



**Escola Superior  
de Tecnologia  
e Gestão**

Politécnico de Coimbra



**Escola Superior  
de Educação**

Politécnico de Coimbra

## **Criação de uma Residência Artístico – Científica, como estratégia de Marketing Territorial impulsionadora de migração para aldeia de S. Gião**

Departamento de Ciências Empresariais [ESTGOH]

Departamento de Comunicação [ESEC]

Mestrado em Marketing e Comunicação





**Escola Superior  
de Tecnologia  
e Gestão**

Politécnico de Coimbra



**Escola Superior  
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Ana Cristina Gouveia Madeira

Criação de uma Residência Artístico – Científica, como estratégia de Marketing Territorial  
impulsionadora de migração para a aldeia de S. Gião

Trabalho de projeto em Marketing e Comunicação, na especialização em Gestão de Marketing  
apresentada ao Departamento de Ciências Empresariais da Escola Superior de Tecnologia e  
Gestão de Oliveira do Hospital e ao Departamento de Comunicação da Escola Superior de  
Educação de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Trabalho realizado sob a orientação do Professor Adjunto Convidado, Luís Miguel Ferreira  
Nunes

Abril de 2025



## **Agradecimentos**

Chegado o fim desta etapa, deixo aqui os meus agradecimentos a todos os que contribuíram para a realização deste trabalho.

Em primeiro lugar, agradeço ao meu Pai, Patrocínio, cuja memória me acompanhou ao longo deste percurso.

À minha Mãe, Maria de Lurdes, agradeço pelo apoio constante ao longo da vida.

Ao meu filho, João Miguel, agradeço pela compreensão e por ser uma motivação constante.

Ao corpo docente deste Mestrado, agradeço todo o apoio prestado ao longo deste percurso académico.

Agradeço ao Professor Luís Miguel Ferreira Nunes, meu orientador, pela orientação, disponibilidade, paciência e apoio ao longo do desenvolvimento deste projeto.

Ao Professor Nuno Miguel Fortes Fonseca Santos, agradeço o acompanhamento dedicado e exigente durante o curso.

Agradeço também a todos os amigos, colegas e restantes pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para este trabalho.

Este projeto pretende valorizar a aldeia de S. Gião, unindo arte, ciência e território, e é uma forma de contribuir para a revitalização do interior do país.

## **Criação de uma Residência Artístico – Científica, como estratégia de Marketing Territorial impulsionadora de migração para a aldeia de S. Gião**

### **Resumo**

Este projeto propõe a criação de uma Residência Artístico-Científica em São Gião como estratégia de Marketing Territorial, com o objetivo de atrair novos habitantes e/ou visitantes e dinamizar esta aldeia do interior de Portugal. A proposta parte da valorização do património local através da articulação entre arte, ciência e tecnologia, contribuindo para o combate à desertificação humana e à estagnação económica e cultural.

O enquadramento teórico assenta nos conceitos de Marketing Territorial, Marketing Cultural e nas Residências Artístico-Científicas, explorando o seu potencial como ferramentas de regeneração e requalificação de territórios. A metodologia utilizada combina investigação qualitativa (entrevistas) e quantitativa (inquéritos), permitindo recolher dados relevantes sobre o território e os seus atores.

Com base no modelo SOSTAC, foi delineada uma proposta estratégica que inclui análise de situação, definição de objetivos, estratégias, táticas, ações e mecanismos de controlo. O projeto evidencia o papel transformador da criatividade e da produção de conhecimento na construção de novas centralidades rurais e apresenta-se como um modelo replicável noutros contextos.

**Palavras-chave:** Marketing Territorial, Residências Artístico-Científicas, São Gião, Revitalização, Desenvolvimento Local

## **The Creation of an Artistic and Scientific Residency as a Territorial Marketing Strategy to Foster Migration to the Village of S. Gião**

### **Abstract**

This project proposes the creation of an Artistic-Scientific Residency in São Gião as a Territorial Marketing strategy, with the aim of attracting new residents and/or visitors and revitalising this village in the interior of Portugal. The proposal is based on the enhancement of local heritage through the integration of art, science, and technology, contributing to the fight against human desertification and economic and cultural stagnation.

The theoretical framework is grounded in the concepts of Territorial Marketing, Cultural Marketing, and Artistic-Scientific Residencies, exploring their potential as tools for the regeneration and requalification of territories. The methodology combines qualitative research (interviews) and quantitative research (surveys), allowing for the collection of relevant data on the territory and its stakeholders.

Based on the SOSTAC model, a strategic proposal was outlined, including situation analysis, objective setting, strategies, tactics, actions, and control mechanisms. The project highlights the transformative role of creativity and knowledge production in the construction of new rural centralities and presents itself as a replicable model in other contexts.

**Keywords:** Territorial Marketing, Artistic-Scientific Residencies, São Gião, Revitalization, Local Development



<b>ANEXOS.....</b>	<b>133</b>
<b>Anexo 1 – Perda da população no interior de Portugal.....</b>	<b>134</b>
<b>Anexo 2 – Entrevista ao Senhor Presidente da Junta de Freguesia de S. Gião e resumo.....</b>	<b>135</b>
<b>Anexo 3 – Entrevista à Vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Oliveira do Hospital e resumo.....</b>	<b>143</b>
<b>Anexo 4 – Entrevista à Diretora Executiva da Associação de Desenvolvimento Integrado da Rede de Aldeias de Montanha e resumo.....</b>	<b>156</b>
<b>Anexo 5 – Identificação das casas devolutas e/ou desabitadas de S. Gião e a escolha para a edificação da Residência Artístico – Científica S. Gião LAB.....</b>	<b>170</b>
<b>Anexo 6 – Questionário para os profissionais que trabalham em Residências e representação gráfica das respostas obtidas.....</b>	<b>171</b>
<b>Anexo 7 – Questionário para os residentes e potenciais residentes e representação gráfica das respostas obtidas.....</b>	<b>183</b>

### **Lista de abreviaturas**

ACERT – Associação Cultural e Recreativa de Tondela

ADIRAM – Associação de Desenvolvimento Integrado da Rede de Aldeias de Montanha

CAA – Clube de Astronomia

CAE – Código de Atividade Económica

CCDR – Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional

CIM – Comunidades Intermunicipais

CMOH – Câmara Municipal de Oliveira do Hospital

DGArtes – Direção-Geral das Artes

DRCC – Direção Regional da Cultura do Centro

ERASMUS – European Emerging Action Scheme for the Mobility of University Students

EU – União Europeia

EUNIC – Associação dos Institutos Nacionais de Cultura da União Europeia

FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia

FEAT – Future Emerginig Arte & Technology

IETM – Rede Internacional para Artes Performativas Contemporâneas

I&D – Investigação e Desenvolvimento

JFSG – Junta de Freguesia de São Gião

KPIs – Key Performance Indicators

NUTS – Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins Estatísticos

ONGs – Organizações Não-Governamentais

PESO – Paid, Earned, Shared and Owned

PEST – Política, Económica, Social e Tecnológica

PRR – Plano de Recuperação e Resiliência

PT2030 – Portugal 2030

RAC – Residência Artístico-Científica

SMART – Specific, Measurable, Attainable, Realistic and Time-bound

SOSTAC – Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions and Control

SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats

TI – Tecnologias de Informação

UBI – Universidade da Beira Interior

UC – Universidade de Coimbra

### **Lista de ilustrações**

Ilustração 1 – População por idade média.....	25
Ilustração 2 – Índice de envelhecimento.....	26
Ilustração 3 – Índice de rejuvenescimento.....	26
Ilustração 4 – Localização de S. Gião.....	29
Ilustração 5 – Modelo SOSTAC.....	82
Ilustração 6 – Imagem 1 da Quinta do Torneiro.....	111
Ilustração 7 – Imagem 2 da Quinta do Torneiro.....	111
Ilustração 8 – Imagem 3 da Quinta do Torneiro.....	111

### **Lista de tabelas**

Tabela 1 – Análise das entrevistas: pergunta 1.....	39
Tabela 2 – Análise das entrevistas: pergunta 2.....	41
Tabela 3 – Análise das entrevistas: pergunta 3.....	42
Tabela 4 – Análise das entrevistas: pergunta 4.....	43
Tabela 5 – Análise das entrevistas: pergunta 5.....	44
Tabela 6 – Análise das entrevistas: pergunta 6.....	45
Tabela 7 – Análise das entrevistas: pergunta 7.....	47
Tabela 8 – Análise das entrevistas: pergunta 8.....	48
Tabela 9 – Análise das entrevistas: pergunta 9.....	59
Tabela 10 – Análise das entrevistas: palavras.....	51
Tabela 11 – Matriz TWOX.....	56
Tabela 12 – Caracterização dos profissionais.....	65

Tabela 13 – Caracterização das Residências dos profissionais.....	65
Tabela 14 – Duração das residências dos profissionais em zonas rurais.....	66
Tabela 15 – Localização das Residências dos profissionais em zonas rurais.....	66
Tabela 16 – Caracterização sociodemográfica dos artistas, cientistas e investigadores...	67
Tabela 17 – Caracterização sociodemográfica dos inquiridos que nunca frequentaram uma Residência e não querem frequentar.....	68
Tabela 18 – Caracterização sociodemográfica dos inquiridos que nunca frequentaram uma Residência mas querem frequentar.....	69
Tabela 19 – Caracterização sociodemográfica dos artistas, cientistas e investigadores que já frequentaram uma Residência.....	70
Tabela 20 – Análise PEST.....	83
Tabela 21 – Análise SWOT.....	88
Tabela 22 – Análise dos “concorrentes” .....	94
Tabela 23 – Diagrama de Gantt .....	109
Tabela 24 – Sistema de controlo pelas métricas KPIs.....	116



## **1 - INTRODUÇÃO**

## INTRODUÇÃO

Num contexto de crescente desertificação do interior de Portugal, com especial incidência nas pequenas aldeias, torna-se imperativo repensar estratégias de desenvolvimento que promovam a atratividade e a revitalização destes territórios.

Com base nos estudos realizados por Lopes (2023), expõe-se o problema de base — o ponto de partida deste projeto — o despovoamento. Este fenómeno começou a manifestar-se em Portugal a partir dos anos 60, com a transição de uma economia agrícola para uma economia centrada na indústria e nos serviços, o que levou à migração em massa para os centros urbanos. Trata-se de um problema multidisciplinar e de dimensão europeia.

O despovoamento do interior de Portugal é um fenómeno persistente e cada vez mais relevante, como demonstram os últimos CENSOS de 2021 (ver Anexo 1). Estes revelam que, embora cerca de 80% do território português seja rural, apenas 20% da população vive nessas áreas, verificando-se uma forte concentração populacional nas cidades e respetivas periferias. O êxodo rural, motivado sobretudo por razões económicas e pela perceção de que a cidade oferece melhores condições de vida, leva à perda da população ativa nas regiões rurais, acentuando o envelhecimento e a desertificação. A falta de oportunidades de emprego leva os jovens a abandonar estas zonas, o que provoca o abandono de terras, o encerramento de serviços públicos como escolas, postos médicos e o aumento da dependência face às cidades. O encerramento dos serviços públicos, por sua vez, conduz ao desinvestimento em transportes e infraestruturas, tornando a vida no meio rural ainda mais desafiante.

Tal como é espelhado no trabalho realizado por Lopes (2023) o Estado português tem vindo, desde há décadas, a implementar medidas de combate ao despovoamento, desde as campanhas agrícolas, programas de colonização interna e ações de reflorestação promovidas durante o Estado Novo, até aos atuais planos de coesão territorial. Estes planos têm-se centrado na educação, apoio à população idosa e valorização do património, bem como em medidas de apoio fiscal, incentivo ao teletrabalho e ao investimento empresarial. No entanto, os problemas estruturais

persistem: a escassez de emprego, a ausência de serviços básicos (educação, saúde) e o reduzido investimento continuam a dificultar a fixação de população no interior.

Este êxodo rural tem consequências graves, como a exclusão social, o abandono do território, a falta de investimento e, conseqüentemente, o aumento do risco de incêndios florestais. Assim, o despovoamento está intimamente ligado à coesão territorial, que é essencial para o equilíbrio social e económico entre regiões.

As opiniões dos especialistas analisados por Lopes (2023) são divergentes: alguns acreditam na possibilidade de reverter o despovoamento através de estratégias específicas, enquanto outros sublinham que, apesar dos esforços políticos e económicos, a decisão sobre onde viver é profundamente pessoal e subjetiva. A nossa perspetiva é positiva — acreditamos que, através de estratégias de marketing territorial, será possível, a longo prazo, não eliminar totalmente o fenómeno, mas pelo menos mitigá-lo. Esta visão é reforçada pelo facto de os centros urbanos se encontrarem cada vez mais sobrelotados e dispendiosos, comprometendo a qualidade de vida dos seus habitantes.

O nosso objetivo passa por contribuir para a redução das assimetrias regionais em Portugal, combatendo fatores como a falta de investimento, a baixa produtividade, a escassez de trabalhadores qualificados, o uso ineficiente dos recursos, a reduzida dimensão dos mercados locais e a concentração de investimento empresarial nas zonas já desenvolvidas. Para tal, contamos com o apoio do Estado, das administrações locais e do sector empresarial, para garantir infraestruturas, educação, serviços de saúde e incentivos económicos que ajudem a contrariar o despovoamento.

O presente projeto de mestrado propõe a criação de uma Residência Artístico-Científica como estratégia de marketing territorial, com o objetivo de impulsionar a migração para a aldeia de S. Gião, localizada na região Centro de Portugal. Parte-se da premissa de que a articulação entre arte, ciência pode ser um motor de transformação social, económica e cultural, promovendo o dinamismo local e atraindo novos públicos.

Com base numa revisão teórica que aborda conceitos-chave como marketing territorial, marketing cultural e o modelo de residências artístico-científicas, esta investigação analisa a viabilidade e o impacto de uma proposta inovadora centrada na valorização do património, das dinâmicas criativas e da identidade local. S. Gião, sendo um território com um vasto património natural, histórico e arquitetónico, mas atualmente marcado pelo despovoamento e envelhecimento populacional, constitui um cenário particularmente relevante para a implementação desta iniciativa.

A metodologia adotada combina abordagens qualitativas e quantitativas, recorrendo a entrevistas e inquéritos, com o intuito de compreender a perceção dos diferentes atores locais, bem como aferir o interesse e o potencial de atratividade da Residência junto de públicos-alvo externos.

O desenvolvimento do projeto segue a estrutura do modelo SOSTAC — Análise da Situação, Objetivos, Estratégia, Tática, Ações e Controlo — permitindo uma organização clara e estratégica da proposta. A análise do território e a identificação das suas potencialidades e fragilidades fundamentam a proposta da Residência como ferramenta de regeneração territorial.

Este trabalho estuda sobre o papel transformador da arte e da ciência na reconfiguração dos territórios de baixa densidade, propondo um modelo replicável que alia criação, inovação e desenvolvimento sustentável. A Residência Artístico-Científica em S. Gião surge, assim, como uma resposta concreta a desafios contemporâneos, propondo-se não apenas como um espaço de criação, mas como catalisador de mudança territorial.

## **2 – ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

## 2.1 - Marketing

O conceito de Marketing ao longo dos anos foi sofrendo alterações, adequando-se às novas realidades. Sendo que a sua essência é definida por Kotler et al (2021), como a ciência e arte de explorar, criar e proporcionar valor com vista a satisfazer as necessidades do público que quer atingir, com vista o lucro. De acordo com The American Marketing Association (2017) “o marketing é a atividade que engloba um conjunto de processos que têm como objetivo criar, comunicar, entregar e trocar produtos e serviços que tenham valor para os clientes, parceiros e para a sociedade em geral”. Já para The Chartered Institute of Marketing (2023) “o marketing é o processo de gestão responsável por identificar, antecipar e satisfazer as necessidades dos clientes de forma lucrativa”.

Inicialmente o marketing era orientado para o produto (Marketing 1.0), posteriormente o marketing centrou-se no cliente (Marketing 2.0), seguidamente o marketing focou-se no ser humano com “mente, coração e espírito” (Marketing 3.0), pelo que a criação de produtos, serviços e culturas empresarias, foram criadas tendo por base as emoções e valores humanos. O impulso da tecnologia levou à convergência do marketing tradicional com o marketing digital (Marketing 4.0). O cliente digital tem outra forma de decidir e interagir, pois as tomadas de decisões são mais sociais e mais influenciadas pelos grupos. No entanto as novas tecnologias também permitem conhecer individualmente cada consumidor/cliente/utente podendo criar produtos e serviços mais à sua medida. (Kotler et al, 2017)

De acordo com Kotler et al (2021) hoje estamos na era do Marketing 5.0 que agrega as suas anteriores versões humanizadas com a Inteligência Artificial, neste caso com o objetivo de conquistar os consumidores através do uso e análise de dados, esta possibilidade de trabalhar uma grande quantidade de dados possibilita os profissionais de marketing personalizar estratégias para cada cliente. As ferramentas disponibilizadas pela Inteligência Artificial possibilitam a criação de valor para cada cliente individualmente, em determinado momento específico, oferecendo experiências e soluções tecnológicas que satisfaçam o consumidor. A Inteligência Artificial pode interpretar os dados recolhidos e aumentar o grau de satisfação dos mesmos (Lee &

Leonas, 2018). Assim, hoje podemos criar produtos e serviços à medida do consumidor que se encontra do outro lado do ecrã, do outro lado do mundo, proporcionando a satisfação das suas necessidades no imediato.

### **2.1.1 - Marketing Territorial**

Segundo Kotler et al (2017), a globalização trouxe a oportunidade de pequenas, médias e grandes empresas competirem ao mesmo nível, pois as restrições físicas deixaram de existir e todas as marcas têm a oportunidade de estar junto dos consumidores independentemente do local onde se encontrem. Podendo desta forma ser criada uma imagem de marca também de um destino. E os destinos são um conjunto de diferentes elementos, que incluem a acomodação, a restauração, atrações turísticas, artes, entretenimento, a cultura local e o próprio ambiente natural. Existe uma necessidade de estabelecer uma identidade individual e um veículo adequado para (re)atrair mercados estabelecidos e novos (Morgan & Pritchard, 2004) e para tal também podemos contar com a Inteligência Artificial para atempadamente conhecer as necessidades do público-alvo que queremos atingir e proporcionar experiências adequadas às suas preferências no destino escolhido ou imaginado.

Kotler et al (2021) defende que o marketing transformou-se numa ferramenta de trabalho extremamente importante e poderosa aplicável a bens, serviços, eventos, experiências, pessoas, organizações, ideias e lugares. Para Kotler & Gertner, 2002 “O marketing projeta um lugar de modo a satisfazer as necessidades dos seus públicos-alvo, sejam a comunidade, os visitantes e os investidores, tendo por objetivo melhorar a imagem do local.” E como Morgan & Pritchard (2004) realçam na era da informação, o desafio dos territórios é alimentar a imaginação dos seus cidadãos, a sua força interior. A riqueza económica e competitividade dependem não só das ligações de uma localidade com o exterior através da informação tecnológica e das infraestruturas de transportes, mas também da sua capacidade de construir novos negócios e de explorar a inovação. As escolas e as universidades desempenham um papel importante, pois geram

capital intelectual, dinamizam a cultura e desenvolvem ideias na comunidade empresarial. Ao mesmo tempo, a arte e a cultura devem ser cultivadas, pois estimulam a imaginação e criam uma imagem e uma reputação que ajudam a atrair investimento e indivíduos talentosos.

Um lugar / uma localidade é uma estrutura cultural complexa constituída por pessoas e uma falha numa estratégia de marketing territorial para os seus habitantes pode ser desastrosa para eles (Gordo et al, 2018), pelo que temos de ser bastante cuidadosos na definição das estratégias utilizadas e como estas irão influenciar quem vive nesse lugar. “As boas práticas e sucessos formam-se no e a partir do local e deve ser esse o foco do nosso trabalho” (Salemink et al, 2025).

À semelhança das empresas, as localidades tentam aproveitar as oportunidades para assegurar a sua sustentabilidade, valorizando os seus atributos com vista à atração de turistas, investigadores e moradores (Kotler et al, 1993). Esta necessidade de atrair recursos obriga a que as localidades utilizem estratégias de marketing (Kotler & Gertner, 2002). Quando falamos de localidades falamos de pessoas e o cuidado tem de ser acrescido, assim na implementação de estratégias de marketing territorial todos os intervenientes devem ser beneficiados e beneficiarem das potencialidades uns dos outros, por exemplo os visitantes podem encontrar oportunidades de negócio nas localidades passando de turistas a investidores e quem sabe a residentes; os residentes necessitam de recursos, mas também de organização e envolvimento por parte de todos os interessados lutando por um objetivo comum, vestindo a camisola da sua identidade e não entrando em conflito; os negócios existentes na localidade não se podem considerar como concorrentes, mas como parceiros para um bem comum trazer visitantes, novos residentes, novos investimentos para o crescimento da localidade. Ou seja, os residentes devem sentir-se satisfeitos e envolvidos com o que é desenvolvido no local onde vivem evitando do despovoamento (Gordo et al, 2018).

Destas especificidades surgiu o marketing territorial, como ferramenta de promoção de uma determinada região, cidade ou país utilizando diversas estratégias com o objetivo de atrair turistas, habitantes, talentos, investidores e empresas com vista ao desenvolvimento económico e social desse local (Lages et al, 2018). Mas tendo em atenção a existência de diversas empresas interessadas na comercialização do mesmo

território, os profissionais de marketing territorial debatem-se com diversos problemas de criação de valor quer ao nível regional, quer ao nível político, tendo em atenção todos os outros agentes envolvidos quer das empresas locais, quer as que estão envolvidas no território como as de transporte, de turismo, etc. (Morgan & Pritchard, 2004) Deverá existir uma conciliação de interesses para que todos “remem” para o mesmo lado tendo como base a mesma imagem de marca desse território. Para Kavaratzis & Ashworth (2008), o marketing territorial tem como papel principal influenciar o público-alvo em relação aos produtos associados a uma localidade para além de promover e criar novas interpretações dos locais baseadas na imagem promovendo a diferenciação dos territórios. Mas como Gordo et (2008) referem, os decisores necessitam de conhecer as suas localidades em todas as vertentes de forma a elaborarem um plano estratégico adequado. A população necessita de estar envolvida para que a imagem da sua localidade seja adequadamente projetada, caso contrário estes territórios serão ainda mais afectados pelo despovoamento.

De acordo com Ruivo (2008), as funções do marketing territorial são: atrair visitantes, investidores e residentes; criar valor na identidade e especificidades da localidade; promover o desenvolvimento social e económico encontrando a mais-valia desse território para manter a sustentabilidade social e económica a longo prazo. Assim como Morgan & Pritchard (2004), demonstram que a construção de uma marca de destino é um processo longo, e é necessário manter uma estratégia consistente ao longo do tempo, sem mudanças apressadas. Ou seja, a construção de uma marca sólida exige paciência e uma visão também ela a longo prazo. O controlo e avaliação contínua das comunicações é extremamente importante, assim como a mente aberta e aceitar a mudança por parte dos gestores de marca é essencial para o sucesso de uma marca territorial agindo no imediato para manter a identidade e positividade da mesma.

Para Gordo et al (2018), o marketing territorial contempla quatro etapas distintas. Primeiro, é necessário assegurar os serviços básicos e a manutenção das infraestruturas do local para o bem da sua população, das suas empresas e de quem o visita. Segundo, deve criar políticas de atração de investimento e apoios locais. Depois precisa de definir um plano de comunicação e de city branding de modo a criar uma imagem coerente e apelativa da localidade (“A imagem é uma representação mental, individual ou coletiva. Na sua formação influenciam aspectos como crenças e atitudes, conhecimento,

experiências e aprendizagens.” Gordo et al (2018)). Por último necessita que a opinião pública seja positiva, obtendo o aval dos residentes, das empresas, das instituições para que trabalhem juntos com o mesmo objetivo: atrair novas empresas, investimentos, turistas, talentos e habitantes. A construção de uma marca territorial envolve interesses de diferentes organizações que podem entrar em conflito. É fundamental entender como esses interesses se cruzam e qual o apoio dos sectores público e privado. A relação entre cultura e branding também tem de ser tida em conta, pois as características culturais únicas de um lugar são essenciais para sua identidade (Morgan & Pritchard, 2004).

Uma marca de destino bem-sucedida deve abranger uma série de atividades, incluindo o desenvolvimento de infraestruturas, melhoria de produtos, proteção contra a degradação ambiental, alterações na cultura organizacional e promoção de parcerias, todas elas baseadas numa intensa pesquisa de mercado para identificar os consumidores desejados. A imagem de marca de um território deve associar uma linguagem visual ampla e distinta com uma forte criatividade, e são estas linhas de base que irão criar a plataforma para o sucesso da marca territorial (Morgan & Pritchard, 2004). De acordo com Kotler & Gertner (2002), mesmo quando a marca territorial não é gerida, as pessoas têm imagens sobre esse local e essas imagens influenciam a compra, investimento, mudança de residência ou vontade de visitar ou ir viver. Assim como Kotler et al (1993) afirmem “A soma de crenças e impressões que as pessoas têm sobre os lugares. As imagens representam uma simplificação de um grande número de associações e peças de informação relacionadas com um lugar. São um produto da mente tentando processar e selecionar informação essencial de grandes quantidades de dados sobre um lugar”. O nosso papel é simplificar e acrescentar valor positivo a essas imagens! Pois a imagem de marca de um território é vista cada vez mais como um instrumento de marketing essencial para o desenvolvimento de relações no mercado interno e externo, ou seja internacionalmente. A arte e a ciência da marca têm a oportunidade comprovar o seu valor indo para além da ideia de “melhorar o valor para o acionista”, e ser reconhecida como ferramenta valiosa na negociação (Morgan & Pritchard, 2004).

Barros & Gama (2009) consideram a existência de concorrência entre territórios pela captação de recursos, investimentos, negócios, habitantes e turistas. Pelo que é necessário o local seja sustentado pela imaginação e criatividade, para que a sua reputação atraia investimento e indivíduos talentosos, mesmo sendo um processo moroso, mas que bem planeado poderá ser bem-sucedido (Kotler & Gertner, 2002).

As estratégias de branding territorial são essenciais para o equilíbrio entre identidade e imagem do território, pois enquanto a identidade é um conceito emissor a imagem é um conceito receptor, pelo que as interações com o território são fundamentais para a construção de um juízo de valor por parte de quem procura o território e esse equilíbrio entre identidade e imagem criam a imagem de marca do local, o que irá permitir distingui-lo dos restantes e torna-lo único e diferente. (Gaio & Gouveia, 2007).

Sendo que a imagem de um país é a soma da sua geografia, da sua história, da sua arte, da sua música, dos seus cidadãos famosos, entre outros, pelo que temos de estar atentos à indústria do entretenimento e os media pois estes desempenham um papel particularmente importante na formação da imagem das pessoas sobre os territórios, seja pelos produtos, serviços como até manifestações sociais, educacionais ou até relacionados com a saúde que são expressos através destes meios e esta imagem vai criando diferentes estereótipos que se vão difundindo entre elementos de um mesmo grupo, criando representações mentais partilhadas pelos membros de uma determinada sociedade (Morgan & Pritchard, 2004). Pelo que devemos ter muito cuidado com o que é comunicado pelos diferentes meios de comunicação para que a imagem de marca do nosso território não seja descaracterizada.

A utilização do marketing como estratégia de gestão e promoção de acordo com Gouveia et al (2015) é uma mais-valia para que os territórios sejam mais competitivos e se tornarem mais atrativos, pois o objetivo do marketing territorial é projetar uma estratégia mobilizadora que permita o crescimento socioeconómico fundamentado do local, aproveitando as suas características e recursos mais particulares, melhorando desta forma a competitividade e promovendo essas potencialidades. Assim, a marca territorial é definida como um ativo imperativo no crescimento dos locais desenvolvendo a sua distinção, o seu posicionamento. A marca regional “Centro”, de acordo com os mesmos autores, é vista como “the brand comes with the territory”,

devendo a mesma ser aceite, impulsionada e trabalhada para que a marca da região cresça com objetivos concretos e bem definidos, para que não seja cada vez mais disseminada na mente dos seus habitantes e visitantes, e esse trabalho terá de ser realizado em primeiro lugar pelo Estado, como já acontece com os projetos de iniciativas de terceiros (CIM, municípios, outras entidades), nomeadamente o projeto 8 - Aldeias Criativas, Dornelas do Zêzere (Pampilhosa da Serra) e Sortelha (Sabugal), apresentados no Programa Estratégico para a Região Centro do PORT CENTRO – Programa Regional de Ordenamento do Território da Região Centro, na versão para discussão pública, de 28 de fevereiro de 2025, pela Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional do Centro.

Não existindo esse suporte regional, que se reflete no país e de depois no mundo, será difícil cada local se afirmar localmente. Pois como Morgan & Pritchard, 2004 explicam a imagem de marca de um país pode influenciar a sua economia, cultura e política, afetando até mesmo decisões a nível internacional.

A transformação das zonas rurais no contexto da globalização, destacando a mudança de uma economia agrícola tradicional para uma nova economia centrada na valorização e comercialização do espaço rural exige a criação de novas narrativas e identidades regionais atrativas, ao mesmo tempo que enfrenta desafios como o enfraquecimento populacional e económico, especialmente entre os jovens, e a ameaça à identidade local. A marca territorial surge como uma estratégia essencial para o desenvolvimento rural, promovendo uma identidade socialmente construída que fortalece a economia local. As ações de branding e marketing passam a integrar as políticas públicas regionais, contribuindo para um novo modelo de governação mais participativo e centrado nos cidadãos (modelo bottom-up). O branding rural é apresentado não apenas como uma ferramenta de promoção, mas como parte integrante de um processo de mobilização comunitária e valorização dos recursos locais, sendo fundamental para a competitividade e revitalização das zonas rurais. Pelo que as estratégias de marketing, branding e comunicação são essenciais para tornar as zonas rurais mais visíveis e apoiar a diversificação económica. A marca territorial vai além da promoção, tornando-se centro no desenvolvimento económico local na valorização de recursos endógenos e na construção de uma identidade competitiva. A interação local e estratégias económicas

permitem reestruturar a economia local promovendo o desenvolvimento rural sustentável e duradouro. (Eugenio-Vela & Barniol-Carcasona, 2015)

A criação de uma marca territorial requer que a mesma esteja ligada à comunidade local e à sua cultura, pelo que essa marca deve transmitir a identidade do território com autenticidade que deve basear-se nas realidades existentes nos locais, nas suas potencialidades históricas, culturais, pois os consumidores procuram experiências culturais genuínas. (Melwara & Skinnerb, 2020) E para criar marcas territoriais fortes exige-se coesão social e económica entre os diferentes intervenientes (a administração pública, as empresas, as coletividades e a comunidade), só através desta cooperação, gestão e respeito pela história e cultura locais é possível criar marcas territoriais de sucesso. (Charters & Spielmann, 2014)

### **2.1.2- Marketing Cultural**

As Residências Artístico – Científicas desenvolvem diversas atividades a maioria delas são de âmbito cultural procurando a troca de conhecimentos entre artistas, cientistas e o público local (Santos et al, 2020) promovendo a participação cultural com as atividades de cariz participativo e educativo (Gago, 2022).

O produto final de cada Residência Artístico – Científica por norma reflete-se em espetáculos, exposições, workshops, dando oportunidade aos artistas, cientistas, investigadores e demais profissionais que participam nestas residências poderem dar a conhecer os seus feitos, para tal as ferramentas do marketing cultural serão uma mais-valia para a realização das residências e divulgação das mesmas, assim como as atividades desenvolvidas pelas residências nas suas apresentações ao público, desenvolvendo conseqüentemente movimentos de turismo cultural e criativo associados às atividades realizadas. Este tipo de ações e mesmo as Residências Artístico – Científicas necessitam de apoios financeiros seja através de mecenato e/ou patrocínios.

As empresas utilizam o marketing cultural sendo mecenas e patrocinadores das Residências e dos eventos produzidos pelas mesmas para conseguirem aquilo que Carvalho (2010) define o marketing cultural como a estratégia de comunicação que visa promover um produto ou serviço por meio de sua inserção em contextos culturais alinhados aos interesses do público-alvo. Isso pode ocorrer, por exemplo, por meio da associação da marca a espetáculos musicais, filmes, peças de teatro, exposições, feiras, workshops, entre outros eventos apreciados pelo consumidor.

Sendo o marketing cultural uma das estratégias utilizadas pelas empresas para dar valor, destaque e visibilidade às suas marcas através de patrocínios a projetos culturais atingindo de forma dinâmica públicos-alvo específicos para além da existência de retorno em termos fiscais. As empresas que entram no mercado cultural poderão aumentar a imagem institucional e da marca fortalecendo a relação com o público (Quevedo et al, 2015).

As instituições que utilizam as ferramentas de marketing cultural, como por exemplo os museus, beneficiam, pois a notoriedade deste género de instituição pública é aumentada, assim como as receitas, pela utilização da ferramenta de comunicação do marketing cultural (Lima, 2012).

O marketing cultural está diretamente relacionado com as relações públicas por partilharem o mesmo objetivo, a notoriedade da marca, pelo que as instituições que promovem as Residências Artístico – Científicas devem procurar estes profissionais de relações públicas para dar a conhecer os seus projetos e obter o patrocínio dos seus eventos e mesmo da sua atividade enquanto Residência, obtendo a notoriedade da marca da empresa e ao mesmo tempo da própria Residência e implicitamente da localidade onde esta está sediada.

Para que uma marca territorial tenha sucesso a sua filosofia, a sua promessa e imagem visual tem necessidade do apoio do governo, das empresas e da comunidade, refletindo a cultura e personalidade do local, por isso tem de ser um projeto cooperativo para que perpetue no tempo positivamente. (Morgan & Pritchard, 2004). A união da comunidade e os acordos de cooperação entre organismos públicos, privados, instituições de ensino superior são essenciais para fortificar o poder socioeconómico, a sustentabilidade e a

resiliência da comunidade, mas também deverão ser incorporados planos de gestão do património e do turismo (Gocer et al, 2024). Este tipo de iniciativas enquadram-se no turismo criativo que promove a participação dos turistas em conjunto com a comunidade desenvolvendo a cocriação e a cooperação, neste caso os habitantes desempenham um importante papel no sucesso das atividades desenvolvidas, contudo não deve ser massificado, pois pode ser um fator de rejeição para a comunidade. (Scalabrini & Remoaldo, 2022) Assim o turismo deve fazer parte da estratégia do marketing territorial, pois desenvolve a marca, faz o apelo emocional e chama a atenção a potenciais investidores e residentes criando em diferentes entidades a partilha dessa mesma imagem de marca territorial junto de diferentes públicos, como a partilha nas redes sociais (Morgan & Pritchard, 2004) passando a ser eles (a comunidade, as empresas, os turistas, os participantes) o meio de comunicação da marca que por um lado divulgam e por outro dão o feedback necessário para dar continuidade ao trabalho de desenvolvimento da marca territorial ambicionada.

De acordo com Ferreira & Abreu (2022), a renovação de oferta cultural é prioritário criando fatores de surpresa, de novidade, de exploração do improvável; assim como o aumento da diversidade e frequência das exposições temporárias atrativas, utilização multicultural dos equipamentos, programas em itinerância, entre outros são condições essenciais para aumentar o valor dos bens culturais e motivos para a visita e revisita dos locais. No estudo realizado por Faria et al (2009) obtiveram informação útil designadamente em que os inquiridos associavam memórias agradáveis, dos eventos estudados, associados à infância e juventude, muitos deles indicaram experiências vividas há muitos anos, o que pode indicar que não só o evento se manterá na mente, mas também a marca associada. Estes clusters criativos atarem investimento e destacam-se com um dos instrumentos de desenvolvimento económicos que pode regenerar o local onde são realizados os eventos, numa perspetiva de placemaking criativo, mas para que sejam eficazes existe a necessidade de interagir com as realidades locais, desenvolvendo oportunidades para obter locais criativos, mas prósperos. (Roberts & Lowe, 2024) Para criar uma marca territorial desafiante o profissional de marketing tem de aproveitar ideias poderosas alimentando a imaginação dos seus cidadãos, sendo no seu interior que está a sua força, a economia, a prosperidade e a

competitividade não dependem apenas da localização de um território e das suas infraestruturas, depende também da sua capacidade de criar novos negócios e explorar a inovação. O programa artístico e cultural de um lugar estimula a imaginação e cria uma imagem e uma reputação que ajudará a atrair investimento e indivíduos talentosos que serão os impulsionadores da imagem do lugar em si (Morgan & Pritchard, 2004) onde as Residências Artístico-Científicas têm um papel importante na criação desse programa.

As atividades das Residências Artístico – Científicas estão associadas inevitavelmente ao marketing cultural pela necessidade de patrocínios, de notoriedade e as suas atividades culturais estarem agregadas ao turismo cultural e criativo. Contudo nas zonas rurais temos de ter determinados cuidados como nos alertam Gálvez-García et al (2025), pois o cliente também faz parte ativa da comunidade, desempenhando um duplo papel, por um lado é interveniente nas atividades pois ajuda e faz parte das mesmas, mas por outro é consumidor dessas mesmas atividades pois compra produtos, pois assiste às produções. Temos por exemplo, o caso do emigrante que tem a capacidade de gerar capital comunitário, ou seja neste regresso a casa cria laços, ou seja o emigrante é residente e turista, e desse modo vai fortalecer a sociedade local, a sustentabilidade aumentando desta forma o sentimento de pertença à comunidade. Como Maziliauske (2024) nos expõe no seu artigo “Innovation for sustainability through co-creation by small and medium-sized tourism enterprises (SMEs): Sociocultural sustainability benefits to rural destinations”, aliado ao marketing cultural surge o turismo que também contribui para o desenvolvimento sociocultural e sustentabilidade das zonas criando emprego, que é um factor de fixação da população.

A luta por consumidores de destinos é cada vez mais diferenciada pela imagem que apela ao coração e à mente, do que pelo preço, e para criar uma ligação emocional, uma marca territorial tem de ser: credível, acessível, diferente e que transmita entusiasmo (Morgan & Pritchard, 2004). Remetendo ao Marketing 3.0, o marketing cultural tem um papel extramente importante no desenvolvimento da imagem de marca territorial de uma aldeia, no interior do país, que sofre do fenómeno mais comum o despovoamento, despertando as suas características diferenciadoras como mais-valias para o consumidor de forma emocionalmente apelativa e distintiva, criando valor para a aldeia, para os

seus habitantes, para o seu concelho, para a sua região, para o seu país e obviamente para os seus consumidores.

## **2.2 - Residências Artístico – Científicas**

As Residências Artístico – Científicas são umas das ferramentas de marketing territorial, tal como é enunciado pela Estratégia Regional Cultural 2030 (2020), que as utiliza como meio de fixação das comunidades, desenvolvendo uma rede de residências artísticas na Região Centro em vários domínios. “As mesmas são também um método de experimentar, de quebrar linhas de pensamento e diferenças dando a oportunidade de nos reinventarmos, pensando de forma diferente” (Fonseca & Amorim, 2021). Para que as ideias floresçam, as pessoas precisam de um ambiente que apoie e inspire o processo criativo, seja através de uma experiência artística e cultural aberta em que sejam incentivados e não reprimidos, e um sistema educativo que encoraje os indivíduos assimilar o que está à sua volta para criar algo novo e útil. Este é o desafio dos territórios: criar as condições que irá despertar a imaginação dos seus cidadãos para criar o seu próprio futuro (Morgan & Pritchard, 2004).

A criatividade é um elemento intrínseco às Residências Artístico-Científicas e revela-se essencial não apenas para os artistas, mas para todos os profissionais no desempenho das suas funções quotidianas. Dado que uma parte significativa da nossa vida é vivida no contexto laboral, torna-se relevante considerar o desenvolvimento organizacional por meio de metodologias baseadas nas artes. Essas abordagens podem ser altamente eficazes, pois estimulam a criatividade necessária para a produção de algo novo, colaborativo e significativo.

Um exemplo é a utilização da improvisação teatral, que contribui para processos criativos ao favorecer a apresentação de ideias inovadoras e o desenvolvimento de competências tanto sociais como individuais. Essas competências, pessoais e profissionais, são fundamentais para o crescimento individual e o desenvolvimento profissional (Nisula & Kianto, 2018).

As Residências Artístico – Científicas surgem associadas à saída do atelier para um novo espaço, com outros materiais e em novos contextos, sempre com o objetivo de estimular a criação artística-científica. Hoje encontramos Residências Artístico – Científicas nos meios urbanos, industriais e rurais, permitindo o intercâmbio de conhecimentos com especialistas de áreas que o artista e o cientista não dominam. As instituições de acolhimento devem auxiliar o participante proporcionando ferramentas e técnicas tornando as Residências Artístico – Científicas em plataformas de investigação avançada com poder crítico, com competências multidisciplinares. E quando a obra revela na sua forma, no seu conteúdo as características do local onde foi criada, a importância das Residências Artístico – Científicas ainda é mais evidente (Amorim & Teixeira, 2020). As Residências Artístico-Científicas desenvolvem estratégias de produção artística articuladas com a investigação, assumindo-se, assim, como estruturas de investigação de carácter multidisciplinar (Amorim & Teixeira, 2020). Nesse contexto, a sinergia entre arte e ciência revela-se fundamental para a promoção do conhecimento e para o desenvolvimento de talentos em diversas áreas.

A programação das Residências Artístico - Científicas poderá permitir aproximar as comunidades ao património local, permitindo revitalizá-lo, valorizando-o e recriando-o. (Gago, 2022). Através de novas formas de ver o lugar, desde os espaços religiosos, coletivos, as ruas, as praças, os caminhos nos campos, os próprios campos que podem adquirir funções culturais, ser espaços de criação artístico-científica, locais da comunidade e para a comunidade.

A mobilidade proporcionada pelas Residências Artístico-Científicas oferece a artistas e cientistas a oportunidade de vivenciar novas experiências, em contacto com diferentes pessoas, contextos e territórios. Essa dinâmica fomenta o intercâmbio com diversos profissionais e instituições, como museus e galerias, contribuindo para o reconhecimento dos artistas no meio artístico (Marcondes, 2019). Para os cientistas, constitui uma oportunidade de partilhar o seu conhecimento e as suas criações com públicos não especializados, superando barreiras linguísticas e técnicas por meio de abordagens artísticas.

Ao promover essa aproximação entre ciência e comunidade através da arte, cria-se uma simbiose enriquecedora que valoriza o trabalho de ambos os campos. Essa integração entre arte e ciência revela-se essencial para o desenvolvimento de competências individuais e coletivas, com impacto positivo nas comunidades onde se realizam estas Residências Artístico-Científicas.

As Residências Artístico – Científicas, são instituições que desempenham um papel importante não só ao nível cultural pelos projetos que apoiam, pelo contacto mais próximo artista, cientista e público, ou seja pela relação de ensino e aprendizagem, pela troca de informações (Santos & Martins, 2020). A instituição de acolhimento até poderá ter limitações a diferentes níveis (materiais, humanos), contudo deve ajudar cada participante procurando articular a relação entre os participantes e outros intervenientes no tema da Residência (Amorim & Teixeira, 2020). O papel do responsável da residência é extremamente importante na criação de valor para a residência em si, pois é ele que recebe, acolhe, ajuda, integra cada participante na residência em si e na comunidade local.

As preocupações sociais podem juntar a investigação artística e científica através de um trabalho cooperativo com especialistas de outras áreas que também podem ser influenciados pelo local onde a Residência Artístico – Científica possa ser dinamizada, deixando obras de arte e ciência que perpetuam os efeitos da experiência vivida (Ferran, 2012). Mesmo quando o espaço seja uma universidade, a ciência e a arte cruzam-se e os resultados refletem a colaboração sempre existente nas residências artístico – científicas (Keehan & Rogers, 2022). As Residências desenvolvem-se em diferentes meios: industriais, urbanos, rurais. (Amorim & Teixeira, 2020). Estas instituições independentemente do local onde estão localizadas têm um papel extremamente importante nas áreas sociais e culturais, pois apoiam projetos que levam o público a interagir com os participantes da residência desenvolvendo a apreciação das obras proporcionando relações de aprendizagem pela troca de informação. E esta proximidade promove a diminuição do preconceito do público em relação aos artistas e cientistas provocando um “novo olhar” sobre a produção artística-científica. (Santos & Martins, 2020).

As instituições de ensino superior são grandes impulsionadoras de residências artísticas, científicas e artístico – científicas, como por exemplo a Universidade da Beira Interior que promove ligações com instituições internacionais promovendo a inovação e criatividade ao nível científico e cultural através do Programa de Residências Científicas Internacionais com o enriquecendo intelectual de professores, investigadores e estudantes. As Residências Artístico UBlanas outro projeto da mesma Universidade com o objetivo de fomentar as relações sociais e afetivas para aumentar o bem-estar físico e emocional ([www.ubi.pt](http://www.ubi.pt)), a Faculdade das Belas Artes da Universidade de Lisboa. Outras instituições desenvolvem e promovem residências artísticas e artístico – científicas como o Programa de Residências da Direção Geral das Artes e Ciência Viva; as Residências Multidisciplinares da Fundação Gulbenkian; Hangar com Programas de Residências Internacionais; Fundação Champalimaud, com a Residência Arte-Ciência; Inresidenceporto com inúmeros projetos e espaços de Residências Artísticas; Aveiro Criatech Residences; entre outras, como as referenciadas por Pires (2023) às quais acrescenta-se a Residência Artística Fundação Lapa do Lobo, localizada no interior do nosso país, no concelho de Nelas, distrito de Viseu.

Internacionalmente existem várias instituições que realizam intercâmbios e colaborações com as nossas Residências Artístico – Científicas através do projeto ERASMUS que financia este género de residências. Mas também temos em França a instituição Leonard / Olats Residences com o Observatoire Leonard des Artes et des Techno-Sciences e a Future Emerging Art and Technology (FEAT) Residencies, este projeto europeu que associa cientistas inovadores e artistas que trabalham na vanguarda da tecnologia.

Nas residências FEAT os artistas colaboram com engenheiros, cientistas e investigadores na perspetiva do desenvolvimento tecnológico a longo prazo. O funcionamento da residência depende de cada individuo, que pode permanecer em conjunto no laboratório e depois regressar ao estúdio e desenvolver o seu trabalho sozinho ou em manter-se em equipa e desenvolver o seu trabalho em conjunto (Prem, 2019).

“O objetivo da sinergia artística é possibilitar ao artista residente novos desafios e trabalhar novos temas, parceiros e estilos, possibilitando ao mesmo sair da zona de

conforto criativo.” (Santos & Martins, 2020). Uma das grandes mais-valias para os residentes, mas também para o “produto final”.

Os espaços e objetos existentes nas Residências Artístico – Científicas são extremamente importantes, como os estúdios de trabalho e as áreas de lazer, pois para além de respeitarem a individualidade de cada um, proporcionam a socialização, promovendo laços de colaboração e de amizade, fortemente associados a elos profissionais (Basov et al, 2024). O mesmo acontece nas organizações a existência de espaços sociais são extremamente importantes para o desenvolvimento da criatividade e implicitamente o incremento das competências individuais e em grupo (Nisula & Kianto, 2018).

O espaço físico das Residências têm um impacto na criatividade e conseqüentemente na inovação, desde o desenvolvimento de capacidades de pensamento e estímulo criativo, ou seja deve existir um cuidado na criação das divisões das Residências, desde o design dos espaços, à existência de áreas sociais e os próprios espaços de trabalho (Lee & Lee, 2023). Ou seja o espaço físico também influencia a criatividade. Na criação de uma Residência também temos de ter em atenção o alojamento, o transporte, a segurança, para que estejam à altura da promessa criada, se não estiverem salvaguardas estas questões, irá afetar não só os participantes, os visitantes como os habitantes. Toda a logística é extremamente importante, pois cria oportunidades de desenvolvimento económico, social e se a Residência, as suas residências e os seus eventos forem bem geridos podem desenvolver reputação para o local tornando-o atrativo, criando desta forma uma imagem de marca territorial (Morgan & Pritchard, 2004).

O sair do local de trabalho para o meio ambiente fortalece os laços e aumenta a criatividade, tal como é expresso no website da Artful Nature Based Solutions que conjuga arte e ciência, numa perspetiva do enriquecimento de ideias e pontos de vista para a solução de problemas. Segundo Levy (2024) quantas mais áreas da ciência e da arte interagirem maiores serão os benefícios para os locais, como são os projetos da Artful Nature Based Solutions. Outro exemplo é apresentado por Maier et al (2024) que considera que arte e ciência exigem competências das duas áreas do saber desde a observação atenta, o conhecimento e quando as duas áreas do saber se conjugam a

criatividade é alcançada com produções artísticas bastante positivas neste caso na área da parasitologia.

Tal como Lee et al (2018) resumem “as Residências criam oportunidades entre ciência e arte que resultam em criações estéticas, emocionais, ambientais, educacionais e sociais ao nível dos intervenientes como das organizações. A arte e ciência levam à inovação pedagógica.” E este contributo desenvolve qualquer meio onde uma Residência Artístico – Científica se possa desenvolver.

E como defende Paulo Pires, no seu artigo “Para errar melhor: residências artísticas e apoio à criatividade”, publicado a 22 de Julho de 2023, na Revista Comunidade, Cultura e Arte, é necessário valorizarem o trabalho artístico, especialmente nos bastidores do processo criativo. Destacar a importância de reconhecer e apoiar as etapas iniciais da criação, que nem sempre resultam em apresentações públicas ou produções visíveis. A proposta central é que o trabalho artístico, em todas as suas fases, deve ser remunerado e não ser limitado pelo ritmo de produção ou métricas quantitativas. Além disso, Pires (2023), salienta o papel das estruturas culturais independentes em Portugal, como associações e coletividades, que são fundamentais no apoio à criação artística através de residências e outras formas de suporte. Essas organizações geralmente contam com financiamento público ou apoio de instituições privadas e mecenato.

As residências artísticas geralmente incluem apoio a espaços de trabalho, alojamento, alimentação e deslocações, além de apoio à divulgação de projetos criativos, como ensaios abertos e ante estreias. As formas comuns de captação de criadores incluem candidaturas espontâneas (reservas diretas de espaços) ou convites abertos (open call), com seleção por júri. Algumas entidades oferecem residências permanentes, criativas, em trânsito ou virtuais.

Existem residências especiais e de produção, nas quais são lançados desafios pela direção artística, envolvendo grupos de criadores para projetos locais. Residências de conhecimento que visam reunir profissionais de diferentes áreas para investigar, refletir e questionar tópicos ligados à criatividade e processos inventivos. O foco está na criação de uma massa crítica dentro do meio cultural. Residências de formação e capacitação, estas combinam prática com formação qualificada, através de mentorias e tutorias

artísticas. Estas residências estimulam a experimentação, a aprendizagem e a inovação. Para além das residências de apoio à criatividade em contextos rurais que desempenham papéis importantes no apoio à investigação e criação artística, desenvolvendo práticas que valorizam a relação arte-território-ambiente e envolvem a comunidade local. Este último género de residências revelam uma filosofia organizacional que procura integrar a arte com o território, a sustentabilidade, a ecologia e a imersão na natureza, promovendo a informalidade, proximidade e confiança mútua entre os participantes. (Pires, 2023)

Os festivais, plataformas e encontros-âncora de artes performativas e visuais, além de promoverem o cruzamento disciplinar, têm sido fundamentais no apoio à criação artística. Isso ocorre tanto nas suas programações, que incluem residências artísticas, quanto no resultado final de trabalhos de pesquisa e experimentação criativa desenvolvidos em etapas anteriores aos eventos, muitas vezes em colaboração com outras estruturas programadoras. (Pires, 2023)

Pires (2023) também destaca o crescimento do turismo de habitação e o ecoturismo, com foco em espaços que, além de oferecerem alojamento, promovem também residências artísticas e a criação artística. Este universo, que inclui tanto iniciativas privadas como públicas, está associado a espaços localizados em regiões mais periféricas, mas que têm ganho relevância ao integrar práticas culturais e artísticas com a natureza e o ecoturismo. Estes espaços combinam ecoturismo e arte, muitas vezes promovendo reflexão e experimentação em áreas como a biodiversidade e a regeneração florestal. Há também uma tendência crescente de outros ambientes informais dentro do sector de turismo, onde se desenvolvem práticas artísticas, muitas vezes de forma mais livre e menos formalizada.

Por outro lado, o sector público, especialmente as autarquias, tem avançado com a criação de centros de residência artística e espaços de apoio à criatividade, mas sua presença e impacto ainda têm pouca expressão em comparação com as iniciativas privadas. No geral, o cenário nacional mostra uma diversidade de iniciativas, com diferentes escalas e recursos financeiros, variando conforme o apoio e a estrutura das instituições municipais.

No papel das residências artísticas, destaca-se a atração de criadores externos para o território, a integração de dinâmicas criativas nas atividades das entidades que acolhem as residências e o aprofundamento da mediação cultural e artística. Pires (2023)

### **2.3 - São Gião**

Os locais onde se situam as Residências Artístico – Científicas são extremamente importantes para o desenvolvimento da criatividade, a localidade (as pessoas que nela vivem/trabalham) é igualmente importante para a decisão de deixar e ficar um determinado local e de acordo Mellander et al, (2011), os fatores beleza ou ambiente físico e a capacidade de conhecer pessoas e fazer amigos são fatores fortemente ponderados para a decisão de permanecer ou se deslocar, mas claro que também existem outros factores.

Relativamente a esses outros fatores os territórios rurais têm obtido diversos apoios para a realização de intervenção para criar incentivos que aliciem à permanência dos moradores, desde infraestruturas básicas, como as enunciadas na primeira etapa do marketing territorial por Gordo et al (2018) desde centros de saúde, escolas, habitações estes são alicerces que promovem estes territórios também junto de outros públicos como visitantes, turistas, empresários e novos residentes, assim como melhorar as acessibilidades, criar postos de informação, não esquecendo a necessidade de manter as relações com os meios aos quais pertencem (às cidades, regiões e ao país) na tentativa de diminuir o despovoamento destas áreas (Barros & Gama, 2009).

Apesar dos esforços e apoios continuamos a assistir ao despovoamento nas áreas rurais interiores, ao envelhecimento e à contínua perda de atividade que são particulares das aldeias; existindo habitações fechadas, pois são secundárias, para fim-de-semana especialmente para férias; localidades marcadas pelo despovoamento, envelhecimento (Barros & Gama, 2009). A aldeia de S. Gião espelha também estas realidades dependentes de emprego e do regresso dos emigrantes.

Segundo Lopes (2023) este fenómeno do despovoamento do interior do nosso país produz problemas não só ao nível da exclusão social, falta de investimento, abandono, mas também a despreocupação em relação ao espaço o que tem originado graves incêndios florestais, pelo que a coesão territorial está intrinsecamente interligada à coesão social e económica; ou seja o interior do país não necessita só de habitantes, necessita de população ativa. E a sua investigação reflete a grande dependência destes territórios da ajuda do Estado e conseqüentemente das administrações locais na criação de incentivos para fixação de pessoas, empresas e infraestruturas essenciais como a educação e a saúde.

Após recolha de informação em diferentes sites como: <https://www.guiadacidade.pt>; <https://www.cm-oliveiradohospital.pt>; <https://www.aldeiasdoxisto.pt/> e sendo solicitada informação à Junta de Freguesia de S. Gião apresenta-se uma caracterização da aldeia.

São Gião é uma aldeia sede de freguesia, do concelho de Oliveira do Hospital, distrito de Coimbra, na Região Centro do País, situada no vale do Rio Alva (um dos afluentes do Rio Mondego), num território montanhoso pertencente ao Parque Natural da Serra da Estrela. A freguesia de São Gião é constituída por mais sete aldeias (Alentejo, Barroca, Covão, Chã, Mosteiro (parcialmente), Parceiro e Rio de Mel), com uma área total de 14,19 Km<sup>2</sup>, contando com 332 eleitores e de acordo com o último CENSOS. Em 2021 tinha 341 habitantes, tendo uma densidade populacional de 24 hab./Km<sup>2</sup>, sendo que 48,68% da população é idosa, ou seja com mais de 65 anos de idade. Esta localidade teve uma diminuição de 19,8% da densidade populacional em relação a 2011. Esta realidade é espelhada nos resultados dos CENSOS 2021 relativamente à Região Centro com idade média mais elevada do país (47,5 anos de idade), assim como o mais elevado índice de envelhecimento (228,6) e por analogia o índice mais baixo de rejuvenescimento (67,1), como pode ser constatado nas três ilustrações abaixo.

### População residente por grupo etário e idade média por sexo, NUTS II, 2021

Número

NUTS II	Grupo etário				Grupo etário (%)				Idade média		
	0-14	15-24	25-64	65 ou mais	0-14	15-24	25-64	65 ou mais	HM	H	M

Portugal	1 331 188	1 088 087	5 500 152	2 423 639	12,9	10,5	53,2	23,4	45,4	43,8	46,9
Norte	440 165	385 934	1 950 231	810 256	4,3	3,7	18,9	7,8	45,4	43,9	46,7
Centro	263 399	220 555	1 141 105	602 180	2,5	2,1	11,0	5,8	47,5	45,9	49,0
AM Lisboa	411 213	310 578	1 527 795	620 622	4,0	3,0	14,8	6,0	43,8	42,0	45,4
Alentejo	87 139	68 763	358 168	190 463	0,8	0,7	3,5	1,8	47,4	45,7	49,0
Algarve	62 781	45 829	247 784	110 949	0,6	0,4	2,4	1,1	45,4	44,3	46,5
RA Açores	34 553	28 239	134 512	39 109	0,3	0,3	1,3	0,4	41,7	40,4	43,0
RA Madeira	31 938	28 189	140 557	50 060	0,3	0,3	1,4	0,5	44,4	42,4	46,3

Fonte: INE, Recenseamentos da População e Habitação

Ilustração 1 – População por idade média

### População residente dos 0-14 anos e com 65 ou mais anos e índice de envelhecimento, por sexo, NUTS II, 2021

Número

NUTS II	Grupo etário						Índice de envelhecimento		
	0-14			65 ou mais			HM	H	M
	HM	H	M	HM	H	M			
Portugal	1 331 188	682 244	648 944	2 423 639	1 036 788	1 386 851	182,1	152,0	213,7
Norte	440 165	225 587	214 578	810 256	349 663	460 593	184,1	155,0	214,7
Centro	263 399	134 949	128 450	602 180	260 066	342 114	228,6	192,7	266,3
AM Lisboa	411 213	210 923	200 290	620 622	258 126	362 496	150,9	122,4	181,0
Alentejo	87 139	44 530	42 609	190 463	81 964	108 499	218,6	184,1	254,6
Algarve	62 781	32 178	30 603	110 949	50 923	60 026	176,7	158,3	196,1
RA Açores	34 553	17 743	16 810	39 109	16 630	22 479	113,2	93,7	133,7
RA Madeira	31 938	16 334	15 604	50 060	19 416	30 644	156,7	118,9	196,4

Fonte: INE, Recenseamentos da População e Habitação

Ilustração 2 – Índice de envelhecimento

### População residente com 20 a 29 anos e com 55 a 64 anos e índice de rejuvenescimento, por sexo, NUTS II, 2021

Número

NUTS II	Grupo etário						Índice de rejuvenescimento		
	20-29			55-64			HM	H	M
	HM	H	M	HM	H	M			
Portugal	1 101 758	558 900	542 858	1 447 630	676 815	770 815	76,1	82,6	70,4
Norte	393 734	199 433	194 301	531 116	249 178	281 938	74,1	80,0	68,9

Centro	217 311	110 927	106 384	323 930	153 174	170 756	67,1	72,4	62,3
AM Lisboa	323 457	161 988	161 469	355 450	161 055	194 395	91,0	100,6	83,1
Alentejo	66 305	35 252	31 053	100 919	48 807	52 112	65,7	72,2	59,6
Algarve	45 998	23 503	22 495	64 893	30 825	34 068	70,9	76,2	66,0
RA Açores	28 519	14 429	14 090	32 492	15 937	16 555	87,8	90,5	85,1
RA Madeira	26 434	13 368	13 066	38 830	17 839	20 991	68,1	74,9	62,2

Fonte: INE, Recenseamentos da População e Habitação

### Ilustração 3 – Índice de rejuvenescimento

A aldeia possui um património histórico muito interessante com edificações que vão desde o século VII ao século XIX, destacando-se a sua Igreja Matriz, denominada por Catedral das Beiras, construída entre 1756 e 1795, classificada como Monumento de Interesse Público, existindo também diversas casas senhoriais onde o granito faz parte da sua arquitetura, material este predominante na construção das habitações com características rurais existentes em duas zonas da povoação, a antiga a sul junto ao centro tradicional e a norte uma zona de construção mais moderna.

As grutas denominadas de Penedo da Moura, fazem parte do património natural de São Gião, mais distante da povoação encontramos uma praia fluvial junto à qual existe um café, um restaurante, um parque de campismo e outros alojamentos. Na aldeia e na freguesia encontramos alojamento de turismo rural e um hotel.

Na freguesia produziu-se o Queijo da Serra da Estrela. A economia local da freguesia hoje é sustentada pelo comércio, construção civil, agricultura e a pecuária existindo ainda prestação de serviços de transportes (um táxi) e uma funerária.

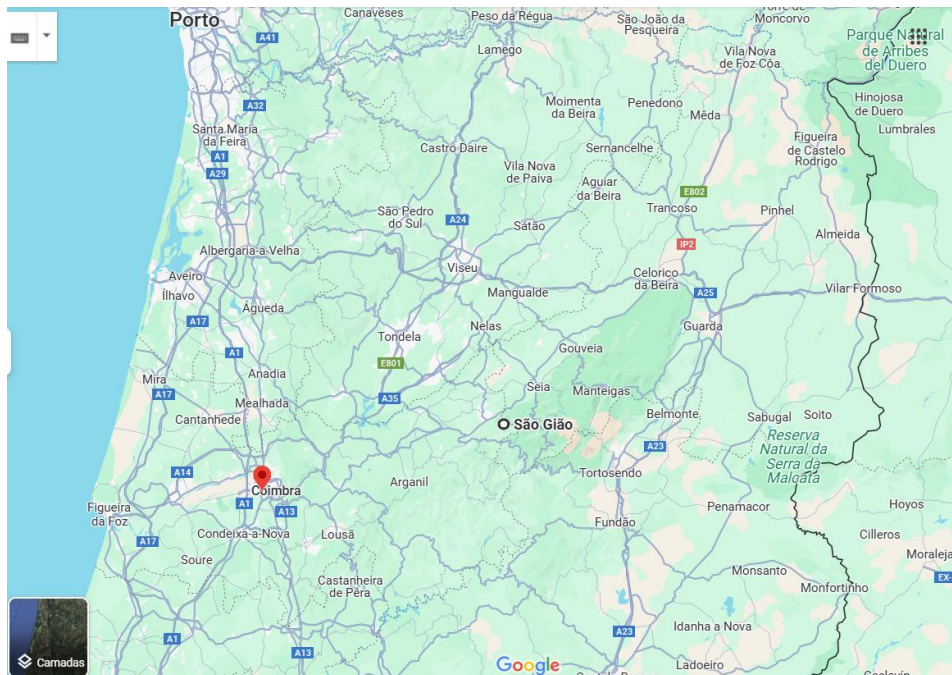
Na aldeia existe uma Escola de Música, da Banda Filarmónica Sangianense, com mais de 150 anos de história, uma equipa de futebol pertencente ao Grupo Desportivo Sangianense e um Clube de Astronomia (CAA). Obteve o primeiro lugar no Orçamento Participativo de Oliveira do Hospital 2024, com o projeto de construção de um observatório astronómico em São Gião. Nas imediações da aldeia, no lugar da Carvalha, fica situado um radiotelescópio, com 9,3 metros de diâmetro, que é considerado o maior radiotelescópio privado de Portugal, este é utilizado para fins educativos e pesquisas astronómicas.

São Gião pertence à Rede de Aldeias de Montanha, da Associação de Desenvolvimento Integrado da Rede de Aldeias de Montanha (ADIRAM), sendo esta uma das instituições que tem apoiado alguns dos eventos realizados nesta localidade. Contudo São Gião tem diversas festas religiosas realizadas ao longo do ano.

De acordo com o Google Maps (<https://www.google.com/maps/>) e conforme ilustrado na Figura 4, a aldeia de São Gião localiza-se a aproximadamente 79 km de Coimbra, 59 km de Viseu e 81 km da Guarda, sendo que as viagens de automóvel até estas capitais de distrito demoram, em média, 1 hora e 20 minutos. Em relação a centros urbanos mais próximos, São Gião dista cerca de 12 km de Oliveira do Hospital, 20 km de Seia, 33 km de Tábua, 35 km de Gouveia e 41 km de Arganil, com tempos de deslocação entre 20 e 45 minutos por via rodoviária.

O acesso à Linha Ferroviária das Beiras requer um deslocamento de cerca de 30 km até às estações de Nelas ou Carregal do Sal, ou aproximadamente 40 km até Santa Comba Dão. Quanto ao transporte aéreo, os aeródromos mais próximos encontram-se em Coja (Arganil) e Pinhanços (Seia), ambos a cerca de 20 km. No entanto, o aeródromo com maior atividade comercial situa-se em Viseu.

A aldeia é servida por transporte público com ligação regular a Oliveira do Hospital, local onde é possível aceder a conexões rodoviárias e ferroviárias para diferentes regiões do país e da Europa.



Fonte: [www.google.com/maps](http://www.google.com/maps)

Ilustração 4 – Localização de S. João

O património cultural, arquitetónico, natural e características como a tranquilidade típica da aldeia e a própria desertificação proporcionam condições para criar uma Residência Artístico – Científica, assim como a proximidade das capitais de distrito e algumas cidades onde encontramos instituições do ensino superior, centros científicos, culturais; empresas; infraestruturas existentes que poderão ser reabilitadas e as coletividades existentes com experiência na arte (música – Banda Filarmónica Sangianense) e na ciência (astronomia - CAA) são também elas, mais-valias para realização do presente projeto.

Concordando com Ruivo (2008) para existir desenvolvimento existe a necessidade da participação de todos os agentes de modo a produzir e viabilizar um produto aumentado. As zonas rurais necessitam de uma aplicação correta e sensata de marketing territorial adequando as suas estratégias a estes locais tendo em atenção as suas fragilidades, criando uma imagem de marca que combata a comercialização do património natural e ou cultural, ou seja destacando as qualidades da aldeia adequadamente criando valor à aldeia. Essas evidências de qualidades devem ser

comunicadas junto dos seus públicos-alvo desenvolvendo uma troca mutuamente vantajosa criando atividades. Esta comunicação irá marcar o posicionamento do território face aos concorrentes enaltecendo a notoriedade da marca e reforçando a identidade da aldeia.

A existência de um espaço que desenvolve residências artístico-científicas com o objetivo de melhorar a qualidade de vida da aldeia e dos seus habitantes, trazendo novos talentos que ajudem ao desenvolvimento das suas qualidades/potencialidades, fará com que seja criada uma imagem de marca da aldeia que seja diferenciadora e também fortaleça a identidade da localidade e dos seus sangianenses. Ou seja é um objetivo a longo prazo evitando o que aconteceu por exemplo no estudo abordado por Zacharias & Lei (2016) que estudou as relações entre estudantes, artistas e habitantes numa aldeia; que apesar do contributo cultural para todos os intervenientes a falta de um plano, transformou o projeto numa colónia de artistas, em que obtiveram alojamento mais barato que nas universidades E na opinião dos habitantes os ganhos foram de curto-prazo e que as atitudes dos intervenientes na aldeia alteraram as características rurais desde a ambiental à histórica.

Além das atividades realizadas durante as Residências Artístico-Científicas em São Gião, é essencial que a gestão das residências e o uso dos diferentes espaços, quando não estão em atividade, sejam constantemente monitorados. Isso envolve a consulta contínua aos participantes diretos e indiretos, incluindo os residentes, os usuários dos espaços da residência, os patrocinadores, as entidades envolvidas e a comunidade local, como habitantes, comerciantes e coletividades.

### **3 – ENQUADRAMENTO DO PROJETO**

### **3.1 - O papel da arte, ciência e tecnologia na revitalização territorial**

Este projeto depende de financiamento, o que constitui uma prática comum também noutros países. Como explicam *Mathisen et al.* (2024), os artistas suecos vivem do apoio de entidades regionais e locais, mesmo quando utilizam plataformas digitais. No entanto, a criação artística revela-se mais eficaz em ambientes presenciais, razão pela qual o apoio direto aos artistas se torna essencial.

O meio digital assume um papel importante na captação de públicos que têm dificuldades em aceder presencialmente aos espaços ou sentem “medo do desconhecido”. O digital funciona como um instrumento de divulgação e aproximação, não só para o público externo — participantes e clientes —, mas também para o público interno, ou seja, a comunidade local. Tal como expõem *Sommer et al.* (2025), os projetos digitais contribuem para reduzir as desigualdades em termos de acessibilidade e literacia digital nas zonas rurais. Assim, a inovação social digital, quando bem orientada, gera impactos bastante positivos para todos os intervenientes.

Os espaços de *coworking* reduzem distâncias geográficas e sociais, promovendo a coesão e a integração local (*Bosworth et al.*, 2023). Por isso, a associação deste projeto a espaços de *coworking* e *coliving* reveste-se de especial importância, tanto para a Residência como para a atração e fixação de pessoas na aldeia de S. Gião. Estes espaços oferecem a oportunidade de permanecer, conhecer a aldeia e integrar-se na comunidade local.

A arte e a criatividade são recursos valiosos para a prosperidade económica das áreas rurais. Como afirmam *Ma et al.* (2025), são elementos fundamentais nesse desenvolvimento. Além disso, organizações sociais como a Escola de Música da Banda Filarmónica Sangianense, o Clube de Astronomia, a Associação Desportiva Sangianense e a Comissão Regional Sangianense desempenham também um papel crucial na promoção da aldeia de S. Gião. Estas entidades são exemplos de como a arte e a ciência já estão presentes no território, sendo essencial potenciar os recursos existentes para envolver a comunidade com os temas e participantes das residências, bem como com os utilizadores dos serviços associados ao projeto.

A presença de mentores reconhecidos nas áreas temáticas das residências poderá constituir uma mais-valia, sobretudo no que diz respeito à captação de públicos externos. A presença de personalidades de destaque impulsiona o dinamismo social, mobilizando os seus seguidores para os locais promovidos pelos seus ídolos e estimulando, dessa forma, a divulgação. (Nunes et al., 2022)

Considera-se, assim, que as estratégias delineadas para o financiamento e promoção deste projeto são adequadas para iniciar o desenvolvimento de uma ferramenta de marketing territorial. Esta ferramenta poderá atrair pessoas para a aldeia, seja pela experiência proporcionada, pela curiosidade ou pelo fortalecimento do sentimento de pertença — o que, no futuro, poderá contribuir para combater a desertificação do território e consolidar a marca territorial de S. Gião, como, por exemplo, sob o mote “uma aldeia *friendly* para os artistas”, conforme referido pela diretora da ADIRAM (Associação de Desenvolvimento Integrado da Rede de Aldeias de Montanha), na entrevista realizada.

## **4 – METODOLOGIA**

#### **4.1 – Opções metodológicas**

O presente capítulo descreve a abordagem metodológica adotada no âmbito deste estudo para sustentar o desenvolvimento do projeto, inserido na área do marketing e da comunicação, focando-se no marketing territorial. O objetivo central da investigação consiste em estudar as condições e a viabilidade para a criação de uma Residência Artístico-Científica na aldeia de S. Gião, no concelho de Oliveira do Hospital, enquanto estratégia de valorização e dinamização de territórios de baixa densidade.

Tendo em conta a complexidade e a natureza multidimensional do tema em análise, optou-se por uma abordagem metodológica mista, combinando técnicas de investigação qualitativas e quantitativas. Esta escolha permitiu uma compreensão mais abrangente do fenómeno, aliando a profundidade proporcionada pela análise qualitativa à capacidade de caracterizar os dados quantitativos.

A componente qualitativa baseou-se na realização de entrevistas semiestruturadas, dirigidas a intervenientes ligados ao território. Estas entrevistas permitiram recolher testemunhos e perspectivas individuais, essenciais para a construção de uma visão contextualizada e realista do território e do seu potencial.

Simultaneamente, procedeu-se à aplicação de inquéritos por questionário, com o objetivo de recolher dados quantitativos junto de dois públicos-alvo distintos: gestores, mentores e promotores de residências artísticas e científicas; e artistas, investigadores e outros potenciais participantes em futuras residências. Esta técnica possibilitou a identificação de padrões de comportamento, preferências e expectativas, assim como a aferição do interesse e da disponibilidade para participar numa Residência Artístico-Científica em contexto rural.

A combinação destas metodologias possibilitou uma análise mais completa, alinhada com os objetivos definidos para a investigação, permitindo, em simultâneo, explorar as perceções dos diferentes intervenientes e quantificar dados relevantes para o planeamento e a promoção da futura Residência Artístico-Científica em S. Gião.

#### **4.1.1 – Investigação qualitativa**

Uma das metodologias de pesquisa escolhida para este estudo foi a qualitativa, devido à sua flexibilidade e capacidade de proporcionar uma análise mais detalhada. A pesquisa qualitativa expõe experiências, opiniões dos participantes, sendo ideal para investigar temas que exigem uma abordagem contextualizada e subjetiva, permitindo explorar as perspectivas dos envolvidos.

Várias técnicas podem ser utilizadas, como entrevistas, observações e análise de conteúdo. As entrevistas são um método eficaz para obter dados detalhados. As entrevistas podem ser estruturadas, semiestruturadas ou não estruturadas, conforme o nível de flexibilidade necessário. A entrevista estruturada segue um guião rígido de perguntas fechadas, a não estruturada permite um diálogo mais livre, e a semiestruturada combina ambos, permitindo explorar tópicos enquanto mantém uma certa estrutura. As entrevistas em profundidade são ideais para um conhecimento aprofundado das experiências dos participantes.

Esta abordagem qualitativa é essencial para a análise em questão, permitindo uma compreensão abrangente das perspectivas dos entrevistados, alinhada aos objetivos e à natureza do estudo.

A escolha da amostra é um processo que emerge ao longo da pesquisa, análise e interpretação dos dados, sendo influenciada por diversos fatores. Esses fatores incluem as características dos participantes, o contexto do estudo (como tempo, recursos financeiros e questões éticas). O sucesso da seleção da amostra depende da aplicação adequada das abordagens de amostragem, considerando o contexto da pesquisa, a clareza na definição dos critérios, a posição do pesquisador e a capacidade de alinhar todos esses aspectos ao objetivo da pesquisa. (McCabe & Czernek-Marszalek, 2024)

Escolhemos as entrevistas semiestruturadas como método de pesquisa qualitativo e estas tiveram como objetivo principal analisar a viabilidade, os impactos e os recursos necessários para a implementação de uma Residência Artístico-Científica em S. Gião, a partir das perspectivas institucionais e de desenvolvimento local, com foco na sua capacidade de gerar valor cultural, social, económico e territorial.

Como objetivos específicos com as entrevistas foram:

Avaliar a capacidade de afirmação territorial da Residência, compreender se a criação da Residência pode contribuir para uma imagem de marca distintiva de S. Gião e do concelho. Assim como identificar características locais com potencial simbólico ou estratégico para esse posicionamento.

Explorar os benefícios esperados da Residência, identificando os impactos positivos esperados a nível cultural, científico, económico e social.

Diagnosticar os principais obstáculos ao projeto, ou seja barreiras institucionais, logísticas, financeiras e sociais que possam dificultar a implementação da residência.

Conhecer iniciativas existentes e o envolvimento institucional, recolher exemplos de ações culturais e científicas já apoiadas pelas entidades locais.

Compreender o envolvimento e a receptividade da comunidade local, avaliar o nível de participação comunitária em eventos anteriores e a predisposição para colaborar com esta nova iniciativa.

Analisar os recursos e infraestruturas disponíveis, verificar se existem espaços, recursos humanos, equipamentos e transportes adequados.

Estudar o papel da Residência na dinamização territorial, compreender como esta iniciativa pode contribuir para o desenvolvimento local integrado e reforço da coesão social.

Investigar o potencial de impacto demográfico, ou seja avaliar a possibilidade da Residência atrair e fixar população, seja através da vinda de novos residentes ou do regresso de antigos habitantes.

O guião da entrevista foi concebido de forma estratégica, adotando uma abordagem exploratória, sustentada nos objetivos previamente definidos. A sua estrutura é progressiva, iniciando com questões de natureza mais ampla e estratégica — como a criação de uma imagem de marca territorial — e evoluindo gradualmente para aspetos

mais específicos, de carácter operacional e social, tais como os recursos disponíveis, a aceitação por parte da comunidade e exemplos de práticas existentes.

As questões formuladas assumem um propósito de diagnóstico, procurando caracterizar o contexto local, identificar oportunidades e desafios, bem como antecipar os potenciais impactos da implementação de uma Residência Artístico-Científica no desenvolvimento do território. Paralelamente, o guião procurou explorar o grau de participação e de envolvimento da comunidade local, reconhecendo-se que a inclusão ativa da população constitui um fator determinante para a sustentabilidade e o sucesso de iniciativas desta natureza.

A opção pela utilização de linguagem clara, direta e acessível teve como finalidade facilitar a compreensão, promovendo respostas mais espontâneas e informativas, essenciais para a obtenção de dados relevantes e consistentes.

As entrevistas foram realizadas às entidades: Junta de Freguesia de S. Gião (JFSG), Câmara Municipal de Oliveira do Hospital (CMOH) e Associação para o Desenvolvimento Integrado da Rede das Aldeias de Montanha (ADIRAM), pelo que foram entrevistados:

O Senhor Presidente da Junta de Freguesia de S. Gião (Anexo 2);

A Senhora Vereadora da Cultura do Município de Oliveira do Hospital (Anexo 3);

A Diretora Executiva da Associação (Anexo 4).

As entrevistas foram realizadas presencialmente de acordo com a disponibilidade dos entrevistados, nas respectivas instituições. A primeira foi com a Senhora Vereadora, no dia 20 de fevereiro, a 27 de fevereiro foi realizada a entrevista ao Senhor Presidente da Junta de Freguesia e por último foi entrevistada a Diretora Executiva da ADIRAM, no dia 26 de março. As entrevistas mediante autorização dos intervenientes foram gravadas para que pudessem ser transcritas, conforme os Anexos 2, 3 e 4.

#### **4.1.1 1– Entre palavras e sentidos: Análise dos discursos**

Apresenta-se a análise das entrevistas realizadas através da seleção da informação obtida nas respostas a cada questão:

1 – Na sua opinião as Residências Artístico – Científicas podem criar uma imagem de marca territorial para S. Gião?

Que imagem territorial estaria especialmente relacionada com as características desta aldeia?

Senhora Vereadora da Cultura da CMOH	Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião	Diretora Executiva ADIRAM
<p>“...são importantíssimos para criar uma imagem de marketing, para puxar, para trazer outros públicos e até mesmo outros moradores, outros potenciais habitantes para o concelho, sem dúvida alguma. Portanto, será sempre algo que poderá ancorar aqui outros interesses de vários sectores económicos e também, como digo, ao nível de gerar riqueza...”</p>	<p>“Sim. Creio que é uma ideia interessante... pode casar de certa maneira o potencial paisagístico que a freguesia ....”</p> <p>“...acho que é uma ideia ambiciosa, mas acho que é uma ideia que faz todo o sentido, até para que haja uma capacidade de <b>dinamização da sociedade em volta da ideia de fixação de pessoas no interior.</b></p> <p>Eu diria, sem dúvida, a questão de <b>ser uma aldeia granítica. Todo o aglomerado do centro histórico, o chamado povo em S. Gião é a volta do granito e é das poucas aldeias à volta que não teve qualquer tipo de intervenção...</b> Portanto, nesse aspeto, parece-me que se diferencia. Nós também já lançámos uma marca que foi feita no último ano, que é a Festa do Medronho, também para <b>potenciar precisamente esse legado que nós temos. ...</b> O segundo ponto o facto de <b>ser uma aldeia de montanha e no interior do país, o que traz</b></p>	<p>“...eu acho que estas residências artísticas, eu <b>chamar-lhe-ia residências artísticas, criativas e científicas, ...</b>”</p> <p>“Imagine, que nessa residência artística, criativa e científica, nós acoplávamos por exemplo, tudo o que era material para isto porque <b>se havia cestaria, cestaria de castanho...</b> É um <b>Saber fazer.</b>”</p>

	<p>características que naturalmente são únicas, de uma região do Vale do Alva e a região circundante à volta da Serra da Estrela e que traz as influências. Todo o processo da lavoura. S. Gião também já teve. Infelizmente, perdeu-se. ... Já teve uma grande tradição de canasteiros. Também tem esse marco distintivo. ... Também poderia falar daquilo que é a <b>envolvência comunitária</b>. Por ser uma aldeia do interior do país, a vivência social é completamente distinta da vivência urbana. Portanto, essa <b>entreaajuda coletiva</b>, a ideia de coletivo e de comunidade, aqui é uma coisa muito presente. Ou as próprias associações e instituições da freguesia de S. Gião é das poucas, num raio de muitos quilómetros, que mantém todas as suas associações, sejam culturais e desportivas, no ativo. Portanto, sim, tem toda esta panóplia de factor distintivo.”</p>	
--	--	--

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 1 – Análise das entrevistas: pergunta 1*

Os três elementos entrevistados consideram que as residências artístico – científicas podem criar uma imagem de marca territorial para S. Gião, sendo que o Presidente da Junta de Freguesia de S. Gião evidencia as características diferenciadoras da aldeia:

Potencial paisagístico;

Ser uma aldeia granítica intacta, de montanha localizada no interior do país, na região do Vale do Rio Alva, região circundante à Serra da Estrela;

A tradição: a lavoura, canastreiros;

Envolvência comunitária e o seu poder de entreatajuda coletiva;

As Associações culturais e desportivas.

A ADIRAM realça um dos elementos mencionado pelo Presidente da Junta, a cestaria de castanho, realizada pelos canastreiros.

2 – Quais os principais benefícios da criação de uma Residência Artístico – Científica em S. Gião?

Senhora Vereadora da Cultura da CMOH	Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião	Diretora Executiva ADIRAM
<p>“... principais benefícios da criação de uma residência artística que é sem dúvida <b>fixar pessoas porque ao virem para cá podem gostar de estar cá e pensar em passar férias, quem sabe em conhecer os nossos alojamentos, a nossa gastronomia e querem voltar para as nossas praias fluviais, conhecer nosso património porque gostaram de estar, mas depois vêm para trazer a família ou até quem sabe passar cá a morar, portanto fica sempre aqui essa porta aberta, portanto é mesmo uma oportunidade que se dá a pessoas que não conheciam Oliveira do</b></p>	<p>“...estratégia de aposta <b>na área da cultura e toda a área profissional que gira à volta da cultura, ...</b> E acho que pelas características que S. Gião tem, acaba por ser uma relação simbiótica para ambas as partes, quer para quem escolhesse para aqui vir através desse conceito, quer para a própria aldeia e dos benefícios que o trabalho dessa pessoa, desse conjunto de pessoas. Portanto, sim, diria que era uma. Era uma relação simbiótica.”</p>	<p>“Mas há uma outra coisa que é muito importante, nós só conseguimos <b>preservar aquilo que é valorizado. E muitas vezes para nós valorizarmos, ou seja, aquilo que não se não se preservou, foi aquilo que nunca foi valorizado. E muitas vezes trabalhar com as comunidades é a melhor forma de valorizar. Aliás, eu relativamente ao artesanato e nós andamos anos a dizer que era preciso inovar no trabalho do artesão</b>”</p> <p>“É preciso inovar e temos que acrescentar a inovação. ... queremos muito <b>envolver os</b></p>

<p>Hospital e que passam a conhecer nestes três dias ou nos dias que foram proporcionados numa residência e sem dúvida que é uma oportunidade é uma janela de oportunidade, para poder ajudar a que se conheça um bocadinho melhor a nossa terra e as nossas riquezas.”</p>		<p>estudantes.”</p>
---	--	---------------------

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 2 – Análise das entrevistas: pergunta 2*

Quanto aos benefícios da criação de uma Residência Artístico – Científica os entrevistados salientaram a vinda de pessoas à aldeia, a Vereadora equaciona mesmo o seu regresso, o Presidente da Junta de Freguesia enaltece o envolvimento com a comunidade e a Diretora da ADIRAM a valorização do património em especial o artesanato envolvendo um público específico os estudantes.

3– Que obstáculos, na sua opinião, poderão ser encontrados que possam impedir a criação da Residência Artístico - Científica?

<p><b>Senhora Vereadora da Cultura da CMOH</b></p>	<p><b>Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião</b></p>	<p><b>Diretora Executiva ADIRAM</b></p>
<p>“Acaba sempre por ser <b>acreditar que a arte consegue realmente este retorno.</b> Acho que convencer ... numa primeira abordagem, depois numa segunda abordagem, ou continuando de forma sistemática este trabalho. ... no segundo ano foi mais fácil.  Há realmente alguma</p>	<p>“Isso depende sobretudo do que são as vontades políticas e também aquilo que <b>são os apoios que possam estar em voga a partir da administração central para se partir para esse conceito. Porque, naturalmente, como a Junta de Freguesia não temos o estofio financeiro para conseguir partir com uma ideia dessas, sem ter alguns parceiros, fosse à</b></p>	<p>“Tem que haver <b>um edifício.</b> Depois a questão do financiamento se bem que neste momento por exemplo estão abertos <b>projetos financiados a 90%</b> que tenham como propósito a inovação social. E nada impede que uma coletividade em S. Gião se possa candidatar.”</p>

<p>dificuldade em apostar financeiramente nesta vertente. Portanto, o acreditar passa por aceitar, mas também depois com o esbarrar da dificuldade económica, em que é preciso investir mais.</p> <p>... numa primeira instância haja realmente também ajuda financeira, com financiamento comunitário, europeu, para que possamos tornar sustentável. Às vezes é preciso arrancar e para arrancar é preciso que haja realmente esta mola, esta alavanca.”</p>	<p><b>Câmara Municipal, fosse as Aldeias de Montanha.</b> Esse parece-me que é o principal e diria talvez o <b>segundo poderia ser algum choque social entre aquilo que poderá ser <i>habitué</i> de uma pessoa que esteja habituada, sobretudo nesses círculos culturais. “</b></p>	
--	--	--

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 3 – Análise das entrevistas: pergunta 3*

Relativamente aos obstáculos a Câmara Municipal e a Junta de Freguesia identificam que para além da resistência ao que é novo, o maior obstáculo seja a falta de capacidade financeira para desenvolver a criação da Residência Artístico – Científica. A Associação também apresenta como obstáculo a inexistência de um edifício, mas enuncia projetos que têm financiamento que rondam os 90%.

4 – Em S. Gião, são realizados eventos artísticos e científicos apoiados pela Junta de Freguesia / Câmara Municipal / ADIRAM?

Pode enumerar alguns?

Senhora Vereadora da Cultura da CMOH	Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião	Diretora Executiva ADIRAM
<p>“Nós aqui em Oliveira do Hospital realizamos eventos artísticos, ... posso enumerar a <b>Bienal de Gaia</b>, ... <b>Festival das Artes</b>,</p>	<p>“... já falei da <b>Festa do Medronho</b> e o conceito que nós lançámos foi o primeiro ano, mas é aquilo que é central para a Junta de</p>	<p>“... numa <b>celebração do medronho.</b>”</p>

<b>Montanhas de Artes,...</b>	Freguesia, até porque é aquilo que a <b>Junta de Freguesia promove diretamente...</b>  “... a <b>Festa do Senhor dos Aflitos</b> , .... Depois temos também outras duas festas: <b>da Nossa Senhora da Criação e de São Sebastião</b> . ... E há sempre o <b>concerto de Natal da Filarmónica Sangianense</b> ”	
-------------------------------	---	--

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 4 – Análise das entrevistas: pergunta 4*

Existem eventos artísticos no concelho e em S. Gião que são evidenciados pelos entrevistados: a Câmara Municipal salientou o Festival da Artes, numa ótica de uma residência artística que envolve as Juntas Freguesia, e a Bienal de Gaia (exposição de arte numa aldeia do concelho); a Junta de Freguesia enuncia das festas religiosas, nomeadamente do Senhor dos Aflitos, Nossa Senhora da Criação e S. Sebastião e recentemente da iniciativa da Junta de Freguesia a Festa do Medronho, numa perspetiva de dar a conhecer as tradições da aldeia através da lavoura e os produtos dela resultante, assim como a arquitetura da aldeia; A ADIRAM mencionou a Festa do Medronho como um dos projetos a financiar futuramente.

5 – A comunidade tem colaborado nessas iniciativas?

De que forma?

<b>Senhora Vereadora da Cultura da CMOH</b>	<b>Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião</b>	<b>Diretora Executiva ADIRAM</b>
“.. há população estrangeira que abraça estes projetos através de uma associação”	“Sim, sem dúvida. Na Festa do Medronho, por exemplo. Até na própria organização e na logística. <b>Se não fossem as pessoas, não tínhamos hipótese nenhuma, porque foi algo que foi, que foi posto em</b>	“É assim, a festa do medronho, eu percebi que quando nós estivemos lá, a fazer brainstorming em que aquelas senhoras que estiveram no CLDS estavam <b>todas à espera</b>

	prática em muito pouco tempo. ... nós fizemos com dois meses de antecedência. Entre a decoração e montagens, foi uma envolvimento brutal das pessoas e a doação de produtos. Portanto. Sim, há sempre uma solidariedade comunitária muito grande.”	que chegasse ali um projeto que voltasse a juntá-las.”
--	--	--

Fonte: Elaboração própria

Tabela 5– Análise das entrevistas: pergunta 5

A envolvimento da comunidade foi destacada pelos três entrevistados como quase uma necessidade da população, sendo particularmente mencionada pelo Presidente da Junta de Freguesia que num prazo de dois meses o povo sangianense desenvolveu o projeto da Festa do Medronho do início ao fim.

6 – Para criar uma Residência Artístico - Científica, em S. Gião, são necessárias infraestruturas, recursos humanos, equipamentos, transportes, apoios financeiros. Eles existem? (ADIRAM enquanto promotora do projeto)

Senhora Vereadora da Cultura da CMOH	Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião	Diretora Executiva ADIRAM
<p>“E já tivemos esse desafio, já tivemos esse desafio para <b>ceder uma escola que fosse depois dirigida por uma população estrangeira, ....</b>”</p> <p>“... temos toda a vontade em ter no nosso espaço ou no espaço que a Câmara ceda; haver uma associação que estivesse interessada, ... uma</p>	<p>“Nós estamos agora a fazer um levantamento dos <b>imóveis devolutos em S. Gião</b>, até pela lógica de pôr o mercado imobiliário a andar e de conseguir captar pessoas... Até às vezes utilizando as infraestruturas que já existem. Falou muito bem da Comissão Regional Sangianense. Portanto, essa comissão podia <b>perfeitamente funcionar como centro, até como</b></p>	<p>“Exatamente. Eu acho que a partir do momento que <b>houvesse uma cedência de edifício com a parceria com a Câmara, com a Junta de Freguesia, Podia ser promotora, mas lá está, sempre em parceria com a Junta de Freguesia e Município sempre claramente.</b>”</p> <p>“Sim, teríamos que acoplar muito aí a</p>

<p>residência artística tendo uma associação com esta sensibilidade, sem dúvida alguma, que iria ter outra vitalidade do que sermos nós a estarmos aqui sempre a puxar, não é? E serem autónomos, independentes e criarem o seu próprio dinamismo acho que era realmente o caminho.”</p>	<p><b>espaço de coworking entre as pessoas que residem juntas. “</b></p>	<p><b>questão da candidatura à DGArtes que é um instrumento excelente, ou seja, qualquer artista que tenha um projeto cultural, então nos territórios de baixa densidade, e se o projeto for bom é financiado. Então se estivermos a falar em projetos artístico culturais que envolvam, tenham esta dinâmica da inovação social, ou seja, do envolvente de envolver as comunidades facilmente esta associação, ou seja, esta entidade que seria criada para gerir esta residência ...”</b></p> <p>“.. numa perspectiva eu vou experimentar viver na aldeia.” ...</p> <p>“Até porque nós temos o prémio <b>Arquitetura de Reabilitação</b>. Nós vamos dar prémio ao melhor projeto de <b>reabilitação</b> e portanto aqui seguindo aquelas que são as orientações da União Europeia do New European Bauhaus, seguindo aqui estas dinâmicas da construção sustentável, ... Ou seja <b>temos aqui um projeto candidato a prémios de reabilitação.</b>”</p>
--	--	--

Fonte: Elaboração própria

Tabela 6 – Análise das entrevistas: pergunta 6

A Residência Artístico – Científica necessita de recursos humanos e materiais e estes foram considerados como entraves caso não venha a existir financiamento, pois vontade existe por parte das três entidades entrevistadas. Sendo que a proposta lançada à ADIRAM foi de ser promotora desta Residência Artístico – Científica e a qual aceitaria desde que existam parcerias com as outras duas entidades as quais já tinham demonstrado a sua vontade em realizar parcerias para desenvolver o projeto.

7 – A comunidade iria aceitar e colaborar com esta iniciativa?

Em que medida?

Senhora Vereadora da Cultura da CMOH	Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião	Diretora Executiva ADIRAM
<p>“Sim, a comunidade iria aceitar de bom grado eu já dei aqui um exemplo das Juntas de Freguesia em que acolheram muito bem os artistas plásticos. ... Foi realmente de grande sucesso e de grande valorização, mas no início é sempre difícil, quando se bate à porta para coisas que são novas e desconhecidas é sempre difícil, portanto também é natural este processo, é normal. E o interior é mais resistente um bocadinho.”</p>	<p>“Poderia haver um choque. ... Mas até pelo bom coração e pela envolvência comunitária que as pessoas têm, eu acho que isto não seria um problema. ... Nomeadamente a pessoa que está a ajudar a minha funcionária a fazer o levantamento, que é o Paulo Sérgio, que é um nómada digital que aqui se estabeleceu. Claro que as pessoas estranharam mesmo a astronomia, que é algo que é um bocado mais invulgar para uma aldeia do interior que sempre esteve habituada a viver da agricultura de subsistência.”</p>	<p>“É assim, a festa do medronho, eu percebi que quando nós estivemos lá, a fazer brainstorming em aquelas senhoras que estiveram no CLDS estavam todas à espera que chegasse ali um projeto que voltasse a juntá-las.”</p>

Fonte: Elaboração própria

Tabela 7 – Análise das entrevistas: pergunta 7

De acordo com os entrevistados a comunidade aceitaria e colaboraria com a criação de uma Residência Artístico – Científica até pela necessidade e características do povo sangianense, no entanto foi mencionada ainda alguma dificuldade inicial em entender

esta forma de trabalhar dos residentes, pelas experiências que já tiveram desde a existência de um nómada digital na aldeia (“vive do quê se não trabalha”), o próprio Presidente da Junta de Freguesia enquanto investigador (“que não tem horário de trabalho”), como noutras aldeias o teletrabalho inicialmente não é entendido como trabalho e claro o trabalho dos artistas que até é visualizado, mas primeiramente também não é compreendido.

8 – De que forma a realização de Residências Artístico – Científicas iriam contribuir para o desenvolvimento cultural, científico, social e económico de S. Gião?

Senhora Vereadora da Cultura da CMOH	Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião	Diretora Executiva ADIRAM
<p>“... a participação do artista enquanto esteve na localidade onde residiu ele participou ativamente naquilo que foram as vivências locais foi ao café foi ao supermercado conheceu as pessoas conversou com as pessoas, ... E certamente que quem esteve 24 horas a conviver com os artistas conheceram melhor aquilo que era o trabalho de um artista. Essa troca de experiências é uma riqueza extraordinária.”</p>	<p>“... que qualquer atividade que fosse realizada seria uma atividade de valor acrescentado...”</p>	<p>“..., vai ser uma forma de comunicar S. Gião, dizer que há uma aldeia que é friendly para os artistas.”</p> <p>...</p> <p>“ pela auto-estima das comunidades, inspira outros pequenos empresários, outros pequenos empreendedores que às vezes estão à espera daquele clique para fazer aquele investimento ... vou recuperar aquela casa. ... vou fazer alojamento local. ... regeneração comunitária.</p> <p>.... A comunidade também não sentia esta autoestima pela sua aldeia, portanto pode ter impactado. ...</p> <p>... conheço pessoas que</p>

		<p>foram lá correr e compraram uma casa. Eu conheço pessoas que foram, que foram visitar Aldeia Natal e que compraram a uma casa.</p> <p>Conheço pessoas que tinham casas abandonadas e que estão a recuperar para alojamento local. Portanto, a regeneração comunitária... agora quase toda a gente tem uma ligação à Cabeça. Antes não. Antes nem diziam.”</p>
--	--	--

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 8 – Análise das entrevistas: pergunta 8*

As entidades entrevistadas destacam diferentes formas de desenvolvimento para S. Gião, com a criação de uma Residência Artístico-Científica, desde a interação social, cultural e artística entre residentes e habitantes, desenvolvimento do comércio local, imobiliário e turístico e como um meio de comunicação da aldeia, como a Diretora da ADIRAM disse S. Gião poderá ser “uma aldeia que é friendly para os artistas”.

9 – Como é que o desenvolvimento de Residências Artístico - Científicas poderá ajudar fixar residentes e atrair novos ou os que já partiram regressarem a S. Gião?

Senhora Vereadora da Cultura	Senhor Presidente da Junta Freg.	Diretora Executiva ADIRAM
“... fazer para despertar a curiosidade para virem até ao concelho, seja pela arte, seja pela arte de cozinhar, seja pela arte seja pela paisagem, seja pelo património tudo o que fazemos a	“ ... pessoas que já estão noutra fase da vida e que já tiveram essa experiência e estão na altura de se fixarem e se estabelecerem na sua pacatez, eu diria que S. Gião seria uma excelente oportunidade. Seria uma	“ ..., é o somatório de vários projetos que faz acontecer. E eu numa aldeia, aquilo que eu vejo é que os pequenos projetos têm impactos gigantes.”

<p>nível autárquico é sem dúvida para criar boas condições de acolhimento, boas condições de acesso, boas condições de alojamento, melhoria naquilo que é a oferta turística, a oferta cultural, precisamente para ajudar a que as pessoas gostem de vir cá e acabem por pensar porque não morar em Oliveira do Hospital. É o primeiro objetivo dos autarcas: vestir a camisola para que o concelho seja mais atrativo do que qualquer outro para que as pessoas residam.”</p>	<p>excelente escolha. E através desse nomadismo digital que está intrínseco no conceito de uma residência pode ser um estímulo fantástico para que isso aconteça ... e virem depois pessoas a fixarem se cá para além da residência e adquirirem eventualmente um imóvel. E a própria residência em si servir como estímulo económico e como oportunidade económica para as pessoas terem a subsistência para aqui ficar. “</p>	
--	---	--

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 9 – Análise das entrevistas: pergunta 9*

As Residências Artístico-Científicas são vistas como uma ferramenta estratégica para a revitalização demográfica de S. Gião, promovendo o regresso de antigos habitantes, a fixação de novos residentes e a valorização do território. A vereadora da Cultura sublinha a importância de criar condições atrativas: como uma boa oferta cultural, turística e de alojamento, que despertem a curiosidade e o desejo de viver no concelho. O Presidente da Junta de Freguesia destaca o potencial das residências para atrair pessoas em fases mais maduras da vida, que procuram tranquilidade e qualidade de vida, apontando ainda o nomadismo digital como uma oportunidade para fixar novos habitantes e dinamizar a economia local. Já a diretora executiva da ADIRAM reforça que, embora nenhum projeto transforme por si só uma aldeia, o conjunto de pequenas iniciativas, como estas residências, pode ter um impacto profundo e duradouro na comunidade, promovendo o desenvolvimento sustentável e o repovoamento do território.

Do estudo global das entrevistas ressaltam palavras que são repetidas pelos entrevistados nomeadamente as enunciadas na tabela 10:

Senhora Vereadora da Cultura da CMOH		Senhor Presidente da Junta Freg. de S. Gião		Diretora Executiva ADIRAM	
PALAVRAS					
Artista(s) plástico(s)	32	Aldeia	21	Comunidade / comunidades	24
Residência(s) artística(s)	28	Residência(s)	17	Projeto / projetos	22
Oliveira do Hospital	23	Pessoas	17	Aldeia / aldeias	20
Projeto(s)	21	S. Gião	15	Residência / residências	16
Importância/importante	17	Ideia	11	Animação	10
Autarquia / Câmara Municipal / autarcas	16	Comunidade	9	Oficina / programa oficina	10
Património	14	Interior	8	Medronho	10
Concelho	13	Cultura / cultural	8	Território / identitário	9
Arte / artes / artístico	12			Empreendedorismo	8
Financiamento / apoio financeiro	12			Design	7
Pessoas	12				
Valorização / valor	11				
Acolher / acolhimento	10				
Cultura / cultural	10				
Experiência	9				
Gostam / gostar / gostaram	8				

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 10 – Análise das entrevistas: palavras*

Individualmente é visível repetição da palavra artista(s) plástico(s) para a Vereadora, da palavra aldeia para o Presidente de Junta de Freguesia e da palavra comunidade para a ADIRAM. Poderíamos dizer que as palavras mais repetidas são os públicos que cada uma destas entidades dá ênfase durante a entrevista.

Destacam-se a palavra residência(s) repetida pelos três entrevistados, que vai ao encontro do tema da entrevista ser esse mesmo a criação de uma Residência, depois destaca-se que as autarquias repetem as palavras pessoas e cultura, que destacam a importância dada por entidades às pessoas e à cultura. O Município e a ADIRAM repetem a palavra projeto(s) que no fundo são a sua base de trabalho. Por último

destaca-se que a ADIRAM e a Junta de Freguesia repetem as palavras aldeia e comunidade que estão diretamente relacionadas com os seus objetivos enquanto entidades.

Podemos arriscar dizer que das palavras repetidas nas três entrevistas destaca-se a criação da RAC como um projeto, na e para a aldeia, contando com as pessoas da comunidade, tendo em conta a cultura. O que vai ao encontro do nosso projeto.

Quanto ao objetivo da realização deste projeto como meio de atrair e fixar pessoas em S. Gião os autarcas e a Diretora da ADIRAM vêem a criação da Residência Artístico – Científica como um meio que irá despertar a curiosidade dos participantes em voltar para conhecer o território e quem sabe vir a adquirir uma casa de férias e até se fixar, para além de aumentar a autoestima dos sangianenses que os levará, os que estão fora, a regressar à pacatez da sua aldeia.

Para este projeto de criação da Residência Artístico – Científica também foi tido em conta a rentabilização do espaço da Residência enquanto não são realizadas residências, por exemplo a sala de informática, como um espaço de coworking e os espaços de alojamento, lazer e galerias em espaço de coliving que foi bem aceite pelos entrevistados.

Da análise das entrevistas com representantes da Câmara Municipal de Oliveira do Hospital, da Junta de Freguesia de S. Gião e da ADIRAM evidencia-se um forte consenso sobre o potencial transformador da criação de uma Residência Artístico-Científica na aldeia. As três entidades reconhecem a RAC como uma oportunidade estratégica para promover o desenvolvimento cultural, social, económico e territorial de S. Gião.

A RAC pode ser um importante instrumento de marketing territorial, projetando S. Gião como uma aldeia diferenciadora e atrativa. Valorizando elementos como a paisagem natural envolvente; o património granítico intacto do centro histórico; a tradição de ofícios como a cestaria e a lavoura; a forte coesão comunitária e vitalidade associativa; e a localização privilegiada no Vale do Alva e proximidade da Serra da Estrela.

As residências seriam uma forma de atrair novos públicos, artistas, investigadores e visitantes, com efeitos positivos como a promoção da fixação de pessoas; a dinamização do turismo e comércio local; a valorização do artesanato e saberes tradicionais; o envolvimento de estudantes e jovens em práticas inovadoras; a regeneração do tecido comunitário e do património edificado; e o aumento da autoestima da população local.

As entrevistas revelam um forte envolvimento comunitário nas iniciativas locais (como a Festa do Medronho) e a receptividade ao acolhimento de novas ideias, ainda que com uma fase inicial de adaptação. A comunidade mostra-se disponível para colaborar ativamente, demonstrando capacidade de mobilização e espírito solidário.

Embora existam limitações ao nível de recursos financeiros e infraestruturais, há disponibilidade por parte das entidades locais para ceder espaços, estabelecer parcerias e procurar financiamento. A ADIRAM admite liderar o projeto desde que com apoio institucional da Junta de Freguesia e da Câmara Municipal, sendo apontadas fontes de financiamento disponíveis para inovação social.

A RAC é vista como uma ferramenta para reverter o despovoamento, atraindo novos moradores, como nómadas digitais e artistas; antigos habitantes que podem regressar à terra natal; e também investidores em reabilitação urbana e alojamento local.

A proposta de utilização do espaço da residência como coworking ou coliving em períodos entre residências foi bem acolhida, garantindo sustentabilidade e uso contínuo da infraestrutura.

A criação de uma Residência Artístico-Científica em S. Gião é encarada como um projeto estratégico potencial de impacto. Alia a valorização do património e identidade local à inovação cultural e científica, promovendo o desenvolvimento integrado da aldeia. A forte envolvência da comunidade, o apoio institucional e o enquadramento em políticas de desenvolvimento territorial sustentável reforçam a viabilidade e pertinência da sua implementação.

De acordo com Hontoria et al (2005), o planeamento estratégico é fundamental para o desenvolvimento territorial, com a participação ativa das comunidades locais sendo um

elemento-chave nesse processo, e apresentam um exemplo de planeamento rural na Índia ilustrando como abordagens participativas podem ser bem-sucedidas. No entanto, desafios como a falta de mecanismos adequados para garantir a implicação da comunidade podem limitar o sucesso desses programas. Assim, a utilização da análise SWOT no desenvolvimento de planos estratégicos tem mostrado ser eficaz na avaliação do território, permitindo a definição de objetivos e estratégias claras. O uso dessa ferramenta promove a discussão, enriquecendo o processo de elaboração das estratégias, bem como no diagnóstico da situação e na elaboração de ações futuras. A participação comunitária, a interdisciplinaridade e o uso da metodologia SWOT são fatores cruciais para o sucesso da planificação estratégica. Além disso, ferramentas de gestão frequentemente aplicadas em processos de planeamento estratégico territorial podem ser adaptadas pelas administrações públicas para redesenhar sistemas regionais. Embora outras técnicas, como a tomada de decisão multicritério, também sejam utilizadas no planeamento, a análise SWOT destaca-se como uma ferramenta eficaz quando é necessário um consenso sobre as estratégias a serem implementadas.

Pelo que se tornou pertinente das três entrevistas realizadas elaborar-se uma análise sobre a possibilidade da criação da Residência Artístico – Científica em S. Gião, como meio de atrair e fixar pessoas para este território em específico – aldeia de S. criando uma matriz TWOS (tabela 11)

A matriz TOWS constitui uma ferramenta de análise estratégica que resulta da reorganização dos elementos clássicos da análise SWOT (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças). Ao contrário da abordagem tradicional da SWOT, centrada essencialmente na identificação e categorização desses fatores, a TOWS introduz uma lógica de cruzamento entre variáveis internas e externas, possibilitando a formulação de estratégias de intervenção mais concretas e orientadas para a ação.

Esta abordagem revela-se particularmente relevante no âmbito do marketing territorial, onde os territórios são concebidos como entidades estratégicas, passíveis de valorização, promoção e posicionamento competitivo, de forma semelhante ao que acontece com marcas ou produtos.

Neste contexto, a principal finalidade da matriz TOWS é transformar o diagnóstico estratégico de um território num conjunto articulado de ações orientadas para o reforço da sua atratividade, competitividade e sustentabilidade. A aplicação deste instrumento permite responder a questões fundamentais, tais como: de que forma podem ser mobilizados os pontos fortes do território para tirar partido das oportunidades externas? Como podem ser mitigadas as fragilidades internas face às ameaças do contexto envolvente? Que estratégias ofensivas, defensivas ou adaptativas podem ser formuladas para garantir um posicionamento eficaz do território?

A matriz TOWS estrutura-se a partir da articulação entre fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças), organizando-se em quatro quadrantes estratégicos: estratégias SO, que utilizam os pontos fortes para potenciar as oportunidades; estratégias ST que usam os pontos fortes para reduzir ou neutralizar as ameaças; estratégias WO (Mini-Maxi): visam ultrapassar fraquezas internas para beneficiar das oportunidades; e estratégias WT (Mini-Mini): procuram minimizar as fragilidades e mitigar os efeitos das ameaças externas.

A aplicação prática da matriz TOWS ao marketing territorial exige um diagnóstico aprofundado dos recursos e condicionantes do território. Entre os fatores internos, destacam-se como forças o património natural e cultural, a identidade local e coesão social, a localização geográfica estratégica e a qualidade de vida. Entre as fraquezas, surgem frequentemente o despovoamento, a escassez de infraestruturas, o baixo nível de qualificação da população e a limitada dinamização cultural. No plano externo, identificam-se como oportunidades os programas de financiamento público, o desenvolvimento do turismo sustentável, as redes de cooperação interterritorial e as dinâmicas de inovação social e criativa. Já as ameaças mais comuns incluem o envelhecimento populacional, a concorrência entre territórios, as alterações climáticas e a crescente desvalorização do mundo rural.

A matriz TOWS afirma-se como um instrumento metodológico particularmente útil para alinhar os recursos endógenos dos territórios com as dinâmicas externas, permitindo a formulação de estratégias integradas e adaptadas aos desafios atuais. A sua aplicação no âmbito do marketing territorial facilita a definição de planos estratégicos

sustentados, que valorizam a identidade local, promovem a atração de investimento, incentivam a fixação da população e fomentam redes de colaboração territorial. Em síntese, a matriz TOWS contribui significativamente para o reforço da marca territorial e para a construção de narrativas de inovação e atratividade, imprescindíveis à revitalização de territórios de baixa densidade e à sua integração num modelo contemporâneo de desenvolvimento sustentável.

Pelo que elaborou-se uma matriz TOWX, conforme tabela 11:

<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Fatores Externos</div> <div style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Fatores Internos</div> </div>	Forças (S)	Fraquezas (W)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ser uma aldeia granítica intacta;</li> <li>* Ser uma aldeia de montanha localizada no interior do país, na região do vale do Rio Alva, região circundante à Serra da Estrela;</li> <li>* A tradição: a lavoura, canasteiros (artesanato – a cestaria);</li> <li>* Envolvência comunitária e o seu poder de entreatajuda coletiva;</li> <li>* As associações culturais e desportivas;</li> <li>* Festas religiosas;</li> <li>* Festa do Medronho;</li> <li>* Comunidade participativa;</li> <li>* Existência de edifícios vazios e/ou devolutos que podem ser recuperados e utilizados para a criação da RAC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Inexistência de uma coletividade que possa logo iniciar o projeto e candidatar-se aos projetos de financiamento já existentes;</li> <li>* A população ter dificuldade em entender o trabalho dos artistas e cientistas;</li> <li>* Fraca rede de transportes públicos;</li> <li>* Acesso à internet ainda com pouca qualidade.</li> </ul>
Oportunidades (O)	Estratégias (SO)	Estratégias (WO)
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Financiamentos disponíveis na área das artes e do património</li> <li>* As autarquias e a ADIRAM terem vontade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Reabilitação estratégica de edifícios devolutos com recurso a financiamento público aproveitando a existência de património</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Criação de um núcleo dinamizador com apoio institucional constituindo um grupo informal (por exemplo, com o</li> </ul>

<p>em avançar com o projeto.</p>	<p>edificado devoluto para a sua recuperação e reconversão em espaços culturais, de alojamento e de criação artística e científica, através de candidaturas a programas como o PRR, PT2030, DGARTES ou o New European Bauhaus para construção da RAC.</p> <p>*Valorização dos saberes e práticas tradicionais como eixo criativo e identitário incorporando saberes locais como a cestaria ou a lavoura em processos de criação artística e científica, promovendo a salvaguarda do património imaterial com uma abordagem contemporânea e participativa.</p> <p>*Desenvolvimento de residências interdisciplinares ancoradas no território criando programas que explorem o potencial artístico, ecológico e científico da região envolvente – Serra da Estrela e Vale do Alva –, potenciando a identidade local como elemento diferenciador.</p> <p>*Fortalecimento de redes locais e regionais de apoio institucional consolidando parcerias estratégicas com as autarquias e a ADIRAM para garantir apoio técnico, logístico e institucional ao projeto, reforçando a</p>	<p>envolvimento da Comissão Regional Sangianense), em articulação com as autarquias e a ADIRAM, para lançar as bases da RAC e preparar a constituição de uma entidade formal promotora.</p> <p>*Implementação de ações de mediação cultural e científica inclusivas aproveitando o financiamento disponível para promover sessões públicas, oficinas e encontros entre artistas, cientistas e comunidade, facilitando a compreensão e adesão ao projeto por parte da população local. Como participando no Festival Montanhas de Arte, recebendo um artista na aldeia.</p> <p>*Melhoria das infraestruturas digitais através de projetos financiados incluindo nas candidaturas a instalação de pontos de acesso à internet de alta velocidade nos espaços da RAC, assegurando condições adequadas para criação, partilha e comunicação digital.</p> <p>*Desenvolvimento de soluções de mobilidade comunitária com apoio local adequando os horários das atividades com os horários dos transportes públicos e</p>
----------------------------------	---	--

	<p>legitimidade das candidaturas a financiamento.</p> <p>*Articulação entre a RAC e o calendário cultural e religioso existente integrando a programação da residência nas festividades locais, como a Festa do Medronho e as festas religiosas, promovendo o envolvimento comunitário e a atratividade turística da aldeia.</p> <p>*Promoção da participação ativa da comunidade no projeto da RAC estimulando o envolvimento direto da população na conceção, organização e dinamização das atividades da RAC, fomentando competências, coesão social e sentimento de pertença.</p>	<p>explorar soluções de transporte flexível e partilhado (por exemplo, através da carrinha da Banda Filarmónica Sangianense), permitindo a deslocação de residentes, artistas e visitantes nas atividades da RAC.</p>
<b>Ameaças (T)</b>	<b>Estratégias (ST)</b>	<b>Estratégias (WT)</b>
<p>* Os interesses com a criação da RAC serem diferentes para as três entidades envolvidas;</p> <p>* Dependência de financiamento e vontade política, que se vai alterando;</p> <p>* Outras aldeias com projetos parecidos.</p>	<p>*Modelo de gestão colaborativa com representação equilibrada estabelecendo uma estrutura de administração partilhada, com envolvimento da comunidade, das autarquias e da ADIRAM, garantindo transparência e alinhamento de interesses estratégicos.</p> <p>*Diferenciação territorial através da identidade</p>	<p>*Face à ausência de entidade formal e potenciais conflitos de interesse, criar uma estrutura de coordenação informal, com protocolos definidos entre autarquias, ADIRAM e representantes locais, preparando a transição para uma associação formal.</p> <p>*Definição de um plano estratégico faseado e financeiramente realista</p>

	<p>cultural e natural destacando o carácter único de S. Gião – paisagem, arquitetura granítica, tradição artesanal, cultura festiva – como elementos distintivos face a outras aldeias com projetos similares, promovendo uma narrativa singular.</p> <p>*Aproveitamento da dinâmica associativa como base de sustentabilidade envolvendo as associações locais em funções de apoio logístico, programação e mediação, reforçando a capacidade de continuidade do projeto mesmo em contextos de menor financiamento.</p> <p>*Reabilitação sustentável com envolvimento da comunidade e empreiteiros locais promovendo intervenções de reabilitação com metodologias sustentáveis e por fases, utilizando mão-de-obra e materiais locais, para reduzir custos e reforçar a apropriação comunitária do projeto.</p> <p>*Desenvolver uma marca territorial coerente e autêntica criando uma identidade visual e comunicacional forte para a RAC, integrada na imagem da aldeia, destacando valores como tradição, natureza, arte, ciência e comunidade, com presença</p>	<p>implementando o projeto por fases, começando com iniciativas-piloto de baixo custo, testando impacto, envolvimento comunitário e viabilidade, antes de avançar para etapas mais complexas.</p> <p>*Integração numa rede cooperativa de aldeias criativas e evitar lógicas concorrenciais com outras localidades, promovendo parcerias e intercâmbios com outras iniciativas semelhantes, valorizando o território através da cooperação cultural em rede.</p> <p>*Capacitação progressiva da população em cultura e ciência realizando oficinas e sessões formativas para a comunidade, com linguagem acessível e metodologias participativas, permitindo uma adaptação gradual da RAC por parte da população local.</p>
--	---	---

	multicanal (local, regional e digital).	
--	---	--

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 11 – Matriz TWOS*

A análise matriz TOWS relativamente às entrevistas realizadas, revela que S. Gião apresenta condições favoráveis para a implementação de uma Residência Artístico-Científica (RAC), destacando-se pelo seu património natural e cultural, identidade comunitária coesa e edifícios devolutos com potencial de reabilitação. As oportunidades de financiamento (DGARTES, Erasmus+, PRR, entre outros) e o apoio institucional já manifestado reforçam a viabilidade do projeto.

As estratégias propostas incluem a reabilitação de património para fins culturais e de alojamento, a dinamização de residências participativas centradas na autenticidade local, a criação de uma marca territorial forte e a promoção de atividades culturais e turísticas que gerem impacto económico e social. A comunicação é assumida como pilar estratégico, articulando tradição, natureza e comunidade através de canais multicanal, tornando a RAC uma embaixadora do território.

Para mitigar riscos, recomenda-se uma implementação faseada, começando com iniciativas-piloto e a constituição de um grupo informal promotor. A articulação com universidades, ONGs e entidades locais é considerada essencial para garantir sustentabilidade e apoio técnico. Em suma, a RAC tem o potencial de consolidar S. Gião como um polo de criação artística, científica e cultural, contribuindo para o repovoamento, desenvolvimento sustentável e valorização identitária da aldeia.

#### **4.1.2 – Investigação quantitativa**

Outra das metodologias de pesquisa escolhida para este estudo foi a quantitativa, devido à sua capacidade de fornecer dados mensuráveis. A pesquisa quantitativa permite analisar padrões, tendências e relações entre variáveis, sendo ideal para estudos que exigem objetividade, precisão e representatividade estatística.

Entre os instrumentos mais utilizados nesta abordagem destaca-se o inquérito por questionário, uma técnica eficaz para recolher dados. Os inquéritos podem ser administrados presencialmente, por telefone, por correio ou em formato digital, consoante os recursos disponíveis e o público-alvo. As perguntas são geralmente fechadas, estruturadas e padronizadas, o que facilita a comparação entre respostas e a análise estatística subsequente.

Através da utilização de escalas de medição e opções de resposta pré-definidas, os inquéritos permitem recolher informação sobre atitudes, comportamentos, opiniões ou características sociodemográficas dos participantes. A análise quantitativa baseia-se em métodos estatísticos que possibilitam testar hipóteses, identificar correlações e quantificar os resultados para uma população.

Esta abordagem quantitativa é essencial para o presente estudo, pois garante uma base sólida de dados objetivos e comparáveis, alinhada com os objetivos definidos e com a necessidade de obter resultados representativos e fiáveis.

No âmbito do projeto, com o objetivo de criação de uma Residência Artístico-Científica na aldeia de S. Gião (numa zona rural da Região Centro de Portugal), foram elaborados dois questionários.

O primeiro questionário foi dirigido a profissionais da área (Anexo 6) com o objetivo de recolher uma perspetiva técnica e operacional sobre o funcionamento das residências já existentes, em Portugal e no estrangeiro.

Este instrumento procurou:

Caracterizar o perfil académico e profissional dos gestores, curadores, mentores e promotores (nível de formação, área de especialização, anos de experiência, funções desempenhadas);

Compreender a natureza das residências atualmente em funcionamento (tipo de residência, localização geográfica, contexto territorial);

Identificar os recursos humanos e materiais habitualmente envolvidos (equipas, espaços físicos);

Observar os modelos de financiamento (entidades públicas, privadas, contributo dos residentes, parcerias);

Analisar as estratégias de comunicação utilizadas (canais de divulgação, papel das redes sociais, presença em eventos, influência dos antigos residentes);

Avaliar o grau de ligação ao território local (interação com a comunidade, eventos públicos de encerramento);

Entender a duração e a definição dos temas das residências (tempo médio de duração, responsabilidade pela escolha temática).

O segundo questionário dirigido a residentes ou potenciais residentes deste tipo de iniciativas (Anexo 7), pois a criação desta Residência Artístico-Científica surge como forma de dinamização do território rural e de atração de pessoas qualificadas, promovendo a criação de valor cultural, científico e social na região.

A questão central para a construção do questionário foi a seguinte:

Estarão artistas, cientistas e investigadores disponíveis para participar numa Residência Artístico-Científica situada numa zona rural da Região Centro do país?

A partir desta questão principal, foram exploradas questões complementares com o objetivo de recolher informação relevante e aplicável à criação e implementação do projeto. Estas foram:

Qual o perfil dos potenciais participantes de uma residência? Recolha de dados sociodemográficos (idade, género, área de formação, rendimento, localização) permite traçar o perfil dos interessados e ajustar a proposta de residência às suas necessidades, expectativas e realidades económicas.

Que recursos humanos e materiais encontram, ou gostariam de encontrar, numa Residência? - Identificar quais os elementos logísticos e humanos valorizados pelos participantes, tais como alojamento, ateliês, biblioteca, mentores, curadores, entre outros recursos humanos.

Que tipo de ligação estabelece com o território onde decorre a Residência? - Perceber de que forma a Residência poderá promover o envolvimento com a comunidade local, através de interação direta, eventos públicos e da vontade de regressar ao local da residência.

Quais os canais de comunicação preferenciais para obterem informação sobre estas iniciativas? - Saber como os inquiridos tomam conhecimento da existência de residências, para que o projeto direcione a sua comunicação através dos canais preferidos.

Qual o grau de atratividade de uma residência localizada numa zona rural do Centro de Portugal? - Verificar a predisposição dos inquiridos em participar numa residência nesta localização, considerando a época do ano preferida, a duração da estadia desejada e a quantia que estariam dispostos a pagar pela participação.

É objetivo geral da análise conjunta das respostas conceber um modelo de Residência Artístico-Científica para a aldeia de S. Gião que seja viável, atrativo, financeiramente sustentável e capaz de gerar valor para o território e para os seus participantes. Ao conhecer tanto os profissionais do sector com os potenciais residentes, pretende-se assegurar a adequação prática e estratégica da proposta.

No âmbito do presente estudo, optou-se pela utilização da ferramenta Google Forms para a construção e aplicação de dois inquéritos por questionário, com o objetivo de recolher dados quantitativos junto dos dois grupos distintos. Elaborando perguntas, na

maioria, fechadas, de escolha múltipla, escala linear de Likert de 5 pontos e também de resposta curta .

A população são por um lado profissionais da área das residências e artistas, cientistas investigadores. Por não ser possível atingir toda a população, foi estudada uma amostra. O processo de amostragem foi não probabilística por conveniência, pelo que a amostra foi construída a partir de contactos de e-mail. Foram obtidas 49 respostas de profissionais na área das Residências e 140 respostas de artistas, cientistas, investigadores.

Os inquéritos foram disseminados, a partir do dia 12 de fevereiro, através de e-mail, tendo sido enviados para várias entidades e instituições relevantes em Portugal. Entre estas incluem-se Residências artísticas (algumas integradas em projetos europeus), instituições públicas e privadas promotoras de residências, centros de formação profissional, associações e sindicatos de diferentes áreas, estabelecimentos de ensino superior, companhias de teatros e circos, bem como contactos pessoais previamente estabelecidos. No e-mail enviado, foram incluídos os dois inquéritos, acompanhados de um pedido de partilha, com o intuito de alargar o alcance da amostra e garantir a representatividade dos dois públicos-alvo. Tendo sido estipulado como prazo de resposta aos questionários o dia 28 de fevereiro.

A análise da base de dados, que foi extraída para o programa Excel para melhor a trabalhar, foi tratada no programa IBM SPSS Statistics, desse tratamento se apresentam os resultados abaixo descritos por questionário, ou seja os profissionais e os residentes, para este último público foi realizada uma subdivisão: os que já frequentaram residências e os que nunca frequentaram o que subdividiu a amostra de 140 respostas em: 63 artistas, cientistas e investigadores que nunca frequentaram uma Residência e não querem frequentar; 49 que nunca frequentaram uma Residência, mas querem frequentar e 28 que já frequentaram e gostariam de frequentar.

#### 4.1.2.1 – O que os números revelam: Análise dos questionários

##### QUESTIONÁRIO AOS PROFISSIONAIS

Relativamente aos profissionais responsáveis por Residências foram recolhidas 49 respostas (Anexo 6) e da análise dos dados dos profissionais que responderam ao inquérito resulta a seguinte caracterização destes profissionais e das suas Residências:

		N	%
Habilitações Académicas	Mestrado	21	42,9
	Licenciatura	17	34,7
	Doutoramento	7	14,3
	Ensino Secundário	4	8,2
Área de Formação	Arte	39	79,6
	Ciência	10	20,4
Anos de experiência	Mais de 12	10	20,4
	Entre 5 a 12	18	36,7
	Entre 3 a 5	14	28,6
	Entre 1 a 2	7	14,3

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 12 – Caracterização dos profissionais*

		N	%
Género	Artística	43	87,8
	Outra	3	6,1
	Artístico-Científica	2	4,1
	Científica	1	2,0
Zona	Urbana	33	67,3
	Rural	14	30,6
	Industrial	1	2,0
Local	Centro de Portugal	23	46,9
	Norte de Portugal	9	18,4
	Lisboa e Vale do Tejo	8	16,3
	Sul de Portugal	5	10,2
	Estrangeiro	3	6,1
	Açores	1	2,0

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 13 – Caracterização das Residências dos profissionais*

Os profissionais que responderam ao inquérito 42,9% têm mestrado e maioritariamente na área da ciência com 79,6%, sendo que a sua experiência profissional situa-se nos 3 e mais de 12 anos, 87% deles gerem Residências Artísticas, em zonas urbanas (67,3%) e cerca de metade localiza-se na zona Centro do país (46,9%). As Residências destes profissionais são de curta a média duração, ou seja com duração inferior a 1 mês a 2 meses. A maioria das Residências tem interação com a comunidade local 91,9%. Dos 49, 25 dos inquiridos desempenham funções de gestores, contudo 9 deles acumulam outras funções, como as de curador, mentor, promotor e ainda outras funções. Dos profissionais que desempenham funções de mentor (9), apenas 4 deles propõem os temas das suas Residências, e todos eles acumulam outras funções. Vinte e oito destes profissionais têm apoio de pessoal administrativo e outros profissionais (30).

Os profissionais que trabalham nas Residência em zonas rurais, 15 dos 49 inquiridos, 8 são mestres e todos eles (15) a sua formação académica é na área das artes. A maioria destes profissionais desempenha mais do que uma função na Residência, sendo as funções mais desempenhadas são as de gestor e curador. Na zona rural apenas um profissional gere uma Residência Artístico – Científica sendo que todos os outros desempenham funções em Residências Artísticas. Nos edifícios destas Residências, em espaço rural, destaca-se a existência de alojamento, cozinha, atelier e áreas de lazer. A duração destas Residências é maioritariamente inferior a 1 mês (60%). Estes profissionais privilegiam a promoção das suas Residências nas redes sociais e através das entidades relacionadas com o tema de cada Residência.

	N	%
Inferior a 1 mês	9	60
1 mês	3	20
2 meses	2	13,3
Entre 3 a 4 meses	1	6,7

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 14 – Duração das residências dos profissionais em zonas rurais**

	N	%
Centro de Portugal	11	73,3
Sul de Portugal	3	20,0
Estrangeiro	1	6,7

Fonte Elaboração própria

**Tabela -15 – Localização da Residência dos profissionais em zonas rurais**

## QUESTIONÁRIO A ARTISTAS, CIENTISTAS E INVESTIGADORES

Ao inquérito realizado para residentes ou futuros residentes obtivemos um total de 140 respostas (Anexo 7). Esta população caracteriza-se como tabela 16 descreve por ser maioritariamente feminina 74,3%, com idades compreendidas entre os 35 e os 54 anos, sendo a sua formação académica na área das artes 62,1%, com rendimentos mensais brutos entre os 1 001€ e os 3 000€, residentes no Centro e Sul do país.

		N	%
Idade	Dos 45 aos 54 anos	61	43,6
	Dos 35 aos 44 anos	27	19,3
	Dos 55 aos 64 anos	26	18,6
	Dos 25 aos 34 anos	15	10,7
	A partir dos 65 anos	6	4,3
	Até aos 24 anos	5	3,6
Género	Feminino	104	74,3
	Masculino	36	25,7
Área de Formação	Arte	87	62,1
	Ciência	53	37,9
Rendimento mensal bruto	1001€ - 2000€	65	46,4
	2001€ - 3000€	30	21,4
	870€ - 1000€	22	15,7
	Prefere não responder	14	10,0
	+ de 3000€	9	6,4
Local de residência	Centro de Portugal	62	44,3
	Sul de Portugal	33	23,6
	Lisboa e Vale do Tejo	19	13,6
	Norte de Portugal	17	12,1
	Madeira	5	3,6
	Estrangeiro	3	2,1
	Açores	1	0,7

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 16 – Caracterização sócio-demográfica dos artistas, cientistas e investigadores*

No entanto a maioria nunca frequentou uma Residência, 80%, ou seja 112 dos inquiridos.

Foi realizada uma divisão dos inquiridos: aqueles que nunca frequentaram e os que já frequentaram uma Residência, para conhecer cada público em particular.

ARTISTAS, CIENTISTAS E INVESTIGADORES QUE NUNCA FREQUENTARAM UMA RESIDÊNCIA E NÃO QUEREM FREQUENTAR

A caracterização dos residentes à mudança, ou seja aqueles que nunca frequentaram e nem querem frequentar:

É uma população constituída por 63 indivíduos, a maioria são do género feminino 77,8%, com idades compreendidas entre os 45 e 65 anos, com formação académica na área das ciências 81%, com um rendimento médio mensal bruto entre os 1 001€ e os 3000€, residentes na região Centro e Sul do país, conforme descrito na tabela 17.

		N	%
Idade	Dos 45 aos 54 anos	28	44,4
	Dos 55 aos 64 anos	17	27,0
	Dos 35 aos 44 anos	9	14,3
	Dos 25 aos 34 anos	5	7,9
	A partir dos 65 anos	3	4,8
	Até aos 24 anos	1	1,6
Género	Feminino	49	77,8
	Masculino	14	22,2
Área de Formação	Ciência	51	81,0
	Arte	12	19
Rendimento mensal bruto	1001€ - 2000€	32	50,8
	2001€ - 3000€	17	27,0
	Prefere não responder	6	9,5
	870€ - 1000€	4	6,3
	+ de 3000€	4	6,3
Local de residência	Centro de Portugal	28	44,4
	Sul de Portugal	20	31,7
	Norte de Portugal	9	14,3
	Lisboa e Vale do Tejo	3	4,8
	Madeira	2	3,2
	Açores	1	1,6

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 17 – Caracterização sóciodemográfica dos inquiridos que nunca frequentaram uma Residência e não querem frequentar**

#### ARTISTAS, CIENTISTAS E INVESTIGADORES QUE NUNCA FREQUENTARAM UMA RESIDÊNCIA MAS QUEREM FREQUENTAR

Os inquiridos que nunca frequentaram, mas que gostariam de frequentar uma Residência caracterizam-se por ser um grupo de 49 indivíduos, na maioria do género feminino, com formação na área das ciências, com idades compreendidas entre os 35 e os 54 anos, beneficiários de rendimento bruto mensal entre os 1 001€ e os 2 000€

(tabela 18), residentes da região Centro e sul do país e estão dispostos a frequentar uma Residência.

		N	%
Idade	Dos 45 aos 54 anos	23	46,9
	Dos 35 aos 44 anos	9	18,4
	Dos 55 aos 64 anos	7	14,3
	Dos 25 aos 34 anos	4	8,2
	Até aos 24 anos	3	6,1
	A partir dos 65 anos	3	6,1
Género	Feminino	37	75,5
	Masculino	12	24,5
Área de Formação	Ciência	34	69,4
	Arte	15	30,6
Rendimento mensal bruto	1001€ - 2000€	20	40,8
	2001€ - 3000€	9	18,4
	870€ - 1000€	9	18,4
	Preferenão responder	7	14,3
	+ de 3000€	4	8,2
Local de residência	Centro de Portugal	25	51,0
	Sul de Portugal	10	20,4
	Norte de Portugal	6	12,2
	Lisboa e Vale do Tejo	4	8,2
	Madeira	3	6,1
	Estrangeiro	1	2,0

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 18 – Caracterização sócio-demográfica dos inquiridos que nunca frequentaram uma Residência mas querem frequentar**

A maioria dos auscultados gostaria de obter informação sobre uma Residência pelos meios de comunicação social e pelo seu sindicato, entidade empregadora ou estabelecimento de ensino. Na Residência a maioria quer contar com a presença do mentor e gostaria que o edifício tivesse alojamento, área de lazer e atelier. Mas a Residência deveria ter uma duração máxima de 1 mês, com interação com a comunidade e no final existisse uma exposição e uma apresentação pública.

Relativamente à proposta de realizar uma Residência Artístico – Científica, numa zona rural, na região Centro do país, não existe uma enorme probabilidade. Contudo se realizassem essa Residência optariam pela época da primavera, por um período máximo de 1 mês estando dispostos a gastar até 25€ por dia.

## ARTISTAS, CIENTISTAS E INVESTIGADORES QUE JÁ FREQUENTARAM UMA RESIDÊNCIA

Os inquiridos que já frequentaram, é uma população de 28 pessoas na maioria do género feminino, com idades compreendidas entre os 45 e os 54 anos, com formação académica na área das artes, que vivem principalmente em Lisboa e Vale do Tejo e na zona Centro do país, contam com rendimentos entre os 870€ e os 2 000€ e já frequentaram Residências Artísticas situadas na Região Centro do país e Lisboa e Vale do Tejo, sendo estas localizadas em zonas rurais e urbanas igualmente 50%, conforme exposto na tabela 19:

		N	%
Idade	Dos 45 aos 54 anos	10	35,7
	Dos 35 aos 44 anos	9	32,1
	Dos 25 aos 34 anos	6	21,4
	Dos 55 aos 64 anos	2	7,1
	Até aos 24 anos	1	3,6
Género	Feminino	18	64,3
	Masculino	10	35,7
Área de Formação	Arte	26	92,9
	Ciência	2	7,1
Rendimento mensal bruto	1001€ - 2000€	13	46,4
	870€ - 1000€	9	32,1
	2001€ - 3000€	4	14,3
	+ de 3000€	1	3,6
	Prefere não responder	1	3,6
Local de residência	Lisboa e Vale do Tejo	12	42,9
	Centro de Portugal	9	32,1
	Sul de Portugal	3	10,7
	Norte de Portugal	2	7,1
	Estrangeiro	2	7,1

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 19 – Caracterização sócio-demográfica dos artistas, cientistas e investigadores que já frequentaram uma Residência*

Nas Residências frequentadas esta população encontrou na maioria dos casos o mentor, pessoal administrativo e outros profissionais, e os espaços existentes nas Residências frequentadas foram: alojamento, área de lazer e cozinha na maioria. A duração da residência foi inferior a 1 mês, durante esse período houve interação com a comunidade local e no final foram realizadas apresentações ao público e exposições dos trabalhos realizados.

Todos os inquiridos regressariam ao local onde realizaram a Residência.

A maioria desta população está predisposta a frequentar uma Residência Artística – Científica, numa zona rural, no Centro do país, principalmente durante a primavera, com uma duração máxima de 1 mês e estão dispostos a gastar em média até 20€ por dia.

A aplicação dos dois questionários — um dirigido a gestores, mentores e curadores de residências e outro a residentes ou potenciais residentes — permitiu recolher informação aplicável à criação da futura Residência Artístico-Científica na aldeia de S. Gião, contribuindo para o seu alinhamento com as práticas do sector e com as expectativas dos públicos-alvo.

Tanto os residentes como os profissionais confirmaram a importância de infraestruturas, destacando-se: alojamento, cozinha, atelier e áreas de lazer. Os residentes valorizam a presença de mentores especializados, bem como a existência de um evento público final (exposição, apresentação) e o envolvimento com a comunidade local.

Relativamente aos profissionais, 87% trabalham com residências artísticas e evidenciam um conhecimento da área, com experiência significativa (entre 3 e mais de 12 anos). Entre as residências em contexto rural (15 no total), verifica-se a existência das mesmas condições físicas e humanas desejadas pelos residentes.

Adicionalmente, as características das residências já frequentadas pelos 28 residentes com experiência, são de curta duração, com envolvimento comunitário. Todos

afirmaram que regressariam à residência onde estiveram, o que releva ser possível que aconteça o mesmo na RAC de S. Gião.

A análise dos dados revelou que os residentes estão dispostos a pagar até 25€/dia por uma residência artístico-científica. Os profissionais confirmaram que muitas residências funcionam com financiamento parcial por parte dos próprios residentes, articulado com apoios públicos e privados, o que aponta para a viabilidade de replicar esse modelo em S. Gião.

Embora a maioria das residências geridas pelos profissionais se localize em zonas urbanas, destaca-se a presença de um número expressivo de residências em zonas rurais (15 casos), o que comprova a existência de um ecossistema criativo e científico fora dos centros urbanos.

Para além disso, 91,9% das residências promovem interação com a comunidade local, o que reforça a ligação no modelo proposto. A totalidade dos residentes com experiência anterior também valoriza este envolvimento, e demonstrou vontade de regressar aos territórios onde viveram a experiência, evidenciando o impacto positivo e duradouro da residência no território de acolhimento.

Os dois públicos destacaram a importância das redes sociais e das redes institucionais/temáticas como principais canais de divulgação.

Estas estratégias são facilmente replicáveis em S. Gião, permitindo à futura residência posicionar-se de forma eficaz junto de públicos qualificados, interessados e disponíveis para este tipo de iniciativa.

O perfil dos potenciais residentes é composto, maioritariamente, por mulheres com formação em ciências, com rendimento entre 1 001€ e 2 000€/mês, o que revela um público com capacidade financeira e interesse, embora sem grande experiência anterior (80% nunca participaram numa residência). Este aspeto representa uma oportunidade clara de captação de novos públicos, que ainda não foram plenamente explorados por este tipo de iniciativas.

Já os profissionais das residências apresentam um elevado grau de qualificação (licenciatura, mestrado e doutoramento) e uma longa experiência na área, reforçando a credibilidade e maturidade do sector e oferecendo referências sólidas para a construção de um modelo eficaz e alinhado com a realidade do meio artístico-científico.

Estes dados constituem uma base para o planeamento estratégico e operativo da futura Residência Artístico-Científica de S. Gião, permitindo alinhar a proposta com as boas práticas do sector e com as reais expectativas de quem a pode integrar, enquanto participante ou agente dinamizador.

Os dados recolhidos através dos questionários permitiram responder de forma afirmativa e fundamentada à questão:

Estarão artistas, cientistas e investigadores disponíveis para participar numa Residência Artístico-Científica situada numa zona rural da Região Centro do país?

Os resultados demonstraram uma disponibilidade e interesse por parte de potenciais residentes — mesmo entre os que nunca frequentaram uma residência anteriormente podemos dizer que existe curiosidade e predisposição para participar, especialmente se forem asseguradas condições adequadas: alojamento, espaços de trabalho, mentoria, interação com a comunidade e eventos públicos.

Por outro lado, os profissionais da área das residências confirmam, pela sua experiência, que este tipo de iniciativas é viável, mesmo em zonas rurais, onde já trabalham.

O alinhamento entre as expectativas dos participantes e a experiência dos gestores — nomeadamente na duração, tipo de estrutura, formato de atividades e canais de promoção — reforça a viabilidade prática e o potencial de atratividade da Residência Artístico-Científica proposta para a uma zona rural, da região Centro.

Ou seja, o estudo evidencia não só a disponibilidade, mas também a existência de um público interessado e compatível com a proposta, o que legitima a sua implementação como estratégia eficaz de valorização do território.

## **5 – DESENVOLVIMENTO DO PROJETO**

### 5.1 - Identificação do problema e fundamentação da proposta estratégica

O problema identificado incide sobre a desertificação de um território específico: a aldeia de S. Gião. Com o intuito de contrariar o despovoamento desta localidade, propõe-se atrair novos residentes, em particular indivíduos que possam simultaneamente contribuir para o desenvolvimento local através de novas perspetivas sobre o território. Neste contexto, destaca-se a importância de acolher artistas e cientistas, cuja presença poderá gerar novas formas de valorização territorial.

Enquanto instrumento de marketing territorial, propõe-se a criação de um espaço de Residência Artístico-Científica, onde artistas e investigadores possam desenvolver projetos que contribuam para a melhoria e valorização da aldeia, tornando-a mais atrativa para visitar, trabalhar e residir. Esta estratégia surge como uma via para fomentar o repovoamento. A propósito, a vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Oliveira do Hospital afirmou que, após a realização de residências artísticas no âmbito do *Festival Montanhas de Artes*, os participantes “vêm, conhecem e querem regressar”. Esta tendência foi também evidenciada nos inquéritos aplicados aos participantes, os quais manifestaram vontade de voltar ao local onde realizaram as suas residências.

A presença de artistas e cientistas representa, assim, uma dupla vantagem: por um lado, trazem consigo conhecimento e competências que podem contribuir para o desenvolvimento e valorização do território; por outro, assumem o papel de embaixadores da aldeia, divulgando-a junto de familiares, amigos e colegas, incentivando novas visitas e potenciais regressos.

Segundo Ferreira et al. (2010), os empreendedores devem ser capazes de identificar as oportunidades emergentes, muitas vezes decorrentes de tendências e mudanças sociais, políticas, económicas ou culturais. Mesmo em contextos de crise, podem emergir oportunidades. Neste sentido, acredita-se que a criação da Residência Artístico-Científica poderá impulsionar mudanças sociais, nomeadamente o regresso à aldeia, e, em consequência, mudanças económicas, através da criação de novas empresas e de emprego. As ideias e conhecimentos trazidos pelos participantes poderão fomentar o

espírito empreendedor em S. Gião, transformando-a num local propício a visitar, regressar e viver.

Uma das características sociais mais marcantes da aldeia é o envolvimento da comunidade local. Este aspeto foi evidenciado nas entrevistas realizadas à Junta de Freguesia e à ADIRAM, nas quais se salientou a predisposição da população para participar ativamente em projetos. A auscultação promovida pela ADIRAM, através de uma sessão de *brainstorming*, revelou essa vontade. Exemplo disso foi a realização da Festa do Medronho, uma iniciativa proposta pela Junta de Freguesia e concretizada com o empenho da população local. Esta dinâmica leva-nos a crer que a chegada de novas pessoas à aldeia, com ideias inovadoras, será bem acolhida, promovendo o envolvimento da comunidade na concretização dos projetos das residências.

O facto de os inquiridos que já frequentaram residências manifestarem desejo de regressar aos locais onde realizaram residências leva-nos a crer que os participantes nas residências em S. Gião poderão também desejar voltar, trazendo consigo familiares e amigos, interessados em conhecer as paisagens, a gastronomia e as praias fluviais da região — como referiu a senhora vereadora da Cultura. Este movimento exige a existência de infraestruturas adequadas de acolhimento: locais para pernoitar, comer e socializar. Neste contexto, surgem oportunidades económicas para São Gião, nomeadamente com a existência de 113 habitações devolutas ou desocupadas (Anexo 5), que poderão ser reabilitadas para fins de alojamento local ou habitação sazonal, tal como já sucede noutras aldeias de montanha. Esta ideia é partilhada tanto pela diretora executiva da ADIRAM como pelo presidente da Junta de Freguesia, que ambiciona que estas casas possam vir a ser utilizadas como segundas habitações ou residências de férias. Nós ambicionamos que se transformem também em novos negócios desde alojamento local, turismo rural e de habitação, assim como no âmbito da restauração, recuperação de legados perdidos desde a cestaria, à produção do Queijo da Serra da Estrela, ou seja negócios ligados aos produtos endógenos. A própria reabilitação do edificado contribuirá para a melhoria da imagem do território, valorizando simultaneamente o património imobiliário local. Com a criação de novos negócios, são criadas oportunidades de emprego – fator essencial para fixar pessoas, levando a que

estas reabilitações do imobiliário sejam também elas para efeitos aluguer ou venda de casas de primeira habitação.

## **5.2 – Apresentação da Residência Artístico-Científica em S. Gião**

Apresentamos sumariamente a Residência Artístico-Científica:

### **MISSÃO:**

Promover a criação, investigação e experimentação artística e científica de forma colaborativa, criando conhecimento e inovação a partir do mundo rural e contribuindo para o desenvolvimento sustentável, cultural e social da aldeia de S. Gião, zona envolvente e do concelho de Oliveira do Hospital.

### **VISÃO:**

Ser uma referência nacional e internacional em residências interdisciplinares, afirmando S. Gião como um território criativo onde a arte e a ciência se unem para refletir, inspirar e transformar.

### **VALORES:**

Interdisciplinaridade – valorização da articulação entre arte, ciência e sociedade.

Inovação e Criatividade – estímulo à experimentação e à reflexão crítica.

Sustentabilidade – práticas responsáveis com o território e a comunidade.

Cidadania e Inclusão – participação ativa e diálogo com a população local.

Identidade Local – valorização do património, da memória e das paisagens.

**OBJETIVOS GERAIS:**

Dinamizar residências com criadores e investigadores nacionais e internacionais.

Posicionar S. Gião como polo de criação e conhecimento em meio rural.

Estimular o envolvimento da comunidade em atividades culturais e científicas.

Promover parcerias com instituições de ensino superior, centros de investigação e entidades culturais.

**NATUREZA JURÍDICA:**

Associação Cultural sem fins lucrativos, legalmente constituída, com personalidade jurídica e estatutos próprios.

Pode ter enquadramento por exemplo na figura de Associação de Desenvolvimento Local ou Associação Cultural e Científica.

**CÓDIGO DE ATIVIDADE ECONÓMICA:**

CAE Principal: 94.995 – Outras atividades associativas

CAE Secundários relevantes: 90.030 – Criação artística e literária; 85.593 – Outras atividades educativas; 72.200 – Investigação e desenvolvimento em ciências sociais e humanas.

Nome: S. GIÃO LAB

**SECTOR DE ATIVIDADE:**

Economia criativa, cultura, educação não formal e inovação social.

Com atuação cruzada nas áreas:

Investigação científica e desenvolvimento humano;

Artes plásticas, visuais, sonoras e digitais;

Marketing territorial e turismo cultural e criativo.

#### NATUREZA DO INVESTIDOR:

Associação privada sem fins lucrativos, com fundos provenientes de:

Candidaturas a financiamentos públicos (Estado, Município, União Europeia);

Fundos privados (mecenato cultural, fundações, patrocinadores);

Parcerias institucionais (universidades, museus, empresas culturais, centros de investigação);

Receitas próprias (formações, eventos, merchandising, residências pagas (e posteriormente do formato coliving e coworking)).

#### CLIENTES / PÚBLICOS-ALVO:

**Artistas e cientistas nacionais e internacionais**, que de acordo com o que foi pesquisado são especialmente mulheres, com idades compreendidas entre os 35 e os 54 anos, que residem em Portugal essencialmente nas zonas Centro, Lisboa e Vale do Tejo.

**Universidades, Institutos Politécnicos e centros de investigação**, primeiramente os estabelecimentos de ensino superior e centros de investigação das regiões Centro, Lisboa e Vale do Tejo, onde residem os potenciais residentes.

**Estudantes e jovens criativos**, inicialmente das universidades, institutos politécnicos acima referidos.

**Públicos culturais urbanos e turistas;**

**Comunidade local** (famílias, associações, escolas);

**Câmaras municipais e entidades regionais.**

**FORNECEDORES:**

Serviços de comunicação, design e vídeo;

Serviços de catering, alojamento extra e transportes locais;

Fornecedores de material artístico e científico;

Serviços de internet, TI e plataformas online;

Serviços de limpeza e manutenção.

**CONCORRENTES:**

Não existem concorrentes diretos, pois não existem Residências Artístico – Científicas na região, apenas Residências que promovem residências maioritariamente artísticas, contudo podem ser concorrentes indiretos a Ciência Viva em Coimbra que promove temas na área das ciências, para além das residências artísticas promovidas pelas Aldeias de Xisto (XJazz, Cerdeira – Home for Creativity e Fajão) com localização geográfica semelhante em zonas montanhosas e como objetivos territoriais semelhantes, pelo que mais à frente daremos uma atenção especial. Contudo ressalva-se que não podemos ver estas instituições realmente como concorrentes mas antes como parceiros, mas numa perspetiva de fazer diferente do que eles fazem.

**PARCEIROS:**

Institucionais:

Câmara Municipal de Oliveira do Hospital;

Junta de Freguesia de São Gião;

Associação de Desenvolvimento Integrado da Rede de Aldeias de Montanha (ADIRAM);

Turismo Centro de Portugal;

Direção Regional de Cultura do Centro;

Ciência Viva;

Fundação Calouste Gulbenkian;

Fundação EDP;

Residências Artísticas, Científicas, Literárias.

Académicos:

Universidade de Coimbra;

Universidade da Beira Interior;

Instituto de Ciências Sociais (Universidade de Lisboa);

Politécnico de Castelo Branco

Politécnico de Coimbra;

Politécnico da Guarda;

Politécnico de Viseu.

Culturais:

Residências artísticas das Aldeias de Xisto;

Fundação Lapa do Lobo;

ACERT – Associação Cultural e Recreativa de Tondela;

Teatros da região Centro (Académico Gil Vicente - Coimbra, Viriato - Viseu,  
Municipal da Guarda, das Beiras - Covilhã)

Centro de Estudos Ibéricos;

Binaural Nodar;

Curadores e artistas independentes;

Festivais de arte e ciência.

Residências artísticas, científicas, literárias entre outras a nível nacional e internacional.

### 5.3 – Modelo SOSTAC

Para apresentação do modelo conceptual do projeto de criação da Residência Artístico-Científica S. Gião LAB, foi utilizado o modelo SOSTAC que é constituído pelos elementos: Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions e Control, ou seja Análise da situação, os Objetivos, a Estratégia, as Táticas, as Ações e o Controlo.



Fonte: [www.hensallcenter.com](http://www.hensallcenter.com)

*Ilustração 5- Modelo SOSTAC*

### 5.3.1 – Análise da Situação

O elemento Situation - Análise da situação – que responde à questão “Onde estamos agora?”. A análise da situação engloba o estudo da situação atual ao nível interno e externo. Para realizar a análise iremos utilizar para o efeito a análise PEST, ou seja vamos analisar as vertentes Política (P), Económica (E), Social (S) e Tecnologia (T) que detemos, seguidamente faremos uma análise SWOT em contextos também eles nacionais, regionais e locais dos parâmetros SWOT (Strengths – Forças, Weaknesses - Fraquezas, Opportunities - Oportunidades, Threats - Ameaças) posteriormente iremos conhecer os nossos “concorrentes” e finalmente identificar os nossos clientes.

Através da consulta da DGArtes ([www.dgartes.gov.pt](http://www.dgartes.gov.pt)) foi realizada uma análise PEST de forma a conhecer a realidade nacional, regional e local, conforme tabela 20:

ANÁLISE PEST		
NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
<b>Política</b>		
<b>Apoio institucional robusto:</b> Programas como a Bolsa PADA que é apoiada pela República Portuguesa - Cultura / Direção-Geral das Artes  <b>Integração internacional:</b> Iniciativas como o programa "Por Baixo da Figueira" da	<b>Apoio institucional:</b> Programas como o "Escutar a Juventude Rural", promovido pela Binaural Nodar, incentivam a criação artística em contextos regionais, com apoio financeiro e logístico para artistas selecionados.  <b>Colaboração internacional:</b>	<b>Apoios governamentais e regionais:</b> A criação cultural e científica em zonas rurais está alinhada com políticas públicas nacionais e regionais, como os programas da DGARTES, Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT) e a

<p>Cultivamos Cultura, destacam a colaboração transnacional e o incentivo à pesquisa e à prática artística em contextos locais.</p>	<p>A Rede Tramontana, liderada pela Binaural Nodar, oferece residências artísticas em colaboração com instituições de França, Itália e Polónia, promovendo o intercâmbio cultural e a reflexão sobre temas como migrações e paisagens de montanha.</p>	<p>CCDR Centro, que incentivam projetos fora dos grandes centros urbanos, valorizando o interior.</p> <p><b>Prioridade às regiões do interior:</b> Existe uma orientação política para descentralizar a cultura e o conhecimento, através de iniciativas como os Programas de Revitalização das Aldeias, promovendo acesso a financiamento e apoio logístico em regiões como a Beira Serra.</p> <p><b>Estabilidade democrática e alinhamento europeu:</b> A integração com redes europeias de residências artísticas e científicas (como o Creative Europe) facilita candidaturas a programas internacionais de financiamento e parcerias.</p>
<p><b>Económica</b></p>		
<p><b>Financiamento diversificado:</b> Muitos programas oferecem bolsas que cobrem custos de viagem, alojamento e produção. Por exemplo, a residência "InResidence 2025" oferece até 6 000€ para artistas internacionais, enquanto</p>	<p><b>Financiamento acessível:</b> Iniciativas como o "Escutar a Juventude Rural" oferecem bolsas de 500€, cobrindo também alojamento, alimentação e deslocações, tornando as residências acessíveis a artistas emergentes.</p> <p><b>Infraestruturas de apoio:</b></p>	<p><b>Custo de vida mais baixo:</b> A zona de São Gião apresenta custos de operação significativamente menores (alojamento, alimentação, espaços), permitindo a implementação sustentável de</p>

<p>a Gulbenkian e a Cité Internationale des Arts oferecem subsídios mensais de 1 000€ para curadores.</p> <p><b>Infraestruturas de apoio:</b> Espaços como a Zaratan em Lisboa e a Cultivamos Cultura em Odemira disponibilizam estúdios, alojamento e apoio técnico, facilitando a produção artística e científica.</p>	<p>Espaços como a Cerdeira – Home for Creativity, na Lousã, disponibilizam alojamento, ateliês e apoio logístico, facilitando a integração dos artistas na comunidade local.</p>	<p>residências com orçamentos limitados.</p> <p><b>Disponibilidade de imóveis e terrenos:</b> Muitos espaços devolutos ou subutilizados na aldeia podem ser readaptados a estúdios, laboratórios ou alojamentos, com custo reduzido ou acesso através de parcerias com a autarquia.</p> <p><b>Potencial de impacto económico local:</b> A presença de residentes e visitantes dinamiza o comércio local, incentiva o turismo cultural e científico e pode atrair investimentos em serviços complementares (restauração, mobilidade, alojamento, artesanato).</p> <p><b>Acesso a fundos europeus e nacionais:</b> Programas como o Portugal 2030, PRR, Erasmus+ (com vertente artística e científica) estão disponíveis para este tipo de iniciativas.</p>
<p><b>Social</b></p>		
<p><b>Promoção da diversidade e inclusão:</b> Programas como o "Por Baixo da Figueira" incentivam a participação de criadores locais e promovem a interação</p>	<p><b>Promoção da inclusão:</b> Programas como o "Escutar a Juventude Rural" incentivam a participação de artistas que abordem temáticas relacionadas com a juventude em contexto rural, promovendo a</p>	<p><b>Relação próxima com a comunidade:</b> A aldeia de S. Gião tem uma comunidade envelhecida mas acolhedora, o que oferece um contexto ideal para projetos</p>

<p>com a comunidade, fortalecendo os laços culturais e sociais.</p> <p><b>Fomento à colaboração interdisciplinar:</b> A Zaratan, por exemplo, adota uma abordagem multidisciplinar, aceitando propostas de diversas áreas artísticas e culturais, o que estimula a troca de conhecimentos e práticas.</p>	<p>inclusão e a diversidade cultural.</p> <p><b>Desenvolvimento comunitário:</b> O Cortiçada Art Fest, integrado no projeto Landscape Together, visa transformar o lugar Moongate (Oleiros em Castelo Branco) através da arte, envolvendo a comunidade local e promovendo o desenvolvimento cultural da região.</p>	<p>participativos, etnográficos e de envolvimento social.</p> <p><b>Desertificação populacional:</b> A criação da residência pode contribuir para contrariar o êxodo rural, promovendo novas formas de ocupação e valorização do território.</p> <p><b>Educação e formação:</b> A residência pode criar laços com escolas locais, universidades (ex: Universidades de Coimbra e da Beira Interior, Institutos Politécnicos de Coimbra, Guarda e Viseu), dinamizando ações educativas, oficinas, e partilha de conhecimento.</p> <p><b>Autenticidade e património:</b> A presença de tradições, lendas, património religioso e a paisagem natural (proximidade à Serra da Estrela) enriquece a base de trabalho para artistas e investigadores.</p>
<p><b>Tecnológica</b></p>		
<p><b>Apoio à inovação e experimentação:</b> Programas como o "Entre Serras" exploram a fusão entre natureza, tecnologia e comunidades, incentivando a pesquisa</p>	<p><b>Integração da tecnologia:</b> O programa "Escutar a Juventude Rural" permite a utilização de tecnologias sonoras e media, incentivando a experimentação e a inovação nos processos</p>	<p><b>Limitações de infraestrutura digital:</b> Como é comum em zonas rurais, S. Gião pode apresentar ligações à internet instáveis ou de baixa velocidade, o que pode afetar projetos</p>

<p>e a criação em contextos inovadores.</p> <p><b>Plataformas digitais de apoio:</b> Iniciativas como a plataforma Research Catalogue facilitam a partilha e documentação da pesquisa artística, promovendo a visibilidade e o intercâmbio de ideias.</p>	<p>criativos.</p> <p><b>Colaboração interdisciplinar:</b> A Rede de Residências "Experimentação – Arte, Ciência e Tecnologia", promovida pela Ciência Viva e DGARTES, facilita a colaboração entre artistas e cientistas, promovendo a troca de conhecimentos e a inovação.</p>	<p>que dependam de comunicação remota ou tecnologias digitais avançadas.</p> <p><b>Oportunidade de desenvolver hubs tecnológicos locais:</b> A Residência pode impulsionar a implementação de pequenas infraestruturas científicas ou criativas digitais (laboratórios de som, residências de arte-tecnologia).</p> <p><b>Parcerias com instituições científicas:</b> A proximidade relativa a polos universitários permite a ligação com centros de investigação e transferência de tecnologia.</p>
<p><b>RESUMO ANÁLISE PEST</b></p>		
<p>Portugal neste momento apresenta um quadro de oportunidades para a realização de residências artísticas e científicas, caracterizado com apoio institucional, financiamento adequado, promoção da diversidade social e incentivo à inovação tecnológica. Estes programas não só enriquecem o ecossistema cultural nacional, mas também posicionam o país como um polo de criatividade e colaboração internacional. Alguns dos financiamentos são dirigidos à região Centro criando a oportunidade de criar residências que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável e a revitalização das zonas rurais.</p> <p>A aldeia de S. Gião reúne condições para acolher residências artísticas e científicas, podendo beneficiar das políticas descentralizadoras, oportunidades de financiamento e um contexto natural e patrimonial propício a este tipo de</p>		

atividade. Os principais desafios residem na infraestrutura tecnológica e logística, mas podem ser superados com planeamento, parcerias e apoio institucional.

Fonte: Elaboração própria

Tabela 20 – Análise PEST

Esta análise PEST contempla boas perspetivas, contudo através de uma análise SWOT também tendo por base a informação constantes na DGArtes ([www.dgartes.gov.pt](http://www.dgartes.gov.pt)) que apresentamos na tabela 21 consideramos necessária para desenvolver o nosso trabalho.

ANÁLISE SWOT		
NACIONAL	REGIONAL	LOCAL
<b>Forças (S)</b>		
<p><b>* Acesso a financiamentos estruturais da UE (2021–2027):</b> Portugal continua a beneficiar dos fundos do Portugal 2030 e do PRR, com linhas específicas para cultura, ciência, coesão territorial e inovação.</p> <p><b>* Ecosistema de ensino superior e investigação consolidado:</b> Universidades de Lisboa, Porto, Coimbra, Minho, Nova, Aveiro, UBI, entre outras, estão entre as melhores da Europa do Sul, com crescente interesse em projetos</p>	<p><b>* Presença de instituições de ensino e investigação relevantes:</b> Universidades e Politécnicos como: Universidade de Coimbra (UC); Universidade da Beira Interior (UBI); Institutos Politécnicos de Castelo Branco, Coimbra, Leiria, Viseu ou seja o apoio científico e possibilidade de parcerias com investigadores, estudantes e centros de I&amp;D.</p> <p><b>* Riqueza natural, cultural e patrimonial:</b> Serra da Estrela, Aldeias Históricas, património imaterial, centros urbanos com história (Coimbra, Guarda, Tomar, Viseu), ou seja um excelente cenário para residências artísticas e</p>	<p><b>* Observatório Astronómico de São Gião:</b> Um dos maiores telescópios amadores/privados da Península Ibérica, ou seja, um recurso valioso para projetos ligados à astroarte, astrofísica, fotografia científica, bioastronomia, etc. Que será em breve utilizado por alunos de mestrado que ficarão na aldeia como foi referido pelo Presidente da Junta Freguesia da aldeia aquando da entrevista realizada, no âmbito do presente projeto.</p> <p><b>* Paisagem natural e tranquilidade rural:</b> Localização envolta em</p>

<p>interdisciplinares.</p> <p><b>* Clima, segurança e qualidade de vida atraentes:</b> Portugal é um destino valorizado por criadores e investigadores internacionais, considerado como tendo boa qualidade de vida, segurança e custo de vida competitivo face a outros países europeus.</p> <p><b>* Diversidade geográfica e patrimonial:</b> Paisagens únicas, aldeias históricas, centros urbanos dinâmicos e vasto património cultural — ideais para inspirar artistas e cientistas.</p> <p><b>* Histórico de iniciativas artístico-científicas em crescimento:</b> Por exemplo: Festival FUSO, bienais, projetos de bioarte, arte digital, residências científicas, arte ecológica e colaborações com centros de ciência.</p>	<p>científicas imersivas.</p> <p><b>* Custo de vida inferior ao litoral:</b> Condições mais acessíveis para instalação de projetos a médio e longo prazo, incluindo aquisição ou reabilitação de edifícios.</p> <p><b>* Qualidade de vida e tranquilidade:</b> Ambiente favorável a trabalho criativo e investigação prolongada, com boas condições de segurança e bem-estar.</p> <p><b>* Apoios regionais à inovação e cultura:</b> Estruturas como as CCDRs, CIMs (Comunidades Intermunicipais) e municípios estão cada vez mais ativos em apoiar projetos culturais com impacto territorial.</p>	<p>natureza, na Serra da Estrela, no vale do Rio Alva, ou seja, o ambiente ideal para residências criativas e de investigação focadas na sustentabilidade, ecologia, arte e bem-estar.</p> <p><b>* Património cultural local e tradições rurais vivas:</b> Festas locais, arquitetura granítica, saberes agrícolas e culturais que podem alimentar projetos de arte comunitária, antropologia visual ou investigação etnográfica.</p> <p><b>* Custo de instalação e vida acessível:</b> Preços de terrenos e imóveis mais baixos do que em zonas urbanas — ideal para projetos com orçamento limitado e para criar um centro permanente.</p> <p><b>* Vontade de revitalização local:</b> Existe, em 2025, uma crescente abertura de freguesias e câmaras municipais ao apoio de iniciativas que tragam pessoas, cultura e inovação às aldeias, que também foi expresso nas entrevistas realizadas no âmbito do presente projeto.</p>
---	---	--

<b>Fraquezas (W)</b>		
<p><b>* Subfinanciamento estrutural da cultura e da investigação:</b> Apesar dos fundos europeus, os investimentos públicos diretos em cultura e ciência continuam abaixo da média da UE.</p> <p><b>* Desarticulação entre instituições artísticas e científicas:</b> Ausência de políticas integradas entre ministérios (Cultura, Ciência, Educação, Coesão), e falta de estruturas intermédias que promovam colaborações de longo prazo.</p> <p><b>* Fuga de talentos:</b> Muitos artistas, investigadores e jovens criadores procuram melhores condições noutros países — afetando a massa crítica nacional.</p> <p><b>* Burocracia excessiva nos processos de candidatura e execução:</b> Projetos culturais e científicos enfrentam grandes entraves administrativos e falta de flexibilidade nos mecanismos de financiamento.</p>	<p><b>* Descentralização dos centros de produção e difusão cultural:</b> A maior parte da programação e das estruturas culturais e científicas concentra-se nas cidades maiores (Aveiro, Coimbra, Leiria).</p> <p><b>* Envelhecimento demográfico e o êxodo jovem:</b> Dificuldade em fixar talento jovem e qualificado em muitas zonas do interior.</p> <p><b>* Falta de infraestruturas culturais e artísticas em zonas rurais:</b> Carência de espaços com condições técnicas adequadas para criação artística contemporânea, exposições ou investigação.</p> <p><b>* Desconhecimento das potencialidades regionais a nível nacional e internacional:</b> A Região Centro ainda é pouco promovida como destino de residências criativas e científicas.</p> <p><b>* Acesso digital e logístico irregular:</b> Algumas áreas ainda têm fraca cobertura de internet de alta velocidade e acesso a transportes públicos menos eficientes.</p>	<p><b>* Isolamento geográfico relativo:</b> Acessos por estrada são bons, mas há falta de transportes públicos regulares, o que dificulta a mobilidade de visitantes sem viatura.</p> <p><b>* Infraestrutura cultural quase inexistente:</b> Não há galerias, auditórios, espaços de exposição ou oficinas equipadas, ou seja, teria de ser criado ou adaptado de raiz.</p> <p><b>* População envelhecida e reduzida:</b> A maioria dos habitantes são idosos, o que limita a interação comunitária regular.</p> <p><b>* Ligação digital irregular em algumas zonas:</b> A internet pode não ter cobertura estável ou suficiente para atividades artísticas/científicas de maior exigência técnica.</p> <p><b>* Desconhecimento nacional e internacional:</b> A aldeia é praticamente desconhecida fora do concelho — o que exige trabalho forte de comunicação e criação de rede para atrair participantes.</p>

<p>* <b>Centralização em Lisboa e Porto:</b> As regiões do interior e mais periféricas continuam a ter menos acesso a oportunidades e infraestruturas.</p>		
<p><b>Oportunidades (O)</b></p>		
<p>* <b>Tendência global: arte, ciência e sustentabilidade:</b> A fusão entre arte, ciência e temas como clima, tecnologia, neurociência, inteligência artificial, biodiversidade está a ser valorizados — tanto no meio académico como no artístico.</p> <p>* <b>Candidaturas a programas europeus e internacionais:</b> <b>Erasmus+, Horizonte Europa, Creative Europe, EUNIC (Associação dos Institutos Nacionais de Cultura da União Europeia)</b>, entre outros, promovem redes de colaboração internacional que podem financiar residências.</p> <p>* <b>Reutilização de património imobiliário devoluto:</b> Portugal tem milhares de edifícios públicos ou privados em zonas rurais ou</p>	<p>* <b>Financiamento europeu direcionado para coesão territorial:</b> Fundos do Portugal 2030, PRR e programas como o Horizonte Europa apoiam a criação de projetos que promovam a inclusão, ciência e cultura nas regiões de baixa densidade.</p> <p>* <b>Reabilitação de património com fins culturais:</b> Existência de edifícios devolutos com potencial para se transformarem em residências artísticas-científicas, estúdios, espaços de formação ou alojamento.</p> <p>* <b>Aumento do turismo criativo, científico e sustentável:</b> Tendência crescente de visitantes interessados em experiências culturais imersivas, workshops científicos, retiros criativos, entre outros.</p> <p>* <b>Abertura a parcerias com municípios e comunidades intermunicipais:</b> Municípios como Belmonte, Fundão,</p>	<p>* <b>Requalificação de edifícios ou terrenos abandonados:</b> Existem casas devolutas ou edifícios rurais que podem ser adaptados a ateliês, alojamentos ou seja para a criação da RAC, como por exemplo a Quinta do Torneiro que pode ser visualizada no anexo 5.</p> <p>* <b>Financiamentos específicos para territórios de baixa densidade:</b> A região pode beneficiar de linhas do Portugal 2030, PRR, ou programas europeus específicos para cultura e inovação rural.</p> <p>* <b>Turismo científico e criativo em ascensão:</b> O Observatório, a ligação à natureza e o isolamento criativo são atrativos para visitantes internacionais, especialmente em programas de residências, retiros criativos ou oficinas</p>

<p>semiurbanas com grande potencial para reabilitação criativa.</p> <p><b>* Crescimento do turismo criativo e científico:</b> Público nacional e internacional interessado em experiências culturais imersivas, retiros criativos, oficinas e visitas científicas.</p> <p><b>* Possibilidade de criação de redes nacionais de residências:</b> Falta uma rede nacional estruturada de residências artísticas e científicas, o que representa espaço para liderança e inovação no sector.</p>	<p>Guarda, Idanha-a-Nova, Pombal ou Tomar já mostram abertura a projetos inovadores.</p> <p><b>* Potencial para criação de polo referência nacional/internacional:</b> Ausência de residências artístico-científicas estruturadas nesta zona representa uma oportunidade pioneira.</p>	<p>imersivas.</p> <p><b>* Colaboração com Oliveira do Hospital, UBI e UC:</b> Proximidade a instituições académicas e municípios que já mostram interesse em projetos inovadores e descentralizados.</p> <p><b>* Possibilidade de liderar iniciativas de arte e ciência em contexto rural:</b> S. Gião pode tornar-se uma referência nacional de residências artísticas e científicas em meio rural com ligação ao céu, à terra e à comunidade.</p>
<p><b>Ameaças (T)</b></p>		
<p><b>* Instabilidade política e alterações nas prioridades governamentais:</b> Mudanças de governo ou de políticas podem alterar as prioridades de investimento em cultura e ciência.</p> <p><b>* Dependência de Fundos Europeus:</b> Projetos demasiado dependentes de ciclos de financiamento comunitário podem ter dificuldade em manter-se sustentáveis a longo</p>	<p><b>* Competição com centros urbanos consolidados:</b> Lisboa, Porto e até cidades médias como Braga ou Évora atraem mais facilmente atenção mediática, investimentos e talentos.</p> <p><b>* Instabilidade na alocação de fundos públicos:</b> Alterações nas prioridades políticas ou económicas podem reduzir apoios a médio/longo prazo.</p> <p><b>* Baixa literacia cultural ou</b></p>	<p><b>* Descontinuidade política ou falta de apoio municipal a médio prazo:</b> O sucesso depende do envolvimento da Junta de Freguesia, da Câmara Municipal e de parceiros locais, como por exemplo a ADIRAM. Mudanças políticas podem afetar esse apoio.</p> <p><b>* Sustentabilidade financeira a longo prazo:</b> Sem modelo económico estável</p>

<p>prazo.</p> <p><b>* Ceticismo público ou político quanto ao valor da interdisciplinaridade:</b> Alguns sectores ainda vêm arte e ciência como campos distintos, dificultando o reconhecimento do valor de projetos híbridos.</p> <p><b>* Impacto das crises globais (climática, geopolítica, tecnológica):</b> Estas crises afetam mobilidade internacional, cadeias logísticas e o investimento público em áreas consideradas “não prioritárias”.</p>	<p><b>científica em alguns concelhos:</b> Risco de incompreensão ou desvalorização do projeto por parte da população local — exigindo um forte trabalho de mediação e envolvimento comunitário.</p> <p><b>* Sustentabilidade operacional:</b> A manutenção regular de uma residência com alojamento, programação, artistas convidados e técnicos exige recursos financeiros e humanos estáveis.</p> <p><b>* Isolamento ou falta de massa crítica:</b> Algumas áreas podem ter dificuldade em atrair público, técnicos ou criadores se estiverem demasiado isoladas ou sem apoios complementares.</p>	<p>(apoios, parcerias, receitas próprias), o projeto pode ter dificuldades após o ciclo inicial de financiamento.</p> <p><b>* Desvalorização cultural ou científica pela comunidade</b> - Pode haver resistência inicial por falta de compreensão do projeto ou receio de “invasão” cultural externa.</p> <p><b>* Concorrência com iniciativas em cidades com mais recursos:</b> Projetos em locais como Coimbra, Covilhã ou Fundão podem captar mais atenção mediática ou institucional.</p> <p><b>* Eventos climáticos extremos e risco ambiental:</b> Incêndios, seca ou alterações climáticas podem afetar logística, segurança ou a experiência na residência.</p>
<p><b>RESUMO ANÁLISE SWOT</b></p>		
<p>A criação de uma Residência Artístico-Científica em S. Gião, no coração da Região Centro de Portugal, revela-se uma iniciativa com potencial estratégico, criativo e social. A nível nacional, Portugal beneficia de um ecossistema académico, acesso a fundos europeus (Portugal 2030, PRR) e crescente interesse na interseção entre arte, ciência e sustentabilidade. A região Centro reforça estas vantagens com universidades, património natural e cultural rico, e um custo de vida mais acessível.</p>		

Localmente, S. Gião destaca-se pela sua paisagem natural inspiradora, autenticidade rural e, em particular, pelo seu Observatório Astronómico — um recurso singular que pode posicionar a aldeia como polo inovador de residências ligadas à astronomia, ao ambiente e à criação artística interdisciplinar, como já acontece na Residência Artística de Fajão.

No entanto, desafios como o isolamento geográfico, a falta de infraestruturas culturais e o envelhecimento da população local exigem soluções criativas, parcerias sólidas e um envolvimento comunitário estruturado. A nível nacional e regional, a desvalorização estrutural da cultura e a dependência de financiamento externo são também fatores de risco.

A oportunidade está em transformar S. Gião num exemplo de revitalização territorial através da arte e ciência, aproveitando edifícios devolutos, criando sinergias com instituições de ensino superior, e posicionando a aldeia em redes nacionais e internacionais de inovação cultural e científica.

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 21 – Análise SWOT*

Conhecendo as diferentes realidades do país, da região e da aldeia é também necessário conhecer a concorrência, que como já referimos não consideramos como correntes, mas antes como modelos a seguir e como parceiros.

#### ANÁLISE DOS “CONCORRENTES” COM CARACTERÍSTICAS TERRITORIAIS SEMELHANTES:

Após pesquisa no site das Aldeias do Xisto ([www.aldeiasdoxisto.pt](http://www.aldeiasdoxisto.pt)) apresentamos os nossos concorrentes indiretos, as residências artistas das Aldeia do Xisto, nomeadamente a XJazz, Cerdeira Home for Creativity Arts e Fajão:

<b>Nome</b>	<b>Residências</b>	<b>Temáticas</b>	<b>Características</b>
<b>XJazz em Aldeia das Dez</b>	Ligada ao festival XJazz – Encontros do Jazz nas Aldeias do Xisto, esta residência proporciona aos músicos e artistas	Música, especialmente jazz contemporâneo e fusões com outros géneros.	Envolvimento com a comunidade local.  Utilização de espaços não

	uma ligação à aldeia, resultando em apresentações e composições.		convencionais para concertos.  Colaboração entre músicos convidados.
<b>Cerdeira Home for Creativity em Cerdeira</b>	Recebe artistas de todo o mundo em programas de curta e longa duração.	Multidisciplinar – artes plásticas, cerâmica, escrita, escultura, design, etc.	Ateliês equipados.  Possibilidade de alojamento e alimentação.  Interação entre artistas e comunidade.  Workshops e exposições públicas.
<b>Fajão (Pampilhosa da Serra)</b>	É uma iniciativa recente que tem vindo a crescer, inserida numa lógica de revitalização cultural e patrimonial.	Artes visuais, fotografia, e exploração do território.	Envolvimento com a paisagem natural da Serra do Açor.  Parcerias com associações locais e eventos culturais do concelho.  Com capacidade realizar exposições e atividades abertas ao público.

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 22 – Análise dos “concorrentes”*

As residências artísticas em Aldeia das Dez (XJazz), Cerdeira Home Arte Creativity e Fajão partilham características como a inserção em contexto rural e montanhoso, valorização do património local, imersão artística e culminação em eventos públicos. Neste

contexto, S. Gião apresenta-se como um território “concorrente” na atração de artistas e na visibilidade no circuito artístico-cultural em meio rural.

No entanto, a proposta de uma RAC em S. Gião permite um posicionamento distintivo e inovador, explorando um nicho pouco desenvolvido: a interseção entre arte e ciência. Esta abordagem transdisciplinar pode materializar-se na colaboração entre artistas e investigadores (como astrónomos, geólogos, biólogos ou engenheiros), resultando em projetos que cruzem expressão artística com dados científicos

O património científico local — nomeadamente o maior radiotelescópio da Península Ibérica, representa um recurso que pode ser utilizado como espaço de intervenção artística, uma prática já utilizada com sucesso na Residência Artística de Fajão.

O envolvimento com instituições de ensino e investigação permite reforçar a dimensão pedagógica e científica da residência. Assim, em vez de concorrer diretamente com outras iniciativas, S. Gião pode destacar-se pela intersecção arte e ciência.

Na apresentação da nossa Residência citámos os nossos clientes / públicos-alvo, contudo é necessário identifica-los, como foi realizado através da análise quantitativa dos questionários realizados, assim podemos dizer que eles são essencialmente artistas e cientistas nacionais e internacionais, especialmente mulheres, com idades compreendidas entre os 35 e os 54 anos, que residem em Portugal essencialmente nas zonas Centro e Lisboa e Vale do Tejo.. Contudo também consideramos como clientes/públicos-alvo as universidades, institutos politécnicos, centros de investigação, os seus estudantes e jovens criativos. Assim como turistas, a comunidade local, as autarquias e entidades regionais que podem visitar e utilizar as instalações da Residência S. Gião LAB.

Dos estudos realizados apresentamos a análise sumária da situação: Presentemente, o contexto nacional revela-se favorável à criação de residências artísticas e científicas, com destaque para o apoio institucional, a existência de

programas de financiamento, e a valorização de projetos que cruzem arte, ciência e sustentabilidade. Inserida neste panorama, a aldeia de S. Gião, no coração da Região Centro, apresenta condições para acolher uma Residência Artístico-Científica (RAC), conjugando património natural e científico, como por exemplo o seu radiotelescópio, como elemento a ir ao encontro da experimentação e colaboração interdisciplinar necessária para a área deste projeto. Apesar de desafios estruturais, como o isolamento ou a escassez de infraestruturas, estes podem ser superados através de parcerias estratégicas, envolvimento comunitário e integração em redes académicas e culturais. S. Gião LAB pretende assumir um posicionamento singular no panorama das residências rurais, ao apostar na interligação entre arte e ciência, com foco em públicos nacionais e internacionais, bem como instituições de ensino, centros de investigação, turistas e comunidade local. Salienta-se o facto de o projeto contar com o apoio da Câmara Municipal de Oliveira do Hospital, da Junta de Freguesia de S. Gião e da ADIRAM, conforme foi expresso na análise qualitativa realizada.

### **5.3.2 - Objetivos**

O parâmetro Objetivos deve responder à questão: “Para onde queremos ir?”. Esta etapa é essencial, para nos ajudar a focar naquilo que realmente precisamos de alcançar, pelo que os objetivos estabelecidos devem ser SMART, isto é, devem ser específicos, mensuráveis, alcançáveis, realistas e delimitados a um período de tempo.

Serão definidos objetivos SMART tendo por base os objetivos gerais da S. Gião LAB que são: dinamizar residências com criadores e investigadores nacionais e internacionais; posicionar S. Gião como polo de criação e conhecimento em meio rural; estimular o envolvimento da comunidade local em atividades culturais e científicas; promover parcerias com instituições de ensino superior, centros de investigação e entidades culturais.

#### **Principais objetivos SMART:**

### **Instalar e operacionalizar o espaço da residência**

**Específico:** Criar e equipar um espaço multifuncional para acolher artistas e cientistas em regime de Residência na aldeia (Anexo 5).

**Mensurável:** Reabilitar um edifício com capacidade para alojar 4 residentes, com alojamento, cozinha, áreas de trabalho e de lazer, mas também para exposição e apresentação de trabalhos.

**Atingível:** Combinando fundos municipais, DGARTES e candidaturas europeias.

**Relevante:** Contribui para revitalizar património construído e atrair talento criativo e científico para o meio rural.

**Temporal:** Concluir a instalação até dezembro de 2026.

### **Promover residências interdisciplinares**

**Específico:** Realizar ciclos de residências que integrem práticas artísticas e investigação científica com foco no território.

**Mensurável:** Acolher 12 artistas e 12 cientistas por ano, com 12 ciclos anuais de 1 semana cada mês, com duas pessoas (um artista e um cientista).

**Atingível:** Com parcerias com universidades (por exemplo Universidade de Coimbra, Universidade da Beira Interior, Institutos Politécnicos de Castelo Branco, Coimbra, Guarda e Viseu) e centros de investigação (por exemplo Ciência Viva de Coimbra e BLC3 em Oliveira do Hospital) e associações culturais.

**Relevante:** Incentiva a inovação, cruzamento disciplinar e novas formas de investigação aplicada.

**Temporal:** Iniciar o primeiro ciclo em março de 2027.

### **Envolver a comunidade local**

**Específico:** Integrar a população de S. Gião nas atividades da Residência através de oficinas, conversas abertas e projetos participativos.

**Mensurável:** Realizar pelo menos 6 eventos comunitários por ano (ex: exposições, conversas, workshops).

**Atingível:** Utilizando espaços públicos da aldeia (igreja, espaços da Comissão Regional Sangianense, espaços do recinto de festas do Senhor dos Aflitos, da Junta de Freguesia e espaços exteriores – ruas, largos) e zona envolvente ao aglomerado residencial.

**Relevante:** Fortalece o vínculo entre comunidade e projeto, contribuindo para a coesão social.

**Temporal:** Início das atividades comunitárias em paralelo com a construção do edifício da Residência (2025).

#### **Criar uma rede nacional e internacional de parceiros**

**Específico:** Estabelecer colaborações com entidades culturais, científicas e educativas.

**Mensurável:** Estabelecer 5 parcerias ativas até ao final de 2027 (2 nacionais e 3 internacionais).

**Atingível:** Através da adesão a redes como a ResArtis, Rede Tramontana ou Creative Europe.

**Relevante:** Aumenta a visibilidade e sustentabilidade do projeto.

**Temporal:** Parcerias formalizadas até dezembro de 2027.

#### **Digitalizar e comunicar os resultados**

**Específico:** Criar uma plataforma digital para divulgar os processos e resultados das residências.

**Mensurável:** Publicar 2 relatórios digitais por ano, manter as redes sociais ativas e um website atualizado.

**Atingível:** Com o apoio de um gestor de comunicação que poderá ser do município ou da ADIRAM, assim como voluntários locais.

**Relevante:** Aumenta o alcance, facilita candidaturas a financiamentos e cria arquivo do projeto.

**Temporal:** Plataforma online ser lançada até janeiro de 2027.

O projeto S. Gião LAB propõe uma estratégia estruturada para afirmar a aldeia como polo de criação artística e científica em meio rural, através de objetivos SMART alinhados com os seus propósitos fundacionais. Prevê-se a instalação de um espaço multifuncional para acolher residentes até final de 2026, bem como o arranque de ciclos de residências interdisciplinares a partir de 2027, envolvendo artistas e cientistas em projetos focados no território. Paralelamente, será promovido o envolvimento da comunidade local através de atividades culturais participativas, previstas já a partir de 2025, fortalecendo a ligação entre a população e o projeto. A iniciativa aposta ainda na criação de uma rede de parceiros nacionais e internacionais até 2027 e na digitalização dos seus resultados, através de um website que permitirá divulgar, arquivar e dar visibilidade ao trabalho desenvolvido, conforme será exposto no diagrama Gantt apresentado na tabela 23.

### 5.3.3 - Estratégia

A Estratégia é mais um parâmetro do modelo SOSTAC que define como atingir os objetivos traçados na etapa anterior, orientando todas as decisões táticas. Na elaboração da estratégia deve-se explorar as vantagens existentes tendo em atenção os recursos disponíveis. Segmentado, definindo o posicionamento e definindo a proposta de valor. A estratégia tende a ser de longo prazo e duradoura e é partir desta que se deve decidir os canais de comunicação.

Pelo que apresentamos os factores chave para definição da estratégia da nossa Residência.

### **O posicionamento e a proposta de valor da S. Gião LAB**

A Residência deverá ser posicionada como um centro de excelência para a interação interdisciplinar entre arte e ciência, em que a natureza e o património local servem de plataforma para a criação e investigação. O posicionamento da residência será baseado em três pilares principais:

**Interdisciplinaridade:** A fusão da arte e da ciência, reunindo artistas e cientistas em projetos colaborativos que explorem, através de várias linguagens artísticas, temas científicos e ambientais.

**Inovação e sustentabilidade:** A Residência promoverá a inovação, com foco em práticas criativas sustentáveis, respeitando o contexto rural e ambiental da aldeia, bem como a promoção da revitalização do património natural e arquitetónico.

**Apoio à criatividade e investigação:** S. Gião será apresentada como um espaço inspirador e calmo, ideal para a criação, inovação e experimentação, atraindo talentos criativos e científicos nacionais e internacionais.

A proposta de valor será orientada para a criação de um ambiente único que permita o desenvolvimento de projetos inovadores nas áreas da arte e da ciência, aproveitando as características naturais, culturais e científicas da região. A Residência proporcionará:

**Apoio e infraestrutura de qualidade** para artistas e cientistas, com espaços adequados para pesquisa, criação e interação.

**Foco no território e na sustentabilidade**, com projetos que explorem e valorizem o património local e a biodiversidade da Serra da Estrela.

**Parcerias estratégicas** com universidades, centros de investigação e instituições culturais, reforçando a dimensão académica e científica das residências.

### **Segmentação de mercado da S. Gião LAB**

**Artistas e cientistas de renome nacional e internacional:** Este segmento visa profissionais da arte e da ciência que possam colaborar para a exploração criativa de temas ambientais e científicos.

**Instituições de ensino e pesquisa:** Universidades, centros de investigação e organizações culturais que possam beneficiar da residência como um espaço para desenvolvimento de projetos, parcerias e inovação.

**Jovens criativos e estudantes:** Este segmento incluirá jovens talentos da área artística e científica, proporcionando uma oportunidade de formação e desenvolvimento, alinhada com a crescente procura por experiências imersivas e transdisciplinares.

**Comunidade local e visitantes:** A Residência deverá envolver a comunidade local através de atividades culturais, workshops e eventos, criando sinergias entre os residentes e a população. Também é importante atrair turistas interessados em arte e ciência.

### **Vantagens e recursos disponíveis:**

**Património científico e cultural local:** A aldeia de S. Gião possui um observatório astronómico que pode ser integrado em projetos de arte e ciência, atraindo a atenção para a residência.

**Contexto natural privilegiado:** A localização na Serra da Estrela oferece um ambiente inspirador para a criação artística e investigação científica, proporcionando aos residentes um espaço tranquilo para o desenvolvimento de novas ideias.

**Apoio institucional e parcerias:** A proximidade com universidades e centros de investigação representa uma oportunidade estratégica para integrar a residência em redes académicas e de pesquisa. Além disso, o apoio de entidades locais como a Câmara Municipal de Oliveira do Hospital e a Junta de Freguesia de S. Gião é um recurso valioso para a implementação e sustentabilidade do projeto.

### **Sustentabilidade progressiva da S. Gião LAB**

**Desenvolvimento sustentável e contínuo:** A Residência deve garantir a sua autonomia financeira e institucional a longo prazo, diversificando fontes de financiamento (fundos europeus, parcerias com instituições, e captação mecenato e patrocínios privados).

**Crescimento gradual e solidificação do posicionamento:** Com o tempo, a Residência deverá expandir-se, tornando-se um centro de referência na interligação entre arte e ciência em Portugal e no contexto internacional.

**Impacto social e comunitário:** A longo prazo, a Residência deverá contribuir para a revitalização da aldeia, estimulando a sua dinâmica social e económica, criando um ecossistema vibrante de inovação, criatividade e envolvimento comunitário.

### **Canais de Comunicação**

Embora os canais de comunicação específicos sejam decididos posteriormente, a estratégia de comunicação deve focar-se:

**Atração e envolvimento de artistas e cientistas.**

**Divulgação da Residência e das suas atividades junto dos diferentes públicos** (participantes, mentores, parceiros, patrocinadores, comunidade local).

Podemos dizer que a estratégia da Residência S. Gião LAB assenta no posicionamento como um centro de excelência interdisciplinar entre arte e ciência, promovendo a inovação e a sustentabilidade através da valorização do património natural e cultural da

Serra da Estrela. Com uma proposta de valor focada na criação de um ambiente único para investigação e criação artística e científica, a residência oferece apoio técnico e logístico, parcerias institucionais e envolvimento com a comunidade local. Direcionada a artistas e cientistas de renome, jovens talentos, instituições de ensino e visitantes, a S. Gião LAB aposta na sustentabilidade financeira e no impacto social a longo prazo, com o objetivo de se afirmar como uma referência nacional e internacional no cruzamento entre criatividade, ciência e território.

#### **5.3.4 – Táticas**

As táticas é o critério do modelo SOSTAC que corresponde à escolha da ferramenta ideal para atingir as estratégias definidas anteriormente. Estas irão definir os detalhes da estratégia. Englobam uma análise do marketing mix 7Ps (o Produto, o Preço, a Comunicação, a Distribuição, as Pessoas, o Processo e as Evidências Físicas) e a construção de um diagrama de Gantt. As táticas tendem a ser de curto prazo e flexíveis, devendo ser delineadas após a definição da estratégia, pois a tática não direciona a estratégia.

Assim, apresentamos as táticas estratégicas de marketing mix, para a S. Gião LAB, em cada um dos seus 7 parâmetros:

##### **Produto**

O produto neste contexto são as residências da Residência Artístico-Científica, que combina a criação artística e a investigação científica no meio rural. O objetivo é oferecer uma experiência única de imersão no ambiente rural, com foco na sustentabilidade, troca interdisciplinar e impacto social. Resumindo podemos enumerar as características do nosso serviço:

**Criação de programas temáticos:** Programas anuais que combinem diferentes áreas da arte (ex: arte digital, performance, artes visuais) com diferentes campos científicos (ex: biotecnologia, estudos ambientais, história local).

**Espaço de trabalho:** Fornecimento de estúdios bem equipados e espaços com conforto básico (Wi-Fi, cozinha comum, espaços para interação comunitária).

**Apoio à criação:** Oferecer mentoria, parcerias com universidades, institutos politécnicos e centros de investigação para apoio em projetos de longo prazo.

O produto, que na realidade será um serviço, que são as residências artístico-científicas. Numa fase posterior serão agregados mais dois serviços destinados à utilização dos espaços antes e após as residências, como espaços de coliving e coworking.

### **Preço**

O preço será um fator que deve garantir a acessibilidade, mas também a viabilidade financeira da Residência, assim apresentamos as medidas a tomar:

**Modelo de preço gradual:** Através de bolsas, ou seja financiados, depois para um preço base acessível com subsídios para residentes até às residências pagas pelos participantes (inscrição, participação, alojamento).

**Ofertas para parcerias académicas:** Preço reduzido ou bolsas para estudantes e cientistas de universidades parceiras.

**Financiamento e Bolsas:** Procurar apoios financeiros de instituições públicas e privadas (DGARTES, Fundação Gulbenkian, Ciência Viva, entre outros) para reduzir custos de participação e fazer fases às despesas inerentes às residências e manutenção dos espaços.

**Serviço de coworking e coliving:** Através a aluguer dos espaços da Residência.

### **3. Comunicação**

O modelo PESO (Paid, Earned, Shared, Owned) é uma excelente estrutura para planear a estratégia de comunicação e marketing para a Residência Artístico-Científica, S. Gião LAB. Ele abrange todos os canais e tipos de media que podem ser utilizados para promover a Residência e garantir sua visibilidade e impacto, contudo serão privilegiados os media mais económicos de modo a garantir que financeiramente seja possível.

**\*Paid Media (Media Pagos):**

**Anúncios em redes sociais (Facebook/Instagram):** Direcionar as campanhas de anúncios segmentadas para artistas, cientistas.

**\*Earned Media (Media Conquistada):**

**Press release e artigos em meios de comunicação:** Desenvolver press releases sobre o lançamento da Residência, os artistas e cientistas participantes e os resultados obtidos. Enviar para jornais regionais e nacionais, revistas de cultura e ciência, bem como blogs e sites especializados.

**Participação em feiras e conferências de arte e ciência:** Estabelecer presença em eventos e conferências relacionados com a arte, ciência e cultura para produzir visibilidade e promover a residência.

**Parcerias com influenciadores e líderes de pensamento:** Convidar cientistas, artistas ou influenciadores de destaque (do ciclo de amigos dos parceiros e promotores da Residência) para participar nas residências, resultando em conteúdo espontâneo nas suas redes sociais e blogs.

**\*Shared Media (Media Partilhada):**

**Parcerias com redes sociais de artistas e cientistas:** Criar campanhas de envolvimento com artistas e cientistas que já participaram em edições anteriores da Residência. Incentivar os participantes a partilhar suas experiências nas redes sociais, usando hashtags dedicadas, como #ResidênciaSGião, #ArteCienciaSGião, #S.GiãLAB, etc.

**Parcerias com organizações e instituições de cultura e ciência:** Criar colaborações com instituições de ensino superior, museus e centros de pesquisa que possam partilhar informações sobre a Residência nos seus canais de comunicação.

**Criação de conteúdo coletivo:** Criar eventos online, como webinars ou lives, onde artistas e cientistas partilham o trabalho desenvolvido nas residências anteriores. Uma forma de incentivar a partilha de experiências e de promover os resultados da residência.

**\*Owned Media (Media Própria):**

**Website e blog da Residência:** Criar um website com todas as informações sobre a Residência, calendário de edições, formulários de inscrição, blog com artigos sobre os processos criativos e científicos e galerias com os resultados das edições.

**Newsletter regular:** Enviar newsletters digitais mensais ou trimestrais com novidades sobre a Residência, entrevistas com artistas e cientistas, histórias de sucesso e eventos futuros.

**Redes sociais (Instagram, Facebook, LinkedIn):** Manter perfis ativos nas principais plataformas sociais, com atualizações sobre a residência, atividades e projetos em andamento.

Nos diferentes canais de comunicação deverá existir sempre um controlo da informação/mensagem transmitida, de modo a não desvirtuar a identidade da aldeia nem criar expectativas no público-alvo que, posteriormente, no local, não consiga concretizá-las. Ou seja, a mensagem transmitida deverá ser verídica, mas apelativa.

#### **4. Distribuição**

A distribuição refere-se à forma como potenciais residentes e a comunidade terão acesso ao projeto, pelo que apresentamos a formas de distribuição:

**Canais de candidatura online:** Desenvolver um portal online simples e acessível para candidaturas de artistas e cientistas.

**Distribuição de conhecimento local:** Criar eventos desde oficinas e workshops na aldeia com os participantes da Residência, criando canais de comunicação como reuniões abertas para manter a comunidade informada sobre os projetos.

**Parcerias com redes de residências internacionais:** Tornar a Residência visível em plataformas internacionais como Res Artis, IETM, e outras redes que promovem intercâmbio artístico e científico.

## **5. Pessoas**

As pessoas envolvidas são fundamentais para o sucesso da Residência. Isso inclui os participantes, mas também a comunidade local e os mentores. Para que tudo funcione são necessários alguns procedimentos:

**Seleção de residentes:** Estabelecer um processo de seleção rigoroso para garantir a qualidade e diversidade dos residentes.

**Encontrar facilitadores locais:** Encontrar membros da comunidade local para atuarem como facilitadores, guias de apoio para os residentes (ex: transporte, apoio logístico).

**Mentoria e rede de especialistas:** Convidar especialistas para realizar oficinas e workshops para os participantes, criando uma rede robusta de apoio intelectual.

## **6. Processo**

O processo envolve a organização eficiente do dia-a-dia da residência e a experiência do participante desde a candidatura até a conclusão do projeto, conforme abaixo descrito:

**Planeamento de programas de residências:** Definir com antecedência os ciclos de residência (1 semana por mês) e garantir que haja uma agenda clara para cada residência (ex: apresentações públicas, workshops, exposições, sessões de feedback).

**Acompanhamento contínuo:** Implementar um sistema de acompanhamento dos projetos, com reuniões periódicas (a meio da semana) para avaliar o progresso dos residentes.

**Facilidade de candidatura:** Desenvolver um processo de candidatura simplificado, com formulários online e uma equipe dedicada para tirar dúvidas.

## **7. Evidências físicas**

As evidências físicas são as manifestações visíveis da Residência, essenciais para dar acessibilidade ao projeto, nomeadamente:

**Espaço aconchegante e funcional:** Criar um ambiente físico acolhedor e bem equipado, com foco no conforto e funcionalidade para os participantes.

**Documentação visual:** Criar uma galeria online, exposições físicas, e outros meios visuais que documentem o trabalho desenvolvido, de modo a divulgar os resultados.

**Documentação digital:** Criar um blog onde os participantes realizam um diário de bordo através de experiências, opiniões, ilustrado por uma galeria de imagens, vídeos e exposições dos trabalhos de modo a manter atualizadas as experiências vividas nas residências.

**Marcas visíveis na aldeia:** Realizar intervenções artísticas e científicas nos espaços públicos de S. Gião (murais, instalações, exposições públicas, percursos, instrumentos/ferramentas, materiais, obras de arte, etc.) para integrar a residência no quotidiano local.

## **Diagrama de Gantt**

Aqui está um diagrama de Gantt simplificado para organizar as táticas dentro de um cronograma de 2025-2028:

<b>Tarefa</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>	<b>2028</b>
Reabilitação do espaço	X	X		
Abertura de candidaturas			X	X
Desenvolvimento do website e comunicações		X		
Parcerias com Estabelecimentos de Ensino Superior		X	X	

Primeiros ciclos de residências			X	
Workshops e eventos locais	X	X	X	X
Implementação de modelo de preço			X	X
Acompanhamento dos projetos e feedback		X	X	X
Publicações			X	X

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 23 -Diagrama de Gantt*

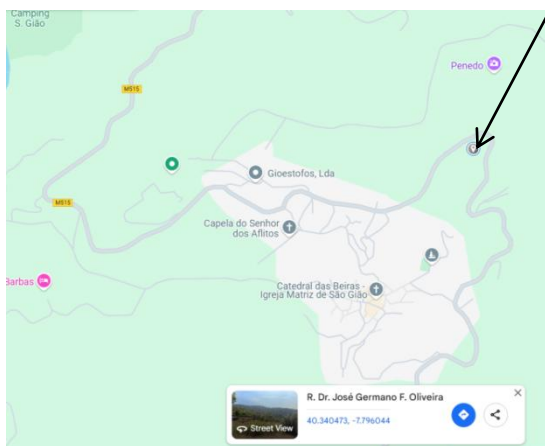
Podemos dizer que a estratégia de marketing da S. Gião LAB, baseada nos 7Ps do marketing mix, foca-se na oferta de residências artístico-científicas como um serviço imersivo e sustentável que combina criação e investigação em ambiente rural (Produto), com preços acessíveis sustentados por bolsas e parcerias institucionais (Preço). A comunicação será estruturada segundo o modelo PESO, com destaque para canais digitais e parcerias estratégicas (Promoção), enquanto a distribuição ocorrerá através de candidaturas online, eventos locais e redes internacionais de residências (Praça). O envolvimento humano (Pessoas) será assegurado por um processo seletivo rigoroso, mentoria qualificada e a integração da comunidade local. Os processos internos serão planeados para garantir uma experiência fluida desde a candidatura até à finalização dos projetos (Processo), e as evidências físicas da residência incluirão espaços funcionais, documentação visual e intervenções artísticas na aldeia, reforçando a presença da iniciativa no território (Prova física).

### 5.3.5 - Ações

O penúltimo parâmetro do modelo SOSTAC, as ações é o colocar em prática as táticas definidas anteriormente. É essencial existir uma boa comunicação e motivação entre toda a equipa para que seja possível concretizar com excelência a execução as ações. Requer um planeamento e uma avaliação contínua para detetar eventuais desvios. Neste sentido, é fundamental recolher dados, prever eventuais erros e calcular o seu impacto, criar planos de contingência e efetuar revisões constantemente, mesmo após a implementação das ações.

Com base no trabalho já desenvolvido até à presente fase, delinea-se uma visão cronológica e geral das principais ações, que já foram sendo expressas ao longo do presente documento, a implementar no processo de criação da Residência S. Gião LAB.

Num primeiro momento, será identificado, entre os edifícios sinalizados pela Junta de Freguesia, aquele que reúne as condições necessárias para acolher este projeto. O espaço deverá ter dimensões adequadas para albergar alojamento, cozinha, ateliers, áreas de lazer, e outros espaços de trabalho e apoio à própria Residência, conforme aferido nos inquéritos realizados. O edifício identificado, atualmente em ruínas, corresponde à Quinta do Torneiro, situada junto à estrada que liga S. Gião a Rio de Mel, na Rua Dr. Germano F. Oliveira (Anexo 5).



Fonte: Google maps

*Ilustração 6 – Imagem 1 da Quinta do Torneiro*



Fonte: Google maps

*Ilustração 7 – Imagem 2 da Quinta do Torneiro*



Fonte: Google maps

*Ilustração 8 – Imagem 3 da Quinta do Torneiro*

Será necessário proceder à reabilitação do imóvel e à requalificação da sua envolvente, assegurando acessibilidade, conforto e funcionalidade dos espaços, de forma a criar um ambiente agradável, inclusivo e funcional para os utilizadores e visitantes.

Perspetiva-se que o Município, através de candidaturas a fundos comunitários, proceda à aquisição da Quinta, lançando o respetivo concurso público para adjudicação da obra. Após a adjudicação, dar-se-á início à construção da Residência e ao arranjo urbanístico da zona envolvente.

Durante a execução da obra, iniciar-se-á a promoção do território, através da construção da imagem territorial de S. Gião. Esta será precedida por uma auscultação de stakeholders e da comunidade local, com o objetivo de identificar os potenciais diferenciadores da freguesia, por via de sessões de brainstorming com os seguintes públicos:

- População local da freguesia;
- Coletividades da aldeia e da sua zona envolvente;
- Empresários locais, do concelho e de concelhos limítrofes;
- Autarquias locais da região envolvente.

Pretende-se, assim, identificar os elementos distintivos de S. Gião – património arquitetónico, natural e social – que constituem a sua identidade. Através da análise das ideias partilhadas, será possível aferir os interesses e as visões dos diversos públicos relativamente ao território.

Os elementos identitários apurados deverão ser comunicados de forma coerente, atrativa e credível, contribuindo para a construção de uma imagem de marca territorial sólida e respeitadora da realidade local.

O projeto deverá merecer a aceitação dos diferentes públicos-alvo: comunidade local, patrocinadores, mecenas e parceiros institucionais. Este será um trabalho inserido na área das Relações Públicas.

O primeiro público a ser envolvido será a própria comunidade local, cujo contacto foi já iniciado aquando da criação da marca territorial da aldeia. A imagem de marca da Residência será construída a partir dos elementos identitários revelados nas sessões de brainstorming. Nos eventos destinados à promoção da imagem territorial de S. Gião, foram já desenvolvidas atividades relacionadas com a futura Residência, promovendo a interação entre comunidade e públicos-alvo da iniciativa. Exemplos dessas ações incluem:

- Participação no Festival Montanhas de Arte: receção de um artista, convívio e trabalho colaborativo com a comunidade, promovendo o conhecimento e valorização da prática artística;

- Participação em eventos promovidos pela Junta de Freguesia e pela ADIRAM, como oficinas de artesanato dinamizadas por criadores locais, incentivando o resgate de tradições como a cestaria e o fabrico de canastras, despertando o sentimento de pertença; e oficinas de biologia, com a criação de um roteiro paisagístico onde se identificam plantas medicinais e áreas de cultivo, valorizando e melhorando percursos existentes.

Após a definição da marca territorial de S. Gião, será necessário desenvolver os suportes físicos e digitais para a sua divulgação, permitindo que a imagem da aldeia ultrapasse os limites do concelho.

Posteriormente, será criada a imagem de marca da Residência, que deverá ter como base a identidade territorial previamente consolidada. Importa garantir um rigoroso controlo da informação e da mensagem transmitida, assegurando a fidelidade à

identidade da aldeia e evitando a criação de expectativas que não possam ser concretizadas. A comunicação deverá, assim, ser simultaneamente verídica e apelativa.

O trabalho de Relações Públicas prossegue com a preparação da inauguração do espaço e o início da primeira residência artística e científica.

A inauguração está prevista para o mês de março, no início da primavera, conforme a preferência expressa nos inquéritos. A cerimónia será organizada em parceria com a Câmara Municipal de Oliveira do Hospital, que convidará um representante do Governo Central, idealmente o Ministro da Cultura, para presidir à inauguração oficial da Residência.

No mesmo dia, serão apresentados os primeiros participantes da residência inaugural, nomeadamente um artista (músico) e um cientista (biólogo) de reconhecido mérito. Prevê-se que o músico intervenha na sessão inaugural com uma atuação ao vivo, enquanto o biólogo apresentará uma exposição dos seus trabalhos. Serão convidados todos os parceiros, patrocinadores, mecenas, comunidade local, regional, autarquias, empresários da região, assim como órgãos de comunicação social, bloggers e influenciadores. Serão também distribuídos press releases aos meios de comunicação locais, regionais e nacionais.

A divulgação do evento será feita através da comunicação social, redes sociais e contactos com entidades das áreas da arte e da ciência, previamente identificadas durante a criação da marca territorial.

Na primeira residência os participantes serão recebidos previamente à inauguração, de modo a prepararem as suas apresentações. A residência terá a duração de uma semana, iniciando-se no domingo, dia da inauguração. Durante a semana, os participantes terão oportunidade de explorar a aldeia e a sua envolvente, sendo-lhes solicitado, nesse período, a criação de um *jingle* alusivo à aldeia. No fim de semana, terão lugar atividades abertas ao público, culminando no domingo com a apresentação pública do *jingle*, resultado da simbiose entre música e biologia.

As residências subsequentes deverão ser planeadas com base na mesma lógica: participação por convite a artistas e cientistas de renome, com apoio dos parceiros e financiamento assegurado por patrocinadores e mecenas. No entanto, futuramente, as residências serão organizadas com base em candidaturas e um júri de seleção, prevendo-se o financiamento das mesmas através da atribuição de bolsas. A seleção de candidatos será orientada para a continuidade do desenvolvimento da marca territorial de S. Gião, promovendo a interação com a comunidade e a sua identidade.

Paralelamente, será criada uma agenda cultural para S. Gião, onde as residências artísticas-científicas serão integradas, em articulação com outros eventos da aldeia.

Adicionalmente, serão promovidas residências pagas, abertas à inscrição dos interessados, com um custo progressivo associado à inscrição, alojamento e participação. O valor diário inicial será de 25,00 euros, conforme indicado pelos inquéritos realizados.

Nos períodos em que não decorrem residências, os espaços de alojamento e de trabalho poderão ser utilizados em regime de *coliving* e *coworking*, a preços acessíveis, similares aos praticados nas Pousadas da Juventude.

A divulgação dos serviços de *coliving* e *coworking* será feita através dos canais habituais da Residência e, mediante autorização, com recurso aos conteúdos criados nas residências anteriores. A colaboração com bloggers e influenciadores será também uma das estratégias de promoção escolhidas.

Importa destacar ainda o conjunto de ações de *back-office* essenciais ao sucesso do projeto, incluindo candidaturas a apoios financeiros, estabelecimento de acordos, protocolos e parcerias, bem como o levantamento de recursos materiais e humanos disponíveis no território – por exemplo, matérias-primas endógenas ou mestres e artesãos locais que possam assumir funções de mentoria nas residências. Será igualmente relevante a identificação de projetos similares, com vista ao estabelecimento de intercâmbios e à itinerância de iniciativas.

Resumindo, as principais ações para a criação da Residência S. Gião LAB iniciam-se com a identificação e reabilitação da Quinta do Torneiro como espaço físico do projeto, seguida da sua aquisição e recuperação com apoio de fundos comunitários. Em paralelo, desenvolve-se a marca territorial de S. Gião através da auscultação da comunidade e stakeholders, promovendo a identidade local com eventos culturais e oficinas. Após a definição dessa identidade, será criada a imagem da Residência, culminando com uma inauguração oficial com artistas e cientistas convidados. A partir daí, serão lançadas residências regulares, inicialmente por convite e depois por candidatura, articuladas com uma agenda cultural local. Nos períodos entre residências, os espaços funcionarão em regime de coliving e coworking. Todo o processo será acompanhado por ações de comunicação, angariação de fundos, parcerias e logística operacional para garantir a sustentabilidade e impacto do projeto.

### 5.3.6 - Controlo

O último princípio do modelo SOSTAC é o controlo, sendo uma forma de compreender se os objetivos traçados estão a ser cumpridos, deve-se criar sistemas de controlo que permitam rever e medir o desempenho. O controlo deve ser realizado com frequência e para assim se perceber se a organização está a ter sucesso e onde. É nesta etapa do modelo, que se irá verificar trimestral, mensal ou diariamente o cumprimento de todos os objetivos. O plano de controlo deve especificar as métricas KPI e deste modo, caso seja necessário, as táticas e as estratégias poderão ser alteradas por ações corretivas, conforme espelhado na tabela 24.

#### Sistema de controlo da Residência S. Gião LAB:

KIPs	
Promoção das residências	Nº de candidaturas por ciclo

	<p>Nº de países/instituições representadas</p> <p>Nº de disciplinas representadas</p> <p>Taxa de ocupação das vagas (%)</p>
<b>Envolvimento da comunidade local de forma ativa</b>	<p>Nº de eventos abertos à comunidade</p> <p>Nº de participantes locais em workshops, oficinas</p> <p>Grau de satisfação da comunidade (inquéritos)</p> <p>Nº de colaborações com associações locais</p>
<b>Criação de uma rede de parcerias institucionais</b>	<p>Nº de protocolos assinados</p> <p>Nº de atividades realizadas com parceiros</p> <p>Valor angariado por via de parcerias</p> <p>Nº de co-criações/residências em colaboração</p>
<b>Comunicar e digitalizar resultados</b>	<p>Nº de visitantes do website e redes sociais</p> <p>Taxa de interação online (likes, partilhas, comentários e análise dos mesmos)</p> <p>Nº de publicações (blog, vídeo, relatórios)</p>

Fonte: Elaboração própria

*Tabela 24 – Sistema de controlo através das métricas KIPs*

## **6 - CONCLUSÃO**

## CONCLUSÃO

O concelho de Oliveira do Hospital enfrenta um fenómeno crescente de despovoamento em muitas das suas aldeias, incluindo S. Gião. Esta realidade tem afetado a vitalidade local, com consequências visíveis na identidade e na economia da aldeia. Partindo desta problemática — o despovoamento dos territórios portugueses, sobretudo no interior e, mais concretamente, nas zonas rurais — S. Gião foi selecionada como território de estudo, dadas as suas características marcadas pelo envelhecimento populacional, mas também pelo seu património natural, histórico e arquitetónico relevante. A aldeia revelou-se, assim, um cenário propício à implementação de uma estratégia de marketing territorial diferenciadora.

S. Gião possui atributos únicos, nomeadamente o seu património cultural e natural, que o tornam ideal para acolher um projeto artístico-científico. A escolha da localidade foi ainda sustentada por dados demográficos que evidenciam o declínio populacional e a escassez de iniciativas voltadas para o desenvolvimento sustentável. Neste contexto, propôs-se a criação de uma Residência Artístico-Científica, com o intuito de atrair novos habitantes e visitantes, revertendo a tendência de despovoamento através do marketing territorial como ferramenta estratégica de revitalização.

Este projeto teve como objetivo central a criação dessa Residência Artístico-Científica, entendida como uma estratégia de marketing territorial orientada para a revitalização do território e o incentivo à migração qualificada. Num contexto em que os territórios de baixa densidade enfrentam desafios estruturais — como o despovoamento, o envelhecimento da população e a perda de serviços —, torna-se urgente encontrar soluções inovadoras e sustentáveis que mobilizem recursos locais e externos, numa lógica de desenvolvimento integrado. A Residência Artístico-Científica surge, assim, como uma resposta com potencial transformador, capaz de integrar diferentes públicos e, simultaneamente, promover a identidade cultural e científica da região. Este modelo representa também uma abordagem inovadora no campo do marketing territorial, ao contribuir para a atração não só de turistas, mas também de novos residentes.

A progressiva mecanização agrícola contribuiu para o abandono dos campos, especialmente nas pequenas propriedades, e para o conseqüente despovoamento rural (Almeida, 2018) — uma realidade igualmente vivida por S. Gião, caracterizada por uma paisagem montanhosa em socacos, com parcelas de terreno pequenas e de difícil acesso.

Através do enquadramento teórico, foram articulados conceitos como o marketing territorial, o marketing cultural e o papel das Residências Artístico-Científicas, permitindo compreender como estas podem funcionar como agentes de transformação e atratividade territorial. A escolha de S. Gião como território-piloto mostrou-se pertinente, atendendo ao seu património e ao potencial, ainda pouco explorado, para uma dinamização criativa e científica, numa lógica de *slow living*.

O marketing territorial assenta em várias correntes teóricas que procuram integrar práticas de marketing com desenvolvimento sustentável e gestão territorial. As teorias de *branding* territorial defendem que a construção de uma identidade coesa deve refletir os valores, a cultura e a história locais — algo aplicável à identidade de S. Gião. O *place branding*, por sua vez, foca-se na diferenciação do território para atrair recursos humanos e financeiros. O conceito de territórios criativos também se revelou pertinente, ao posicionar S. Gião como um centro criativo ligado à arte e à ciência. No presente projeto, estas teorias sustentaram a proposta de criação da Residência Artístico-Científica, que visa também explorar os recursos endógenos da aldeia para atrair e reter novos habitantes, turistas e empreendedores.

O estudo do *branding* territorial, aliado à importância da classe criativa no desenvolvimento regional, foi essencial para perceber o impacto potencial da Residência na atração de perfis criativos. A aplicação destes conceitos ao contexto de S. Gião constitui uma inovação no uso de um modelo sustentável de marketing, que visa não só atrair visitantes, mas também fixar residentes, incentivando a criatividade e a produção científica.

A metodologia adotada, de carácter misto, combinou investigação qualitativa (entrevistas) e quantitativa (inquéritos), permitindo uma compreensão abrangente e

fundamentada dos diversos *stakeholders*, desde a população local até potenciais artistas e investigadores. Estes dados foram cruciais para fundamentar a proposta e validar a sua relevância e viabilidade, com o apoio das entidades da administração local — os principais agentes de investimento no território.

Tal como defende Almeida (2018), os autarcas desempenham um papel central no desenvolvimento dos territórios rurais, podendo adaptar políticas às necessidades específicas de cada concelho. Em resposta à crise industrial e ao conseqüente aumento do desemprego e despovoamento, os municípios rurais têm apostado nos serviços e no turismo, valorizando o património natural, artesanal e gastronómico como fontes de atração de investimento, visitantes e novos habitantes. Assim, dois dos entrevistados foram precisamente autarcas da freguesia de S. Gião e do município de Oliveira do Hospital.

A proposta foi estruturada com base no modelo SOSTAC, permitindo organizar, de forma sistemática, a análise da situação atual, a definição de objetivos e estratégias, as ações a implementar e os mecanismos de controlo e avaliação.

A integração da comunidade local foi considerada essencial. O marketing territorial deve assentar não só na atratividade externa, mas também na inclusão ativa da população residente. Por isso, a proposta prevê o envolvimento dos habitantes desde o início do projeto, fomentando um diálogo contínuo entre artistas/cientistas e comunidade local. Estão ainda previstos programas de capacitação, para que o projeto seja encarado como uma oportunidade de valorização cultural e económica. As atividades da Residência serão abertas à participação da população, promovendo a troca de saberes entre o conhecimento externo e as tradições locais.

A avaliação do projeto será feita com base em indicadores qualitativos e quantitativos. Destacam-se: a taxa de retenção de novos residentes; o impacto económico local (crescimento do comércio, número de negócios, receitas turísticas e culturais, investimento atraído); o grau de satisfação da comunidade local; o índice de inovação (quantidade e impacto dos projetos gerados); e o crescimento do turismo (número e

perfil dos visitantes). Estes indicadores serão controlados anualmente, com estudos de impacto a médio e longo prazo.

Este projeto evidencia ainda o papel da arte, da ciência e da tecnologia como instrumentos de diálogo, inovação e coesão social, com capacidade para ativar redes colaborativas e gerar novas narrativas sobre o território.

Conclui-se, assim, que a implementação de uma Residência Artístico-Científica em S. Gião poderá contribuir significativamente para o reforço da identidade local e da atratividade externa, além de posicionar estrategicamente a aldeia no mapa cultural e científico nacional. Esta proposta representa um modelo potencialmente replicável noutros contextos rurais, defendendo que o futuro destes territórios reside na sua capacidade de se reinventarem através da criatividade, do conhecimento e da participação ativa das suas comunidades.

## **6 – DESAFIOS DO PROJETO**

## DESAFIOS DO PROJETO

A implementação de uma Residência Artístico-Científica na aldeia de S. Gião enfrenta diversos desafios, muitos dos quais se prendem com a realidade estrutural e económica do território. A avaliação preliminar dos recursos existentes revelou fragilidades significativas ao nível das infraestruturas, o que constitui um dos principais entraves à concretização do projeto.

Contudo, importa salientar que a proposta aqui delineada não ambiciona uma transformação radical da aldeia, mas sim a valorização do património edificado existente — nomeadamente casas devolutas e edifícios abandonados — que poderão ser adaptados e reconvertidos para acolher artistas, investigadores e outras iniciativas culturais e científicas. Um exemplo particularmente relevante é o da Quinta do Torneiro, espaço com potencial para ser reabilitado e convertido no polo central da Residência.

Do ponto de vista financeiro, o projeto prevê uma abordagem multifacetada, combinando diferentes fontes de financiamento: apoios públicos (municipais, regionais, nacionais e europeus), investimento privado e, eventualmente, campanhas de financiamento coletivo (*crowdfunding*). A colaboração com instituições de ensino superior e centros de investigação poderá também ser determinante para viabilizar parte da componente científica e tecnológica, contribuindo com recursos, equipamentos ou apoio técnico.

Apesar da limitação de recursos ser, à partida, um obstáculo, ela representa também uma oportunidade para promover soluções inovadoras e sustentáveis. A reabilitação de imóveis degradados pode, por exemplo, desencadear uma dinâmica positiva de regeneração urbana, incentivando outros proprietários a investirem na recuperação dos seus bens, seja para uso próprio, seja para venda ou arrendamento como alojamentos locais. Tal movimento poderá contribuir para revitalizar não só a imagem da aldeia, mas também a sua economia local e o tecido social.

Outro desafio fundamental reside na inclusão e envolvimento ativo da comunidade local. Qualquer intervenção exógena pode ser percecionada com desconfiança,

especialmente quando rompe com hábitos estabelecidos ou introduz novos públicos e dinâmicas. Para mitigar potenciais resistências, será adotada uma estratégia de comunicação clara, transparente e participativa. Antes da implementação do projeto, será realizado um diagnóstico aprofundado das percepções, expectativas e receios da população local.

Além disso, está prevista a realização de ações de sensibilização e mobilização, como eventos culturais, oficinas, atividades formativas e encontros informais, com o objetivo de fomentar o sentimento de pertença e apropriação do projeto por parte da comunidade. Pretende-se que os habitantes de S. Gião não apenas aceitem a iniciativa, mas a reconheçam como uma oportunidade concreta de desenvolvimento económico, cultural e social.

O apoio de líderes locais — como autarcas, associações, grupos informais e figuras de referência da comunidade — será crucial para o sucesso do projeto. Estes atores desempenham um papel essencial como mediadores entre os promotores da residência e a população, contribuindo para a construção de um ambiente de confiança mútua e de compromisso partilhado.

Em suma, os desafios identificados — desde a escassez de infraestruturas à necessidade de envolvimento comunitário — são significativos, mas não intransponíveis. Pelo contrário, representam uma oportunidade para criar um modelo de intervenção baseado na sustentabilidade, na valorização do património local e na coesão social. A superação destes desafios exigirá um esforço conjunto, sustentado numa visão integrada de desenvolvimento territorial, onde a arte, a ciência e a comunidade se entrelaçam para construir um futuro mais resiliente e inovador para S. Gião.

## **7 - REFERÊNCIAS**

## REFERÊNCIAS

Almeida, M., A., P. (2018). O papel do poder local no combate ao despovoamento em Portugal. XVI Colóquio Ibérico de Geografia. 1413-1421

American Marketing Association. (2017). <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>

Amorim, P., João, & Teixeira, L. (2020). Residências artísticas como plataformas de investigação artística: Poetry as na echological survival. *Inovamundi*

Barros, C. & Gama, R. (2009). Marketing territorial como instrumento de valorização dos espaços rurais: uma aplicação na rede das Aldeias do Xisto. *Cadernos de Geografia*, n.28/29, pp.93-106

Basov, N., Muntanyola-Saura, D., Méndez, S. & Nenko, O. (2024). Professional pátios, emotional studios: Locating social ties in european art residences. *Poetics*, v.102

Bosworth, G., Whally, J., Fuzi, a., Merrel, I, Chapman & Russell, E. (2023). Rural co-working: New network spacews and new opportunities for a smart countryside. *Journal of Rural Sudies*, 97

Carvalho, A., S. (2010). O uso do marketing cultural como instrumento de relações Públicas institucionais. *Organicom*, 7, n.13

Chartered Institute of Marketing. (2023). <https://www.cim.co.uk/content-hub/quick-read/what-is-marketing/>

Charters, S. & Spielmann, N. (2014). Characteristics of strong territorial brands: The case of champagne. *Journal of Business Research*, 67, 1461-1467

Direção Regional da Cultura do Centro. (2020). Cultura, criatividade e resiliência dos territórios, estratégia regional cultural 2030. DRRC. [https://www.culturacentro.gov.pt/media/11240/estrategia-cultura-2030\\_visao-estrategica-regia-o-centro\\_versa-o-web.pdf](https://www.culturacentro.gov.pt/media/11240/estrategia-cultura-2030_visao-estrategica-regia-o-centro_versa-o-web.pdf)

Eugenio-Vela, J. & Barniol-Carcasona, M. (2015). The relationship between rural branding and local development – A case study in the Catalonia’s countryside: Territoris serens (El Llucan\_es). *Journal of Rural Studies*, 37, 118-119

Faria, D., Melo, M., A. & Medeiros, F., B. (2009). Estratégias de marketing cultural e promoção de imagem corporativa. SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia

Ferran, B. (2012). Sheltering from the storm – Artistic residencies and environmental crisis. *Journals Gateway, Leonardo* 45(2), pp 194-195

Ferreira, L. & Abreu., J. (2022). A importância dos eventos culturais numa estratégia de marketing territorial: O caso do “mosteiro de emoções”. *ISCET, Percursos & Ideias*, n.12, pp.31-37

Ferreira, M., P., Santos, J., C. & Serra, F., R. (2010) Ser empreendedor, pensar, criar e moldar a nova empresa. Edições Sílabo

Fonseca, F., Amorim, C. A. (2021). Residências artísticas e currículo – experimentação: como podem nos ajudar a adiar o fim do mundo?. *Série-Estudos*, v.26, n.58, pp. 11-31

Gago, A. (2022). (Re)criar o património: levantamento de tendências na programação de residências artísticas em Portugal. *Midas*, 14

Gaio, S. & Gouveia, B., L. (2007). O Branding territorial: Uma abordagem mercadologia à cidade. *Revista A Obra Nasce*. Edições UFP, ISSN 1645-8729, pp 27-36

Gálvez-García, M., Joraíz-Arroyo, G. & Ruiz-Ballesteros, E. (2025). Homecoming tourism and community social capital. *Annals of Tourism Research*, 110 (103886)

Gocer, O., Boyacioglu, D., Karahan, E., E. & Shrestha, P. (2024). Cultural tourism and rural community resilience: A framework and its application. *Journal of Rural Studies* 107

Gordo, A., Silvério, M. da C.C., & Sampaio, A. (2018). Marketing de lugares, criação de imagem, satisfação, envolvimento e word of mouth nas cidades do interior: Qual a importância dos residentes na gestão local?. URI: <http://hdl.handle.net/10174/25187>

Gouveia, M., Aragonez, T., Saur-Amaral, I. (2015). A Imagem da região centro de Portugal: a perspetiva dos seus residentes. *Tourism & Management Studies*, 11(2)

Hontoria, L., Terrados, J., Almonacid, G. (2007). Regional energy planning through SWOT analysis and strategic planning tools - Impact on renewables development. *Renewable & Energy Reviews*

Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2008). Place marketing: How did we get here and where are we going?. *Journal of Place Management and Development*, 1(2), 150–165.

Keehan, B. & Rogers, A. (2022). Reflecting on “our place”. *Cultural Geographies*, vol.29(1) 131-139

Kotler, P. & Gertner, D. (2002). Country as a brand, product and beyond: A place marketing and a brand management perspective. *Brand Management*, 9, 249-261.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley

Lages, R., Sousa, B. & Azevedo, A. (2018). O posicionamento e a Imagem em contextos de marketing de destinos turísticos: Estudo de caso aplicado à cidade de Braga. *European Journal of Applied Business Management*, Special Issue, pp. 15-32

Lee, B., Fillis, I. & Lehman, K. (2018). Art, science and organisational interactions: Exploring the value of artista residencies on campus. *Journal of Business*, 85, 444-451

Lee, H., & Leonas, K. (2018). Consumer experiences, the key to surviving in an omni-channel environment: Use of virtual technology. *Journal of Textile and Apparel, Technology and Management*, 10(3), 1–23.

Lee, H., J. & Lee, S. (2023). Relationship between physical environments and creativity: A scoping review. *Thinking Skills and Creativity*, 48, 101276

Levy, S. (2024). Showing and doing: Art & science collaborations for environmental sustainability. *Nature-Based Solutions*, 6 - 100135

Lima, J. (2012). Marketing cultural: O estudo da notoriedade sobre os museus portugueses. Universidade Sénior de Arte e Cultura do Saldanha, Lusiada Economia & Empresas

Lopes, C. (2023). Despovoamento: O que está a ser feito para reverter este fenómeno?. ResearchGate, publication 370466965

Ma, T., Wang, Y., Zhang, L., Hang, W. & Yang, X. (2025). Creative assets, people and places: rural action practices of US nonprofit organizations. *Journal of Rural Studies*, 113

Maier, A., G., Creighton, T., Brewer, L., Lingam, I., Possnecker, A., Yardley, E., Phillips, J., Steel, V., Evans, N., Seabrook, H., Rowe, A., Radman, C., Halas, M., Sammerville, E., Hickey, A. & Jenkins, E. (2024). Fusion of arts and science: 'Parasitology got talent'. *Trends in Parasitology*, vol. 40, nº10, 861-869

Marcondes, G. (2019). Deslocamento, formação e legitimação: uma análise de programas de residência no Brasil. *Caderno CRH*, v.32, n.87, pp. 561-575

Mathisen, T., Jansson, J. & Power, D. (2024). Female artists work and creativity in rural: Beyond core and periphery. *Journal of Rural Studies*, 111

Maziliauske, E. (2024). Innovation for sustainability through co-creation by small and medium-sized tourism enterprises (SMEs): Socio-cultural sustainability benefits to rural destinations. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101201

McCabe, S. & Czernek-Marszalek, K. (2024). Sampling in qualitative interview research: criteria, considerations and guidelines for success. *Annals of Tourism Research*, 104

Melewar, T. C. & Skinner, H. (2020). Territorial brand management: Beer, authenticity, and sense of place. *Journal of Business Research*, 116, 680-689

Mellander, C., Florida, R. & Stolarick, K. (2011). Here to stay - The effects of community satisfaction on the decision to stay. *Spatial Economic Analysis*, vol.6, n.1

Morgan, N. & Pritchard, A. (2004). Destination branding: Creating the unique destination proposition. Roger Pride Wales, Tourist Board, second edition

- Neves, J. S., Macedo, S. C., Santos, J. & Lima, M. L. (2024). Atlas, artístico e cultural de Portugal, Lisboa, Direção-Geral das Artes
- Nisula, A. & Kianto, A. (2018). Stimulating organizational creativity with theatrical improvisation. *Journal of Business Research*, 85, 484-493
- Nunes, S., Cooke, P. & Tomaz, F. (2022). Celebrities and green sphere tourism. *Regional Science Policy & Practice*, 14(3), 627-643
- Pires, P. (2023). Para errar melhor: residências artísticas e apoio à criatividade. *Comunidade, Cultura e Arte*
- Piskorskayaa, S., Kovaleva, I., Voroshilovab, A. & Borovinskye, D. (2022). Sustainability business communications in the transport sector for sustainable territorial development. *Transportation Business Research*, 61, 191-195
- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro. (2025). PROT Centro – Programa regional de ordenamento do território da região centro. Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro. <https://www.ccdrc.pt/wp-content/uploads/2025/03/PROT-Centro.pdf>
- Prem, E. (2019). Truth emerging from leading-edge art/science/technology interaction. *Journals Gateway Leonardo* 52(1): 64-65
- Quevedo, D., M., Schonarth, C., Freitas, C., E. & Araújo, C. D. (2015). O marketing cultural e as políticas públicas voltadas para a cultura. *Revista Cesumar Ciências Humanas e Sociais Alicas*, v.20, n.2, pp.279-304
- Roberts, L. & Lowe, J. (2024). The spatial imaginaries of creative clusters: Examining the role of R&D programmes in creative placemaking. *Geoforum*, 154 (104066)
- Ruivo, P. L. (2008). Atractividade dos territórios rurais – contributos de uma orientação estratégica de marketing. *Colóquio Ibérico de Estudos Rurais*, 23–25
- Salemink, K., Townsend, L. & Chapman, P. (2025). The remapping of rural digitalisation: A just-rurk narrative review. *Journal of Rural Studies*, 113

Santos, J. V., Rabot, J. M. & Martins, M. L. (2020). Café cultural/residências artísticas. In Z. Pinto-Coelho; T. Ruão & S. Marinho (Eds.), *Dinâmicas comunicativas e transformações sociais. Atas das VII Jornadas Doutorais em Comunicação & Estudos Culturais* (pp. 94-117). Braga: CECS

Scalabrini, E., C., B. & Remoaldo, P., C. (2022). A Influência do género nas perceções dos residentes: Um estudo empírico sobre o turismo criativo. *The Overarching Issues of the European Area: Sustainable Development and Territorial Preservation in a Globalized World*; Porto, Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Pp. 150-163

Silva, S.S. & Monteiro, F. (2014). *Empreendedorismo e plano de negócio. Vida Económica*

Sommer, C., Chilla, T., Birnbaum, L. & Kroner, S. (2025). Digital social innovations in rural areas – Process tracing and mapping critical junctures. *Journal of Rural Studies*, 114

Zacharias, J. & Lei, Y. (2016). Villages at the urban fringe – the social dynamics of Xiaozhou. *Journal of Rural Studies*, 47, pp 650-665

**8 - ANEXOS**

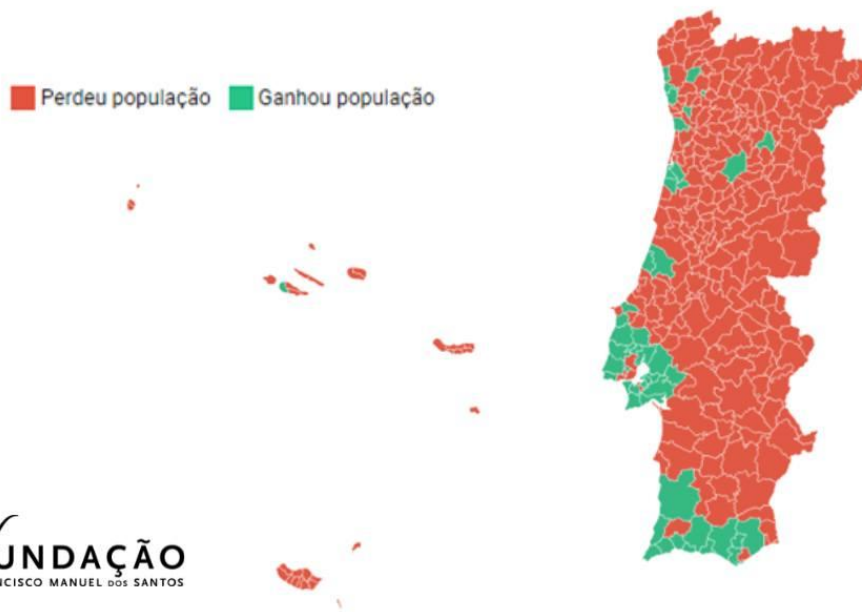
## Anexo 1 – Perda da população no interior de Portugal

### PERDA DE POPULAÇÃO NO INTERIOR DE PORTUGAL

#### FACTOS QUE CONTAM

# Grande maioria da população portuguesa reside em apenas 30 % dos municípios

259 MUNICÍPIOS PERDERAM POPULAÇÃO  
NUMA DÉCADA (2011-2021)



## Anexo 2 – Entrevista ao Senhor Presidente da Junta de Freguesia de S. Gião e resumo

### Entrevista ao Senhor Presidente da Junta de Freguesia de S. Gião, Dr. Rafael Dias

Na sua opinião, as residências artísticas - científicas podem criar uma imagem de marca territorial para S. Gião?

Sim. Creio que é uma ideia interessante, na medida em que eu li um pouco acerca do conceito pode casar de certa maneira o potencial paisagístico que a freguesia tem e pode fazê-lo de diversas formas, seja ela do ponto de vista artístico per si: seja uma questão fotográfica, até diria eu, até a nível de produção cinematográfica, se algum dia pudesse obter essa oportunidade de conseguir dinamizar o nosso território através também da questão da sétima arte, o cinema. Portanto, acho que é uma ideia ambiciosa, mas acho que é uma ideia que faz todo o sentido, até para que haja uma capacidade de dinamização da sociedade em volta da ideia de fixação de pessoas no interior. É preciso que hajam, de certa forma, conteúdos e ideias fora do convencional, para que as pessoas se mostrem interessadas para isso. E parece-me que algo vocacionado para este sector em concreto, para o sector artístico e cultural, acho que é visto com muitos bons olhos. É muito interessante, sem dúvida.

E que imagem territorial estaria especialmente relacionada com as características da aldeia de S. Gião? Qual acha que seria? Na sua opinião, qual ou quais são as características que iriam destacar e diferenciar das outras aldeias? Na sua opinião.

Eu diria, sem dúvida, a questão de ser uma aldeia granítica. Todo o aglomerado do centro histórico, o chamado povo em S. Gião é a volta do granito e é das poucas aldeias à volta que não teve qualquer tipo de intervenção que desvirtua se esse conceito. Portanto, nesse aspeto, parece-me que se diferencia. Nós também já lançámos uma marca que foi feita no último ano, que é a Festa do Medronho, também para potenciar precisamente esse legado que nós temos. Portanto, sem dúvida, esse é um ponto. O

segundo ponto o facto de ser uma aldeia de montanha e no interior do país, o que traz características que naturalmente que são únicas, de uma região do Vale do Alva e a região circundante à volta da Serra da Estrela e que traz as influências. Todo o processo da lavoura. S. Gião também já teve. Infelizmente, perdeu-se. E há também outros objetivos que que nós gostávamos de fazer através de um espaço museológico. Já teve uma grande tradição de canasteiros. Também tem esse marco distintivo. Portanto, eu diria que, sem dúvida, seria esse o grande ponto diferenciador. Também poderia falar daquilo que é a envolvência comunitária. Por ser uma aldeia do interior do país, a vivência social é completamente distinta da vivência urbana. Portanto, essa entreaajuda colectiva, a ideia de colectivo e de comunidade, aqui é uma coisa muito presente. Ou as próprias associações e instituições da freguesia de S. Gião é das poucas, num raio de muitos quilómetros, que mantém todas as suas associações, sejam culturais e desportivas, no ativo. Portanto, sim, tem toda esta panóplia de factor distintivo.

Quais os principais benefícios que, na sua opinião, traria para a criação desta residência artística-científica para S. Gião?

Eu acho que é uma conversa um pouco circular. Já o tópico, mas pondo foco um bocadinho, aí eu digo que é circular porque vou pegar naquilo que eu disse, na medida em que acho que pode ser importante e tem potencial para conseguir ir buscar um nicho de mercado que ainda não foi ou não costuma pelo menos ser tocado. Quando se fala aqui, não só no interior do país, mas mesmo no país no geral, não há uma grande aposta nem uma grande dinâmica profissional laboral, seja ela depende de apoio, seja ela até de estratégia de aposta na área da cultura e toda a área profissional que gira à volta da cultura, que foi o que nós abordámos ao início. E acho que pelas características que S. Gião tem, acaba por ser uma relação simbiótica para ambas as partes, quer para quem escolhesse para aqui vir através desse conceito, quer para a própria aldeia e dos benefícios que o trabalho dessa pessoa, desse conjunto de pessoas. Portanto, sim, diria que era uma. Era uma relação simbiótica.

Que obstáculos poderão impedir a criação de uma residência artística ou científica?

Isso depende sobretudo do que são as vontades políticas e também aquilo que são os apoios que possam estar em voga a partir da administração central para se partir para esse conceito. Porque, naturalmente, como a Junta de Freguesia não temos o estofio financeiro para conseguir partir com uma ideia dessas, sem ter alguns parceiros, fosse à Câmara Municipal, fosse as Aldeias de Montanha. Esse parece-me que é o principal e diria talvez o segundo poderia ser algum choque social entre aquilo que poderá ser habitué de uma pessoa que esteja habituada, sobretudo nesses círculos culturais. E se há coisa que faz falta no interior do país é de facto uma agenda cultural e, portanto, acho que poderá haver esse choque, porque as pessoas no interior têm, infelizmente, pouco acesso a esse tipo de oportunidades e vivências culturais. Parece-me que poderia ser, não digo entrave, mas uma dificuldade a quem cá viesse, porque nem tudo é um mar de rosas e nós sabemos-lo bem. Mas eu destacaria esses dois pontos. Dificuldades.

[Em S. Gião são realizados eventos artísticos e eles são apoiados pela Junta de Freguesia. Pode enumerar alguns?](#)

Pronto, já falei da festa do Medronho e o conceito que nós lançámos foi o primeiro ano, mas é aquilo que é central para a Junta de Freguesia, até porque é aquilo que a Junta de Freguesia promove diretamente, porque é ela que é a entidade organizadora e é um conceito em crescendo. A ideia é associar um produto, mais do que um produto, uma série de atividades ligadas à lavoura ou à nossa terra. Essa região, que é toda a parte dos sabores do outono, sejam doces, compotas, as próprias aguardentes ou as bebidas licorosas. Com um bocadinho daquilo que eu também já falei que é a identidade arquitetónica de S. Gião é a nossa ideia. A minha ideia, pelo menos enquanto autarca, é de que há uma beleza bastante peculiar e muito pitoresca na aldeia de S. Gião. Nos meses mais frios e até por causa da identidade arquitetónica granítica, acho que sobressai um bocadinho mais a nossa aldeia. Mais no Inverno que no Verão. Até porque no Verão é fácil vender por si só, temos o rio é; mais difícil no inverno, mas acho que essa beleza também é ímpar no inverno e, portanto, esse é um tópico e a grande aposta da freguesia. Que quer crescer e conseguir envolver, como já envolveu toda a povoação. Mas envolver todo esse núcleo que eu falei, que é o povo, todo o centro histórico e para as pessoas poderem circular à volta da aldeia, poderem apaixonar-se pela própria aldeia

e depois quiçá conseguirem a algumas, naturalmente, não fixarem se cá, mas pelo menos olharem para a região como um destino turístico e terem cá uma casa de segunda habitação e para o mercado imobiliário funcionar. Depois temos a festa emblemática que é a Festa do Senhor dos Aflitos, no fim de semana de Agosto, que é sempre uma festa que mexe com muitas emoções, porque é sempre uma altura de reencontro de muita gente, de muitas pessoas, algumas que estão muitos anos, sem regressar a S. Gião. Até porque S. Gião é uma freguesia que tem uma diáspora enorme por todo o mundo e, portanto, há sempre esse encontro. E essas trocas culturais também sempre muito interessantes. Entre quem cá está e quem está noutra sítio. A profissão de fé da própria festa. A religiosidade da procissão das velas, portanto, é algo também muito interessante, mas para uma vertente mais de turismo religioso. Eu destacaria estas duas. Depois temos também outras duas festas: da Nossa Senhora da Criação e de São Sebastião. A de São Sebastião é muito interessante também por causa dos segredos e é uma dinâmica muito engraçada, porque as pessoas não sabem muito bem o que está dentro do segredo e o segredo é dado pela comunidade. E aquilo vai a leilão e depois ninguém sabe muito bem o que lá está dentro. Pode ser algo agradável ou pode ser algo menos agradável. E a malta ri-se. Portanto, eu destacaria assim essas. E há sempre o concerto de Natal da Filarmónica Sangianense, que é uma das Bandas mais antigas do distrito. Caminha para os 200 anos de existência de forma ininterrupta. Para além da atividade desportiva sangianense também, que acaba por ser também o único clube desportivo aqui à volta, ainda em atividade.

[Conseguiram ganhar um projeto participativo da Câmara Municipal do Clube de Astronomia.](#)

Sim.

[Ele está a funcionar?](#)

Está a ser ultimada a sua legalização. Na prática ele já funciona sim, mas juridicamente ainda não está bem constituído. Também temos aí na manga algumas coisas interessantes. Já há um protocolo com a Universidade de Coimbra, porque nós temos aqui o maior radiotelescópio de Portugal Continental. Portanto, sim, também essa

dinâmica é que por acaso é bem lembrada por si e que também seria muito interessante de ligar com o contexto de residência artística – científica.

**A comunidade tem colaborado nas iniciativas que são promovidas.**

Sim, sim, sem dúvida.

**E de que forma? Foi a comunidade quem criou e produziu?**

Na Festa do Medronho, por exemplo. Até na própria organização e na logística. Se não fossem as pessoas, não tínhamos hipótese nenhuma, porque foi algo que foi, que foi posto em prática em muito pouco tempo. Estamos a falar. A ideia já cá estava. Depois foi a tal questão de querermos, de facto que não se deixasse passar este mandato sem lançarmos a marca, porque no próximo ano há eleições autárquicas. E portanto, nós fizemos com dois meses de antecedência. Entre a decoração e montagens, foi uma envolvimento brutal das pessoas e a doação de produtos. Portanto. Sim, há sempre uma solidariedade comunitária muito grande.

**Acha que poderiam ter um edifício, uma estrutura que pudesse albergar as residências?**

Nós estamos agora a fazer um levantamento dos imóveis devolutos em S. Gião, até pela lógica de pôr o mercado imobiliário a andar e de conseguir captar pessoas. Aquilo que me fala que é uma espécie de conglomerado infraestrutural. Sim, até pela tipologia da aldeia, não é fácil. Agora, até porque também é o facto de ser uma aldeia. Também não me chocaria que certas infraestruturas não estivessem logo ao lado umas das outras e houvesse um distanciamento, uma ida a pé de dois ou três minutos. Portanto, sim, isso é possível. Até às vezes utilizando as infraestruturas que já existem. Falou muito bem da Comissão Regional Sangianense. Portanto, essa comissão podia perfeitamente funcionar como centro, até como espaço de coworking entre as pessoas que residem juntas. Claro que a questão do transporte, isso aí já é uma questão mais camarária que minha. Eu sempre me debati por isso. Acho que devia haver até para fazer jus aquilo a que é a cidade, porque Oliveira do Hospital é considerada cidade. Uma cidade tem de ter um sistema de transportes públicos. É incontornável. Mas não tem. Acho que deveria ter,

mas isso aí já ultrapassa completamente as minhas competências. É uma opinião que eu dou como autarca e como cidadão.

#### A comunidade iria aceitar as residências?

Poderia haver um choque. Sim. Por exemplo, sou um bom caso disso. Eu sou. Eu estou na fase de investigação de Historiador e as próprias pessoas também não percebem logo à primeira como é que isso funciona, como é que funciona um trabalho que não tem um horário, nem uma morada fixa de trabalho. É algo assim, pré estabelecido. Mas até pelo bom coração e pela envolvimento comunitária que as pessoas têm, eu acho que isto não seria um problema. Claro que havia aquele comentário de olha, vem para aqui este tipo. E se calhar até vem usufrui de um apoio qualquer e não tem qualquer tipo de usufruto para a comunidade. Mas acho que isso seria outro exemplo. Nomeadamente a pessoa que está a ajudar a minha funcionária a fazer o levantamento, que é o Paulo Sérgio, que é um nómada digital que aqui se estabeleceu. Claro que as pessoas estranharam mesmo a astronomia, que é algo que é um bocado mais invulgar para uma aldeia do interior que sempre esteve habituada a viver da agricultura de subsistência. Mas isso são dores de crescimento que com as quais eu convivo bem. E quem me dera ter muitos problemas desses.

O que é que, na sua opinião, as residências artísticas podem trazer para S. Gião? As mais-valias que as residências artístico-científicas podiam trazer. Em termos científicos, sociais e económicos.

Acho que isso poderia trazer alguma mais-valia económica. Eu dou o exemplo. Nós vamos ter aqui alunos do mestrado a trabalhar diretamente do radiotelescópio e que se vão cá fixar. Portanto, podiam estar integrados numa residência desse tipo. Do ponto de vista social, eu creio que todas as atividades e eu falei no início, por exemplo, da questão da promoção cinematográfica da aldeia, estava logo aí um belíssimo contributo, seja a recolha de testemunhos e memórias para se fazer uma história da própria aldeia. Portanto, surgem assim estes dois contributos e creio que qualquer atividade que fosse

realizada seria uma atividade de valor acrescentado que não existe. Estou-me a lembrar, por exemplo, de Alvoco das Várzeas, que tem ali um, o Luís Antero que faz aquela captação de sons da natureza, por exemplo, e que as pessoas também estranharam ao início, mas depois acabaram por se envolver. Portanto, há toda uma panóplia de ideias que poderiam avançar.

**E em termos económicos?**

Claro, iria, é claro. Iria mexer com a aldeia.

**Na sua opinião, como é que estas residências artísticas ou científicas poderiam ajudar a fixar os residentes, atrair novos e fazer com que alguns regressem?**

Sobre a questão da fixação é um bocadinho aquilo que nós fomos falando ao longo da nossa conversa. Adiciono um novo tópico que é: nós sabemos os problemas que existem de habitação, que são problemas quase exclusivos de grandes cidades e sabemos da fraca qualidade de vida que as grandes cidades neste momento oferecem às pessoas. Não para as gerações mais jovens, como passam cá toda a sua infância e adolescência, também precisam de ganhar esse mundo e que quererão sempre sair alguns anos para depois voltar. Mas pessoas que já estão noutra fase da vida e que já tiveram essa experiência e estão na altura de se fixarem e se estabelecerem na sua pacatez, eu diria que S. Gião seria uma excelente oportunidade. Seria uma excelente escolha. E através desse nomadismo digital que está intrínseco no conceito de uma residência pode ser um estímulo fantástico para que isso aconteça e ser uma pedrada no charco. Para mais exemplos, depois seguirem a eles e virem depois pessoas a fixarem se cá para além da residência e adquirirem eventualmente um imóvel. E a própria residência em si servir como estímulo económico e como oportunidade económica para as pessoas terem a subsistência para aqui ficar.

## **RESUMO**

A entrevista focou-se na criação de residências artísticas e científicas em S. Gião, destacando-se como uma oportunidade para dinamizar a região e atrair novos

residentes. Discutiu-se como as características únicas de S. Gião, como ser uma aldeia granítica e de montanha, poderiam ser aproveitadas para criar uma imagem de marca territorial forte. A ideia é que tais residências poderiam beneficiar tanto os artistas quanto a comunidade local, criando uma relação simbiótica. No entanto, foram mencionados obstáculos como a falta de apoio político e financeiro, bem como possíveis choques culturais.

Além disso, foram discutidos os eventos culturais já existentes em S. Gião, como a Festa do Medronho e a Festa do Senhor dos Aflitos, que são apoiados pela Junta de Freguesia e envolvem ativamente a comunidade. A conversa também abordou a necessidade de infraestruturas adequadas para hospedar os intervenientes nas residências, mencionando a possibilidade de utilizar imóveis devolutos e a importância de apoios financeiros e de transporte adequados para o sucesso do projeto. A discussão revelou um forte sentido de comunidade e um desejo de utilizar a cultura e a ciência como meios de desenvolvimento social e económico local.

### **Anexo 3 – Entrevista à Vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Oliveira do Hospital e resumo**

Transcrição da entrevista à Senhora Vereadora da Cultura da Câmara Municipal de Oliveira do Hospital, Dra. Graça Brito

<b>Guião da entrevista</b>
----------------------------

É objetivo desta entrevista a possibilidade da sua instituição apoiar a criação de uma Residência Artístico – Científica em S. Gião numa perspetiva de contribuir para a fixação dos residentes e atração de novos ou dos que já partiram... E saber que imagem territorial está na mente daqueles que governam este território em específico.

Sendo que uma Residência Artístico – Científica é um local onde artistas, cientistas / investigadores, outros profissionais e estudantes vivem e trabalham temporariamente sobre um tema específico. Sendo o objetivo desta residência em específico desenvolver temas que possam ajudar e envolver a comunidade e a aldeia de S. Gião.

1 – As Residências Artístico – Científicas podem criar uma imagem de marca territorial para o concelho de Oliveira do Hospital? Que imagem territorial estaria especialmente relacionada com que características deste concelho?

2 – Quais os principais benefícios da criação de uma Residência Artístico – Científica no concelho?

3 – Que obstáculos serão encontrados que possam impedir a criação da Residência Artístico - Científica?

4 – No concelho são realizados eventos artísticos e científicos apoiados pela Câmara Municipal? Pode enumerar alguns?

5 – A comunidade tem colaborado nessas iniciativas? De que forma?

6 – Para criar uma Residência Artístico - Científica são necessárias Infraestruturas, recursos humanos, equipamentos, transportes, apoios financeiros. Eles existem?

7 – A comunidade iria aceitar e colaborar com esta iniciativa? Em que medida?

8 – De que forma a realização de Residências Artístico – Científicas iriam contribuir para o desenvolvimento cultural, científico, social e económico do concelho?

9 – Como é que o desenvolvimento de Residências Artístico - Científicas poderão ajudar fixar residentes e atrair novos ou os que já partiram regressarem ao concelho?

Na sua opinião, as residências artísticas-científicas podem criar uma imagem de marca territorial para o concelho de Oliveira do Hospital?

Sim, sem dúvida alguma. E vou-lhe dar um exemplo daquilo que já fizemos aqui no concelho relativamente a estas residências artísticas-científicas ou só residências artísticas: nós tivemos há uns anos atrás e parámos por causa até da pandemia, não voltámos a fazer festivais de arte, já tivemos festival das artes “Montanhas de Arte” foi o festival que criámos, também apoiado pela DGArtes, em que o município foi parceiro de uma associação, de Travanca de Lagos: “A Liga de Travanca de Lagos” - E foi a primeira experiência que tivemos em que também foi necessário criar esta valência e esta resposta aos artistas plásticos, esta experiência de residência artística foi muito interessante porque convidámos todas as juntas de freguesia para acolher um artista plástico, portanto nós lançámos o desafio a todos os artistas plásticos que faziam parte do festival para passarem o fim de semana em Oliveira do Hospital. Esse fim de semana foi assegurado em espaços que as juntas de freguesia tivessem disponíveis ou se não tivessem disponíveis em termos de alojamento, eles próprios investiam ou asseguravam alojamento em espaços apropriados ou então seríamos nós a ter que assegurar. Isto para explicar que o tema deste festival acabou por ter uma exposição coletiva de todos os artistas que participaram, mas também uma exposição coletiva de artes, de obras de artes feitas no âmbito desta residência no âmbito do fim de semana. Portanto eu tenho aqui uma experiência vivida em que sem dúvida alguma as artes plásticas no seu todo trouxeram nestes festivais, nas várias edições deste festival, muito público, muita vontade em visitar a exposição, os artistas plásticos conheceram a Oliveira do Hospital, conheceram a sua gastronomia, conheceram o seu património, conheceram as nossas gentes, a nossa identidade que gostam muito, obviamente, destes lugares peculiares,

desta paisagem, deste cheiro, que provavelmente estes artistas plásticos, a maior parte deles estão a viver em zonas urbanas e que quando optam por vir fazer estas residências artísticas para estes lugares é porque realmente querem respirar outro ar. Portanto, têm sem dúvida, são importantíssimos para criar uma imagem de Marketing, para puxar, para trazer outros públicos e até mesmo outros moradores, outros potenciais habitantes para o concelho, sem dúvida alguma. Portanto, será sempre algo que poderá ancorar aqui outros interesses de vários sectores económicos e também, como digo, ao nível de gerar riqueza.

Acabei já por falar dos principais benefícios da criação de uma residência artística que é sem dúvida fixar pessoas porque ao virem para cá podem gostar de estar cá e pensar em passar férias, quem sabe em conhecer os nossos alojamentos, a nossa gastronomia e querem voltar para as nossas praias fluviais, conhecer nosso património porque gostaram de estar, mas depois vêm para trazer a família ou até quem sabe passar cá a morar, portanto fica sempre aqui essa porta aberta portanto é mesmo uma oportunidade que se dá a pessoas que não conheciam Oliveira do Hospital e que passam a conhecer nestes três dias ou nos dias que foram proporcionados numa residência e sem dúvida que é uma oportunidade é uma janela de oportunidade, para poder ajudar a que se conheça um bocadinho melhor a nossa terra e as nossas riquezas.

#### Quais os obstáculos que podem ser encontrados para impedirem esta criação?

Acaba sempre por ser acreditar que a arte consegue realmente este retorno. Acho que convencer por vezes, mas é talvez numa primeira abordagem, depois numa segunda abordagem, ou continuando de forma sistemática este trabalho. Eu senti que à medida que fomos implementando o projeto, no segundo ano foi mais fácil. Porque, sem dúvida, houve muitos artistas plásticos que se tornaram amigos das pessoas que os acolheram. Houve essa relação de proximidade. Deixaram a sua marca, não é? Deixaram a sua marca, criou realmente esta vantagem de poderem querer voltar para ver se ainda está cá a obra que fizeram em dada altura.

Os obstáculos que nós encontramos estão sempre relacionados também com a característica do nosso concelho, acho que acaba por ser um bocadinho termos a

capacidade, quem é autarca ter a capacidade de fazer acreditar que é um projeto que tem esta mais-valia, portanto nós próprios temos que acreditar também, temos que ter esta sensibilidade para que as artes sejam vistas não apenas como alguém louco ou extrovertido que vem para brincar um bocadinho com os pincéis ou com os lápis, mas alguém que tem uma forma interessante de observar as nossas riquezas de a transportar para o papel, para a tela para o suporte que traz consigo e poder valorizar aquilo que nós não conseguimos ver todos os dias. E que disso resulta uma contemplação do artista, mas que também nos proporciona a nós essa mesma contemplação. E esses momentos de contemplação, aos quais nem sempre nós temos tempo para o fazer, vai provocar, esta residência.

Há realmente alguma dificuldade em apostar financeiramente nesta vertente. Portanto, o acreditar passa por aceitar, mas também depois com o esbarrar da dificuldade económica, em que é preciso investir mais. Um artista plástico, obviamente, não vem só porque somos amigos ou simpáticos, também precisa de sobreviver e de apoio financeiro é muito importante este apoio financeiro não é para se deixar uma obra, não, é para deixar um caminho, não é para deixar algo que entretanto é utilizado fisicamente pelas pessoas. E dizemos que contemplar uma obra de arte faz-nos bem a alma ou que nos faz refletir ou que nos faz voar mais alto, como a leitura de um livro, aqui no interior obviamente ainda é outro caminho que tem que ser feito. Já estou aqui há 16 anos e também tenho a possibilidade de poder dizer ou a ousadia de poder dizer, de que estamos no caminho certo. Portanto, já foi pior. Já é mais fácil e já vemos também autarcas, Presidentes da Junta em particular, em que compreendem a importância das artes. Talvez antes, há uma década atrás, isso não fosse tão fácil.

Hoje, já não estamos na era do botão, já estamos na era daquilo que é a valorização do património imaterial, portanto esta valorização do património imaterial faz com que haja vontade em potencializar o artesanato, a nossa história, o nosso património histórico, arquitetónico portanto, já estamos nesse caminho. Eu penso que depois também falta é pegar naquilo que é a beleza e já há muitos Presidentes de Junta à semelhança daquilo que também é o trabalho da Câmara Municipal, em pegar em artistas plásticos e dar-lhes valor e fazer com que eles venham e estejam mais vezes connosco nas atividades que entretanto são realizadas quer seja pela autarquia, quer

seja pelas Juntas de Freguesia e sem dúvida que tem havido esse reconhecimento crescente, portanto penso que estamos no bom caminho mas é como digo, é preciso continuar a insistir é preciso continuar a pôr na agenda diária de todos nós: de que esta é uma necessidade como é a música, como é o teatro, como é a dança, como é o desporto faz parte de um todo, portanto este todo também é importante trazê-lo à agenda do nosso dia-a-dia. Não é muito fácil nós ouvirmos de que vou ao museu ver uma obra de arte, já estamos a falar de alguém que está num patamar cultural diferente para eu dizer que vou ao museu ou vou a uma galeria de arte; nem há muitas galerias de arte e aí começa logo também o problema, porque estamos a falar de residências artísticas em que é preciso garantir a água, a luz, a cama, a dormida tudo isto e alguém tem que suportar é importante que haja financiamento também por parte do governo ou das linhas de financiamento europeias para nós podermos também apostar mais, porque isto fica caro, mas sem dúvida há retorno, mas por vezes é preciso que haja, para esse retorno ser mais visível que numa primeira instância haja realmente também ajuda financeira, com financiamento comunitário, europeu, para que possamos tornar sustentável. Às vezes é preciso arrancar e para arrancar é preciso que haja realmente esta mola, esta alavanca.

E depois de se verificar que é sustentável, por exemplo, haver uma candidatura para qualificar um edifício para uma residência artística, nós certamente iríamos fazê-lo porque já tivemos esta experiência em que não criámos uma residência num local, mas que a distribuámos pelo concelho. Mas sim gostaríamos de ter uma num local e que pudesse acolher os artistas plásticos e que fizéssemos regularmente estes encontros de artistas plásticos e daqui fizéssemos, obviamente, exposições e que também se vendessem as obras de arte, porque tudo isto acaba por ter uma economia circular, porque quem cá mora ou quem está na residência vai ao supermercado consome e obviamente também deixa esse valor acrescentado, portanto é sem dúvida um retorno que muitas vezes é inatingível, porque nós por vezes não sabemos quando estamos a falar com alguém ou quando estamos a fazer um determinado trabalho, não sabemos muito bem até onde vamos transformar as pessoas, não é?!

Nós aqui em Oliveira do Hospital realizamos eventos artísticos, já falei, apoiados pela Câmara Municipal, já enumerei este, também posso enumerar a Bienal de Gaia, ou seja,

nós fizemos aqui, com o nosso amigo Sérgio Reis, sem dúvida, um amigo muito especial, e com Agostinho dos Santos, que organiza em Gaia a Bienal de Gaia e que tivemos aqui também a oportunidade com a ajuda do Sérgio Reis trazer a Bienal aqui para o Oliveira do Hospital é sem dúvida um desafio muito interessante, em que temos artistas de vários pontos do país e que também fez com que a Oliveira do Hospital fosse um polo da Bienal, somos um polo da Bienal onde recebemos a Bienal com muito gosto e esperamos mais uma vez este ano recebê-la é de dois em dois anos, portanto temos num ano é alternado, portanto o Festival das Artes é num ano. Isto por dificuldade de calendarização da agenda não conseguimos ter as duas coisas a acontecer no mesmo ano, porque são muitas as atividades que vamos organizando, então alternadamente nós vamos tendo o Festival das Artes, Montanhas de Artes, e no ano a seguir é a Bienal. Vamos fazendo alternadamente, porque, obviamente, são eventos que carecem de grande e prévia preparação. São necessárias infraestruturas e recursos humanos. O financiamento é importante a nível nacional, governativo para criar estas ditas infraestruturas. Eu sei que há concelhos que utilizaram escolas devolutas para criar estas residências Nós temos conhecimento dessa experiência e também gostaríamos de fazer esse trabalho e fazer esse investimento.

A maior dificuldade que a Câmara tem, ou que as Câmaras têm, é realmente alocar recursos humanos, mas há residências, também temos conhecimento que muitas vezes há população estrangeira que abraça estes projetos através de uma associação e é um caminho a fazer. Já tivemos esse desafio, mas que entretanto o público estrangeiro também ainda não está muito familiarizado com as burocracias que muitas vezes as autarquias ainda têm que lidar por exemplo: nós pedimos a um estrangeiro que tem que fazer um protocolo com a Câmara para haver uma cedência, há sempre uma desconfiança. Portanto, porque é que tem que haver? Porque é que não é feito apenas abrir a porta para ver o que é que dá? Portanto, eles são um bocadinho mais liberais. E isto às vezes são barreiras que levam a que não consigamos, por vezes, dar liberdade ao artista, porque eles são artistas e muitas vezes não querem estar ligados a estes formalismos e nem sempre é fácil. E já tivemos esse desafio, já tivemos esse desafio para ceder uma escola que fosse depois dirigida por uma população estrangeira, mas acabou por não acontecer, por causa dessa parte... que era fácil de resolver, mas que

eles não conseguiram entender e depois acabaram por não avançar e isso também nos deixou com alguma pena, tristeza, por não se avançar. Mas temos toda a vontade em ter no nosso espaço ou no espaço que a Câmara ceda; haver uma associação que estivesse interessada, pois eu acho que era o caminho muito interessante para que diariamente houvesse a garantia desta estrutura ter vitalidade, assim como há com os grupos culturais do concelho, assim como há com a Associação Desportiva, uma residência artística tendo uma associação com esta sensibilidade, sem dúvida alguma, que iria ter outra vitalidade do que sermos nós a estarmos aqui sempre a puxar, não é? E serem autónomos, independentes e criarem o seu próprio dinamismo acho que era realmente o caminho.

Nós tínhamos uma associação que era a OHS21, que foi a única aqui no concelho que esteve ligada às artes. Até à sétima arte, ou seja, explorou todas as artes, desde as artes plásticas, ao teatro, ao cinema, todas as artes foram exploradas e de facto essa era uma ótima associação que tinha o tal perfil necessário para poder se candidatar ao Erasmus. Atualmente nós não temos nenhuma associação que esteja ligada às artes, daí também não ser fácil. Nós vamos fazendo, ganhando e aguçando o apetite para ver se alguém entretanto pega que é um bocadinho também essa a nossa função como autarcas é realmente lançar oportunidades lançar a semente para ver se alguém depois acolhe e é esse o trabalho que temos estado a fazer na expectativa que entretanto haja alguma associação ou alguma entidade que abraça estes projetos.

Sim, a comunidade iria aceitar de bom grado eu já dei aqui um exemplo das Juntas de Freguesia em que acolheram muito bem os artistas plásticos. Devo dizer que há até nestas parcerias houve artistas que foram tão bem acolhidos pelos Presidentes da Junta, que eles próprios ofereceram um desenho ou uma obra de arte dedicada para a Junta, ou até mesmo para o próprio Presidente da Junta e foi de facto interessante ver estas sinergias este acalantar da arte aqui a nível local- Foi muito bonito a nível de população a aceitação do projeto ganhou uma dimensão; se calhar só mais tarde a caixa-de-ressonância é que fez perceber à população local a importância que as artes têm e a importância dos artistas plásticos que passaram por aqui, porque depois com a divulgação nas redes sociais, em que as coisas já estavam a acontecer, ou seja durante a preparação não houve aquela aquele sentir de que realmente que era espetacular, que

realmente é uma excelente ideia mas depois de ter passado o evento e depois de serem publicitadas nas redes sociais, o que aconteceu as pessoas acharam espetacular. Portanto isto às vezes, encorajando aqui a Cristina, devo-lhe dizer que isto vai tudo de o começar e para começar por vezes temos que arriscar. Fazendo as coisas com a vontade e a garra necessária para romper e rasgar muitas vezes mentalidades que ainda estão assim um bocadinho presas, e não olhar para trás. É olhar para a frente, seguir caminho. E acho que depois de uma primeira experiência, sem dúvida, aquilo que se colheu foram frutos extraordinários, em que depois aqui a própria população acabou por reconhecer por aquilo que foram os gostos e os comentários a comunicação social. Foi realmente de grande sucesso e de grande valorização, mas no início é sempre difícil, quando se bate à porta para coisas que são novas e desconhecidas é sempre difícil, portanto também é natural este processo, é normal. E o interior é mais resistente um bocadinho.

Acabei por responder um bocadinho também aqui a este desenvolvimento cultural científico, social e económico porque sem dúvida que uma residência artística não é estar sempre com os artistas num espaço a desenhar. Os artistas precisam de também estar envolvidos naquilo que é o programa cultural de uma localidade. Aliás, a participação do artista enquanto esteve na localidade onde residiu ele participou ativamente naquilo que foram as vivências locais foi ao café foi ao supermercado conheceu as pessoas conversou com as pessoas, portanto até devo dizer que esta descentralização que acabou por acontecer nesta experiência que nós temos aqui em Oliveira do Hospital é muito interessante. Os artistas entre si não conviveram é verdade, houve um momento de encontro, almoço, jantar em que se encontraram em que houve apresentações públicas, em que houve inauguração das exposições, fomos aos locais onde estavam os artistas espalhados, mas sem dúvida que criaram aqui esta vontade de conhecer mais e esta intrusão entre o local e a vivência que eles trazem para o local. Foi muito interessante. E certamente que quem esteve 24 horas a conviver com os artistas conheceram melhor aquilo que era o trabalho de um artista. Essa troca de experiências é uma riqueza extraordinária.

Muitas vezes não conseguimos transportar esta mensagem quando estamos apenas a inaugurar uma exposição, mas quando se faz uma residência artística há um tempo que permite que haja essa relação de proximidade entre os locais e sem dúvida que é uma

mais-valia a residência artística para o desenvolvimento cultural porque há troca de conhecimento, há partilha a nível científico, sendo meio, porque há partilha entre os que estão a participar na residência e há aqueles que também acabam por ser curiosos e querem também assistir e acompanhar. E a socialização é aquilo que nós fazemos todos os dias e que acabamos por ter outros intervenientes.

[Como é que o desenvolvimento da residência poderá ajudar a fixar residentes e atrair novos ou os que já partiram regressar ao concelho?](#)

De uma forma transversal, acho que acabei por responder. Aliás, eu diria até que esta é uma boa estratégia para ajudar a fixar pessoas, é mais uma que se procura implementar para ajudar a fixar pessoas no concelho e atrair novos públicos também e esses novos públicos também poderão ser os futuros residentes, portanto nunca se sabe porque tudo aquilo que possamos fazer para despertar a curiosidade para virem até ao concelho, seja pela arte, seja pela arte de cozinhar, seja pela arte seja pela paisagem, seja pelo património tudo o que fazemos a nível autárquico é sem dúvida para criar boas condições de acolhimento, boas condições de acesso, boas condições de alojamento, melhoria naquilo que é a oferta turística, a oferta cultural, precisamente para ajudar a que as pessoas gostem de vir cá e acabem por pensar porque não morar em Oliveira do Hospital. É o primeiro objetivo dos autarcas: vestir a camisola para que o concelho seja mais atrativo do que qualquer outro para que as pessoas residam. Temos muitos motivos para escolher Oliveira do Hospital para morar, desde a área da educação, desde a ação social, desde a área da cultura, a área desportiva, desde a parte económica, urbana. Há aqui um conjunto de políticas educativas que nos leva a acreditar que é possível e temos a bandeira familiarmente responsável, tanto que há anos consecutivos que a recebemos, porque precisamente as políticas que temos implementado nestas diferentes áreas são políticas amigas da família. Portanto, é essa a nossa grande bandeira, é realmente fazer com que o concelho da Oliveira do Hospital seja um concelho hospitaleiro, acolhedor. A Oliveira do Hospital vem da ordem dos hospitalários, portanto, nós temos mesmo que dar esse exemplo até a outros concelhos.

Que é realmente ter esta capacidade de bem receber, há aqueles que vêm hoje, há aqueles que ficam e outros que pensam que é só por um bocadinho, mas que depois vão ficando e que de facto reconhecem a Oliveira do Hospital como eu que nunca saí daqui e tive a sorte de cá continuar a viver e que vou sempre, por esse mundo fora, dizer que a Oliveira do Hospital é o melhor lugar para se morar. E também para acolher artistas, seja numa residência, seja em qualquer outra forma, deles poderem estar por cá a trabalhar, a residir. Temos muitas casas devolutas que podem ser recuperadas e elas serem transformadas em espaços muito acolhedores para projetos desta natureza.

[Então queria dizer que se o projeto avançasse, não fosse apenas académico, haveria uma ajuda da autarquia de alguma forma?](#)

Acho que aquilo que está sempre a faltar, acaba por ser aquilo que nós temos dificuldade em ter, que é recursos humanos para afetar. Podemos falar em residências artísticas relacionadas ao artesanato, podemos falar em outros projetos que nós temos em mente e que esbarramos com a dificuldade em ter alguém que lidere estes projetos. E que acabamos por ter que ser sempre nós a semear, mas acabamos sempre por bater num ponto importante: temos que ser sempre nós a colocar ou alocar um elemento, um recurso humano para projetos que desta natureza. Temos estes mas temos outros e falei deste do artesanato que é algo que também nos preocupa muito, que é uma arte, estamos a falar de arte ancestral, mas que nos preocupa bastante na medida em que não queremos que ela se perca no tempo. O que temos é que ir recuperar.

E essa é também uma vontade daqui do concílio, que é ajudar a que os jovens percebam. O artesanato também tem uma vertente económica interessante e que pode ser como part-time, que pode ser feito após trabalho, gostando daquilo que se está a fazer ou até evoluir para ser um posto de trabalho criado pelo próprio emprego, pelo próprio jovem ou menos jovem em que ele pode ser empreendedor. E que não é visto assim, é visto ainda como algo que não tem saída, que não tem procura e tem que se criar essa procura tem que se criar.

E hoje, quando falamos em destinos, falamos também em experiências. E esta é uma boa experiência para o turista. O termos um espaço, uma residência, um local, uma sede, em que podemos ter lá um pouco de artesanato mais atual ou ancestral é obviamente e tendo lá um artesão ou um artista plástico é uma experiência que também podemos oferecer a quem está a passar um fim-de-semana, as suas férias com os seus workshops, poder aqui ganhar esta oportunidade e lá está, é interessante, às vezes nós estamos mesmo com os pés na maior riqueza e quem cá está não olha, não vê esse potencial e às vezes vem gente de fora para nos dizer que aqui temos potencial. E parte científica muitas vezes vem nos ajudar a mostrar a capacidade e a potencialidade que temos muitas vezes nos nossos produtos. É preciso realmente ser criativo, é preciso dar uma nova imagem, é preciso hoje criar uma marca.

Nós temos pessoas que começam já a fazer algumas coisinhas, mas com muita dificuldade porque e até tentámos isto agora tirando aqui a parte da entrevista, mas até com o IPC no âmbito do projeto Agir, o IPC lançou um projeto chamado projeto Agir em que eles vieram aqui ao concelho e criaram momentos de reunião com pessoas interessadas em criar projetos no âmbito do empreendedorismo, de ideias de negócio, e não se conseguiu grande coisa, ou seja... Tudo foi explicado às pessoas como é que eles haviam de fazer, mas depois esbarravam numa coisa que é têm que ir às finanças, criar um CAE, um número de contribuinte, isto tem que se declarar.

Esbarra logo aí. Ninguém quer dar a saber. Então, não se consegue crescer. Estas coisas têm que ser. Como é que eu posso comprar um produto? Não posso. Porque, entretanto, não me passa fatura. A autarquia nem que queira ajudar. Assim não pode. Portanto, assim torna-se difícil. E enquanto isto não mudar, e as pessoas que podem vir a mudar isto... Obviamente que são pessoas que precisam também ter a garantia da venda do produto.

Tem de fazer o estudo, eles têm que saber que eu tenho que vender 20 peças durante este mês para ser sustentável. Mas as pessoas que hoje fazem as 20 peças não sabem fazer estas contas. Estas evidências são difíceis para quem hoje trabalha no artesanato. Aqueles que eu consigo produzir quer dizer, ninguém me obriga a produzir 100 nem 200, eu aceito as encomendas que quero, até aquele estudo sustentável até aquilo que eu quero ir, porque eu faço por gosto, portanto eu não tenho que stressar para fazer

mil, não, eu stresso é se me comprometi e não o faço, mas é isso que falta fazer entender a quem até já está a trabalhar ou quem gosta poder se envolver tanto esta envolvência, este desenraizamento. O que foi feito com a família depois também se reflete naquilo que são as tradições e reflete-se naquilo que é a aprendizagem tradicional de fazer estas coisas que vêm da terra exatamente; tudo começa porque houve a necessidade da existência do objeto, agora já não se precisa, já se vende tudo em plástico então não há necessidade de fazer, então não se faz e estamos a falar de uma procura não é assim de grande número, mas também não tem que ser, tem é que ser valorizada. Se ela custa 5, pronto, não custa 5 custa 10, mas porquê custa 10? Porque é artesanato, porque é feito à mão e isto não é fácil de mudar. Eu podia-lhe dar aqui o exemplo do queijo até porque estamos a aproximar da Feira do Queijo. Tem que se ter esta conversa com os produtores de queijo, com as queijeiras em que se diz, olha meninas mas o vosso queijo que dizem vocês demora tanto tempo a fazer, tem que ir lavar, virar portanto é um processo que demora meses até estar pronto, então a conta as horas que vocês fazem, ao que respondem que não fazem ideia sempre foi assim que fazia a minha avó, a minha mãe nunca contabilizei esse tempo; mas devíamos contabilizar esse tempo saber contabilizar esse tempo para saber quanto é que custa o queijo. E somos nós que perante o discurso que nos fazem de grande sacrifício que dizemos, o queijo tem que valer mais, não pode só valer isso. Mas depois ninguém o compra.

Enquanto continuarmos a pensar assim torna-se difícil também comprar arte, em que o artista plástico tem que ter para ser um verdadeiro artista. Muitas vezes eles não têm esta capacidade de fazer este estudo de sustentabilidade. Mas também não precisam de fazer porque, dado o momento que são artistas, a sua assinatura é aquilo que é o mercado, depois vão por patamares. Até pode valer muito inicialmente, mas como ainda não tem nome, não tem valor comercial. É um bocadinho diferente essa valorização é conquistada, estamos a falar de um produto diferente, mas de qualquer das formas há despesas há horas de tempo o gasto, do material e por isso já tem que valer qualquer coisa, já tem que ser valorizado e nem sempre as pessoas dão o valor a arte em si, mesmo até dos artistas que têm renome.

## RESUMO

A entrevista aborda a importância das residências artísticas-científicas para a criação de uma imagem de marca territorial em Oliveira do Hospital. A Senhora Vereadora destaca que essas iniciativas podem atrair novos públicos e potenciais residentes, além de gerar riqueza e promover a identidade local. Ela menciona experiências passadas, como o festival "Montanhas de Arte", que trouxe artistas para a região e resultou em exposições coletivas, permitindo que os artistas conhecessem a cultura e a gastronomia locais.

Os principais obstáculos para a implementação dessas residências incluem a necessidade de convencer a comunidade sobre o valor da arte e a dificuldade em garantir financiamento e recursos humanos para os projetos. A Vereadora enfatiza que a arte deve ser vista como uma forma de valorizar o património e a identidade local, e que é necessário um apoio financeiro para tornar essas iniciativas sustentáveis.

Ela também menciona a importância de criar um ambiente acolhedor e atrativo para novos moradores, destacando que Oliveira do Hospital possui muitas casas devolutas que poderiam ser transformadas em espaços para residências artísticas. A autarquia está disposta a apoiar projetos que promovam a cultura e o artesanato, mas enfrenta desafios relacionados à burocracia e à falta de associações locais dedicadas às artes.

Por fim, a Vereadora ressalta que a interação entre artistas e a comunidade local é fundamental para o sucesso das residências artísticas, pois promove a troca de experiências e o fortalecimento da identidade cultural. A entrevista conclui com a ideia de que, apesar das dificuldades, há um caminho positivo a seguir para integrar a arte na vida da comunidade e atrair novos residentes.

#### **Anexo 4 – Entrevista à Diretora Executiva da Associação de Desenvolvimento Integrado da Rede de Aldeias de Montanha e resumo**

<p><b>Entrevista à Diretora Executiva do Projeto Aldeias de Montanhas da Associação de Desenvolvimento Integrado da Rede de Aldeias de Montanha, Dr. Célia Gonçalves</b></p>
--

Dra. Célia Gonçalves:

O projeto das Aldeias de Montanha começa em dois mil e treze, apenas com um conjunto aldeias do concelho de Seia. E em dois mil e dezasseis, dois mil e dezassete, é que se dá o aumento da rede. Numa primeira fase nós trabalhamos apenas com as comunidades no sentido da promoção do plano de animação. Ou seja, plano de animação que fosse de janeiro a Dezembro, com um conjunto de atividades ligadas à identidade do território. A forma de abordagem foi diferente.

No início, fizemos reuniões com as comunidades e foram as próprias comunidades que disseram: “é esta atividade que nós queremos fazer”, como é o caso da Noite das Caçoilas no Sabugueiro, ou como é o caso de Aldeia Natal, ou seja, são dinâmicas que emergem da própria comunidade. E depois nós vamos e acrescentamos valores e inovação. Sendo que para algumas aldeias onde ainda não se encontrou. Em S. Gião fizemos até uma ação de brainstorm com a comunidade. É curioso que ninguém relatou a questão do medronho, mas como era algo da vontade da Junta de Freguesia e havia um enorme potencial e tendo aqui o medronho como elemento diferenciador, tudo aquilo que depois as comunidades também referiam, tem a ver com a tradição, se pode juntar numa celebração do medronho. Não apoiámos financeiramente porque já foi no fim no ano passado e nós estávamos sem recursos. Só agora que tivemos, ontem, o nosso projeto aprovado e portanto é a partir de agora que podemos construir projeto muito mais abrangente que não se vai focar de todo só na animação.

A animação é uma das componentes, e portanto, para São Gião, há um conjunto de projetos que nós temos, coisas mais imediatas, é a Rota da Catedral, que devem chegar esta semana os painéis para colocarmos na rota e também a sinalética para colocar no

local em que a pessoa percebe que chegou a uma Aldeia de Montanha. Portanto isto são coisas no imediato. Agora depois há todo um conjunto de projetos que vamos querer trabalhar com as comunidades que vão desde as dinâmicas de empreendedorismo com atividades. Nós vamos tentar trabalhar as dinâmicas de empreendedorismo, mas juntando com o passado mas também com o futuro. Por exemplo, a escolas de agroecologia.

As escolas de agroecologia é uma ação que nós temos, está nesta dimensão do empreendedorismo onde nós vamos pegar em locais onde existe, por exemplo, esse é o medronho em S. Gião. Ou seja, vamos ter uma escola de agroecologia, dedicar ao medronho, vamos misturar, eu não estou a dizer que seja o medronho, pode. Poderá ser poderá ser outra temática qualquer, embora na animação eles queiram trabalhar o medronho. Mas imagine, temos uma escola de agroecologia, que fazemos com a Escola Agrária de Viseu, em que durante fim de semana quem quer saber mais sobre o medronho vai poder saber naquela escola de agroecologia. Não é curso intensivo, mas são momentos onde temos o conhecimento técnico que vem da Escola Agrária e onde temos o conhecimento das comunidades.

Mas depois também tocamos no turismo, onde quem quer ter fim de semana diferente e ter contacto com estas dinâmicas pode fazê-lo portanto reserva num hotel. Estas são algumas das dinâmicas que são e estamos a trabalhar. Depois temos uma vertente mais direcionada para empreendedorismo, mas mais numa lógica do empreendedorismo comunitário social, que é o programa oficina. Vamos começar a trabalhar com três locais piloto, porque às vezes há coisas que nós não podemos dizer vamos fazer em todo o lado.

Não porque não dá. São muitas e nós precisamos de testar o modelo para depois afinar. O programa da oficina vai consistir em nós termos conjunto de pessoas, ou seja, primeiro, percebemos em termos de design qual que necessidades é que temos?

Ou seja merchandising é aquilo que se vende aqui no CISE ou nos Postos Turismo, são coisas que não têm graça nenhuma e que não são identitárias do território. Imagina é uma peça para meter o telemóvel feito em croché? É uma peça em croché para meter a

garrafa de água? É uma bolsinha para meter não sei o quê? Ou seja nós estamos a fazer este levantamento de perceber que peças é que o território precisa.

Estamos a fazer isto também com uma designer, que vamos ter aqui três peças que podemos trabalhar. Vamos ter nestas aldeias, pessoas que as podem fazer porque estas pessoas já estão reunidas através de um movimento informal ou formal ou é a Liga dos Amigos de Alvôco das Várzeas, ou é a Liga as senhoras da Associação das Aldeias, em Gouveia, ou são as senhoras do projeto sénior em Manteigas, portanto estas pessoas já estão reunidas. O que é que nós vamos fazer? Vamos dizer-lhes estão aqui estas três peças, façam e nós vamos meter isto no circuito comercialização porque já percebemos que, as câmaras precisam disto pra vender, porque não têm merchandising como pinta e engraçado e identitário. É uma forma de ocuparmos as senhoras e também mais uma vez podemos meter estas experiências com as senhoras como uma oferta turística. É curioso que o Inatel ligou a dizer como é que eu posso ter os nossos clientes a estarem uma hora com o programa de oficina. São alguns exemplos nos projetos que estamos a trabalhar.

Outro é o conceito de loja popular, de que é a mercearia, que pode ser mercearia, pode ser informação turística, mas que também pode ter lá uma pequena oficina para o programa de oficina. Mas também pode ser o sítio onde eu vou e entrego o IRS porque está alguém que me ajuda a entregar o IRS, mas também posso carregar o telemóvel, se houver um privado que o faça na aldeia. E nós vamos definir este conceito de loja, em termos de design, desde as prateleiras etc e qualquer pessoa, qualquer entidade, qualquer associação pode continuar. Nós vamos dar-lhes o projeto.

E depois quanto ao como é que é o financiamento? Nós vamos ter instrumento financeiro onde os projetos que estão mapeados na nossa estratégia podem ter apoio. Ou seja, se uma coletividade quiser abrir uma loja popular numa aldeia de montanha ou se privado, nós damos todo o apoio, desde o projeto, o design, a imagem, é quase um franchising gratuito.

A questão das residências artísticas, nós já temos bocadinho este conceito. Que funciona muito com o cowork porque em Videmonte nós temos cowork que tem dois quartos e portanto, imagina, a Ana diz-me, eu quero saber mais sobre esta aldeia, estou

a fazer uma investigação, a fazer uma tese de mestrado, e fica ali, gratuitamente, mas tem que nos deixar algo em troca. Ok. Ou é uma fotografia, ou é relatório fotográfico, ou vai com os senhores da Junta fazer uma limpeza à praia fluvial. Portanto tem que haver sempre algo em troca.

Portanto isto é bocadinho daquilo que nós temos, que estamos neste momento a trabalhar. Ficamos com uma ideia também mais abrangente do que já está na manga.

Então, na sua opinião as residências neste caso, as artísticas ou científicas que este é o projeto, podem criar uma imagem de marca territorial para S. Gião? E claro obviamente para as próprias Aldeias de Montanha, mas em específico para S. Gião

Sim, eu acho que estas, se pensarmos, eu acho que estas residências artísticas, eu chamar-lhe-ia residências artísticas criativas e científicas, não sei, acho que podia ser, também a dinâmica da criatividade, acho que podem ser uma mais-valia, eventualmente até ter esta esta a própria residência artística poder ter depois pequeno espaço de trabalho que podia incorporar outra vertente, esta residência artística teria também aqui uma sala, uma oficina, porque não precisa de ser uma sala. Imagine, que nessa residência artística, criativa e científica, nós acoplávamos por exemplo, tudo o que era material para isto porque se havia cestaria, cestaria de castanho em Penalva e que ali pudesse haver informação técnica, científica sobre esta matéria, ou seja sobre a cestaria de castanho, desde informação escrita, documentação, e haveria ali uma oficina onde qualquer pessoa pudesse, quem quisesse fazer um cesto, podia fazê-lo. Porque tinha ali documentação, material e oficina para o fazer. Eu acho que podia ser muito interessante ligar esta residência. É um Saber fazer. E até porque não pode não existir em S. Gião, mas existe ali em Penalva d'Alva alguém que ainda faz e muito bem e trabalha muito bem essa vertente. Como eu falei aqui da questão das escolas agroecologias, falei-lhe na questão do programa de oficina. Também há outro projeto que já estamos a trabalhar, que são estas experiências, que são estas escolas nós chamamos de craft design, estas escolas de kraft é não são escolas físicas, mas também este modelo de fim de semana. Ninguém aprende a ser canasteiro num fim de semana, mas nesse fim de semana a

peessoa viria teria oportunidade de conhecer a técnica, de se familiarizar com a arte e quem sabe entusiasmar-se e querer saber mais.

Isto por quê? Porque nós também já reunimos em Portugal, com o Governo da República que tem uma estratégia nacional para o “saber fazer”. E nós queremos trabalhar eventualmente a cestaria e a lã. Ou seja, porque não vale a pena irmos por mais, porque que nem sequer temos tempo. O objetivo aqui também é envolver a comunidade, o objetivo é utilizar as referências artísticas como uma ferramenta de marketing territorial, ajudar a trazer, a fixar as pessoas na aldeia e criar essa imagem territorial também para esses temas mais específicos, identitários. E portanto nós, com este modelo de fim de semana temos para gastronomia, temos para o craft designer, temos também para estas experiências no âmbito do programa da oficina, ou seja, isso tudo está programado, agora temos que passar à fase da operacionalização.

Aliás, nós no próximo ano, vamos começar a testar e ter tudo definido quando vão ser os fins de semana, embora seja este ano complexo porque que vai haver eleições, mas queremos que para o ano tudo possa ficar, ou seja, tudo possa estar marcado. Sim. E essa, mas eu vejo essa residência como algo que mais do que ser espaço que está aqui à espera de receber as pessoas, que tivesse ela, ou seja, que ela já fosse muito mais, tivesse esta vertente de oficina mesmo, ou seja, eu posso ficar a dormir, eu posso ficar a escrever, se estiver a fazer uma tese de mestrado, ou se estiver a fazer não sei o quê, a investigar uma planta qualquer posso ficar lá, também tem esta vertentes oficina. E eu acho que esta loja da oficina. E hoje em dia por via de inteligência artificial, porque nós estamos a fazer uma coisa destas, um laboratório em Gonçalo.

E este laboratório vai permitir ter esta vertente de oficina, posso ter tutorial em que ensino alguém a fazer objeto em cestaria. Ensino a fazer objeto em cestaria sem ter lá o artesão, e também podemos ter lá o artesão naqueles fins de semana em que vamos ter as marcações, mas não está lá sempre e criar uma coisa destas é sempre possível. Através da Inteligência Artificial, onde eu tenho canastreiro a ensinar-me ali quase, como se estivesse ali, a dizer como é que eu faço. E o material, quem vai pra vá fazer, ou seja pode encomendar o material que precisa, paga x e esse material está lá e ele vai experimentar, vai fazer, mas depois com a vantagem de poder ter alguém, alguém ou seja, se quiser ter alguém a acompanhar, sabe que tem que pagar mais e dependemos

das pessoas que fazem e não temos que depender só do canasteiro de Penalva há outros canasteiros no país, que estão disponíveis, claro, pagos para virem ali ensinar. E portanto, eu acho que ali esta residência podia ter esta parte, ou seja quase o espaço de trabalho onde podia ter pequeno espaço de cowork mas podia ter também esta parte da oficina, ou seja, com todos os recursos que são essenciais para a pessoa poder trabalhar. E acho que a cestaria seria um bom exemplo. Acabo por responder, eu acho que imagem muito territorial estaria especialmente relacionada com as características desta ordem em se nós tivéssemos esta residência, por exemplo nós temos uma residência literária em Melo.

Portanto, nós aqui teremos uma residência artística, criativa e científica que estaria aberta a qualquer projeto criativo, porque imagine nós podemos ter alguém que quer vir pintar e podemos abrir concursos tal como fazemos Lând Wool Inovation Week, em Manteigas, nós abrimos concursos para residências artísticas, ou seja, mas aqui quando fala na residência artística é o sítio, é uma casa. É edifício em si e depois todos os espaços necessários Mas por exemplo no âmbito desta residência artística, nós depois podemos abrir concursos para incidências artísticas, no conceito imaterial, ou seja, está aberta uma bolsa para uma residência artística na área da pintura. E nós pagamos, nós temos, financiamos ou seja vêm pessoas a quem nós dizemos o que queremos. Imagine que queremos receber pessoas que trabalhem a cestaria, que saibam trabalhar a cestaria, e o melhor projeto vende-se. Ou podíamos dizer alguém que já esteja familiarizado com a arte.

Portanto depois no âmbito dessa residência, nós podíamos abrir concursos, ou seja, para estadias nessas residências. Existem bastantes. Nós nestas residências normalmente abrimos concursos. Houve ano que abrimos concurso, mas este ano já não, porque apareceu de tudo, e apareceram gente que nós não conseguimos selecionar.

Então convidamos. Pois. Convidamos assim aquelas pessoas que nós sabemos que tem o output exato. E ia ter resultados.

No Fundão já tem aqui alguns exemplos, agora o grande problema ali é que nós, a única pessoa que temos a trabalhar a canastraria é de São Pedro do Alva.

Portanto, vamos ter que arranjar forma de fazermos ali uma oficina de canastraria em S. Gião.

### E sobre esta combinação da arte e da ciência. Quais os principais benefícios de criação de uma residência artístico - científica em São Gião?

Muitas vezes estamos sempre focados em levar por fora ou seja em dizer, nós com esta, vamos fazer gente de fora pra dentro, isso é perfeito. Mas há uma outra coisa que é muito importante, nós só conseguimos preservar aquilo que é valorizado. E muitas vezes para nós valorizarmos, ou seja, aquilo que não se não se preservou, foi aquilo que nunca foi valorizado. E muitas vezes trabalhar com as comunidades é a melhor forma de valorizar. Aliás, eu relativamente ao artesanato e nós andamos anos a dizer que era preciso inovar no trabalho do Artesão

É preciso inovar, é preciso inovar e temos que acrescentar a inovação. E eu acho muito bem, que essa preocupação exista, mas acho tão ou mais importante que isto seja a montante nós termos artesãos, porque senão ninguém vai levar nada. Nós temos que vê-los. E se nós formos à universidade e eu tenho aliás este programa, que eu quero pôr artesanato eu vou discutir com eles, eu vou pegar miúdos de design que não são do mundo rural, são do urbano, estão fora da bolha deles e têm outra perspectiva mais crítica, eles estão a acabar de design. E são alunos que nunca tiveram contato com, pra eles o design é, saírem de lá preparados para trabalhar em fábrica. Muito poucos são trabalhados para trabalhar com as mãos. E portanto, nós queremos muito envolver os estudantes.

Porque, não há artesanato em Portugal, se nas universidades não há artesanato, como é que nós queremos ter artesanato? Não, temos. Portanto, é importante levarmos isto para as universidades. Porque são eles, mesmo que alguns vão trabalhar em fábricas, podem perfeitamente pensar, nós neste candeeiro, foi aquilo que nós fizemos, os nossos coworks os candeeiros são feitos localmente.

São as pessoas que fazem, ou seja, e eles podem ir um dia trabalhar para uma das maiores empresas designers do mundo, mas eles sabem de artesanato, eles conhecem

estas técnicas. E muitas vezes trazemos o conhecimento científico, trazemos os alunos à aldeia, trazemos os alunos lidar com as pessoas, é a melhor forma de valorizarmos porque estamos a aumentar a autoestima das pessoas. Eu ainda me lembro do tempo em que as pessoas faziam determinadas coisas e que sentiam envergonhadas. Ninguém valoriza.

Portanto, há aqui conceito de desconstrução de uma crença sobre o mundo rural que todos temos que fazer. Nenhum destes projetos vai mudar uma aldeia, nenhum, como eu costumo dizer. Não há projeto que mude o que quer que seja numa aldeia, é conjunto de muitos projetos. Embora eu em S. Gião agora eu seja muito confiante com este novo projeto do hotel, estamos a falar de Boutique hotel.

E eu acho que em S. Gião é muito bonito, tem aí a questão da floresta que deve ser, deve ser preservada e deve ser trabalhada, tem enorme potencial no parque de campismo, numa altura em que as grandes tendências vão muito para os eco-resorts? Ou seja da sustentabilidade.

Fizeram levantamento das casas devolutas em S. Gião. É uma questão de depois perceber o que é que pode emergir ali. Ou seja, pode ser criado algum tipo de projeto que o proprietário se pode candidatar.

Ou seja, esta residência, num espaço único. E na Comissão Regional Sangianense que já foi reabilitado e faz sentido fazer parte deste projeto, a partir do pressuposto que se compra uma casa devoluta.

A ideia era gira, por fazer circular as pessoas. Não, mas isso pode fazer circular na mesma e ter dinâmicas e há várias. Mas quando nós temos uma residência artística é um espaço que lhe dá todo o conforto pra poder trabalhar, pra poder escrever, porque é uma residência artística.

Agora, eventualmente a oficina, poderia ser deslocalizada. E aliás ainda acrescentava valor de ao próprio projeto que deve ser uma referência em termos arquitectónicos. Sim. Até porque nós temos o prémio Arquitectura de Reabilitação. Nós vamos dar prémio ao melhor projeto de reabilitação e portanto aqui seguindo aquelas que são as orientações da União Europeia do New European Bauhaus, seguindo aqui estas

dinâmicas da construção sustentável, eu acho que isso já era uma mais valia. Ou seja termos aqui um projeto candidato a prémios de reabilitação.

Eventualmente, nesta residência, a parte da oficina, podia ficar deslocalizada pelo facto de poder fazer barulho, não é? De incomodar quem está quem está ali a escrever, quem está a preparar a tese,... Mas só um único edifício! Ou seja ter a oficina de canastraria, que tinha esta lógica de oficina muito assente nos conceitos digitais, digitais mas que tinha também material.

**E na sua opinião que obstáculos poderiam ser encontrados para impedir esta criação?**

E difícil em si. Tem que haver um edifício. Depois a questão do financiamento se bem que neste momento por exemplo estão abertos projetos financiados a 90% que tenham como propósito a inovação social. E nada impede que uma coletividade em S. Gião se possa candidatar.

**Para criar uma residência artística científica são necessárias infraestruturas, recursos humanos, equipamentos, transportes, apoios financeiros. Neste caso, a associação poderia apoiar a criação como entidade promotora, gestora e administradora do projeto, desde o imóvel aos recursos humanos?**

Exatamente. Eu acho que a partir do momento que houvesse uma cedência de edifício com a parceria com a câmara, com a junta de freguesia, Podia ser promotora, mas lá está, sempre em parceria com a junta de freguesia e município sempre claramente.

**Acha que isso seria possível?**

Sim, teríamos que acoplar muito aí a questão da candidatura à DGArtes que é um instrumento excelente, ou seja, qualquer artista que tenha um projeto cultural, então nos territórios de baixa densidade, e o projeto for bom é financiado.. Então se estivermos a falar em projetos artístico culturais que envolvam, tenham esta dinâmica da inovação social, ou seja, do envolvente de envolver as comunidades facilmente esta associação, ou seja, esta entidade que seria criada para gerir esta residência teria que

ter obviamente aqui programa cultural. Programa cultural para o ano todo. Mas facilmente podia candidatar-se aos programas da DGArte. Para a questão depois de manter as dinâmicas culturais, ou seja, de hoje podemos, vamos abrir concurso para residências artísticas na área da música antiga, agora na área da música eletrónica, agora na área da cestaria, misturar a cestaria com a música, ou seja, tudo isso é possível. Sim. E numa perspectiva eu vou experimentar viver na aldeia. É isso mesmo sobre isso.

Esta lógica da experimentação, eu vou experimentar viver nesta aldeia. E a pessoa podia viver no coliving durante dois ou três meses, ou seja, e pagaria. E estas dinâmicas do coliving podiam ser, esta é que eu acho que já poderia ser até com conjunto de edifícios, dessas casas que estão devolutas, que eram geridas por, ou seja, por uma entidade que depois arrendava. E a arrendar numa aldeia, tem imediatamente sucesso garantido. Porque as pessoas querem viver nas aldeias.

Porque de facto, ou seja, nós temos aldeias onde em três anos deixou de haver casas porque toda a gente comprou, toda a gente está a reabilitar. E eu sentisse isso em S. Gião, portanto, eu acredito que seja uma questão de dias. Aliás vamos ter um fotografo a captar o que há lá! E ele é um influencer de opções turísticas.

[A comunidade, na sua opinião, e da experiência que teve com o trabalho que já fez com eles, iria aceitar, colaborar com este tipo de iniciativas?](#)

É assim, a festa do medronho, eu percebi que quando nós estivemos lá, a fazer brainstorming em aquelas senhoras que estiveram no CLDS estavam todas à espera que chegasse ali um projeto que voltasse a juntá-las. Ou seja, e não era o nosso caso, não é?

[Na sua opinião de que forma a realização das residências artística - científicas iriam contribuir para o desenvolvimento cultural, científico, social e económico de S. Gião?](#)

Pois eu acho que foi aquilo que falei. Era é tão ou mais importante daquele conhecimento, ou seja, vai estar ali vai produzir conhecimento, ou seja, vai extrair conhecimento das comunidades, seja artístico ou científico.

Se estivermos a falar em fauna, flora, ou se estamos a falar em agricultura, se estamos a falar em arte, se estivermos a falar no artesanato, vai extrair conhecimento, mas depois

também vai produzir conhecimento que sairá para fora. Imagine, se estudante de design quiser estar ali uma semana a fazer, a criar, a aprender a fazer uma cesta, ou seja, está a levar conhecimento da aldeia, mas também está a dar e a elevar a aldeia a outro nível. E isso vai permitir este ciclo virtuoso que é, as pessoas sentirem-se valorizadas, perpetuam a tradição, a tradição não desaparece e a tradição constrói futuro não é? Ou seja porque neste momento aquilo que nós temos é um ciclo vicioso. Ninguém valoriza, a tradição desaparece, ninguém valoriza tudo desaparece, portanto é não se deixar de fazer.

**E como é que o desenvolvimento das residências poderá ajudar a fixar pessoas? A fixar residentes e atrair novos? Ou então os que já partiram regressarem?**

Pois, eu acho que que como referi logo nessa conversa, eu acho que não que não é este projeto ou outro projeto que vai mudar o que quer que seja. Eu acho que numa altura ao ponto de abandono das aldeias chegou, é o somatório de vários projetos que faz acontecer. E eu numa aldeia, aquilo que eu vejo é que os pequenos projetos têm impactos gigantes.

Eu acho que o hotel que vai abrir em S. Gião vai ter impacto na aldeia. Se calhar, quem tem uma casa vai pensar que pode fazer sentido reabilitar essa casa porque é um bom investimento no seu património. Se calhar, quem tem outra casa, e até já vive lá, acha que posso fazer alojamento local, porque também vai haver mais uma infraestrutura turística que é a rota da catedral. E portanto eu acho que uma residência artística que leve pessoas a estarem na aldeia a criar, ou seja, a expressar-se sobre as várias formas da arte e da cultura, vai ser uma forma de comunicar S. Gião, dizer que há uma aldeia que é friendly para os artistas. Há uma aldeia onde nós podíamos ficar alojados gratuitamente também se deixarmos algo em troca para a comunidade, se alguém pinta, quiser fazer aí uma residência artística, mas em contrapartida tem que deixar algo na comunidade, mas também há uma aldeia que nos permite experienciar viver na aquela aldeia durante três meses com uma renda simbólica.

Sim. Ou seja, portanto, era o posicionamento aqui de S. Gião como uma aldeia quase de teste de experimentação. Sim. Eu vou testar o modo de vida rural ali, porque há muita

gente que vem e acha que viver para uma aldeia é, e é sobretudo neorural, acha que viver com uma aldeia é tudo muito fixe. Para quem vem de uma cidade, às vezes há pessoas que não se adaptam à primeira, porque a vida em comunidade é mais intensa para o bem e para o mal não é? Eu recordo-me de uma pessoa que há quatro anos, antes da pandemia, veio viver para uma aldeia nossa. Ela era de lá mas já não vivia pois os pais tinham saído e portanto tinha lá tipo uma casa de férias. E a certa altura, toda a gente questionava como é que eles viviam. Mas elas estão sempre em casa, eles trabalhavam? Sim. Trabalhavam, já faziam teletrabalho nessa altura. Recordo-me perfeitamente que muitas pessoas eles não saem de casa, estão ali, não sei do que é que vivem, isto é droga, isto é não sei quantos. Sim. Ou seja, isso era muito comum.

Eu acho que isto também se desconstruiu porque hoje em dia, aliás nós temos uma aldeia onde em Videmonte, onde a Andreia trabalha para a Farfetch se ela está a vender e fazer entrega na Dior ou na Chanel, em Nova Iorque ou no Japão. Enquanto isso a mãe está a cozer pão no forno na lenha de casa para vender. E também para os turistas, fazem para os turistas. Portanto eu acho que os pequenos projetos, pequeno projeto como este, têm sempre impacto, nem que seja pela autoestima das comunidades, inspira outros pequenos empresários, outros pequenos empreendedores que às vezes estão à espera daquele clique para fazer aquele investimento e portanto acho que os pequenos projetos, não só os pequenos projetos que mudam uma aldeia, mas estes projetos às vezes, os pequenos projetos têm impactos gigantes, podem não mudar a aldeia, mas têm impactos muitas vezes que nós não conseguimos medir. Porque é aquela pessoa que está no estrangeiro e tem aquela casa e diz eu vou recuperar aquela casa. Ou aquela pessoa que diz, ai eu tenho aquela casa e eu vou fazer alojamento local. Há um exemplo: a Cabeça teve regeneração urbana, há muitos anos, a aldeia ficou mais bonita, há muitos anos, mas não aconteceu nada, ponto. Ficou mais bonita, ponto. Mas depois houve uma Aldeia Natal, ou seja, houve regeneração comunitária.

E isso mudou a aldeia. Não foi o objetivo, mas ajudou. A comunidade também não sentia esta autoestima pela sua aldeia, portanto pode ter impactado. Claro.

Mas não foi isso que deu o clique. Não. Ou seja, aquilo foram as pessoas, ou seja, é uma aldeia com vida. Eu conheço pessoas que foram lá correr e compraram uma casa. Eu

conheço pessoas que foram, que foram visitar Aldeia Natal e que compraram a uma casa.

Conheço pessoas que tinham casas abandonadas e que estão a recuperar para alojamento local. Portanto, a regeneração comunitária, ou seja, sentir-se que há vida, eu recordo-me de haver pessoas que me diziam, estar em reuniões e dizer ah sabe como eu tetra-avô ou não sei quantos, era da Cabeça. E eu recordo incrível como é que agora quase toda a gente tem uma ligação à Cabeça. Antes não. Antes nem diziam. É exatamente isso. E eu acho que são estes projetos que fazem, mas e eu acho que aquilo que o Rafael conseguiu fazer foi com a festa do Medronho, eu vi para as imagens pois não consegui ir, e não conseguimos apoiar financeiramente, esperamos fazê-lo na próxima edição. Mas mandamos um conjunto de recomendações e conceitos.

## **RESUMO**

A entrevista aborda a criação de uma residência artístico-científica na aldeia de S. Gião, destacando a importância de envolver as comunidades locais no desenvolvimento de projetos que valorizem a identidade do território. Desde 2013, o projeto "Aldeias de Montanha" tem promovido atividades que emergem das próprias comunidades, como a Noite das Caçoilas e a Aldeia Natal. Em S. Gião, a ideia do medronho como elemento diferenciador foi sugerida pela Junta de Freguesia, e a comunidade demonstrou interesse em celebrar essa tradição que a Rede Aldeias de Montanha ajudou.

A proposta de uma residência artístico-científica é vista como uma oportunidade para criar uma imagem de marca territorial, promovendo a criatividade e a inovação. A residência poderia incluir espaços de trabalho e oficinas, onde artistas e cientistas poderiam colaborar e compartilhar conhecimentos com a comunidade. A ideia é que esses projetos não só atraiam visitantes, mas também valorizem e preservem as tradições locais, contribuindo para o desenvolvimento cultural, social e económico da aldeia.

Os benefícios incluem a valorização do artesanato e das técnicas tradicionais, a promoção do turismo e a fixação de novos residentes. A colaboração com universidades e a inclusão de estudantes em projetos práticos são mencionadas como formas de enriquecer a experiência e aumentar a autoestima da comunidade.

No entanto, a criação da residência enfrenta desafios, como a necessidade de infraestrutura adequada e financiamento. A parceria com a câmara municipal e a junta de freguesia é considerada essencial para o sucesso do projeto. A entrevista conclui que, embora um único projeto não possa transformar uma aldeia, a soma de várias iniciativas pode ter um impacto significativo, revitalizando a comunidade e atraindo novos moradores.

Em resumo, a criação de uma residência artístico-científica em S. Gião é vista como uma forma de promover a identidade local, valorizar as tradições e estimular o desenvolvimento sustentável, com a participação ativa da comunidade.



## Anexo 6 – Questionário para os profissionais que trabalham em Residências e representação gráfica das respostas obtidas

### INQUÉRITO AOS PROFISSIONAIS DE RESIDÊNCIAS

Residências - Profissionais

Perguntas Respostas 49 Definições

Este formulário não aceita respostas. Gerir

Secção 1 de 2

#### Projeto de Mestrado

**B I U**

No âmbito do Mestrado em Marketing e Comunicação, do Instituto Politécnico de Coimbra, solicito a sua colaboração na resposta ao presente questionário para realização de um projeto de criação de uma Residência Artístico - Científicas (local onde artistas, cientistas, investigadores, outros profissionais, estudantes vivem e trabalham temporariamente um tema específico)

Mais informo que os dados recolhidos são anónimos respeitando a legislação sendo a aluna responsável pelo tratamento dos dados e qualquer questão poderão contactar: Ana Cristina Madeira através do e-mail [acgmadeira@esec.pt](mailto:acgmadeira@esec.pt).

**Habilitações Académicas \***

- Ensino Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

**Área de Formação \***

- Arte
- Ciência

Qual a sua função na Residência? \*

- Gestor
- Mentor
- Curador
- Promotor
- Outro

Quantos anos de experiência na gestão/mentoria/curadoria/curadoria de Residências? \*

- 1 ano
- 2 anos
- Entre 3 a 5 anos
- Entre 5 e 8 anos
- Entre 9 a 12 anos
- Mais de 12 anos

Que género de Residência gere neste momento? \*

- Artística
- Artístico - Científica
- Científica
- Literária
- Outra



A Residência que é gestor/curador/mentor/promotor localiza-se: \*

- Açores
- Centro de Portugal
- Estrangeiro
- Lisboa e Vale do Tejo
- Madeira
- Norte de Portugal
- Sul de Portugal

Numa zona: \*

- Industrial
- Rural
- Urbana

Na Residência que trabalha que recursos humanos para além de si trabalham na e para a Residência:

- Administrativo(s)
- Mentor do tema da Residência
- Curador
- Gestor
- Promotor
- Outros



No espaço físico da Residência tem

- Alojamento
- Cozinha
- Laboratório
- Galeria
- Sala de Informática
- Biblioteca
- Área de lazer / convívio
- Atelier



Duração a da Residências por si geridas foram:

- Inferiores a 1 mês
- 1 mês
- 2 meses
- Entre 3 a 4 meses
- Entre 5 a 6 meses
- Entre 7 meses a 1 ano
- Superiores a 1 ano

Os temas das Residências propostos por si?

- Sim
- Não



Que entidades, por norma, financiam as Residências que gere:

- Entidades Públicas (na totalidade)
- Entidades Públicas (parcialmente)
- Entidades Privadas (na totalidade)
- Entidades Privadas (parcialmente)
- Entidade Públicas e Privadas (parcerias)
- Os Residentes (na totalidade)
- Os Residentes (parcialmente)



Como promove as Residências?

- Meios de comunicação social
- Através de entidades relacionadas com o tema da Residência
- Redes sociais
- Presença em eventos (feiras/exposições, etc.)
- Através dos parceiros e financiadores
- Antigos residentes

Nas Residências que gere existe interação com a comunidade local?

- Sim
- Não

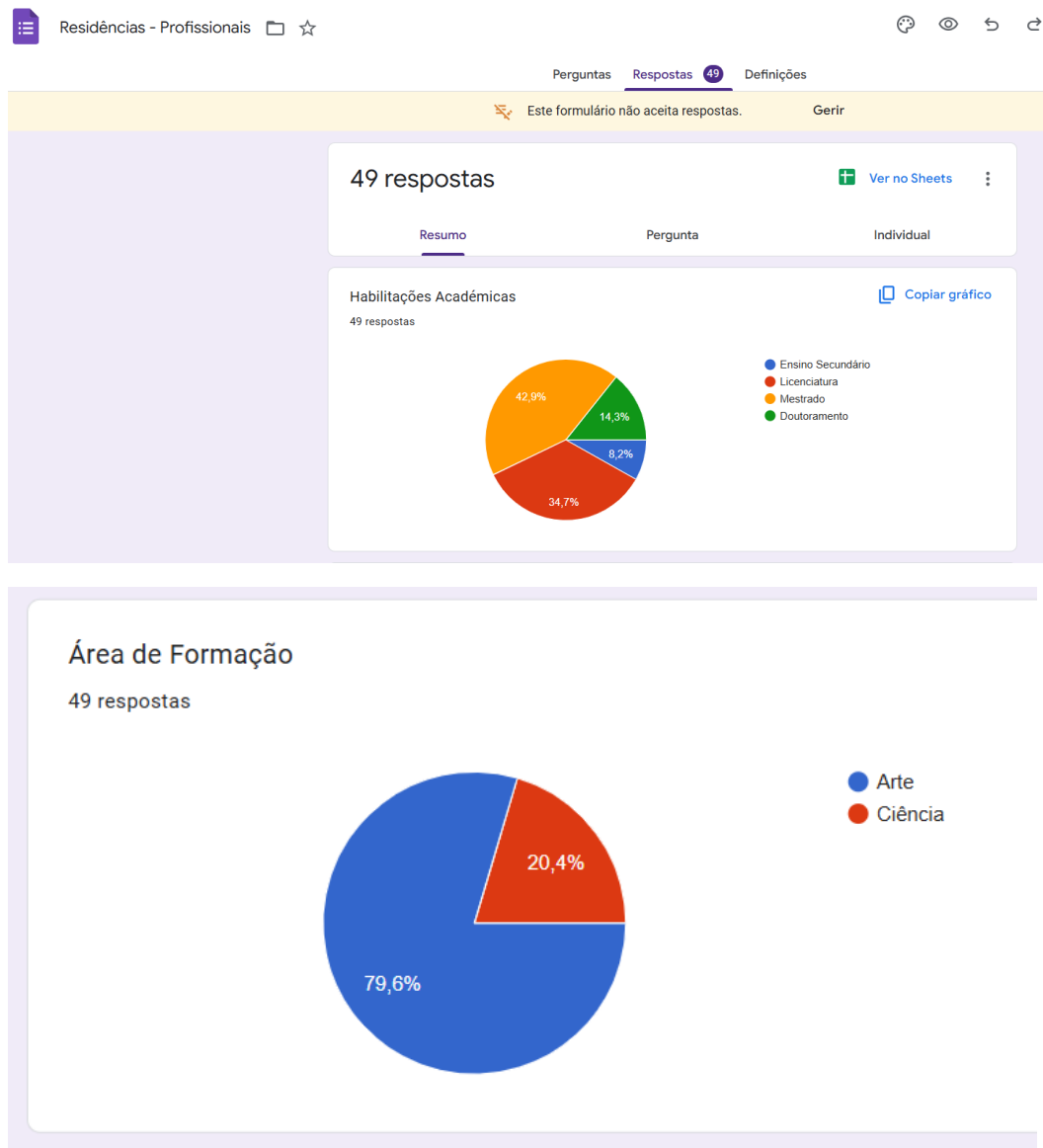
⋮

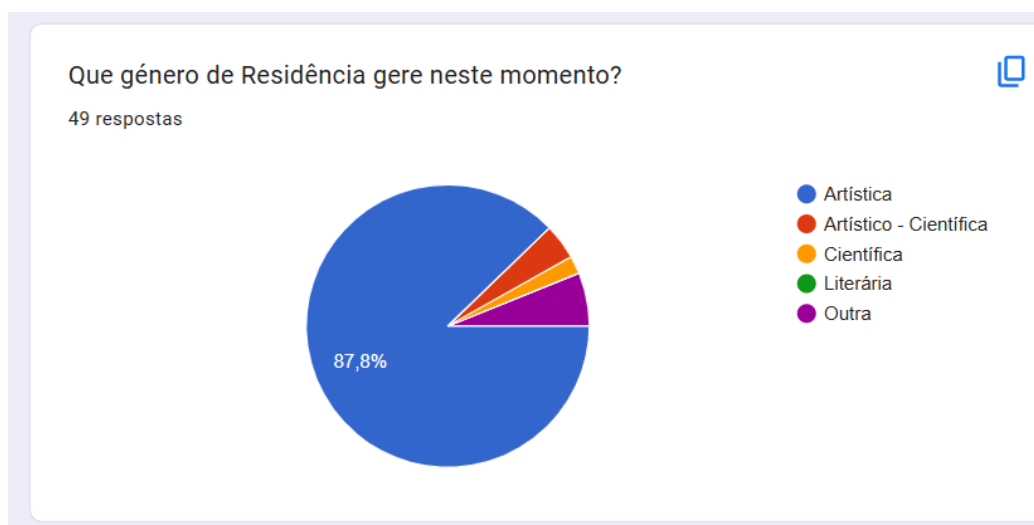
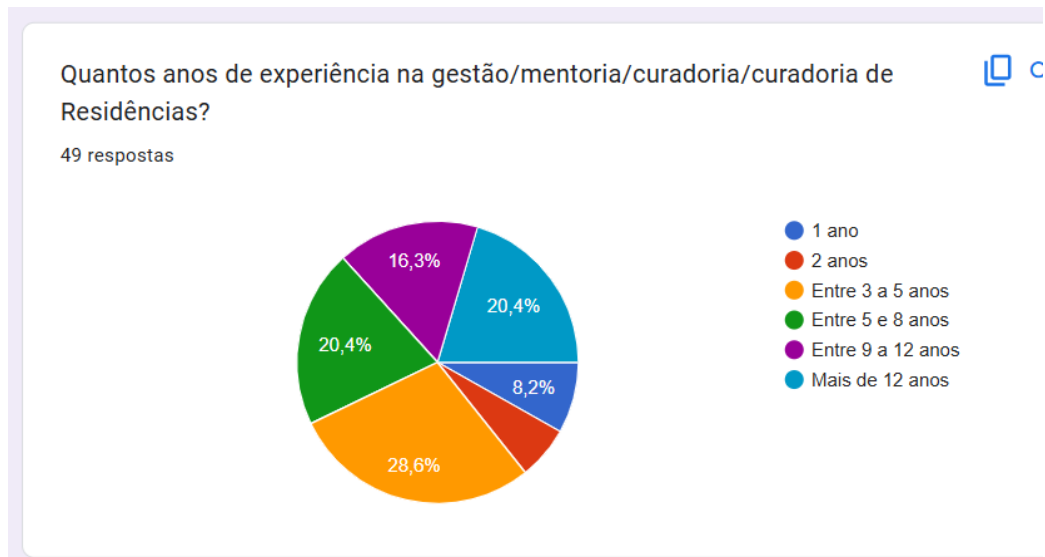
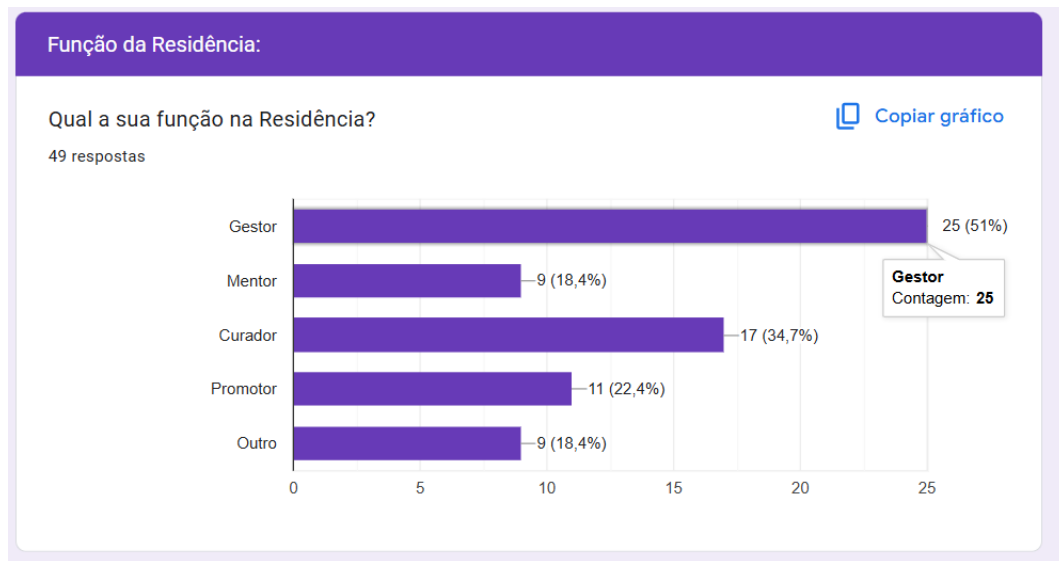
No final da Residência existe algum evento de apresentação pública do trabalho desenvolvido?

- Exposição dos trabalhos
- Espetáculo
- Apresentação pública
- Outra
- Não

Fonte: Google forms

## REPRESENTAÇÃO GRÁFICAS DAS RESPOSTAS OBTIDAS INQUÉRITO AOS PROFISSIONAIS DE RESIDÊNCIAS

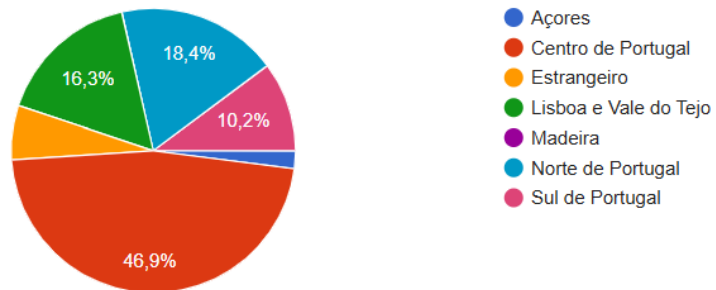




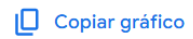
A Residência que é gestor/curador/mentor/promotor localiza-se:



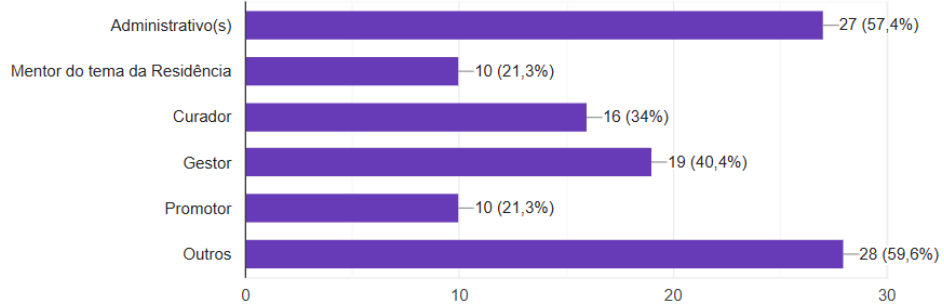
49 respostas



Na Residência que trabalha que recursos humanos para além de si trabalham na e para a Residência:

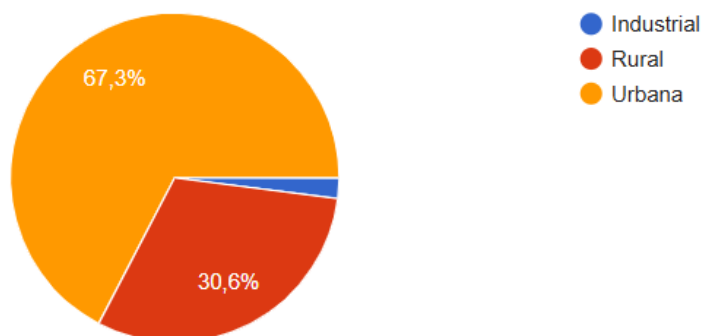


47 respostas




Numa zona:

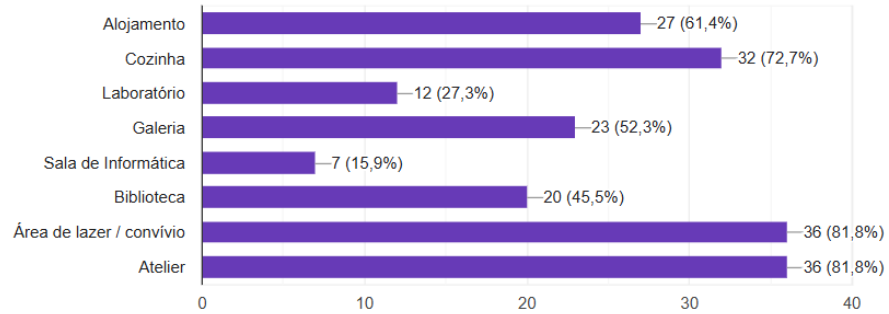
49 respostas



### No espaço físico da Residência tem

 Copiar gráfico

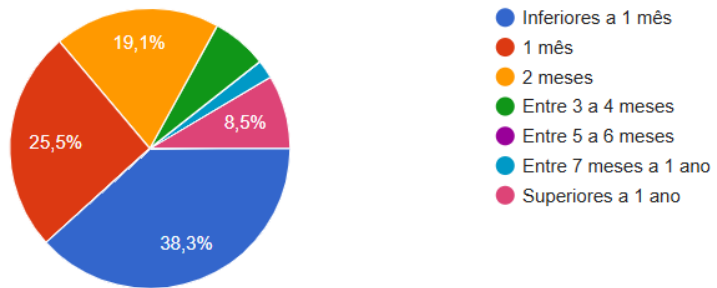
44 respostas



### Duração a da Residências por si geridas foram:

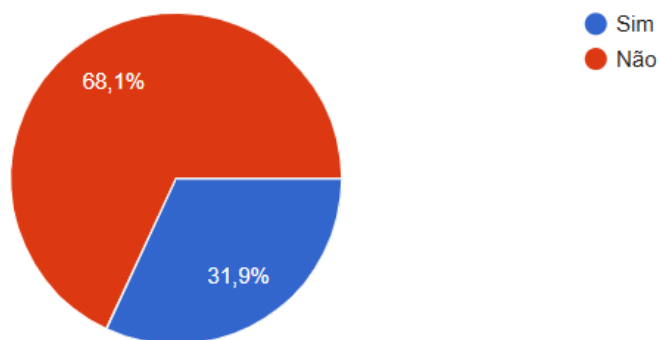
 C

47 respostas



### Os temas das Residências propostos por si?

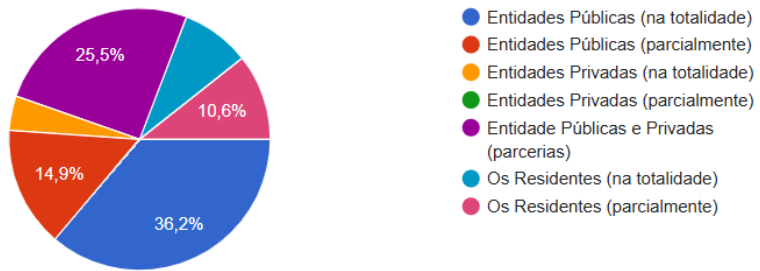
47 respostas



Que entidades, por norma, financiam as Residências que gere:

[Copiar gráfico](#)

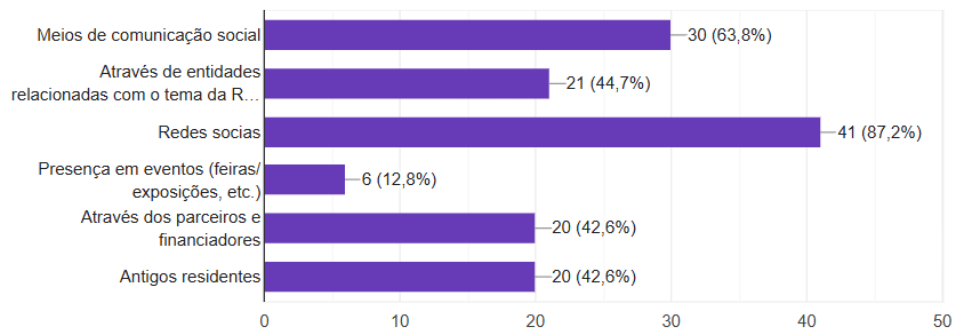
47 respostas



Como promove as Residências?

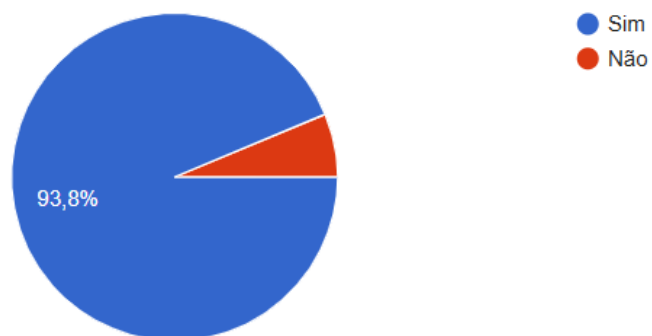
[Copiar gráfico](#)

47 respostas



### Nas Residências que gere existe interação com a comunidade local?

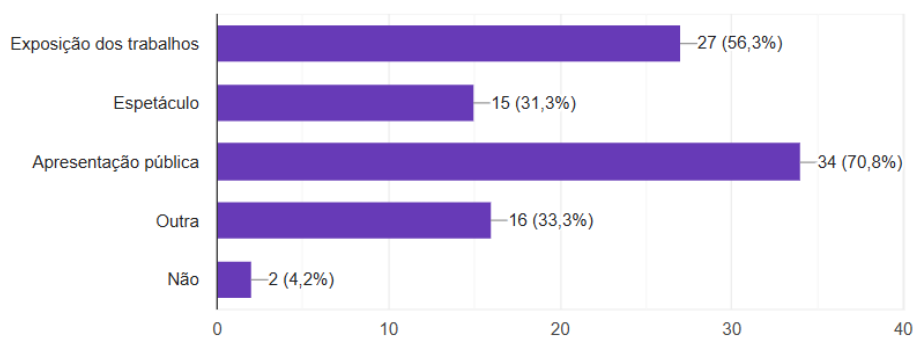
48 respostas



### No final da Residência existe algum evento de apresentação pública do trabalho desenvolvido?

[Copiar grát](#)

48 respostas



**Anexo 7 – Questionário para os residentes e potenciais residentes e representação gráfica das respostas obtidas**

INQUÉRITO A RESIDENTES OU POTENCIAIS RESIDENTES

The image shows a screenshot of a survey form. At the top, there is a navigation bar with 'Perguntas', 'Respostas' (140), and 'Definições'. Below this, a yellow banner states 'Este formulário não aceita respostas.' and 'Gerir'. The main content area is titled 'Projeto de Mestrado' and contains the following text:

No âmbito do Mestrado em Marketing e Comunicação, do Instituto Politécnico de Coimbra, solicito a sua colaboração na resposta ao presente questionário para realização de um projeto de criação de uma Residência Artístico - Científicas (local onde artistas, cientistas, investigadores, outros profissionais, estudantes vivem e trabalham temporariamente um tema específico)

Mais informo que os dados recolhidos são anónimos respeitando a legislação sendo a aluna responsável pelo tratamento dos dados e qualquer questão poderão contactar: Ana Cristina Madeira através do e-mail [acgmadeira@esec.pt](mailto:acgmadeira@esec.pt).

Below the text, there is a question titled 'Idade \*' with six radio button options:

- Até aos 24 anos
- Dos 25 aos 34 anos
- Dos 35 aos 44 anos
- Dos 45 aos 54 anos
- Dos 55 anos aos 64 anos
- A partir dos 65 anos

Género \*

- Feminino
- Masculino

Área de Formação Académica \*

- Arte
- Ciência

Rendimento mensal bruto \*

- 870,00€ - 1000,00€
- 1001,00€ - 2000,00€
- 2001,00€ - 3000,00€
- + de 3000,00€
- Prefere não responder

Local de residência: \*

- Açores
- Centro de Portugal
- Estrangeiro
- Lisboa de Vale do Tejo
- Madeira
- Norte de Portugal
- Sul de Portugal

Já frequentou algum tipo de Residência Artística, Artístico - Científica, Literária? \*

- Sim
- Não

Gostaria de frequentar uma Residência?



Descrição (opcional)

Gostaria de frequentar uma Residência? \*

- Não
- Sim

Sim, gostaria de frequentar uma Residência:



Descrição (opcional)



Qual o género de Residência que gostaria de frequentar? \*

- Artística
- Artística - Científica
- Científica
- Literária
- Outra

Qual a probabilidade de frequentar uma Residência Artístico - Científica localizada, numa zona <sup>\*</sup> rural, no Centro de Portugal?

Pouco provável      1      2      3      4      5      Muito provavelmente

⋮

Em que estação do ano estaria mais disponível para frequentar uma Residência Artístico - Científica, numa zona rural, no Centro de Portugal?

- Primavera
- Verão
- Outono
- Inverno

⋮

Quanto tempo estaria disposto a permanecer na Residência Artístico - Científica, numa zona <sup>\*</sup> rural, no Centro de Portugal?

- inferior a 1 mês
- 1 mês
- 2 meses
- Entre 3 a 4 meses
- Entre 5 a 6 meses
- Entre 7 meses a 1 ano
- Mais de 1 ano

Quanto estaria disposto a dispender para frequentar a Residência Artístico - Científica, numa <sup>\*</sup> zona rural, no Centro de Portugal? (valor médio por dia)

Texto de resposta curta

Após a secção 3 Ir para a secção 5 (Secção sem título)

Secção 4 de 6

Sim, já frequentou uma Residência

Descrição (opcional)

Que tipo de Residência frequentou? <sup>\*</sup>

- Artística
- Artística - Científica
- Científica
- Literária
- Outra

Como teve conhecimento da Residência que frequentou? <sup>\*</sup>

- Procurou informação
- Recebeu informação
- Outra

⋮

A Residência localizava-se: \*

- Açores
- Centro de Portugal
- Estrangeiro
- Lisboa e Vale do Tejo
- Madeira
- Norte de Portugal
- Sul de Portugal

Numa zona: \*

- Industrial
- Rural
- Urbana
- Outra

No edifício onde decorreu a Residência que recursos humanos encontrou? \*

- Administrativo(s)
- Gerente / Curador
- Mentor(es) do tema da Residência
- Outros recursos humanos



O edifício onde decorreu a Residência que espaços tinha? \*

- Alojamento
- Atelier
- Biblioteca
- Cozinha
- Galeria
- Área de Lazer
- Sala de Informática
- Laboratório
- Outro espaço



Duração da Residência que frequentou \*

- inferior a 1 mês
- 1 mês
- 2 meses
- Entre 3 a 4 meses
- Entre 5 a 6 meses
- Entre 7 meses a 1 ano

Durante a Residência existiu interação com a comunidade onde se encontrava localizada? \*

- Sim
- Não

Durante a Residência existiu interação com a comunidade onde se encontrava localizada? \*

- Sim
- Não

⋮

No final da Residência existiu algum tipo de evento sobre o tema / trabalho final? \*

- Exposição dos trabalhos
- Espetáculo
- Apresentação ao público
- Outra
- Não

Regressaria ao local (cidade, vila, aldeia) onde realizou a Residência? \*

- Sim
- Não

⋮

Qual a probabilidade de frequentar uma Residência Artístico - Científica localizada, numa zona rural, no Centro de Portugal? \*

- |                |                       |                       |                       |                       |                       |                     |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
|                | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |                     |
| Pouco provável | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Muito provavelmente |

⋮

Na sua opinião qual é a melhor estação do ano para realizar uma Residência Artística - Científica, numa zona rural, no Centro de Portugal? \*

- Primavera
- Verão
- Outono
- Inverno

⋮

Quanto tempo estaria disposto a permanecer na Residência Artístico - Científica, numa zona rural, no Centro de Portugal? \*

inferior a 1 mês

1 mês

2 meses

Entre 3 a 4 meses

Entre 5 a 6 meses

Entre 7 meses a 1 ano

Mais de 1 ano

Quanto estaria disposto a despende para frequentar a Residência Artístico - Científica, numa zona rural, no Centro de Portugal? (valor médio por dia) \*

Texto de resposta curta

---

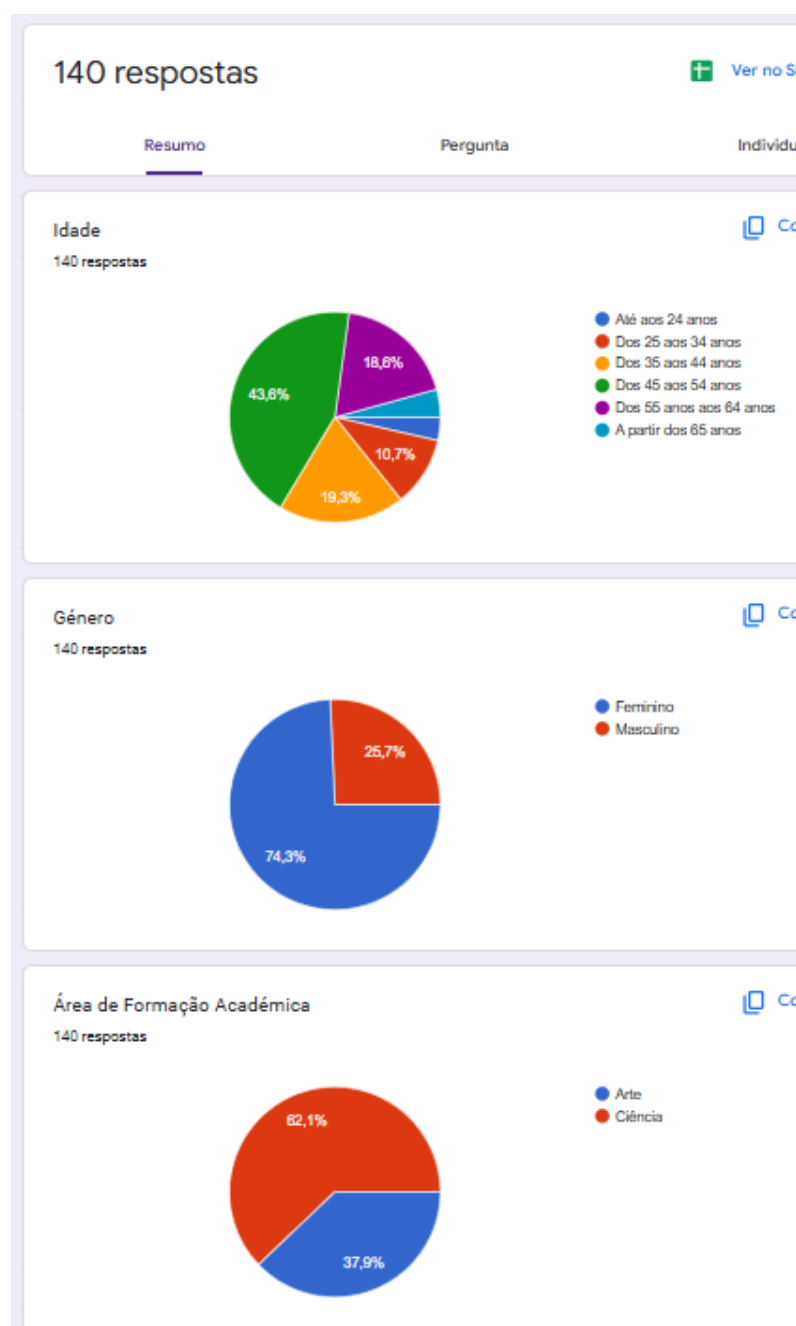
Grata pela sua colaboração!

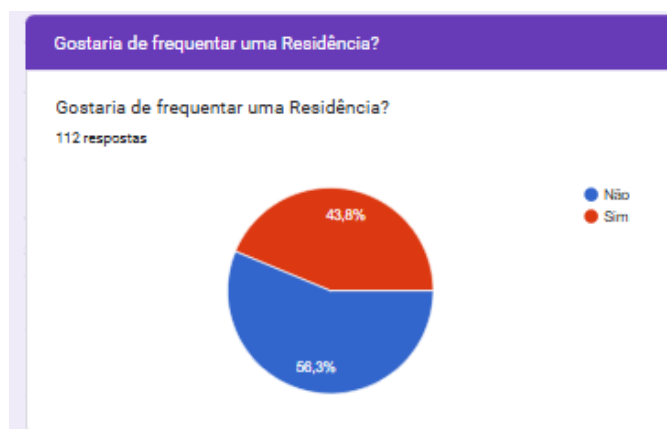
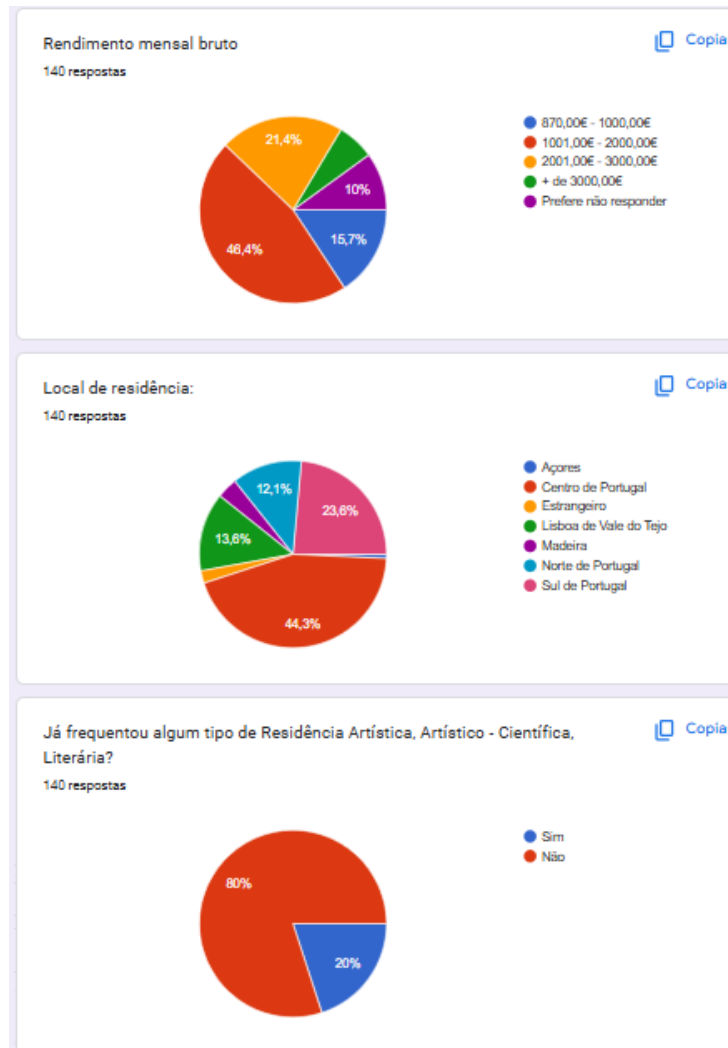
Texto de resposta curta

---

Fonte: Google forms

REPRESENTAÇÃO GRÁFICAS DAS RESPOSTAS OBTIDAS  
INQUÉRITO AOS RESIDENTES OU POTENCIAIS RESIDENTES

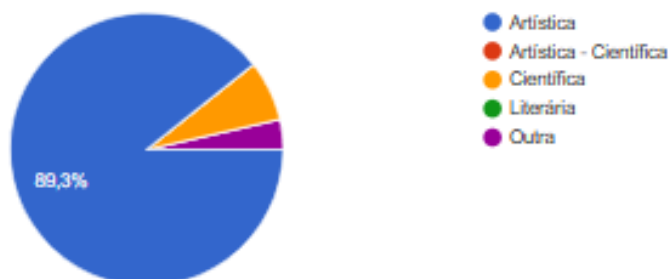




### Sim, já frequentou uma Residência

Que tipo de Residência frequentou?

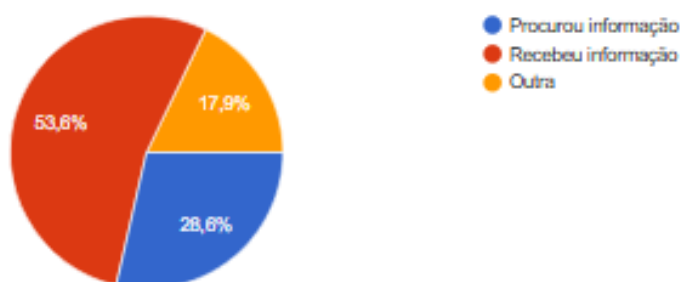
28 respostas



### Secção sem título

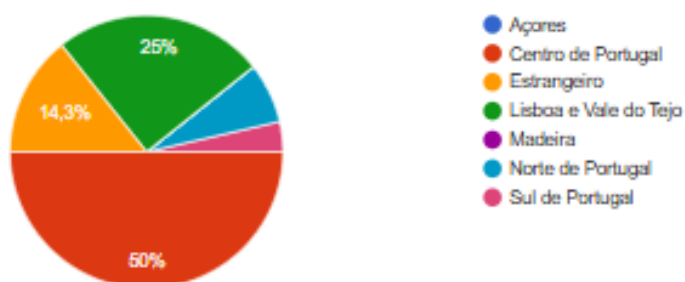
Como teve conhecimento da Residência que frequentou?

28 respostas



A Residência localizava-se:

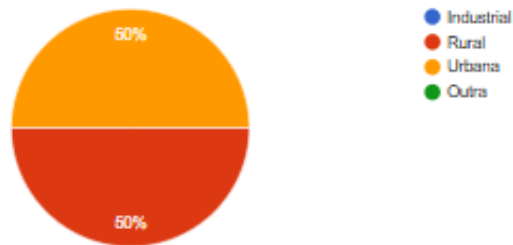
28 respostas



Numa zona:

28 respostas

[Copiar gráfico](#)



No edifício onde decorreu a Residência que recursos humanos encontrou?

28 respostas

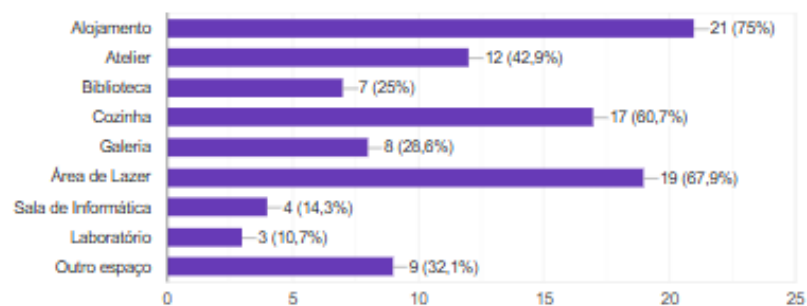
[Copiar gráfico](#)



O edifício onde decorreu a Residência que espaços tinha?

28 respostas

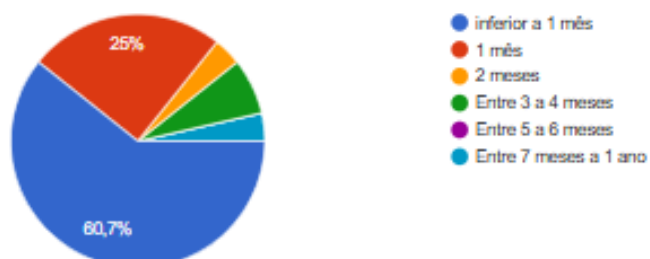
[Copiar gráfico](#)



### Duração da Residência que frequentou

29 respostas

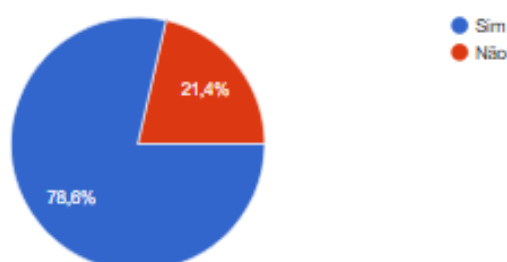
[Copiar gráfico](#)



### Durante a Residência existiu interação com a comunidade onde se encontrava localizada?

29 respostas

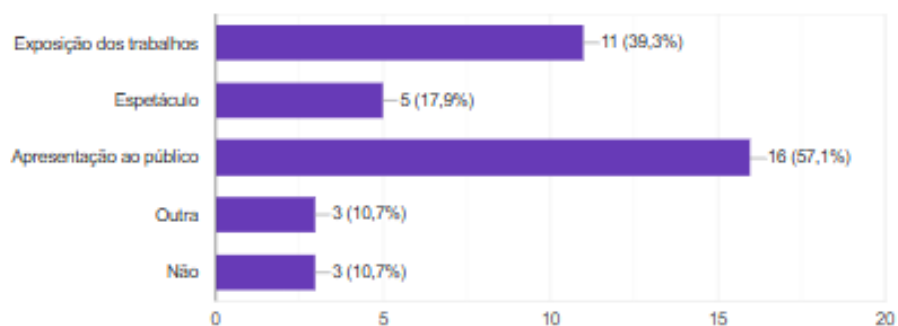
[Copiar gráfico](#)



### No final da Residência existiu algum tipo de evento sobre o tema / trabalho final?

29 respostas

[Copiar gráfico](#)



Regressaria ao local (cidade, vila, aldeia) onde realizou a Residência?

[Copiar gráfico](#)

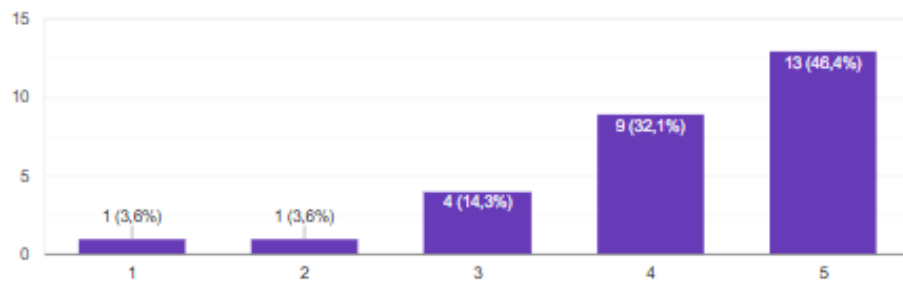
28 respostas



Qual a probabilidade de frequentar uma Residência Artístico - Científica localizada, numa zona rural, no Centro de Portugal?

[Copiar gráfico](#)

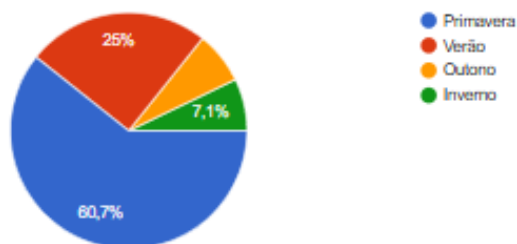
28 respostas

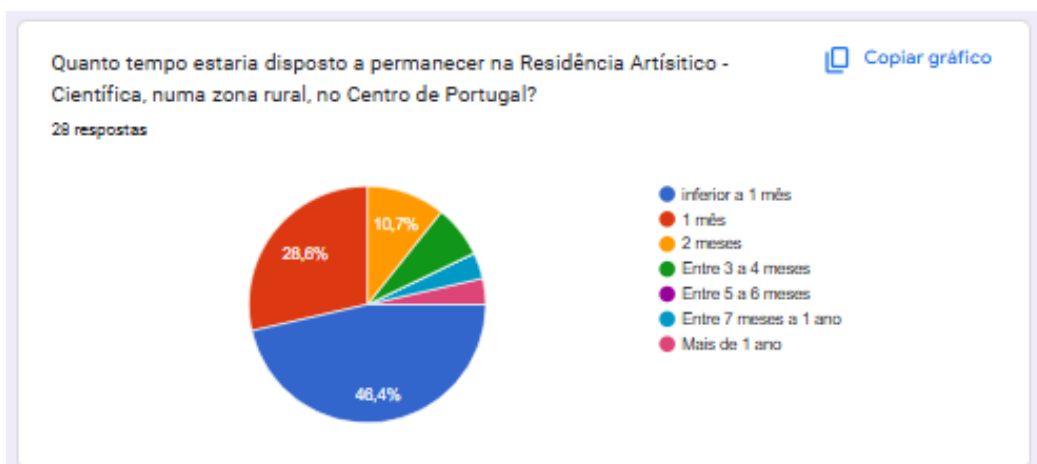


Na sua opinião qual é a melhor estação do ano para realizar uma Residência Artística - Científica, numa zona rural, no Centro de Portugal?

[Copiar gráfico](#)

28 respostas



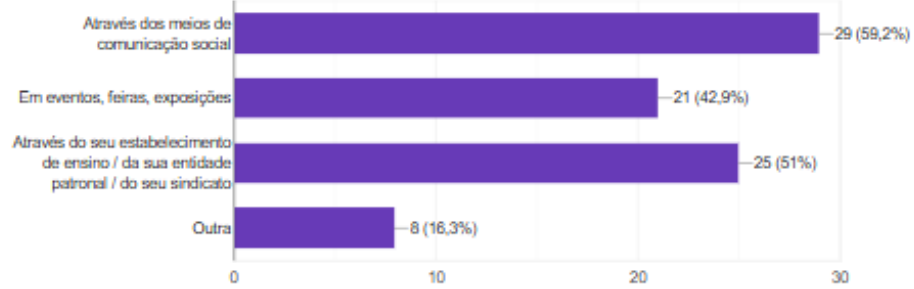


**Sim, gostaria de frequentar uma Residência**

Como gostaria de obter conhecimento sobre a Residência?

[Copiar gráfico](#)

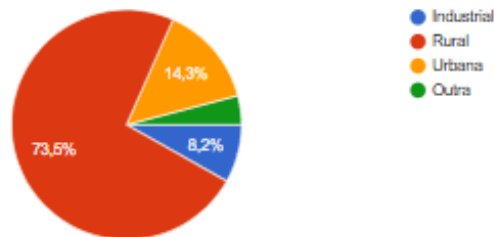
49 respostas



Onde gostaria que se localizasse? Numa zona:

[Copiar gráfico](#)

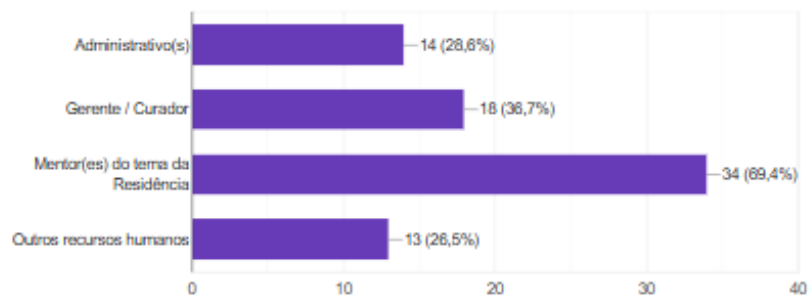
49 respostas



No edifício da Residência que recursos humanos gostaria de encontrar?

[Copiar gráfico](#)

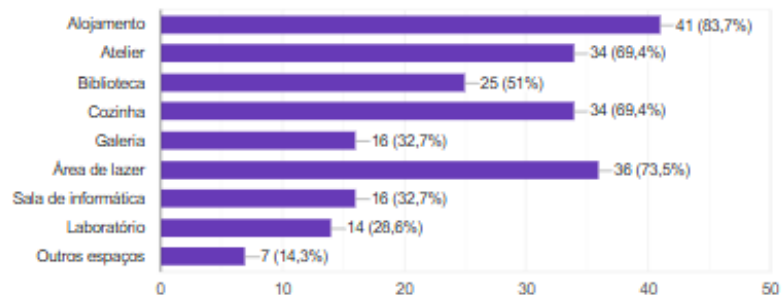
49 respostas



Que espaços gostaria de ter disponíveis na Residência?

[Copiar gráfico](#)

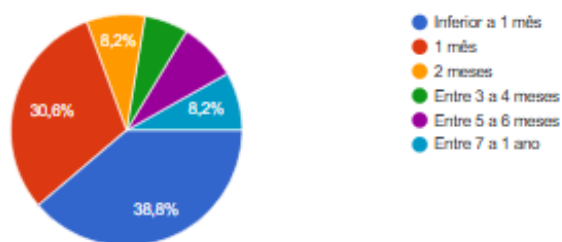
49 respostas



Qual a duração que gostaria que a Residência tivesse?

[Copiar gráfico](#)

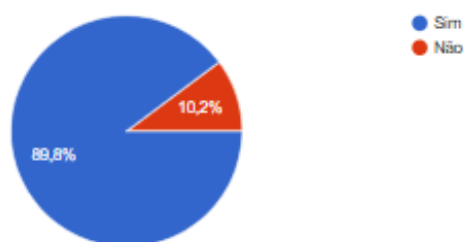
49 respostas



Gostaria que no desenvolvimento da Residência existisse interação com a comunidade local?

[Copiar gráfico](#)

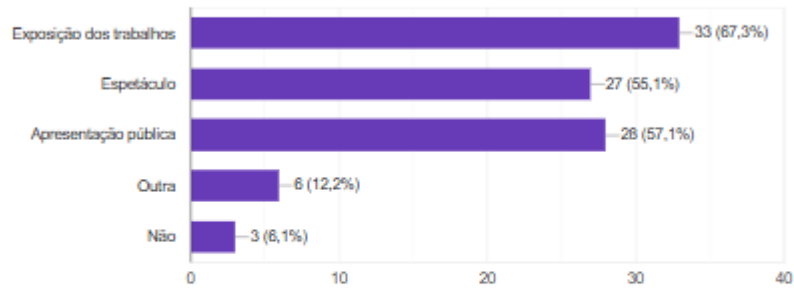
49 respostas



No final da Residência gostaria que existisse algum evento sobre o tema desenvolvido / trabalho realizado na Residência?

[Copiar gráfico](#)

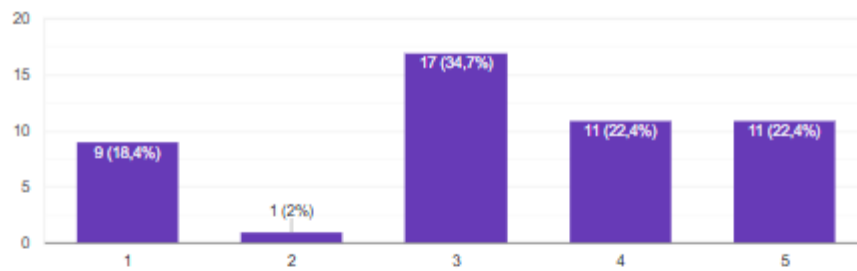
49 respostas



Qual a probabilidade de frequentar uma Residência Artístico - Científica localizada, numa zona rural, no Centro de Portugal?

[Copiar gráfico](#)

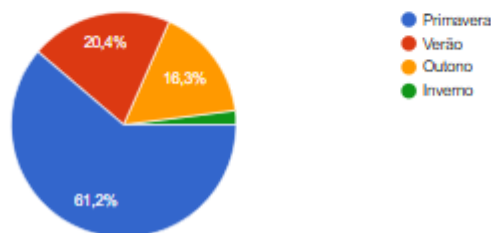
49 respostas



Na sua opinião qual é a melhor estação do ano para realizar uma Residência Artística - Científica, numa zona rural, no Centro de Portugal ?

[Copiar gráfico](#)

49 respostas



Fonte: Google forms

