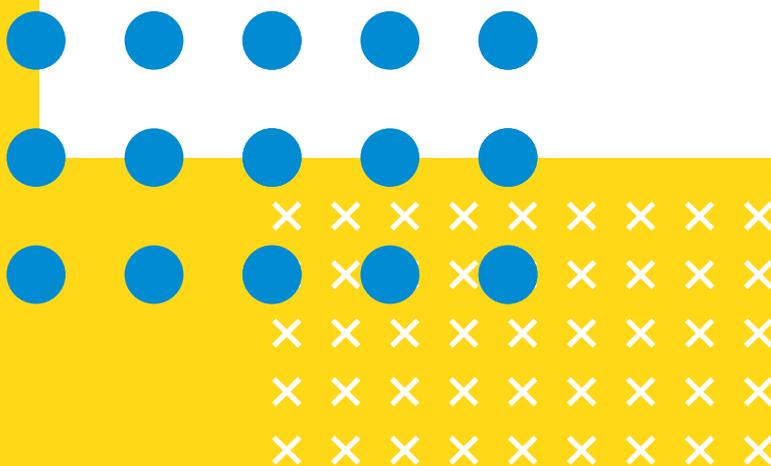




TURISMO CRIATIVO

GUIA PARA PROFISSIONAIS



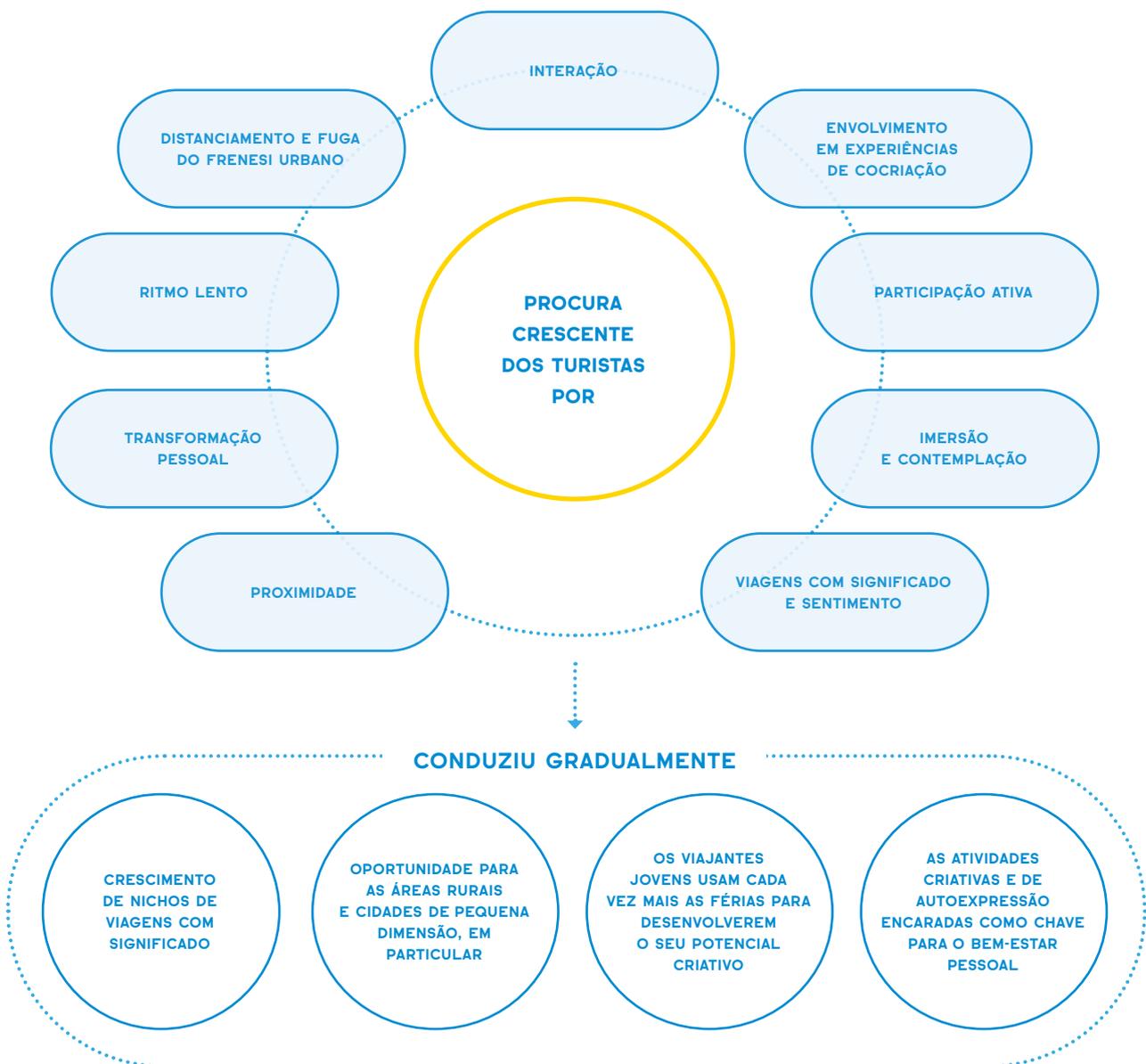
Como regenerar
comunidades e lugares
aliando cultura, turismo
e criatividade?

1 Enquadramento

O turismo criativo é considerado uma forma emergente e complementar de fazer turismo, tanto pelo lado da oferta como pelo lado da procura, que surgiu a partir da evolução do turismo cultural e da reação à sua massificação. Centra-se em atividades culturais e criativas, próprias de um dado destino turístico, que permitem ao visitante participar ativamente desenvolvendo competências e a sua auto-expressão criativa. Estas atividades possibilitam a geração de valor acrescentado – económico, social e cultural – a nível local e regional. O grande potencial do turismo criativo é a sua transversalidade, complementando as diversas tipologias de turismo existentes (turismo cultural, turismo de natureza, turismo de sol e praia, turismo gastronómico, turismo industrial, turismo militar, turismo náutico, etc.). A relação complementar entre espaço e identidade é um elemento essencial para o turismo criativo, particularmente, ao nível da dimensão simbólica da cultura local que as pessoas desenvolvem nas suas relações com o destino.

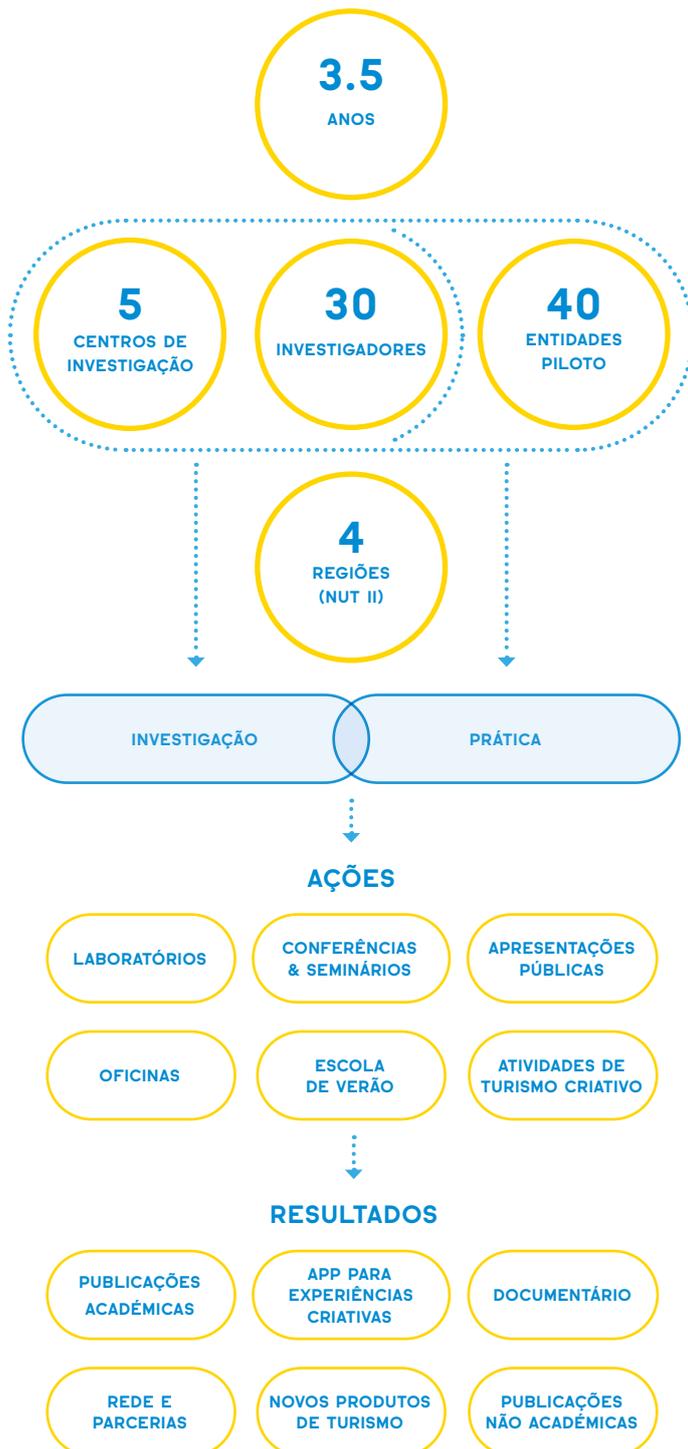
O turismo criativo é um turismo sustentável de pequena escala que oferece uma experiência genuína, combinando uma imersão na cultura local, com processos de aprendizagem e criação, cujas atividades devem contemplar participação ativa, autoexpressão criativa, aprendizagem, ligação ao local e envolvimento da comunidade.

Deste modo, as experiências criativas permitem aos visitantes conhecer, de forma interativa e próxima, o destino e a sua comunidade em termos de história, cultura, tradições e costumes, artes e ofícios, pessoas e histórias para depois usar esse conhecimento como matéria-prima ou inspiração nos processos de criação e autoexpressão.



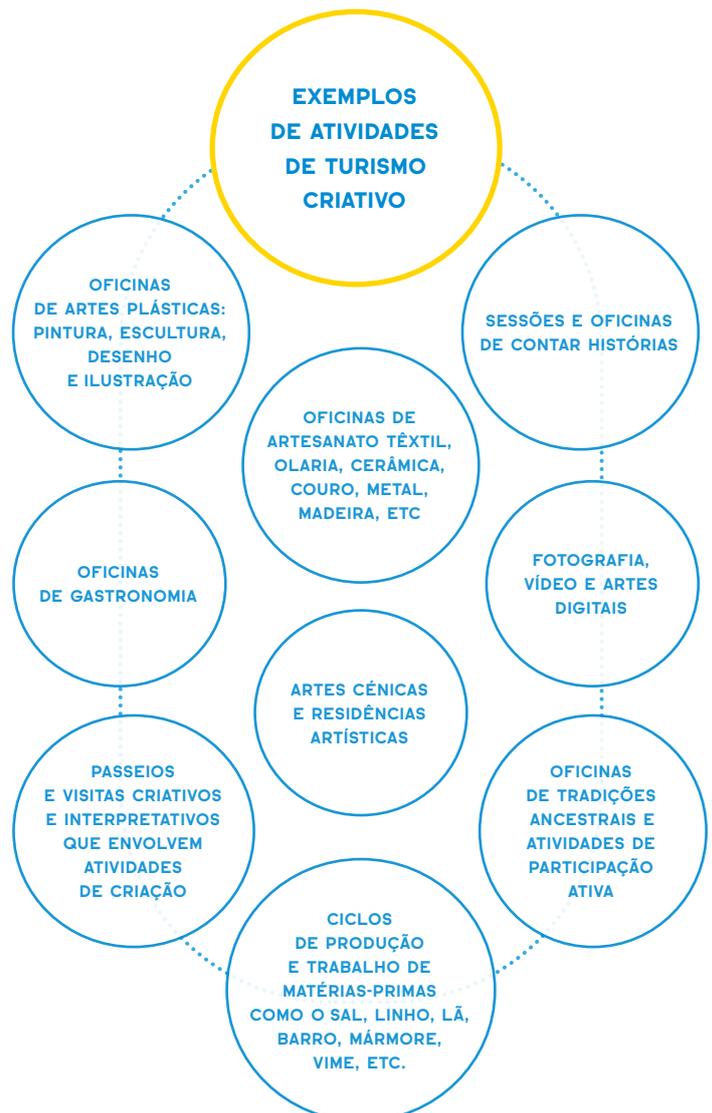
2 O Projeto CREATOUR

O CREATOUR “Desenvolver Destinos de Turismo Criativo em Cidades de Pequena Dimensão e em Áreas Rurais” (2016-2020) foi um projeto de investigação-ação multidisciplinar que visou contribuir para o desenvolvimento de práticas de turismo criativo e sustentável, em cidades de pequena dimensão e áreas rurais, em quatro regiões de Portugal: Norte, Centro, Alentejo e Algarve. Estruturado de acordo com as principais dimensões para aprimorar o setor criativo ao nível da 1) construção de conhecimento e capacidade, 2) apoio ao desenvolvimento de conteúdos e ligação da criatividade ao local e 3) fortalecimento de redes e clusters, o projeto promoveu o desenvolvimento e implementação de iniciativas piloto de turismo de pequena escala e a capacitação das entidades piloto participantes através de práticas de trabalho colaborativo e em rede no sentido de aumentar a atratividade e a sustentabilidade das comunidades rurais e das cidades pequenas em Portugal.



3 Quais os contributos e potencial do turismo criativo?

- Valorização dos setores cultural e criativo e do turismo envolvendo atores de diferentes quadrantes:
 - indústrias culturais e criativas
 - organizações culturais e desenvolvimento local/regional sem fins lucrativos
 - agentes e operadores turísticos
 - entidades públicas
 - instituições de ensino e investigação
- Valorização e revitalização do património cultural tangível e intangível (as histórias únicas, a cultura, o património, o contexto social de um lugar)
- Diversificação e diferenciação da oferta cultural e turística local
- Combate à sazonalidade
- Complementaridade ao turismo regenerativo
- Promoção e estímulo às práticas colaborativas e de cocriação
- Inclusão e envolvimento das comunidades locais
- Combate ao isolamento em áreas remotas ou despovoadas
- Reduzir a dependência de subsídios na área da cultura
- Coopetição = cooperação + competição saudável (há mercado para todos!)



4 8 exemplos de turismo criativo em Portugal

NORTE



GALANDUM GALUNDAINA Associação Cultural

Entre 2002 e 2018, a Galandum Galundaina organizou, em parceria com a AEPGA (Associação de Estudo e Proteção do Gado Asinino) e a PALOMBAR (Associação de Conservação da Natureza e Património Rural), o festival itinerante da cultura mirandesa "L Burro i L Gueiteiro" visando promover a dinamização do território e das comunidades locais, bem como a revitalização e a valorização do património local. Um evento de pequena escala centrado no burro mirandês e na gaita-de-folhas mirandesa - dois elementos centrais da cultura e património local - no qual os participantes caminham pelo planalto mirandês, durante 4-5 dias, parando em algumas aldeias para descansar, pernoitar, conviver e participar em oficinas criativas nas quais podem aprender língua mirandesa, construir e tocar instrumentos musicais e danças tradicionais, ou conhecer e cuidar dos burros. À noite, realizam-se concertos de música que convidam a dançar. Deste modo, o festival proporciona uma experiência imersiva e uma vivência singular de contacto direto com a paisagem rural, as suas gentes e a sua cultura.

www.facebook.com/lburroilgueiteiro

ALENTEJO



VAGAR WALKINGTOURS Empresa de animação turística

A VAGAR tem como objetivo a promoção da cultura patrimonial do Alentejo através de atividades de turismo cultural e de natureza, de caráter educativo, tendo por princípios o tempo, a personalização das atividades e os valores culturais associados ao Alentejo. Neste sentido, desenvolveram o produto de turismo criativo "Play Évora", um kit que combina jogo, desenho e escrita criativa para toda a família visitar e descobrir a cidade de Évora, de forma lúdica e artística, ao seu ritmo. Os participantes desvendam pormenores históricos e artísticos de Évora palmilhando as ruas e espaços, embrenhando-se na paisagem urbana, e interagindo com a comunidade e o comércio local, através de três atividades: um peddy-paper, fotografar ou desenhar arte de rua existente, e descobrir a gastronomia alentejana. Assim, os participantes têm a oportunidade de conhecer a cultura e a história local e a expressarem a sua criatividade por via de uma experiência ativa e enriquecedora levando-os a observar e a questionar o meio que os rodeia de um modo mais profundo.

www.vagarwalkingtours.com



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO JOÃO DA MADEIRA

Desde 2012, a Câmara Municipal de São João da Madeira tem desenvolvido um projeto de Turismo Industrial com o objetivo de conjugar a preservação do património industrial com a promoção das indústrias tradicionais e com as novas indústrias criativas e tecnológicas do concelho. No sentido de complementar a oferta foi criado o projeto Turismo Industrial Criativo que oferece experiências industriais diferentes através de um conjunto de visitas e oficinas realizadas em unidades industriais do concelho organizadas em cinco segmentos - Indústria, Criatividade, Arte/Património, Gastronomia e Ambiente. Estas experiências permitem aos visitantes contactar com o dia-a-dia dos operários fabris e com as rotinas industriais, bem como aprender técnicas relacionadas com a indústria antiga como o fabrico de calçado, chapéus, lápis e de biscoitos numa padaria comercial.

www.turismoindustrial.cm-sjm.pt/turismo-criativo



MARCA-ADL Associação de desenvolvimento local

No concelho de Montemor-o-Novo, a associação de desenvolvimento local MARCA, criou o projeto de turismo criativo "Saídas de Mestre", que consiste num conjunto de oficinas criativas baseadas nos saberes locais que combinam arte, património e ambiente. Estas atividades aliam passeios e visitas com oficinas que permitem ao participante usufruir da prática artística ao mesmo tempo que vivenciam e conhecem o ambiente natural e o património cultural Alentejano. Assim, criaram-se seis oficinas - desenho no campo, cestaria para pássaros, cerâmica e propagação de planta, bonecos de meias, cal e carvão - em parceria com artistas, artesãos e entidades locais. As atividades incluem a visita a diversos locais alusivos ao tema de cada oficina (por exemplo antigos fornos de cal) e podem ser combinadas com um passeio pelo campo para inspiração e recolha de materiais para utilizar na atividade.

www.marca-adl.pt



MosaicLab, 2018

MOSAICOLAB.PT Associação Cultural

O “Mosaico – Conímbriga e Sicó” é um projeto de turismo criativo alicerçado no Património de Mosaico Romano existente no eixo geográfico composto pelas ruínas da cidade romana de Conímbriga, pela Villa Romana do Rabaçal e pelo complexo monumental de Santiago da Guarda, abrangendo os municípios de Condeixa-a-Nova, Penela e Ansião. As atividades culturais e criativas são desenvolvidas nos Museus, Centros Interpretativos e Sítios Arqueológicos que apresentam ruínas romanas com piso de mosaico ainda intacto. Ao participar nas oficinas do Mosaico, as pessoas conhecem o legado romano, aprendem sobre a arte, os materiais, os motivos e as técnicas do mosaico e criam o seu próprio mosaico, relacionando esta forma de arte antiga às contemporâneas por meio de abordagens de reinvenção. Esta iniciativa pretende divulgar e salvaguardar este património enquanto importante manifestação artística e cultural de diferentes momentos da romanização inserida numa paisagem natural e cultural ímpar.

www.mosaicolab.pt


CREATOUR, 2018

TERTÚLIA ALGARVIA Associação privada sem fins lucrativos

A Tertúlia Algarvia pretende dar a conhecer aos turistas a gastronomia portuguesa, sobretudo a algarvia, convidando todos os turistas da região a ter uma experiência diferente daquela que o produto “sol e praia” oferece. O Algarve Cooking Vacations é um programa de férias culinárias de 3-4 dias, no qual os participantes aprendem a fazer diversas receitas tradicionais. Cada aula de cozinha é precedida de uma ou mais atividades complementares que permitem ao visitante conhecer a cultura gastronómica da região, fazendo deste modo a viagem dos locais de produção e de distribuição dos alimentos à mesa. É uma experiência gastronómica completa em que é possível aprender ou saber a origem dos ingredientes e a história dos utensílios, aprender todo o processo de confeção de uma receita e pôr as mãos na massa. Nestas experiências a confeção é feita com criatividade, fazendo uso das sugestões dos participantes, sempre com o apoio do chef, onde a interação entre os participantes e o convívio à mesa são fundamentais.

www.tertulial-algarvia.pt


CREATOUR, 2018

VIC // AVEIRO ARTS HOUSE Empresário Local

Situada no coração da cidade de Aveiro, a antiga residência do artista aveirense Vasco Branco (1919-2014), transformou-se, em 2016, na VIC // Aveiro Arts House, um espaço único que congrega alojamento local, galeria de arte, espaço cultural e residência artística. O ambiente artístico e acolhedor da casa permite aos visitantes e hóspedes mergulhar no mundo e obra do artista, assim como aprender sobre a cidade e a região que foram a sua grande inspiração. Este projeto alia artes, cultura, conservação e divulgação do património artístico de Vasco Branco, e turismo criativo através do programa de oficinas “Ossos do Ofício”. Estas atividades criativas abrangem as áreas artísticas trabalhadas pelo Vasco Branco - cerâmica, fotografia, cinema e escrita - mas, também, as artes plásticas e sonoras apostando numa abordagem contemporânea. Deste modo, os participantes aprendem, experimentam e criam num ambiente singular e inspirador estabelecendo uma relação intimista com o espaço.

www.aveiroartshouse.com


CREATOUR, 2018

CÂMARA MUNICIPAL DE LOULÉ

O projeto Loulé Criativo é uma iniciativa do Município de Loulé, que entende ser o seu dever para com os seus municípios a preservação do património local, a valorização do território e o reforço da identidade local. Neste sentido, oferece um conjunto de oficinas orientadas por artesãos locais, onde os participantes aprendem a fazer artefactos ligados às artes tradicionais louletanas (bater o cobre e criar uma pulseira, entrelaçar a palma e fazer um capachinho, moldar o barro e realizar uma peça...). As oficinas têm lugar em casas recuperadas especificamente para o desenvolvimento destas artes (caldeiraria, empreita e olaria) e onde é sempre possível encontrar os artesãos, de porta aberta. O Loulé Criativo é muito mais que um produto turístico: é a afirmação de uma identidade. Com as oficinas tradicionais, não só são preservados saberes relevantes, como são formados novos mestres e recuperados espaços dedicados às artes e aos ofícios que são, antes do mais, a casa dos artesãos e dos mestres. As oficinas têm uma visão pedagógica, social, cultural e económica, proporcionando assim um turismo de qualidade que permite o desenvolvimento económico do território e apoia pequenos empresários, artesãos e artistas.

www.loulecriativo.pt

5 Como desenvolver um produto de turismo criativo?

FATORES-CHAVE E RECOMENDAÇÕES

1. IDEIA E SINGULARIDADE DO PROJETO

Identifique o que é que o lugar onde pretende implementar o projeto tem de singular. As fontes de inspiração associadas aos produtos de turismo criativo são muito diversas tais como, natureza, artes (plásticas, visuais, digitais, etc.), ofícios tradicionais, tradições e costumes, história e folclore locais ou gastronomia. Com base nisto, defina com rigor o que pretende oferecer. Tenha em atenção a importância das experiências sociais e do ambiente local proporcionados na atividade de turismo criativo. Ao desenhar a atividade assegure que proporciona ao visitante uma imersão cultural local, participação ativa, aprendizagem e criação que permitam estabelecer uma ligação com o lugar, nunca descuidando o envolvimento da comunidade local.

2. CONHECER O TERRITÓRIO

Mapeie os recursos e as atividades turísticas no território circundante ao local onde pretende desenvolver o projeto e compare-as. O que é oferecido aos residentes locais? E aos visitantes? Como são disponibilizadas? Tenha em conta as ofertas culturais e de turismo criativo existentes, bem como o contexto natural envolvente, fatores de bem-estar e os recursos gastronómicos que podem combinar com a sua oferta.

3. PÚBLICOS-ALVO

Pense em quem poderá ter maior interesse, vontade, disponibilidade e capacidade financeira para participar nas suas atividades. Estude o mercado e identifique com precisão os grupos de nicho. Perceber quem é e onde está o seu público-alvo é tão ou mais importante como desenvolver e operacionalizar as atividades de turismo criativo porque sem turistas, sem participantes, não há projeto que se sustente. Tenha em atenção os interesses e paixões das pessoas tais como observação de aves, artes manuais (cerâmica, têxtil, madeira, etc.) ou fotografia. Procure saber onde essas pessoas se encontram e partilham experiências e ideias (locais, eventos, online, etc.), que produtos usam e onde os compram. Depois desenvolva cuidadosamente uma estratégia de comunicação para cada grupo. Realize pesquisas de mercado para descobrir e entrar em contacto com grupos e organizações de nicho (nacionais e internacionais) que possam estar interessados na oferta.

4. DISTÂNCIA E ACESSIBILIDADE

No caso de o destino ser distante, de difícil acessibilidade ou fora dos usuais circuitos de viagem há que ter em conta o tempo e a distância envolvidos na viagem até ao destino para participar nas atividades. O esforço de chegar lá pode ser um fator de desmotivação que deve ser tido em conta no desenho das atividades de modo a manter a capacidade de atração. Por exemplo, um programa de alguns dias que faça valer a pena a deslocação, poderá integrar um serviço de transporte na atividade ou disponibilizar informação sobre como lá chegar.

5. IMERSÃO CULTURAL E CRIATIVIDADE

No contexto rural e de cidades pequenas os visitantes (maioritariamente das grandes cidades) encontram ambientes mais calmos, com um ritmo mais lento onde podem desligar do ritmo da vida urbana e desacelerar, ajustando-se ao ritmo local, ao lugar e às pessoas. Nesse

ambiente, as atividades de turismo criativo permitem ao participante encontrar tempo e espaço para estimular a sua criatividade, reativar as suas sensibilidades estéticas, aprender e desenvolver novas habilidades e competências, e expressar-se de novas maneiras.

A IMPORTÂNCIA DO LUGAR

O lugar é um elemento estruturante em todo o processo de desenvolvimento do turismo criativo como fonte de inspiração, elemento e recurso na conceção e na implementação de produtos turísticos, na criação de significados e memórias que os visitantes e anfitriões retiram das atividades criativas em que participam. É o espaço geográfico de acolhimento e inspiração, cujas características materiais e imateriais se refletem na paisagem envolvente e na identidade local, e onde decorrerão os processos de imersão cultural, aprendizagem e criação.

A ligação afetiva a um lugar pode ser partilhada com os visitantes por meio de atividades de turismo criativo. O papel da imaginação e das histórias é essencial atribuindo à paisagem sentimentos e significados íntimos que podem ser sentidos individual ou coletivamente. Os processos criativos têm a capacidade de articular diversos aspetos de apego ao lugar e estimular a geração de memórias, entre visitantes e locais, por via de processos de partilha que estimulam o diálogo intercultural, o conhecimento e reforço da identidade local associados a sentimentos de pertença e orgulho.

6. LIGAÇÃO AO LUGAR

Uma característica essencial neste processo é a forte ligação entre criatividade e o lugar de destino, proporcionando ao visitante uma experiência de imersão na cultura local e de contacto direto com a comunidade. Desenhe as atividades em comunhão com as características únicas do lugar. Com o que ele tem de especial. No sentido de aumentar a atratividade da experiência criativa e motivar os turistas procure integrar a ligação ao lugar através de quatro dimensões:

- 1 Ligação por via do local e dos materiais** - Ligação ao contexto físico local (paisagem, locais e espaços) e aos recursos locais usados nas atividades, tais como materiais com significado na identidade local. Conheça os recursos endógenos do seu lugar e use-os de forma criativa na atividade. Seja um tipo de têxtil, pedra, madeira, metal, etc., existem inúmeras opções para adicionar significado extra à experiência.
- 2 Ligação através da atividade** - Ligação ao lugar pelos processos de criação que ocorrem, a ação de fazer, de executar, criar. Desenvolva uma atividade que permita aos participantes criar e fazer algo relacionado com o lugar. O poder do fazer facilita a autoexpressão, individual ou em grupo, contribuindo para uma relação mais profunda com o lugar.
- 3 Ligação através do conto de histórias** - Ligação ao lugar através das histórias, narrativas, testemunhos, mitos, contos e da história local e do seu povo. Não há nada como uma boa história! Pesquise histórias, narrativas ou mitos locais e use-os na atividade. Use as memórias e o imaginário para partilhar as identidades locais seja com um toque mais pessoal, realista ou fantasioso.
- 4 Ligação por via da socialização** - Ligação ao lugar através de momentos que permitam aos participantes desacelerar, conviver, conversar, partilhar ideias e reflexões, conhecendo-se melhor e sentindo-se "como sendo dali". É essencial que haja tempo para conhecer o lugar, as suas gentes e os demais participantes. Inclua nas suas atividades momentos em que os participantes possam comer juntos, descansar, fazer e partilhar a experiência, relaxando e conhecendo-se.

Para uma experiência de turismo criativo mais rica e eficaz, deverão ser integrados elementos das quatro dimensões numa lógica de complementaridade, ou seja, a ligação ao lugar através do contexto local, da atividade, das histórias e da socialização.

7. CAPACITAÇÃO E COLABORAÇÃO

É fundamental que haja processos de capacitação e dinâmicas de rede para partilha de conhecimento e potenciais parcerias, sobretudo para iniciativas geograficamente dispersas localizadas em cidades pequenas ou áreas rurais. Estabeleça a sua própria rede de colaboração. Identifique e conheça os agentes locais que possam contribuir e/ou acrescentar valor para o seu projeto. Una-se a outros e formem uma equipa multidisciplinar combinando aptidões e competências. Crie espaços de comunicação informal e trabalho em rede. Partilhe informação: promova a geração e discussão de ideias, a construção de conhecimento e atividades conjuntas, e o diálogo. Mas nunca se esqueça que este processo depende da confiança e compromisso entre pares.

8. COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO

Um dos pontos essenciais que gera maiores preocupações é como atrair turistas, uma questão diretamente ligada à definição do público-alvo e capacidade de alcance e atração do mesmo. A promoção das atividades de turismo criativo deve ser feita através de meios e canais de comunicação que alcancem o(s) público(s)-alvo, com antecedência e de forma sistematizada. O discurso e conteúdos de comunicação devem ser adequados ao público-alvo. Por outro lado, para uma promoção e disseminação adequadas e incisivas há que ter em conta os agentes e operadores turísticos que possam trabalhar com o público-alvo em questão.

9. TESTAGEM E AVALIAÇÃO DO PRODUTO

Teste as suas atividades com amigos, familiares ou conhecidos por forma a detetar falhas ou lacunas para que possam ser corrigidas ou melhorar o produto em si. Pode fazê-lo, também, com turistas em formato gratuito ou com preço reduzido, mas não se esqueça de comunicar antecipadamente que se trata de um teste e peça que avaliem a atividade no final (o que gostaram mais, menos, não gostaram de todo, se acharam barato ou caro, etc.). A criação de um protótipo e respetiva testagem asseguram um processo de desenvolvimento de produto mais consolidado e pronto para o mercado.

10. SUSTENTABILIDADE ECONÓMICA (MAS NÃO SÓ!)

A pequena escala inerente ao conceito de turismo criativo implica que a dimensão de cada atividade seja limitada por natureza, de modo a que haja um equilíbrio: ter visitantes suficientes para a sustentabilidade económica, mas que não sobrecarreguem a comunidade local (em linha com o princípio da capacidade de carga de um destino). Esta limitação de visitantes-participantes poderá implicar num aumento de preço da atividade pelo que deve ser acompanhado por uma análise ao poder de compra do público-alvo. Uma opção poderá ser a combinação de produtos num pacote ou programa de alguns dias em articulação com parceiros locais, prolongando a estadia dos visitantes no destino.

11. GESTÃO DE TEMPO

É essencial definir e gerir o tempo necessário para a projeção, planeamento e implementação das atividades. Este processo deve contemplar o envolvimento participativo das organizações e atores da comunidade local e, por isso, tende a ser mais demorado. O desenvolvimento de redes também exige tempo para conhecer, interagir, aprender e ganhar confiança para que depois se possa agir em conjunto.

12. APRENDA COM AS EXPERIÊNCIAS DOS OUTROS

Não precisa de reinventar a roda! Analise iniciativas internacionais interessantes e adapte boas ideias e boas práticas que se revelem adequadas ao seu lugar. Tenha em atenção, também, a projetos mal-sucedidos e às respetivas lições aprendidas com essas experiências.

6 O turismo criativo pelo mundo



- EUA - VACATION WITH AN ARTIST
WWW.VAWAA.COM
- CANADÁ - SAINT-JEAN-PORT-JOLI VILLAGE CREATIF
[HTTPS://DESTINATIONLISLET.CHAUDIEREAPPALACHES.COM/FR/SAINT-JEAN-PORT-JOLI-VILLAGE-CREATIF/](https://destinationlislet.chaudiereappalaches.com/fr/saint-jean-port-joli-village-creatif/)
- BRASIL - REDE NACIONAL DE EXPERIÊNCIAS E TURISMO CRIATIVO
[HTTPS://WWW.RECRIABRASIL.COM](https://www.recriabrasil.com)
- COLÓMBIA - 5BOGOTA: TRAVEL WITH LOCALS
WWW.5BOGOTA.COM
- AUSTRIA - CREATIVE TOURISM
WWW.KREATIVREISEN.AT
- ESPANHA - IBIZA CREATIVA
WWW.IBIZACREATIVA.COM
- ISLÂNDIA - CREATIVE ICELAND
WWW.CREATIVEICELAND.IS
- TAILÂNDIA - CREATIVE TOURISM TOOLKIT
WWW.PERFECTLINK.CO.TH
- PORTUGAL - CREATOUR.PT
WWW.CREATOUR.PT
- NOVA ZELÂNDIA - CREATIVE TOURISM NEW ZEALAND
WWW.CREATIVETOURISM.CO.NZ
- CREATIVE TOURISM NETWORK
WWW.CREATIVETOURISMNETWORK.ORG

7 Quais os desafios para impulsionar o turismo criativo?

- Efetivar o trabalho colaborativo e cooperativo em rede (troca de experiências, conhecimento, contactos, etc.)
- Capacitar os profissionais da cultura e do turismo para os novos desafios (Formação especializada e competências específicas em comunicação, marketing, novos produtos, etc.)
- Produzir e partilhar conhecimento (mercados, perfis de turista, produtos, etc.)
- Envolver e incluir organizações e atores das comunidades locais
- Promover sinergias intra e inter-regionais
- Fomento de alianças intersetoriais

Este documento foi desenvolvido no âmbito do projeto CREATOUR (nº 16437), financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT/MEC) com fundos nacionais e cofinanciado pelo FEDER através do Programa de Atividades Conjuntas (PAC) do COMPETE 2020, do POR Lisboa e POR Algarve.

CONTACTOS

creatour@ces.uc.pt

CREATOUR

Centro de Estudos Sociais
Colégio de S. Jerónimo,
Apartado 3087
3000-995 Coimbra
Portugal

AUTORES

Tiago Vinagre de Castro
(Coord.)
Nancy Duxbury
Sílvia Silva
Fiona Bakas
Cláudia Carvalho
Lorena Sancho Querol
CES

Rosário Borges
Sara Albino
CIDEHUS

Alexandra Gonçalves
CIEO

Paula Remoaldo
Olga Matos
Lab2PT

Editado por Centro de
Estudos Sociais da
Universidade de Coimbra
Ano: 2020
ISBN: 978-989-8847-29-4

www.creatour.pt

AGRADECIMENTO

Um agradecimento a todos os investigadores e em especial a todos os projetos piloto do CREATOUR cuja participação e contributos possibilitaram esta publicação.

