

Promover o património cultural através do empreendedorismo e da criatividade: o projeto Google Arts & Culture

Sara Pascoal¹

Laura Tallone

Marco Furtado

Sandra Ribeiro

Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Politécnico do Porto

CEI – Centro de Estudos Interculturais, ISCAP

RESUMO

Neste artigo apresentamos e discutimos os resultados de um Project Based Learning (PBL) inter e transdisciplinar que envolve os docentes e alunos das unidades curriculares de Cultura Alemã, Espanhola e Francesa III e da unidade curricular de Tecnologias para a Comunicação Intercultural do Mestrado em Intercultural Studies for Business do ISCAP2, bem como o Museu de Escultura Contemporânea de Santo Tirso (MIEC) e a plataforma Google Arts & Culture. Neste projeto, foi proposta aos alunos a curadoria de uma exposição virtual do MIEC, alojada na plataforma da Google Arts & Culture, com vista a uma reflexão sobre o património cultural e a sua transformação em produtos comercializáveis, tentando promover o património cultural Português. O presente artigo apresentará o projeto, a sua metodologia para discutir os resultados obtidos, por meio de um inquérito realizado junto dos estudantes, refletindo, finalmente, sobre as limitações e futuras aplicações deste projeto

Palavras-chave: Project Based Learning, Herança patrimonial, Empreendedorismo, Criatividade, Tecnologia, Exposições virtuais, Plataforma Google Arts & Culture.

ABSTRACT

This article intends to present and discuss the results of an inter and transdisciplinary Project Based Learning (PBL) involving the teachers and students of the Curricular Units of German, Spanish and French Culture III and of the Curricular Unit of Technologies for the Intercultural Communication integrated in the Masters in Intercultural Studies for Business (MISB) of ISCAP, as well as the Santo Tirso International Museum of Contemporary Sculpture (MIEC) and the Google Arts & Culture platform. In this project, students were challenged to become the curators of a virtual exhibition to MIEC collection to be hosted on the platform of Google Arts & Culture. Reflecting on how cultural heritage can become a marketable product, promoting Portuguese cultural heritage. This article will present the project, its methodology and discuss the results obtained, through a survey study of student's opinions, assessing the limitations and future applications of this project.

Keywords: Project Based Learning, Cultural heritage, Entrepreneurship, Creativity, Technology, Virtual Exhibitions, Google Arts & Culture Platform.

1. Introdução

O Mestrado em Intercultural Studies for Business (MISB), lecionado no Instituto Superior de Contabilidade e Administração do IPP, funciona desde 2016/2017, tendo sido aprovado incondicionalmente pela A3ES por um período de 6 anos letivos. Foi desenhado para não só responder às necessidades de formação patenteadas pelo mercado, mas igualmente para se adequar à missão da escola, a formação especializada em ciências empresariais. O MISB propõe uma formação focalizada no mundo empresarial, desenvolvendo competências empreendedoras no âmbito da cultura e capacidades práticas, analíticas e críticas para a comunicação intercultural. O MISB propõe uma abordagem inovadora às Humanidades, com base numa proposta interdisciplinar e na aplicação das novas tecnologias, dando a

¹ Endereço de contacto: spascoal@iscap.ipp.pt

conhecer as potencialidades das linguagens de comunicação multimodal para as negociações no mercado global. Os nossos objetivos visam a rentabilização de metodologias de análise de contexto e de medição de variáveis culturais em ambiente empresarial, potenciando iniciativas para o entendimento entre culturas, em sintonia com os novos trajetos da economia mundial.

Nas estratégias de ensino do MISB, os estudos interculturais vão mais além da mera troca de informações entre estados-nação ou das implicações negativas das diferenças entre grupos, para se focalizarem na troca recíproca de conhecimento entre culturas, com as suas semelhanças e diferenças, em contexto de negócios, no panorama global contemporâneo. A cultura é encarada como *commodity* lucrativa, como mais-valia para qualquer empresa com ambições de expansão, enquanto ferramenta e objeto de negócios e de crescimento económico.

No segundo ano, durante o primeiro semestre, os alunos participaram de um projeto inter, transdisciplinar e colaborativo, que envolveu todos os alunos e quatro unidades curriculares - Cultura Francesa, Alemã e Espanhola para Negócios III e Tecnologias de Comunicação Intercultural. Os alunos e professores do MISB participaram do projeto de curadoria de uma exposição virtual hospedada na plataforma Google Arts & Culture. Através da metodologia *project based learning* (PBL) que visa refletir sobre o património cultural e a transformação de bens culturais em produtos comercializáveis, esta exposição tentará também promover o património cultural Português.

Nos anos letivos de 2017/2018 e 2018/2019, o Centro de Estudos Interculturais e o Mestrado em Intercultural Studies for Business contaram com a colaboração do Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso. O projeto de investigação realizado por alunos e professores propôs uma visita virtual através do acervo excepcional deste Museu.

Este artigo descreverá as questões pedagógicas interdisciplinares subjacentes a este projeto, refletindo sobre seu design, metodologia, gestão e resultados, com foco em (1) desenho e gestão de um projeto interdisciplinar na área das indústrias culturais; (2) definição de objetivos, critérios e metodologias (3) utilização da plataforma Google Arts & Culture na promoção do património cultural português (4) Informação sobre a coleção do Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso; (5) Reflexão e resultados pedagógicos.

2. Um projeto interdisciplinar: conceber uma exposição virtual na plataforma Google Arts & Culture

Durante o primeiro semestre dos anos letivos de 2017-18 e 2018-19, os alunos do segundo ano do Mestrado em Estudos Interculturais para Negócios (11 e 17 alunos respetivamente) desenvolveram um projeto de criação de uma exposição virtual dedicada ao Museu de Escultura Contemporânea de Santo Tirso - MIEC³, que conta com uma coleção de 54 peças de arte pública implantadas em diversos locais da cidade de Santo Tirso. Esta exposição está alojada na plataforma Google Arts & Culture, no âmbito de um protocolo assinado entre esta instituição e o ISCAP em 2017⁴.

O projeto teve início com uma visita de campo realizada no mês de outubro de 2017, na qual os alunos do 2º ano do MISB, acompanhados pelos quatro docentes envolvidos, visitaram a sede do MIEC e percorreram a cidade para a observação *in situ* do espólio artístico desse museu ao ar livre. A visita foi também utilizada para a recolha de material gráfico (catálogos, fotografias, vídeos e documentação inédita cedida pelo MIEC), visualização de conteúdos institucionais e captação de imagens complementares (fotografia e vídeo). A seguir, cada aluno escolheu uma escultura, sobre a qual iria recair uma pesquisa pormenorizada, nomeadamente em relação ao autor da obra, processo de construção, leituras críticas e interpretações possíveis. Esta visita, nos mesmos moldes, foi repetida em outubro de 2018 com um segundo grupo de alunos.

O material recolhido e/ou produzido pelos alunos deu como resultado apresentações individuais dos alunos, que continham textos (em inglês, língua de lecionação do curso) e imagens, sintetizados e organizados de acordo com um

³ <http://miec.cm-stirso.pt/apresentacao/>

⁴ A exposição encontra-se na página do ISCAP na plataforma Google Arts & Culture (<https://artsandculture.google.com/partner/iscap-porto-accounting-and-business-school>) e também na página dedicada às Maravilhas de Portugal (<https://artsandculture.google.com/project/wonders-of-portugal?hl=pt-PT>)

esquema definido previamente para todas as unidades curriculares. Em paralelo, os alunos criaram vídeos de 30 segundos utilizando metodologias de *storytelling*, inspirados nas esculturas selecionadas.

A fim de auxiliar na realização destas tarefas, foram implementados, em paralelo às aulas, três workshops de 3 horas cada, dedicados à escrita criativa, edição de imagem (*Photoshop*) e edição de vídeo (*Adobe Premiere*), para além de outras atividades relacionadas no âmbito do curso, nomeadamente um módulo de 6 horas em empreendedorismo em indústrias criativas. Para além disso, o projeto exigiu que os alunos pusessem em prática as competências adquiridas e desenvolvidas nas diversas unidades curriculares do curso, nomeadamente Cultura e Desenvolvimento, Empreendedorismo em Cultura e Metodologias de Investigação.

Os docentes envolvidos no projeto delinearam, à partida, objetivos específicos que passam por:

- implementar metodologias de *project-based learning*.
- encorajar a reflexão sobre o património cultural e a transformação de bens culturais em produtos com potencial para promover o desenvolvimento económico e social.
- desenvolver competências interculturais através da realização de um projeto colaborativo.
- incorporar competências de pesquisa autónoma, pensamento crítico e empreendedorismo criativo.
- utilizar ferramentas digitais para a promoção do património cultural português.
- construir uma exposição virtual para a plataforma Google Arts & Culture, através de uma curadoria conjunta.

2.1. A plataforma Google ArtsCulture

O Google Cultural Institute foi criado em 2011, na sequência do lançamento da plataforma Google Arts & Culture, anteriormente Google Art Project. O Google Cultural Institute tem como objetivo tornar acessível o património cultural e tornar digitalmente acessível a disponível para todos a herança cultural mundial.

O Google Arts & Culture trata-se de um *website* mantido pela Google, em colaboração com museus espalhados por diversos países. Utilizando tecnologia do Street View, a plataforma oferece visitas virtuais gratuitas a algumas das maiores galerias de arte do mundo. Ao "transitar" pelas galerias, é possível também visualizar imagens em alta resolução de obras selecionadas de cada museu.

O serviço entrou em funcionamento a 1 de fevereiro de 2011, contando na altura apenas com a parceria de 17 museus, os acervos da Alte National Galerie e Gemäldegalerie (Berlim), da Freer Gallery of Art (Washington), da The Frick Collection, do The Metropolitan Museum of Art e do MoMA (Nova York), da Uffizi (Florença), da National Gallery e da Tate Britain (Londres), do Museu Reina Sofia e do Museu Thyssen (Madrid), do Palácio de Versalhes (França), do Museu Kampa (Praga), do Museu Van Gogh e do Rijksmuseum (Amsterdão), do Museu Estatal Hermitage (São Petersburgo) e da Galeria Estatal Tretyakov (Moscou).

De acordo com a Google, a sua aproximação junto às instituições não seguiu qualquer direção curatorial e cada museu pôde escolher o número de galerias, obras de arte e informações que pretendiam disponibilizar. Por questões de direitos autorais, algumas das obras capturadas com o *Street View* não puderam ser utilizadas.

A 3 de abril de 2012, foi lançada a segunda fase do projeto, patenteando desde logo um aumento exponencial do número de acervos digitalizados, que passou de 17 para 151.

Para Portugal, a plataforma tem uma página especial chamada "Maravilhas de Portugal", onde explora não só a arte e os Museus mas também as magníficas paisagens declaradas património mundial pela UNESCO, como por exemplo o Douro vinhateiro ou o Passeio das Virtudes no centro histórico da cidade do Porto.

Logo após o ISCAP ter assinado protocolo com a Google, o estado português anunciou, em dezembro de 2017, que tinha também assinado parceria com a Google. Numa primeira fase serão disponibilizados *online* os acervos de sete museus nacionais - museus de Arqueologia, Arte Antiga, Arte Contemporânea-Museu do Chiado, Traje, Teatro e Dança, Azulejo e Coches - que passam a estar integrados num "fascinante roteiro cultural, que engloba mais de mil museus e monumentos". Até ao final de 2018, o estado português espera que a plataforma venha a incluir todos os palácios, museus e monumentos nacionais.

Ao assinar um protocolo com a Google Arts & Culture, o Mestrado em Intercultural Studies for Business pretendia simultaneamente dotar os seus alunos com competências na área do empreendedorismo cultural, fomentando uma educação para a promoção da criatividade e do gosto estético, ao mesmo tempo que se contribui para a divulgação

do património histórico, cultural e artístico portugueses. Nesse sentido, escolhemos como parceiro para esta iniciativa o Museu de Escultura Contemporânea de Santo Tirso.

2.2. O MIEC- Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso

A história do Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso (MIEC) remonta a 1990, ano em que o escultor local Alberto Carneiro (1937-2017) propôs a realização de uma série de Simpósios, realizados entre os anos de 1991 e 2015 e relacionados com a arte contemporânea em geral e a escultura pública em particular. O edifício do Museu foi inaugurado em maio de 2016, e consiste numa impressionante combinação de construção antiga e moderna, projetada e reformada pelos arquitetos portugueses Eduardo Souto de Moura e Álvaro Siza Vieira. O MIEC conta com uma fabulosa coleção de 54 esculturas pertencentes a artistas de todo o mundo, da China à Argentina; as obras de arte estão distribuídas por toda a cidade de Santo Tirso, transformando toda a cidade num autêntico museu ao ar livre.

Além dos seus inegáveis méritos artísticos, várias características do MIEC tornam este museu o parceiro ideal para o primeiro projeto do Google Arts & Culture a ser desenvolvido pelos alunos e professores do MISB, sendo a principal destas características a natureza intercultural do próprio museu. Numa área de cerca de 20 km², estão representados artistas de mais de vinte nacionalidades diferentes de quatro continentes, trazendo para Santo Tirso uma grande variedade de discursos e fornecendo "amostras" das mais importantes tendências e escolas de arte contemporânea. Essa diversidade permitiu que os alunos selecionassem um corpus diretamente relacionado com o país ou a região em estudo e se concentrassem na relação entre bens culturais e o desenvolvimento económico e social de uma determinada região.

As relações interculturais estabelecidas pela coleção do MIEC não se limitam, no entanto, às nacionalidades e discursos artísticos dos escultores. Sendo todas as obras de arte específicas do local onde estão implantadas, desenvolvem um diálogo contínuo com o meio envolvente, tomando e dando forma a partir da e para a paisagem, nomeadamente através do uso de materiais locais (um dos requisitos definidos pelos curadores), como pedra e azulejos. As obras de arte são, assim, verdadeiros "habitantes" da cidade, passando por um processo simbólico de adaptação que permitiu uma crescente interação com a população.

A localização geográfica de Santo Tirso foi também um fator relevante, devido não apenas à sua proximidade do Porto (o centro urbano mais importante do norte de Portugal e a segunda maior cidade do país) e, portanto, ao ISCAP, mas também à sua posição. Santo Tirso situa-se numa zona de transição do Porto para a cidade de Braga e para o norte da região do Minho e da Galiza, todas elas ligadas através da autoestrada A3. Consequentemente, o MIEC pode dar visibilidade adicional a Santo Tirso, transformando a cidade de um "lugar de passagem" para um local a visitar.

O público-alvo específico do Google Arts & Culture certamente se sentirá incentivado a conhecer mais e ter experiência em primeira mão das obras de arte exibidas. O facto de Santo Tirso não ser ainda uma atração turística, por si só, permite avaliar o impacto do projeto em termos de crescimento do número de visitantes e de visibilidade do MIEC, uma vez que este projeto é ainda relativamente novo no país e no panorama artístico contemporâneo, cujo potencial ainda está por desenvolver.

A fim de desenvolver plenamente esse potencial, o MIEC já realizou um número considerável de eventos culturais desde o dia da sua abertura. Ao contrário de vários exemplos encontrados em Portugal, nos quais o investimento inicial em infraestruturas não é seguido por um programa consistente de atividades, o MIEC conseguiu apresentar uma série de iniciativas, como exposições temporárias, programas educativos, palestras, performances, etc. cuja qualidade do que mostra o compromisso de transformar a cidade numa referência cultural de âmbito mais do que local. Este facto explica em parte o entusiasmo caloroso com o qual o MIEC acolheu e abraçou o projeto Google Arts & Culture, um aspeto muito relevante no que diz respeito ao MISB e aos seus alunos, já que o apoio institucional fornecido pelo MIEC incluiu acesso irrestrito ao material documental do museu.

Como outra característica importante, deve-se salientar que o MIEC oferece condições adequadas para o que ficou conhecido como "experiência turística", que, seguindo a definição fornecida por Pine e Gilmore (1999, p.12), inclui um "*set of activities in which individuals engage on personal terms*". Na verdade, a visita dos alunos da MISB em outubro de 2017 e novembro de 2018 provou que tanto o museu quanto o entorno foram capazes de atender a uma grande

variedade de interesses e expectativas - desde o contacto direto e profundo conhecimento da arte contemporânea até um passeio casual pela cidade, ruas e parques de Santo Tirso.

Sendo este um projeto em curso, prevemos dar-lhe continuidade nos próximos anos letivos, envolvendo novos alunos do MISB, contribuindo com conteúdo adicional e diferentes pontos de vista.

2.3. Exposições virtuais

O desenvolvimento tecnológico e a vulgarização de smartphones e tablets contribuíram para o aumento de exposições virtuais, possibilitando superar as limitações das exposições físicas e aumentando a interatividade dos usuários, sendo uma solução bastante eficaz do ponto de vista económico. Foo (2008) fornece a seguinte definição de exposição virtual:

A virtual exhibition (VE) is a Web-based hypermedia collection of captured or rendered multidimensional information objects, possibly stored in distributed networks, designed around a specific theme, topic concept or idea, and harnessed with state-of-art technology and architecture to deliver a user-centered and engaging experience of discovery, learning, contributing and being entertained through its nature of its dynamic product and service offerings. (Foo, 2008, p.23)

Se no passado as exposições virtuais foram criticadas pela falta de “experiência real”, hoje em dia, o desenvolvimento tecnológico permite soluções de imersão e interatividade que não devem ser descuradas. As potencialidades da virtualização de património e de tesouros nacionais e internacionais tem vindo a ser destacadas (Lester, 2006), uma vez que as coleções dos museus e de arquivos passam a não estar limitadas por fronteiras temporais, espaciais ou pela distância. Qualquer um, a qualquer hora pode aceder aos conteúdos aí expostos, tornando valiosos os artefactos colocados à fruição de um público cada vez mais alargado.

As exposições virtuais têm efetivamente a vantagem de disponibilizar acesso gratuito a coleções de outra forma desconhecidas ou de difícil acesso. Diversos Museus e instituições têm, por conseguinte, vindo a criar acervos digitais e visitas virtuais aos seus acervos, combinando essas visitas com estratégias educacionais, de forma a promover a instituição. Estas estratégias servem muitas vezes o propósito de incentivar a visita física ou pelo contrário, após a visita física, recuperar a memória e saber mais sobre as coleções visitadas fisicamente, através do acesso a informações digitalizadas. De facto, a missão dos Museus mudou muito ao longo dos últimos anos. Se antigamente a missão primordial dos Museus era a de zelar e guardar obras de arte preciosas, património ou herança cultural, conservando os seus acervos, hoje em dia essa missão passa também pela formação do público.

Para tal, as instituições têm de apostar no fortalecimento da sua imagem e da sua marca, através de campanhas de promoção e marketing, que passa necessariamente por meios mais tradicionais como publicações, palestras e simpósios, mas também pela organização estratégica, adequadamente planeada e executada, de exposições virtuais. Uma tal abordagem pode inclusive contribuir para realçar relevância institucional e o valor social da instituição, criando um forte perfil público. Por seu turno, o aumento da visibilidade e notoriedade da instituição podem ser usados para ajudar a garantir financiamento adequado e outros recursos que possibilitem a sustentabilidade e crescimento da instituição no futuro.

Na verdade, se a importância das exposições virtuais era até há alguns anos contestada ou pelo menos desvalorizada, hoje em dia, pelo seu carácter multimodal, o seu papel tem cada vez mais sido destacado, tal como explica Foo:

While VEs have been critiqued in the past for its inability to provide the experience of the “real thing”, VEs can allow users to understand, discover, learn and do far more than physical exhibitions. By adopting a carefully researched user-centered design, VEs through hyper-linking supports both linear and non-linear discovery and learning pathways, creating learning opportunities that are difficult to replicate in physical exhibitions. The ability to engage in multiple forms of media (text, image, audio, sound, video, augmented reality and virtual reality components) on one page, having the ability to reverse, revisit, translate and read text tailored for different user groups, proficiencies and requirements, immersion in well-crafted theme games, etc., collective helps to establish a deeper sense of understanding, awareness, and learning of contents than physical exhibits. VEs are therefore no longer viewed as passing fads but an important logical companion and extension to physical exhibitions. (FOO, 2008, p.3)

3. A criação da exposição virtual

Não obstante as várias vantagens da virtualização de acervos e de coleções patrimoniais, tal como já outros autores alertaram, a criação de uma exposição virtual apresenta também algumas dificuldades, nomeadamente pela enorme quantidade de *stakeholders* envolvidos no processo. Patel et al. (2005) apontam seis grupos de *stakeholders* que desempenham diferentes papéis: em primeiro lugar o curador (o detentor da informação e o principal responsável pela seleção de artefactos); em segundo lugar o fotógrafo, responsável pela digitalização das imagens que serão armazenadas no repositório digital; o catalogador, responsável pela gestão de dados, que cataloga e agrupa os diferentes objetos; o modelador, responsável pela criação e descrição das interpretações do objeto e as suas atualizações; o curador da exposição, responsável pela exposição e, finalmente, os usuários finais, o público que usufrui da exposição.

Dada a complexidade e heterogeneidade dos agentes envolvidos, as exposições virtuais devem ser planeadas com rigor e executadas com a máxima estratégia, para que cumpram os objetivos propostos. Desta forma, podemos apontar, com base em Dumitrescu et. al. (2014, p.102) um conjunto de características que parecem claramente contribuir para potenciar a qualidade das exposições virtuais:

- **localização**, o que significa colocar o usuário / visitante no contexto e familiarizá-lo com os elementos culturais apresentados;
- **relevância**, a fim de atrair visitantes;
- **interação**, ou seja, dar aos usuários a possibilidade de interagir com a plataforma, por exemplo, para ampliar ou reduzir uma imagem ou para selecionar algo, a fim de obter uma descrição detalhada;
- **capacidade de manutenção**, ou seja, a possibilidade de atualizar a exposição sempre que novos elementos apareçam e devam ser adicionados à galeria ou quando os criadores querem enriquecer as descrições ou corrigi-las;
- **acessibilidade**, ou seja, atingir audiências que uma exposição física nunca conseguiria

A organização e execução da exposição virtual do acervo do Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso, na plataforma Google Arts & Culture requereu uma metodologia rigorosa que passou por diferentes etapas: (1) conhecimento e observação dos bens culturais e do território; (2) pesquisa bibliográfica e recolhimento de materiais (textos, imagens, objetos, guias, obras musicais, audiovisuais, etc.); (3) primeira leitura de todos os textos e desenho de critérios (escolha de imagens e desenho da narrativa da exposição virtual); (4) seleção de imagens e construção de uma narrativa multimodal; (5) mapa de exposições virtuais; (6) criação de conectores textuais que constituem o roteiro; (7) revisão e teste para verificar a validade da exposição; (8) revisão final dos textos e documentos multimodais que formam a base da exposição virtual.

4. Questões pedagógicas: resultados e limitações

Como defende Maurizio Forte, professor de Estudos Clássicos, Arte e Estudos Visuais na Universidade de Duke, *“the importance of virtual reality systems in the applications of cultural heritage should be oriented towards the capacity to change ways and approaches to learning”*. No âmbito do Mestrado em Intercultural Studies for Business, a realização de uma metodologia de *project based learning* envolvendo a curadoria de uma exposição virtual do acervo do MIEC, na plataforma Google Arts & Culture cumpre os seguintes objetivos: (1) envolver os membros – alunos e professores do MISB - do grupo numa investigação aprofundada e colaborativa; (2) fornecer uma oportunidade para explorar múltiplas perspetivas de um tema; (3) informar sobre o propósito e as orientações gerais do Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso e seu acervo; e finalmente (4) cooperar com outras pessoas para fomentar a comunicação e partilha de informação e experiências (por exemplo, professores, profissionais do Museu, artistas, etc. (Dumitrescu et al. 2014, p.103).

Ao decidirmos promover uma metodologia *project-based learning* tentámos, de facto, corresponder a um dos objetivos gerais do Mestrado em Intercultural Studies for Business, a saber o desenvolvimento das competências de empreendedorismo ligadas às indústrias criativas, em que a cultura é vista como uma commodity lucrativa. O PBL, como já foi demonstrado pela literatura é uma estratégia eficaz de ensino-aprendizagem, centrada no aluno para promover uma aprendizagem ativa e aprofundada porque envolve os alunos numa investigação real e num ambiente colaborativo. Tal como defende Stephanie Bell:

Project-Based Learning (PBL) is an innovative approach to learning that teaches a multitude of strategies critical for success in the twenty-first century. Students drive their own learning through inquiry, as well as work collaboratively to research and create projects that reflect their knowledge. From gleaming new, viable technology skills, to becoming proficient communicators and advanced problem solvers, students benefit from this approach to instruction (BELL, 2010: 39).

Participaram neste projeto um total de 28 alunos, cada qual tendo efetuado pesquisa e curadoria de uma das 54 esculturas do acervo do MIEC, à sua escolha. As auto-avaliações dos alunos e as opiniões que compartilharam, de forma anônima, no fim do semestre, demonstram que, embora ainda em fase embrionária, este projeto pode, efetivamente, considerar-se um sucesso.

Por um lado, os alunos manifestaram o seu entusiasmo pela prossecução de um projeto concreto, com uma plataforma de grande visibilidade como a Google:

"From the start I felt involved with this project. I found that to produce something that can be accessed, in "real life", was so interesting and that it could serve as a great experiment and experience". (T1)

Por outro lado, a possibilidade de dar a conhecer o seu trabalho a um público mais vasto também parece ter sido uma forte motivação:

"Overall, I considered the "MIEC for Google Arts & Cultures" project quite interesting, since I was not very familiar with this particular product of Google and it sure made me more aware of all the potential it has. It was also a matter of pride, I guess, because not every day we are presented with the possibility to share something that comes from Portugal with the whole wide world." (T2)

Os alunos foram igualmente capazes de reconhecer a importância do trabalho cooperativo, não só na investigação, como igualmente o feedback que receberam de colegas e lhes permitiu aprimorar o seu próprio trabalho:

"Regarding the process and dynamics of the project, I believe that receiving feedback from some of my colleagues and giving feedback was of the uttermost importance since I could have an idea on how to follow a common pattern."(T3)

Não deixaram, porém de ter uma postura crítica perante o projeto, sugerindo melhorias e alterações:

"A few suggestions that I want to transmit are related with the evolution of the project throughout the semester. I feel that the addition of more small assignments will show the class and the professor a sense of development, mainly if it is related with the accomplishment of small tasks, such as "presenting a few pictures, texts, ideas", and having debates with all the professors in a joint class. Also, I feel that the addition of more masterclasses related with the subject would be an extremely positive point, as the students would be able to get a better understanding on tools such as "video, audio and image editing", if possible."(T4)

De uma forma geral, a apreciação final do projeto parece ter sido claramente positiva, tal como realça um dos alunos envolvidos:

Overall, I must say that my expectations didn't fell short from the reality. I admit that in the beginning of this project I felt a little bit lost, not knowing what path to follow or what direction this assignment would take, but soon it all changed, when we received the material from the museum, as I had plenty of information to rely on, and some general guidelines from the professors involved. A huge factor that played an important role on the making of this project was the visit we took to the museum. In my opinion, it was the tipping point where we students, as a whole, could figure out what we were headed for. Seeing the sculptures live and hearing the explanation of the museum's guide really made me more comfortable and motivated to work on this assignment. Nonetheless, the communication between the professors and students could not have been more balanced, as all of us, in my opinion, had the time to express their vision and outlook on certain aspects and receive feedback, both from the professors and the students. Also, the professors were very appreciative of the ideas and feedback students had to offer. Generally, the outcome of this project was exceptionally positive. I will certainly be glad to be part of this project in a near future, as I feel that I want to accomplish and see, in fact, the information being uploaded to the Google Arts & Culture, with the input that I've developed." (T5)

Os resultados quantitativos de um inquérito destinado a avaliar as perceções dos estudantes sobre o projeto demonstram igualmente que os objetivos delineados parecem ter sido alcançados. A maioria dos alunos reconhece que o projeto se revelou útil (76,9%) e muito interessante (100%), porque promove a criatividade (92,3%), o empreendedorismo (77%). Concordam igualmente que sendo um projeto de cariz interdisciplinar (100%) exige o desenvolvimento de competências de pesquisa (100%) e simultaneamente promove a aprendizagem de competências

tecnológicas (69,2%), de espírito colaborativo (92,3%), de escrita criativa (91,7%), sendo que a maioria recomendaria a prossecução do projeto (84,6%).

De uma forma geral, as mais-valias deste projeto parecem-nos evidentes:

- o sentido de responsabilidade e de compromisso desenvolvido pelos alunos por se dedicarem a um projeto real e de alcance global;
- a possibilidade de pôr em prática conhecimentos e competências adquiridos ao longo de todo curso;
- o envolvimento de alunos e professores num projeto colaborativo de investigação, com a colaboração de um centro de investigação e de uma instituição direcionada à divulgação do património cultural e da arte contemporânea;
- a oportunidade de explorar as possibilidades de crescimento económico proporcionadas pela divulgação da cultura;
- a cooperação, a comunicação e a partilha de experiências entre alunos e professores, bem como entre académicos e profissionais do setor da cultura;
- a conjugação de cultura e tecnologia para a criação de um produto com aplicação a curto prazo;
- a constatação da "utilidade" social da arte, como forma de comunicação intercultural.
- o facto de o nome do ISCAP ficar associado a uma instituição de referência no panorama artístico nacional e internacional.

5. Conclusão

Fiel a uma política de criação de emprego, o Mestrado em Intercultural Studies for Business encara o conhecimento da cultura como uma área rentável, indispensável a qualquer empresa, tanto enquanto ferramenta como enquanto agente de crescimento económico. O estudo comparativo das culturas permite que os diplomados se adaptem e desenvolvam profissionalmente nos mais diversos contextos, articulando os estudos interculturais com a economia, a comunicação, a política, a história, a gestão e os media, para criar um perfil profissional com crescente procura no mundo dos negócios, da edição, da comunicação, da gestão e das organizações políticas e administrativas, em diferentes campos e instituições, dentro do contexto global. O MISB foi desenhado não só para responder às necessidades de formação patenteadas pelo mercado, mas igualmente para se adequar à missão do ISCAP-P.PORTO: a formação especializada em ciências empresariais. Por isso, as saídas profissionais situam-se na área da comunicação, planeamento cultural, marketing e publicidade, gestão e comércio internacional, órgãos de poder local e central, relações públicas e internacionais, turismo, gestão hoteleira e hotelaria, edição e comércio livreiro, tradução, gestão de projetos internacionais, mediação sociocultural, ONGs, ensino e *coaching*.

Nesse sentido, a implementação de uma metodologia *project based learning* interdisciplinar, envolvendo alunos, professores e entidades externas - o Museu Internacional de Escultura Contemporânea de Santo Tirso, neste caso – na concretização de uma Exposição Virtual na plataforma Google Arts & Culture, tenta corresponder às necessidades de uma formação que responda às exigências do mercado e envolva os alunos na concretização de um projeto que alia empreendedorismo cultural e indústrias criativas. Tendo como ponto de partida o acervo excecional do MIEC, os alunos foram desafiados a investigar de forma mais aprofundada o conceito de arte pública e a sua relação com o espaço envolvente e o público-alvo. Para além disso, tiveram de criar uma narrativa que sustentasse a apresentação e curadoria de uma exposição virtual, com o objetivo de promover e tornar acessível a um público mais alargado a coleção deste Museu. E, sobretudo, experienciam a concretização de uma tarefa real que terá efeitos mensuráveis na divulgação do Museu e um retorno efetivo, participando num projeto genuíno. Tal como defende Bell (2010):

Real-world tasks run the gamut in terms of necessary skills. It is important to remember that even though a project may be based in one curricular area, it crosses over into all areas of traditional academic studies. Evidence exists that through PBL, students become better researchers, problem solvers, and higher-order thinkers (Gultekin 2005). Research supports that students using PBL perform better on both standardized assessments and project tests than students in traditional direct instruction programs, and that they learn not only real-world application of skills, but also analytic thinking (Bell, 2010, p.42).

A intenção da equipa que promove o projeto é dar-lhe continuidade, com a cooperação do MIEC, mas também alargando a iniciativa a outros museus e instituições, promovendo um possível roteiro da arte pública da região Norte de Portugal.

Referências

- Abreu, J.G. (2005). Arte pública e lugares de memória. *Revista da Faculdade de Letras, Ciências e Técnicas do Património, I série, vol. IV*, 215-234.
- Abreu, J.G. (2015). *A arte pública como meio de intervenção social. Da participação cívica ao envolvimento comunitário*. Disponível em <https://www.researchgate.net/publication/317965691>.
- Bell, S. (2010) Project-based learning for the 21st century: skills for the future. *Clearing House*, 83 (2), 39-43.
- Botelho, M. L., Rosas, L., Barreira, H. (2017) *Designing exhibitions at Google Cultural Institute : between pedagogical experiences and the creation of heritage diffusion products*, in Libro de Actas V Congresso Internacional Cidades Criativas,
- Dumitrescu, G., Lepadatu, C., Ciuera, C. (2014). Creating virtual Exhibitions for Educational and Cultural Development. *Informatica Economica, vol.18*, 102-110
- Drotner, K., Schrøder, K. C. (Eds.). (2013). *Museum Communication and Social Media: The Connected Museum*. New York, NY: Routledge.
- Forte, M. *Communicating the virtual*, disponível em https://www.academia.edu/203790/Communicating_the_Virtual,
- Foo, S. (2008). Online virtual exhibitions: Concepts and design considerations. *Bulletin of Information Technology*, 28(4), 22-34.
- Foo, S., Theng, Y.L., Goh, H.L.D., Na, J.C. (2009). From digital archives to virtual exhibitions. In Theng, Y.L., Foo, S., Goh, H.L.D., & Na, J.C. (Eds.) *Handbook of Research on Digital Libraries: Design, Development and Impact*, IGI Global, Hershey, PA, 88-101.
- Lester, P. (2007). Is the virtual exhibition the natural successor to the physical? In *Journal of the Society of Archivists*, 27:1, 85-101
- Patel, M., et al. (2005). Metadata requirements for digital museums environment, *International Journal of Digital Libraries*, 5, 179-192.
- Pascoal, S. (2019). Smart Tech para o desenvolvimento do turismo Literário: O projeto *TheRoute*, in *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 35, 40-55.
- Pine, B. J., Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business School.