciência. Os elementos essenciais que encontraremos ao projetar um site são os seguintes:

1. Criar um domínio

O domínio é o nome pelo qual identificamos o site, o endereço URL que digitamos num navegador para acessar o site. Por exemplo: *www.digitalnarratives.com* ou *www.communityvoices.org*.

2. Desenhar a interface

Os Sistemas de Gestão de Conteúdos (CMS) permitem-nos criar o nosso próprio site. Alguns deles oferecem uma série de modelos pré-concebidos que podemos usar para



Fig. 3 Interface de um site em construção. No menu lateral, podemos ver algumas das opções disponíveis. A imagem mostra uma captura de ecrã tirada do editor WordPress.

o nosso site. Esses modelos vêm com uma estrutura, cores e separadores predefinidos, que em alguns casos podemos editar. Caso contrário, teríamos de projetar todo o site do zero — escolher cores, criar separadores, construir um menu, etc. As plataformas CMS estão a tornar-se cada vez mais acessíveis e, na maioria dos casos, oferecem um menu lateral onde é possível seleccionar os elementos a adicionar ao seu site (fig. 1).

MEDIOS

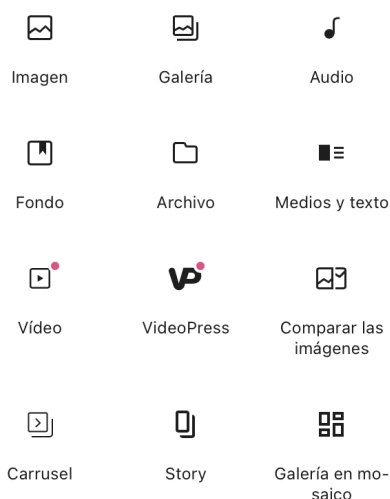


Fig. 4 Menu de edição do site na secção multimédia. A imagem mostra uma captura de ecrã tirada do editor WordPress.

3. Carregar conteúdo

A etapa final é carregar conteúdo para o nosso site. Nesse caso, os sites suportam formatos audiovisuais, gráficos e de texto. O menu que vimos na imagem anterior permite carregar ficheiros do nosso computador ou de uma unidade externa. Além disso, nos últimos anos, alguns sistemas de gestão de conteúdo estabeleceram parcerias com plataformas de conteúdo audiovisual para incorporar esse conteúdo diretamente no site. Na Figura 2, podemos ver como o menu de edição exibe as opções para adicionar conteúdo multimédia.

3. Histórias para recordar: gestão de conteúdos online

Resumo

A seguir, vamos nos concentrar no conteúdo que ofereceremos em nossa plataforma, bem como nas possibilidades que temos de criar uma comunidade ativa de usuários. Por fim, discutiremos a manutenção da plataforma e a regularidade da publicação de conteúdo.

Ao longo dos anos, o conteúdo da Internet ganhou um certo nível de especialização e rigor. De facto, nos últimos anos, surgiram novos perfis profissionais relacionados ao conteúdo da Internet: criadores de conteúdo, gestores de conteúdo, editores de áudio e vídeo, especialistas em marketing digital.

Como vimos no Módulo 4 deste curso, o Património Cultural Imaterial contado através da narrativa digital pode assumir vários formatos multimédia: imagens, vídeos, áudio, design, arte, ilustração 3D, etc. Essas mídias digitais são uma ferramenta essencial para dar visibilidade ao nosso Património e alcançar um grande número de utilizadores.

Paralelamente à especialização do conteúdo, a evolução para a Web 2.0, que permite aos utilizadores da Internet criar o seu próprio conteúdo, levou a uma explosão e massificação do conteúdo online. Isso resultou em plataformas e até mesmo motores de busca que classificam o conteúdo com base em padrões de interesse. Além disso, os motores de busca «mantêm os detalhes finais dos seus procedimentos em segredo, uma vez que esta informação lhes poderia dar uma vantagem competitiva e, por isso, consideram-na um segredo industrial» (Codina, 2004). Em muitos casos, os próprios motores de busca oferecem serviços de publicidade para classificar o seu conteúdo mediante o pagamento de um preço. Mesmo assim, existem vários critérios especulados pelos analistas da web.

3.1 Manter uma comunidade digital ativa

Neste vasto mar de conteúdo, destacar-se é fundamental. É por isso que temos um conjunto de ferramentas para nos ajudar nessa tarefa. Elas são chamadas de ferramentas de SEO, que significa "Search Engine Optimization" (Otimização para Mecanismos de Pesquisa). Existem dois tipos de ferramentas de SEO:

- SEO on-page: estas estratégias têm como objetivo «criar conteúdo de qualidade, melhorar a experiência do utilizador e aumentar a acessibilidade». Exemplos incluem: inserir palavras-chave, usar links internos, adicionar imagens com texto alternativo e otimizar títulos. (Branch, 2024)
- SEO fora da página: baseia-se em «construir autoridade, ganhar exposição e conquistar confiança por meio de links que direcionam de um site para outro (backlinks) e menções». Um exemplo inclui ser ativo online, participando de interações nas redes sociais e outros fóruns da web, e aparecer vinculado em conteúdos de outros sites. (Branch, 2024)

Além dessas ferramentas que exigem um nível mais alto de conhecimento em ciência da computação e marketing digital, existem outras ferramentas que são acessíveis a todos e nos ajudarão a criar uma comunidade nos nossos espaços online.

Interações

Hoje em dia, a Internet baseia-se em interações, ou seja, nas relações que criamos com outros utilizadores. Estas interações aumentam e geram redes de conexão entre os utilizadores. No caso dos perfis nas redes sociais, as interações estão totalmente integradas através de reações ao conteúdo: gostos, partilha de conteúdo, envio de conteúdo para outros utilizadores, comentários sobre o conteúdo, seguir perfis relacionados, etc.

Fórum

Os fóruns são uma ferramenta que alimenta as interações se tivermos criado um site autogerido. Os utilizadores que visitam o nosso site podem criar fóruns de discussão ou comentar o conteúdo existente no site.

Registo

No caso de um site autogerido, permitir que os utilizadores se registem torna-se uma forma de fidelizar e criar uma comunidade dentro do seu próprio site.

Boletim

Os boletins informativos por e-mail são uma ferramenta para manter a nossa comunidade atualizada sobre o conteúdo que publicamos no nosso site.

3.2 Rumo a um conteúdo de qualidade

Na introdução deste módulo de formação, discutimos a crescente desconfiança e desinteresse dos utilizadores da Internet nas informações que circulam online atualmente. Esta situação é em grande parte alimentada por notícias falsas. Neste contexto, os principais objetivos ao publicar o nosso conteúdo devem basear-se em valores éticos que garantam a qualidade da informação. Para tal, podemos seguir as diretrizes éticas implementadas pela UNESCO, que estão disponíveis no seu site: <https://www.unesco.org/es/ethics>

Por outro lado, é importante que o nosso conteúdo cumpra e reflita os regulamentos de direitos autorais apropriados. Ou seja, ao usar uma imagem ou vídeo pré-existente encontrado online, devemos garantir a atribuição adequada e reconhecer o autor. Para garantir esse processo, podemos visitar o Módulo 4: *A construção de narrativas digitais sobre o património cultural imaterial*, que explora em maior profundidade questões relacionadas à criação de conteúdo digital. Ainda em relação aos direitos autorais, podemos aderir às normas estabelecidas pela União Europeia: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

Por fim, devemos destacar a versatilidade do conteúdo multimédia de alta qualidade. Ou seja, a produção de conteúdo digital para o nosso site pode assumir vários formatos, o que tornará a experiência do utilizador mais dinâmica. Para realizar essa tarefa, seguiremos as recomendações de especialistas de diferentes áreas profissionais, como as descritas no seguinte artigo: «Quais são as melhores práticas para criar um guia de estilo de conteúdo que funcione para si?»:

<https://www.linkedin.com/advice/0/what-best-practices-creating-content-style-guide-works-df25c?lang=en&originalSubdomain=es>

4. Estudos de caso

Resumo

Nesta secção, analisaremos dois exemplos de boas práticas relacionadas com o tema abordado neste módulo. Ou seja, exploraremos dois sites de projetos dedicados à divulgação do Património Cultural Imaterial através da narrativa. Estes exemplos ajudar-nos-ão a visualizar os conceitos discutidos nos capítulos anteriores e incentivar-nos-ão a refletir sobre o nosso próprio projeto.

Para ilustrar todo o conteúdo abordado até agora nesta formação, vamos pegar dois projetos do «*Livro de Boas Práticas*» publicado pelo nosso projeto, HIGHRES, que está disponível gratuitamente no seguinte link:

<https://highres-project.eu/wp-content/uploads/2024/11/HIGHRES-handbook.pdf>

1. As histórias têm poder

O Museu Nacional do Holocausto, em Amesterdão, publica no seu site e distribui em plataformas de streaming de música um podcast que conta várias histórias de vida de



Fig. 5 Imagem do site do Museu Nacional do Holocausto de Amesterdão.

peessoas que sofreram durante o Holocausto na Holanda. O podcast chama-se «*Vergeet me niet*», que significa «*Não se esqueça de mim*», e serve como modelo de referência para partilhar conteúdos relacionados com o Património Cultural Imaterial através da narrativa digital. Este exemplo também nos mostra a possibilidade de divulgar os nossos conteúdos do nosso próprio site para plataformas de streaming, dando assim às nossas histórias uma janela de exposição mais ampla.

Link: <https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>

2. Um espaço multimédia interativo para as comunidades



Fig. 6 Imagem do site do projeto «Museu na Aldeia».

O projeto “Museu na Aldeia” oferece uma plataforma com conteúdo multimédia, mapeamento e elementos interativos em formatos de vídeo, áudio e imagem que destacam as tradições e o património de várias áreas rurais de Portugal. No link abaixo, podemos ver um exemplo específico — a exposição “*Sons na Eira*” — onde, através de texto, colagens de imagens animadas e áudio, são narradas as tradições de Moita, Portugal.

Link: <https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

Ferramentas de autoavaliação

QUESTÕES DE AUTORREFLEXÃO

- 1) Imagine um site concebido para dar visibilidade ao Património Cultural Imaterial da sua região: que elementos deve incluir?
- 2) Que ferramentas e recursos online acha que podemos usar para construir uma marca ou identidade que ajude a dar visibilidade às tradições de uma localidade?
- 3) É possível criar uma ligação entre um perfil nas redes sociais e um site autogerido? Como acha que eles podem se complementar?
- 4) Como acha que a narrativa e o Património Cultural Imaterial podem combater a onda de notícias falsas e conteúdos de baixa qualidade na Internet?
- 5) Pense em ferramentas ou ações na Internet que possam ajudar-nos a conectar-nos com utilizadores interessados em storytelling digital e Património Cultural Imaterial.
- 6) Além dos elementos que já abordámos nos capítulos anteriores que ajudam a manter a nossa comunidade web informada, que outros elementos acha que poderiam ser eficazes nesse sentido?

TESTE DE AUTOAVALIAÇÃO

- 1) Selecione quais os dois modelos que a Internet nos oferece para hospedar o nosso conteúdo.
 - a) Plataforma de rede e redes sociais.
 - b) Rede de conteúdo online.
 - c) Blogs e plataforma de conteúdo visual.
 - d) Site autogerido e perfil de utilizador numa plataforma.
- 2) Quando falamos de plataformas da Internet onde podemos criar um perfil e partilhar conteúdo, que tipos existem?
 - a) Plataformas de perfis profissionais e não profissionais.

- b) Plataformas de publicação de conteúdo escrito, plataformas de conteúdo visual, plataformas de vídeo, plataformas de áudio e podcast, plataformas sociais e de microconteúdo, plataformas colaborativas ou wikis, plataformas comunitárias e plataformas institucionais ou culturais.
- c) Plataformas de publicação de conteúdo jornalístico, plataformas de conteúdo de viagens e plataformas de entretenimento.

3) Quais são as vantagens de criar um site autogerido em relação a criar um perfil numa plataforma?

- a) Simples e intuitivo à primeira vista (requer pouca formação para criar um perfil), uma comunidade já criada, fácil interação com outros utilizadores, a capacidade de promover o conteúdo criado.
- b) Controlo sobre o design da interface e aparência, multiformato (o conteúdo pode aparecer em diferentes formatos), gestão e manutenção próprias.
- c) Não tem vantagens.
- d) Vantagens para monetizar o conteúdo que publica.

4) Quais são as principais ações para criar um site autogerido?

- a) Preencha um formulário e poderá carregar conteúdo.
- b) Criar uma conta numa rede social, publicar conteúdo e gerir ferramentas de SEO.
- c) Basta criar um link URL.
- d) Criar um domínio, projetar a interface e carregar conteúdo.
- e) Crie uma conta de e-mail e preencha os dados exigidos pela plataforma.

5) Para criar uma comunidade online que visite o nosso site, basta criar uma newsletter. Indique se a afirmação anterior é verdadeira ou falsa.

- a) Falsa
- b) Verdadeira

Soluções

- 1) D
- 2) B
- 3) B
- 4) D
- 5) A

Referências

Branch (3 de outubro de 2024). *SEO On-Page vs. Off-Page: Cómo Impactan tu Visibilidad*. <https://branch.com.co/marketing-digital/seo-on-page-vs-off-page-como-impactan-tu-visibilidad/>

Codina, Ll. (2004). *Posicionamento web: conceitos e ciclo de vida*. Hypertext.net. https://www.researchgate.net/publication/28079694_Posicionamiento_Web_Conceptos_y_Ciclo_de_Vida

Cormode, G. & Krishnamurthy, B. (2 de junho de 2008). *Principais diferenças entre a Web 1.0 e a Web 2.0*. First Monday. https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972?utm_source=chatgpt.com

Javier, H. (19 de abril de 2024). *A Web desvendada: uma análise quantitativa do uso global da Web*. Arxiv. https://arxiv.org/html/2404.17095v2?utm_source=chatgpt.com

Fontes adicionais

Ética da UNESCO. <https://www.unesco.org/es/ethics>

Direitos de autor da UE. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/es/policies/copyright>

Museu na Aldeia, exposição: «Sons na Eira».

<https://www.museunaaldeia.pt/exposicoes/sons-na-eira/>

Museu Nacional do Holocausto, podcast: “Verget me niet”. <https://jck.nl/verhalen-en-verdieping/vergeet-me-niet>



HIGHRES

Módulo 6

PROMOÇÃO DO PCI ATRAVÉS DE
PLATAFORMAS DIGITAIS PARA
FOMENTAR O TURISMO CULTURAL E
O DESENVOLVIMENTO RURAL



Cofinanciado pela
União Europeia

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.

MÓDULO 6: Promoção do PCI através de plataformas digitais para fomentar o turismo cultural e o desenvolvimento rural

Este módulo explora como as plataformas digitais podem promover o património cultural imaterial (PCI) para apoiar o turismo cultural sustentável e o desenvolvimento rural. Ele examina a interação entre narrativa, inovação e ferramentas digitais para aumentar a visibilidade das tradições locais e promover a resiliência económica. Os tópicos incluem princípios de turismo sustentável, envolvimento da comunidade, indústrias criativas e integração com a economia local. Estudos de caso e estratégias de inovação demonstram como as comunidades rurais podem usar os ativos culturais para criar experiências turísticas participativas e orientadas para o futuro. Alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, o módulo incentiva práticas inclusivas e culturalmente respeitosas que sustentam o património, ao mesmo tempo que impulsionam o crescimento e a criatividade locais.

ÍNDICE DO MÓDULO

Introdução	105
1. Preservar as tradições vivas através do turismo sustentável	106
2. Cultura em ação: moldando projetos sustentáveis com propósito	109
3. O impulso criativo do campo: inovação em contextos rurais	113
4. Estudos de caso	117
Ferramentas de autoavaliação	120
Referências	122

Introdução

Resumo

Ao entrarmos no Módulo 6, a fase final desta formação, focamos em uma questão fundamental: como podemos usar narrativas digitais sobre o património cultural imaterial do nosso território para contribuir para o desenvolvimento sustentável da nossa comunidade? Que tipos de projetos podemos empreender nesse sentido?

Hoje, as áreas rurais estão passando por uma transformação, tanto em termos de dinâmica populacional quanto de atividade económica.

O turismo desempenha um papel vital no desenvolvimento rural, mas, assim como a natureza da vida rural está a mudar, o mesmo ocorre com o turismo rural. Tradicionalmente associado à agricultura e às experiências agrárias, o turismo rural está agora a mudar para experiências culturais, dando origem a nichos emergentes, como o turismo criativo.

As zonas rurais são frequentemente guardiãs de um rico património cultural imaterial (PCI) que tem um valor significativo não só para a identidade local, mas também como um poderoso trunfo para o turismo.

Neste contexto, a narrativa e as plataformas digitais tornaram-se ferramentas essenciais. A digitalização aumenta a visibilidade, acessibilidade e competitividade dos destinos rurais, permitindo que as comunidades partilhem o seu património cultural com públicos locais e globais.

Este módulo de formação explora como a promoção do PCI através de plataformas digitais pode fomentar tanto o turismo cultural como o desenvolvimento rural, oferecendo novas oportunidades para o crescimento sustentável e a preservação do património.

1. Preservar as tradições vivas através do turismo sustentável

Resumo

Já se perguntou como o turismo pode trazer benefícios sem prejudicar o ambiente ou a vida das comunidades locais? Neste capítulo, irá explorar o conceito de turismo sustentável e a sua ligação vital com o património cultural imaterial (PCI). Embora o turismo possa trazer benefícios valiosos às comunidades rurais, também pode representar riscos significativos para as tradições culturais locais se não for gerido de forma responsável. Você verá como o turismo sustentável oferece uma abordagem equilibrada, apoiando o desenvolvimento económico e, ao mesmo tempo, respeitando e preservando as identidades culturais. Ao final deste capítulo, você compreenderá como abordar o desenvolvimento do turismo de uma forma que honre e sustente o património cultural imaterial, garantindo que ele continue sendo uma força viva e dinâmica para as gerações futuras.

1. Conceitos. Definição e princípios do turismo sustentável; aplicação ao PCI

A Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (OMT) define turismo sustentável como “turismo que leva em consideração todos os seus impactos económicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs”. Além disso, o turismo sustentável considera os aspetos ambientais, económicos e socioculturais do desenvolvimento do turismo.

O Património Cultural Imaterial (PCI) desempenha um papel significativo na criação do turismo sustentável. Se não se lembra bem da definição de património cultural imaterial, pode voltar ao Módulo 1 deste curso, intitulado «Identificação e catalogação do património cultural imaterial em áreas rurais». O turismo e o PCI têm uma relação mutuamente benéfica. Por um lado, o PCI é essencial no desenvolvimento do turismo, uma vez que os viajantes modernos procuram mais do que apenas marcos

arquitetónicos e locais históricos. Eles desejam experiências imersivas que mostrem as tradições vivas das comunidades locais. Por outro lado, o turismo sustentável serve como uma ferramenta poderosa para salvaguardar e promover o PCI.

Embora o turismo ofereça inúmeros benefícios, também representa riscos para o PCI se não for cuidadosamente gerido. A comercialização excessiva pode levar à perda de autenticidade e à diluição das tradições culturais. Para evitar isso, é crucial uma abordagem sustentável.

Ao integrar o PCI no desenvolvimento do turismo, as comunidades devem ser as principais instâncias de decisão sobre como o seu património cultural é partilhado e apresentado aos visitantes. O desenvolvimento do turismo deve limitar-se ao que é confortável para a população local.

Alcançar esses objetivos pode ser desafiador, mas não se você contar com a ajuda de outras pessoas. Isso inclui comunidades locais, profissionais do património, ONGs, empresas de turismo e autoridades locais. Por meio de esforços cooperativos, o turismo pode se tornar um veículo para a preservação cultural, o empoderamento económico e a gestão ambiental, garantindo benefícios de longo prazo tanto para os visitantes quanto para as comunidades anfitriãs.

2. Preservação e promoção do PCI: estratégias para valorizar o turismo cultural que impacta positivamente a comunidade

O turismo cultural está profundamente ligado ao património, às tradições e às atividades únicas disponíveis num determinado local. Cada lugar oferece recursos culturais distintos que moldam o seu apelo turístico. Os turistas culturais de hoje não estão interessados apenas em passeios turísticos; eles buscam experiências significativas, conhecimento mais profundo e entretenimento. Eles são atraídos pelo património local, pela história, pelas pessoas, pelas tradições, pela culinária e pelos produtos artesanais — elementos que são melhor transmitidos por meio de narrativas envolventes.

Quando as comunidades locais participam no desenvolvimento do turismo, isso promove intercâmbios significativos entre visitantes e residentes. Essas interações promovem a compreensão cultural e criam uma sociedade aberta e autoconfiante.

Além disso, quando os turistas apreciam a cultura local, isso aumenta a autoestima da comunidade e fortalece a sua identidade cultural.

O turismo cultural também aumenta a consciência sobre a importância de preservar o património local. Isso incentiva as comunidades a proteger, praticar e promover ativamente o seu património cultural imaterial, ao mesmo tempo que mantêm o património material. Como resultado, o turismo pode servir como um catalisador para o planeamento e desenvolvimento territorial. Além do enriquecimento cultural, o turismo pode atrair investimentos, melhorar os negócios locais e aumentar as oportunidades de emprego. O património cultural não é apenas uma grande atração para os turistas, mas também desempenha um papel crucial em tornar um local atraente para investimentos de longo prazo e desenvolvimento sustentável.

Além disso, considere o poder que a digitalização contribui para todo este quadro. A digitalização permite um acesso mais amplo ao património cultural local, permitindo que diferentes grupos da sociedade se envolvam com ele, mesmo sem visitar fisicamente o local. Ao mesmo tempo, pode despertar o interesse por esses locais, incentivando visitas até mesmo às áreas mais rurais e remotas. Com o surgimento das redes sociais, os prestadores de serviços turísticos podem alcançar públicos globais de forma mais eficaz do que nunca.

2. Cultura em ação: moldando projetos sustentáveis com propósito

Resumo

No contexto do desenvolvimento rural, os projetos culturais sustentáveis oferecem uma forma significativa de ligar a preservação do património à renovação económica e social. Ricas em PCI, as comunidades locais possuem recursos valiosos que, quando integrados no turismo cultural ou nas indústrias criativas, podem promover o desenvolvimento inclusivo. Planear e executar projetos culturais significa aproveitar as tradições para a inovação, a geração de rendimentos e a coesão social. As iniciativas culturais bem-sucedidas são aquelas que envolvem as comunidades locais em todas as fases — desde a conceção e planeamento até à implementação e avaliação. Esta abordagem inclusiva garante relevância, apropriação e impacto a longo prazo. Os projetos que se alinham com a Agenda 2030 da ONU e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) podem ajudar as áreas rurais a cumprir os objetivos globais, ao mesmo tempo que atendem às necessidades locais. Os projetos culturais sustentáveis também devem adaptar-se às ferramentas e tecnologias contemporâneas. Seja por meio de narrativas digitais, plataformas de turismo sustentável ou comércio eletrónico, os atores rurais podem expandir o seu alcance, salvaguardar o património e criar meios de subsistência significativos e orientados para o futuro, enraizados na cultura e na comunidade.

1. Agenda 2030 da ONU e ODS: conceitos de sustentabilidade e exemplos de práticas sustentáveis nas comunidades

A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, adotada por todos os Estados-Membros das Nações Unidas em 2015, representa um apelo universal à ação para acabar com a pobreza, proteger o planeta e garantir que todas as pessoas desfrutem de paz e prosperidade até 2030. A Agenda baseia-se em 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), apoiados por 169 metas específicas.



Fig. 1 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Fonte: <https://sdgs.un.org/goals>

Embora os ODS tenham um âmbito global, o seu sucesso depende da ação local. Embora o turismo ajude a promover o progresso em várias áreas, ele é explicitamente mencionado em três ODS — Objetivos 8, 12 e 14.

ODS 8: Trabalho Digno e Crescimento Económico: O turismo é um importante motor económico global, gerando empregos, rendimentos e oportunidades empresariais.

ODS 12: Consumo e Produção Responsáveis: O turismo incentiva uma abordagem mais consciente ao uso dos recursos, tanto por parte dos fornecedores como dos consumidores.

ODS 14: Vida abaixo da água: O turismo costeiro e marinho tem uma profunda ligação com a saúde dos oceanos e dos ecossistemas marinhos. Proteger a vida marinha garante que as comunidades costeiras possam continuar a depender desses ecossistemas para alimentação, turismo e identidade cultural.

Agora pense na sua própria cidade — certamente há um exemplo de como o turismo ajuda a destacar o património cultural imaterial. Alguns exemplos podem incluir: festivais, folclore, artesanato e culinária tradicional. Os visitantes participam em

experiências autênticas, enquanto os habitantes locais se beneficiam da criação de empregos e da oportunidade de transmitir tradições (apoia os ODS 8, 11 e 12).

Mais uma vez, pense se há um exemplo que inclua um elemento digital. Por exemplo: plataformas digitais para partilhar as suas histórias, promover os seus produtos turísticos e vender artigos artesanais globalmente. Isto aumenta a visibilidade, expande os mercados e incentiva a inclusão digital (ODS 9, 10, 17).

2. Desenvolvimento sustentável e comunidades rurais. Relação entre práticas culturais locais e sustentabilidade

O desenvolvimento sustentável, conforme definido no famoso Relatório Brundtland (1987), é «o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades».

Como se pode ver nesta definição, o desenvolvimento sustentável deve estar profundamente enraizado no contexto local. O turismo cultural e a produção de artesanato tradicional ou alimentos regionais abrem novas oportunidades económicas que diversificam as fontes de rendimento rural. Estes setores dependem frequentemente de atividades de pequena escala e baixo impacto, que são mais compatíveis com o desenvolvimento sustentável.

O desenvolvimento rural eficaz requer parcerias intersetoriais: entre autoridades públicas, empresas privadas, sociedade civil e os próprios residentes. Além disso, a colaboração entre gerações garante a preservação do conhecimento tradicional, ao mesmo tempo que abraça as ideias e tecnologias inovadoras que os jovens trazem. Essa inclusão também estimula a apropriação local das iniciativas, tornando os projetos mais duradouros e impactantes.

Como se sabe, as pessoas nas áreas rurais são mais propensas a formar laços fortes com os seus vizinhos e a construir um sentido de comunidade, por isso, é crucial criar espaços e mecanismos para o diálogo e o networking. Estes podem incluir plataformas cooperativas, grupos de desenvolvimento local, alianças regionais de património e comunidades digitais. Promover a comunicação entre as partes interessadas rurais ajuda a quebrar o isolamento social, incentiva a colaboração e alinha os esforços em direção a objetivos comuns.

A inovação não se resume apenas à tecnologia — trata-se também de encontrar formas criativas de adaptar as práticas tradicionais às realidades atuais. A inovação surge frequentemente da intersecção entre o património cultural e as ferramentas digitais. Ao integrar o conhecimento cultural com a tecnologia, as comunidades podem preservar e promover estilos de vida sustentáveis enraizados na sabedoria tradicional. Iniciativas como a narrativa digital, mercados online, visitas culturais virtuais e educação patrimonial à distância capacitam as comunidades rurais a partilhar a sua identidade com o mundo.

3. Integração com a economia local. Como o turismo cultural pode impulsionar o desenvolvimento rural.

O turismo cultural oferece uma via para as áreas rurais diversificarem as suas economias. Em vez de substituir os meios de subsistência rurais existentes, complementa-os, integrando a expressão cultural nas experiências turísticas. Agricultores, artesãos e detentores de tradições tornam-se parte de uma cadeia de valor mais ampla que atende aos interesses de viajantes culturalmente curiosos. A abertura de instalações de alojamento, como pousadas, casas de família ou alojamentos ecológicos, bem como serviços auxiliares, como catering, transporte, visitas guiadas e produção de lembranças, pode criar uma economia turística local que promove o empreendedorismo e cria empregos em diferentes níveis de qualificação.

Uma das características distintivas do turismo cultural é o seu potencial para estimular a colaboração local. Ao trabalharem juntos — seja como prestadores de serviços turísticos, anfitriões, artistas ou produtores — os membros da comunidade co-criam valor económico e social, incentivando um desenvolvimento mais equitativo. Os membros da comunidade podem encontrar funções adequadas às suas competências e interesses, aumentando a inclusão e a coesão.

Um dos desafios mais prementes no desenvolvimento rural é a migração dos jovens. No âmbito do turismo cultural, os jovens empreendedores podem encontrar oportunidades no marketing digital, guias turísticos, planeamento de eventos ou agroturismo, ao mesmo tempo que têm a opção de trabalhar em negócios sustentáveis que reconhecem o seu património.

Os turistas culturais são frequentemente consumidores entusiastas de produtos locais — sejam eles artesanato, conservas caseiras, cereais tradicionais ou vinhos regionais. Ao destacar esses produtos na experiência turística, os agricultores e produtores locais podem ter acesso a novos mercados e expandir a sua base de clientes. Isso pode incluir vendas diretas aos visitantes, participação em feiras livres ou colaboração com restaurantes e provedores de hospedagem.

3. O impulso criativo do campo: inovação em contextos rurais

Resumo

As áreas rurais estão a emergir como espaços vibrantes de inovação e criatividade, impulsionados pelo potencial do património cultural e das economias comunitárias. A economia criativa — que abrange artesanato, gastronomia, artes visuais, festivais e outras expressões tradicionais — provou ser uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento rural. A inovação neste contexto está profundamente enraizada na autenticidade cultural, com conhecimentos e competências locais adaptados às necessidades contemporâneas. O turismo criativo, a narrativa digital e a colaboração entre comunidades estão entre as práticas que apoiam tanto a preservação cultural quanto a resiliência económica. À medida que as comunidades rurais adotam novas tecnologias e modelos criativos, elas abrem oportunidades para o crescimento sustentável, a gestão ambiental e o intercâmbio cultural significativo. Este capítulo explora como a inovação cultural em ambientes rurais pode estimular o desenvolvimento inclusivo, transformar o património em prática viva e criar experiências únicas e participativas que beneficiam tanto os habitantes locais quanto os visitantes.

1. Conceitos e aplicações: inovação e criatividade aplicadas a cenários rurais.

Um dos principais motores do desenvolvimento nas áreas rurais tem sido a economia criativa. Conforme destacado no relatório Turismo e Economia Criativa (2014) da

OCDE, “O conhecimento e as competências tornaram-se fundamentais para a criação de valor na economia como um todo, e as indústrias criativas, em particular, tornaram-se uma força económica, cultural e social significativa. Elas promovem o crescimento e o emprego; contribuem para a inovação, o empreendedorismo e o desenvolvimento de competências; apoiam a regeneração urbana e rural; estimulam as exportações; mantêm a identidade cultural; e aumentam a diversidade cultural”.

O modelo de economia criativa incentiva a colaboração e facilita a integração das tradições locais com as exigências do mercado contemporâneo. Contribui também significativamente para o apelo das zonas rurais através do turismo criativo. Este modelo oferece aos visitantes a oportunidade de se envolverem ativamente na cultura local através de experiências práticas e autênticas.

Além dos canais de comunicação tradicionais com os quais já está familiarizado, hoje a Internet oferece-nos uma ampla gama de possibilidades, como vimos no módulo anterior: «Levar as histórias para a Internet: hospedar e partilhar narrativas digitais». Portanto, a integração da tecnologia e das ferramentas digitais amplifica ainda mais o potencial criativo das comunidades rurais, expandindo o seu alcance, melhorando a documentação e permitindo a narrativa digital que ressoa além das fronteiras geográficas.

A narrativa digital desempenha um papel vital no aprimoramento do turismo criativo, dando vida a narrativas, tradições e experiências locais por meio de formatos multimédia envolventes. Ao combinar recursos visuais, áudio, texto e relatos pessoais, as comunidades podem partilhar histórias autênticas que ressoam com os turistas que buscam experiências significativas e imersivas. As tecnologias ajudam a aprofundar a compreensão dos visitantes sobre a cultura local e incentivam o envolvimento respeitoso com o património local. Para os profissionais do turismo e membros da comunidade, a narrativa digital oferece uma ferramenta poderosa e de baixo custo para promover destinos, atrair viajantes culturalmente curiosos e apoiar o desenvolvimento do turismo sustentável enraizado na identidade local.

2. Ferramentas para estimular a criatividade: Métodos para fomentar a criatividade local.

Dê um passeio e encontre um espaço de trabalho local, um local calmo e inspirador, observe os detalhes, conecte ideias com os seus vizinhos — não há dúvida de que descobrirá inúmeras fontes de inspiração à sua volta.

Para que o turismo criativo prospere, é essencial estabelecer uma forte rede criativa que possa ser apoiada por vários centros criativos em toda a região. Esses centros devem atuar como âncoras para os criativos locais — artesãos, artistas, intérpretes e profissionais da cultura — oferecendo espaço, ferramentas, oportunidades de colaboração e visibilidade. Incentivos e instrumentos de apoio (tais como subsídios, residências, programas de mentoria ou apoio ao marketing) podem encorajar os criativos a mudar-se ou expandir o seu trabalho para estes centros.

Do ponto de vista do desenvolvimento do turismo, a localização estratégica e a infraestrutura dos centros criativos são cruciais. A acessibilidade através de redes rodoviárias, a disponibilidade de transportes públicos e a proximidade de opções de alojamento influenciam o fluxo de visitantes.

A reutilização de edifícios históricos como espaços criativos tem um duplo objetivo. Não só proporciona infraestruturas funcionais para atividades artísticas, como também garante a reutilização sustentável do património cultural tangível. Estes edifícios, quando adaptados com sensibilidade, tornam-se pontos focais do envolvimento da comunidade, da criatividade e do turismo, acrescentando profundidade e singularidade à oferta turística regional.

Uma rede criativa bem estruturada proporciona visibilidade e contexto, ajudando os profissionais a posicionar o seu trabalho como relevante, valorizado e significativo num contexto contemporâneo. Através de workshops, demonstrações e experiências de cocriação, os visitantes adquirem uma apreciação mais profunda do conhecimento tradicional e das suas aplicações modernas, transformando o artesanato em práticas vivas, em vez de exibições estáticas.

3. Ferramentas de inovação: Princípios de design thinking, metodologias ágeis e inovação social aplicados ao turismo e ao património cultural.

Ferramentas de inovação, como design thinking, metodologias ágeis e inovação social, podem ser aplicadas estrategicamente ao turismo e ao património cultural, capacitando as comunidades rurais a criar soluções significativas, adaptáveis e sustentáveis.

Design thinking

O design thinking é uma abordagem de resolução de problemas que se concentra nas necessidades e experiências do utilizador final.

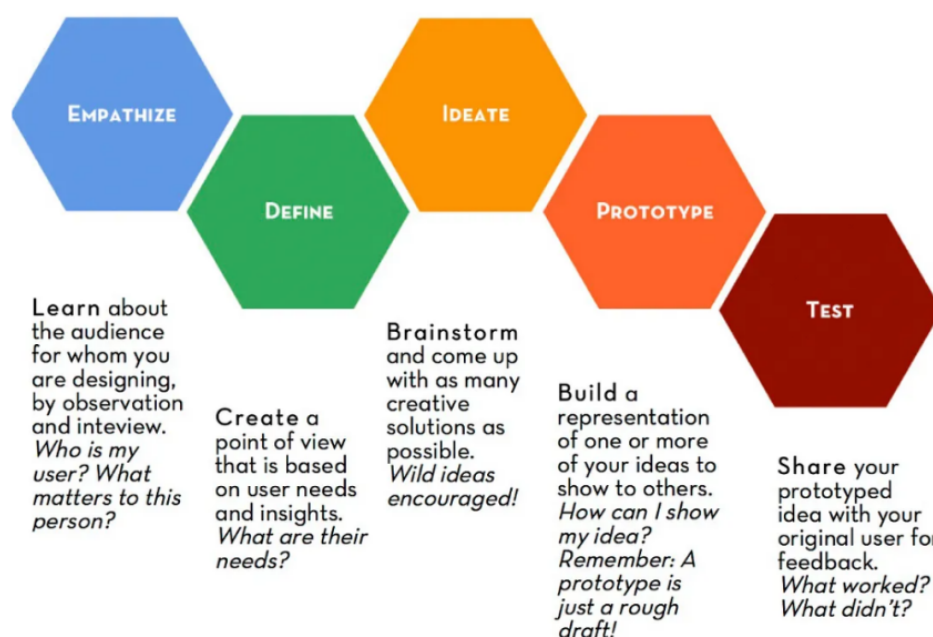


Fig. 2 Design thinking. Fonte: <https://vendiclarberg.medium.com/ironhacks-prework-design-thinking-challenge1-4246c8d5c02>

Pensamento ágil

O pensamento ágil é a capacidade de encontrar soluções eficazes em situações incertas. É uma mentalidade que valoriza a resposta à mudança em vez de seguir um plano fixo, enfatiza a comunicação e a colaboração, concentra-se em entregar pequenas partes de trabalho utilizáveis rapidamente e apoia a melhoria contínua.

As metodologias de pensamento ágil têm origem no Manifesto Ágil, originalmente criado para o desenvolvimento de software, mas agora amplamente aplicado em vários setores. Algumas das metodologias ágeis mais comuns incluem:

- **Scrum** – Uma estrutura que organiza o trabalho em pequenas iterações com tempo limitado, chamadas sprints. <https://scrumguides.org/>
- **Lean** – Uma metodologia focada em maximizar o valor e minimizar o desperdício. <https://www.planview.com/resources/guide/lean-principles-101/>
- **Kanban** – uma metodologia focada em visualizar o trabalho, limitar o trabalho em andamento e melhorar o fluxo. <https://businessmap.io/kanban-resources/getting-started/what-is-kanban-board>
- **Extreme Programming (XP)** – um método que enfatiza a excelência técnica, incluindo práticas como programação em pares e integração contínua. <https://www.agilealliance.org/glossary/xp/>

Inovação social

A inovação social é uma abordagem focada no desenvolvimento de novas soluções para desafios sociais – como pobreza, desigualdade, educação ou alterações climáticas – e na melhoria da vida das pessoas. Centra-se nas necessidades reais das comunidades, envolve várias partes interessadas, visa transformar sistemas e incorpora objetivos sustentáveis, como benefícios sociais e ambientais a longo prazo.

Guia de Inovação Social em Áreas Rurais Marginalizadas:
https://ec.europa.eu/enrd/sites/enrd/files/social_innovation_guide_for_practitioner_s.pdf

4. Estudos de caso

Aqui estão alguns exemplos de projetos reais em que os conceitos e ideias deste módulo são postos em prática. Está pronto para mergulhar nos estudos de caso?

1. Visite Empordanet

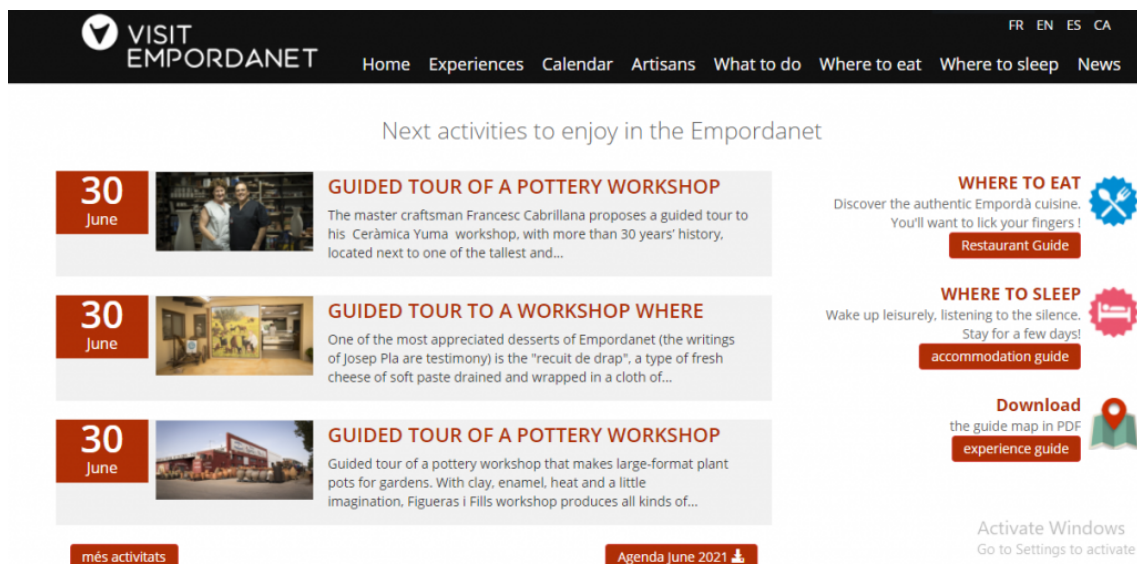


Fig. 3 Plataforma Visit Empordanet

Um exemplo poderoso de inovação cultural que integra sustentabilidade, envolvimento da comunidade e preservação do património é a plataforma de turismo criativo em Espanha www.visitempordanet.com. Esta iniciativa destaca como o turismo pode ser construído em torno do património cultural imaterial das comunidades locais, como o artesanato tradicional e o conhecimento profundo da natureza. O site funciona como um catálogo digital, apresentando a história única da região e oferecendo descrições detalhadas das experiências locais, organizadas pelos próprios membros da comunidade. Inclui um calendário de visitas guiadas e workshops práticos, promovendo a participação ativa nas tradições culturais. Ao enfatizar a narrativa, a plataforma celebra a autenticidade e a singularidade de cada atividade, ao mesmo tempo que incentiva os visitantes a provar, descobrir e comprar produtos locais. É um forte exemplo de planeamento turístico estratégico que não só apoia a economia local, mas também promove um sentimento de orgulho e continuidade dentro da comunidade.

2. Āraiši Lēģendas. Jogo interativo

A utilização de aplicações de jogos interativos para contar histórias digitais oferece uma forma dinâmica e envolvente de promover o património cultural e apoiar o turismo criativo. Estas aplicações combinam a narrativa com mecânicas de jogo — tais



Fig. 4 Jogo interativo “Āraišu Lēģendas”

como missões, puzzles e exploração — para mergulhar os utilizadores nas tradições, histórias e paisagens locais.

Um excelente exemplo de narrativa digital por meio de aplicativos de jogos interativos pode ser encontrado em Āraiši, na Letónia. Lá, o jogo interativo “Āraišu Lēģendas” (“Lendas de Āraiši”) foi desenvolvido como um produto turístico usando o aplicativo de jogos Actionbound. O aplicativo, disponível para download gratuito, guiava os jogadores por um mapa com locais culturalmente significativos, cada um ligado a lendas locais.

Em cada parada, os utilizadores encontram

histórias, conteúdo visual e perguntas que aprofundam sua compreensão do património da região. Esse formato interativo não apenas educa os visitantes de maneira divertida, mas também incentiva a exploração da região, tornando o turismo mais envolvente e acessível por meio da tecnologia moderna, especialmente apreciada entre os viajantes mais jovens.

FERRAMENTAS DE AUTOAVALIAÇÃO

PERGUNTAS DE AUTO-REFLEXÃO

- 1) Pense numa tradição, prática ou habilidade local da sua região. Como ela poderia ser compartilhada com os turistas, respeitando sua integridade cultural?
- 2) A narrativa digital seria eficaz para isso? Porquê ou por que não?
- 3) Quais são os riscos potenciais da promoção do PCI através do turismo? Como podem ser mitigados?
- 4) Na sua opinião, como podemos equilibrar o crescimento do turismo com a proteção das tradições locais?
- 5) Como a criatividade e a inovação podem melhorar as experiências do turismo rural?
- 6) Cite uma iniciativa de turismo cultural (do módulo ou de outro lugar) que o inspirou. O que a tornou bem-sucedida?

TESTE DE AUTOAVALIAÇÃO

- 1) Quais são os principais componentes do turismo sustentável e como eles apoiam o património cultural imaterial (PCI)?
 - a) Promover apenas o património físico através de visitas guiadas
 - b) Foco no entretenimento e no lucro através do turismo de massa
 - c) Aspectos económicos, ambientais e socioculturais que garantem a preservação do património a longo prazo
- 2) Quais das seguintes opções são ferramentas que podem melhorar o turismo cultural rural por meio de plataformas digitais?
 - a) Anúncios ao ar livre e classificados em jornais
 - b) Brochuras impressas
 - c) Visitas virtuais, redes sociais e narrativas digitais
- 3) Por que o envolvimento da comunidade é importante no turismo cultural?
 - a) Ele garante que a comunidade controle e se beneficie da forma como sua cultura é apresentada

- b) Reduz o custo de contratação de profissionais
- c) Faz com que os turistas se sintam melhor

4) O que é turismo criativo?

- a) O turismo cultural é apenas para museus; o turismo criativo é para festivais
- b) O turismo criativo enfatiza experiências práticas, participativas e de cocriação
- c) O turismo criativo envolve assistir a espetáculos

5) Como o turismo cultural apoia os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas?

- a) Incentivando as comunidades rurais a abandonar práticas tradicionais
- b) Contribuindo para a criação de empregos, o consumo responsável e o bem-estar da comunidade
- c) Desencorajando o turismo em áreas remotas para protegê-las

6) Como é que o artesanato e o conhecimento tradicionais podem ser inovados para se tornarem relevantes na atualidade?

- a) Adaptando designs e usos, mantendo a autenticidade
- b) Transformando-os em lembranças produzidas em massa
- c) Substituindo-os totalmente por novos produtos

Soluções

- 1) C
- 2) C
- 3) A
- 4) B
- 5) B
- 6) A

Referências

Brundtland, G.H. (1987). Relatório da Comissão Mundial sobre Ambiente e Desenvolvimento: O Nosso Futuro Comum digitallibrary.un.org/record

Ioan-Franc, V., Istoc, E.M. (2007). Turismo Cultural e Desenvolvimento Sustentável ipe.ro/rjef/rjef1_07/rjef1_07_7.pdf

Colucci, M., Palermo, A., Francini, A. (2015). O Desenvolvimento Sustentável das Áreas Rurais. atlantis-press.com/proceedings

Jarábková, J., Hamada, M. (2012). Criatividade e Turismo Rural researchgate.net/publication/270173158_Creativity_and_Rural_Tourism

Kim, S., Whitford, M., Arcodia, C. (2021). Desenvolvimento do Patrimônio Cultural Imaterial como Recurso Turístico Sustentável: as Perspectivas dos Profissionais do Patrimônio Cultural Imaterial taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003130253-4/development-intangible-cultural-heritage-sustainable-tourism-resource-intangible-cultural-heritage-practitioners-perspectives-soojung-kim-michelle-whitford-charles-arcodia

López-Sanz, J.M., Penelas-Leguía, A., Gutiérrez-Rodríguez, P., Cuesta-Valiño, P. (2021). Turismo rural e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Um estudo das variáveis que mais influenciam o comportamento do turista frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.722973/full

Richards, G. (2020). Conceber locais criativos: O papel do turismo criativo sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738320300669?via%3Dihub

Richards, G. (2023). Turismo cultural e criativo em áreas rurais e remotas crocuseurope.eu/wp-content/uploads/CROCUS-literature-review-cultural-and-creative-tourism.pdf

Rosyadi, S., Haryanto, A., Kusuma, A.S., Fitrah, E. (2019). O papel da economia criativa na promoção do desenvolvimento rural sustentável researchgate.net/publication/338445244_The_Role_of_Creative_Economy_in_Promoting_Sustainable_Rural_Development

UNESCO (2008). Rumo a estratégias sustentáveis para o turismo criativo
unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811

Wasela, K. (2023). O papel do património cultural imaterial no desenvolvimento do turismo cultural [article_363738_0dbd0a81ce847507aed152f628e1ebde.pdf](#)

OMC (2005). Tornar o turismo mais sustentável – Um guia para decisores políticos
unep.org/resources/report/making-tourism-more-sustainable-guide-policy-makers

Fontes de informação adicionais

Agenda 2030 sdgs.un.org/2030agenda

Estudos da OCDE sobre turismo “Turismo e economia criativa”
oecd.org/publications/tourism-and-the-creative-economy-9789264207875-en.htm

OMT, «Turismo e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – Jornada para 2030»,
Turismo e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – Jornada para 2030

OMT, «Turismo e Património Cultural Imaterial», Turismo e Património Cultural Imaterial | Organização Mundial do Turismo

Manifesto Ágil: agilemanifesto.org