

Inovação, Empreendedorismo e Artes e Ofícios Tradicionais. Estudo de caso da Região Viseu Dão Lafões

Maria Lúcia Pato*

Centro de Investigação CERNAS-IPV, Instituto Politécnico de Viseu (Portugal)

Resumo: Com as alterações manifestadas nas áreas rurais ao longo das últimas décadas, a preservação destes territórios e das suas gentes, está associada à capacidade da população local inovar, frequentemente a partir dos recursos endógenos. As Artes e Ofícios Tradicionais (AOTs), aliadas a outras atividades económicas locais, constituem-se como instrumentos de regeneração socioeconómica local. Partindo de uma pesquisa baseada nos websites dos catorze municípios da região interior Viseu Dão Lafões em Portugal, complementada com análise de informação bibliográfica a respeito das iniciativas descritas nos referidos websites, neste estudo, pretende-se observar qual é a divulgação que é feita pelos websites dos municípios da região e explorar a inovação imprimida por estas iniciativas. Os resultados sugerem que apesar da existência de exemplos notáveis de iniciativas de AOTs na região, com uma aposta clara na inovação – produto, processo, organizacional e marketing, a promoção feita pelos municípios é (ainda) modesta. Tendo em conta a natureza artesanal destas próprias iniciativas, a escassez de recursos humanos e financeiros dos municípios onde estão localizadas, mas o seu contributo para o reforço da identidade regional e para o turismo, o apoio institucional, nomeadamente ao nível da promoção que é feita e as práticas de animação envolvendo os artesãos, deve ser reforçado.

Palavras-chave: Inovação; Empreendedorismo; Artes e Ofícios Tradicionais; Viseu Dão Lafões; Portugal.

Innovation, Entrepreneurship and Traditional Arts and Crafts. Case study of the Viseu Dão Lafões Region

Abstract: With the changes manifested in rural areas over the last few decades, the preservation of these territories and their people is associated with the ability of the local population to innovate, often using endogenous resources. Traditional Arts and Crafts (TACs), allied to other local economic activities, constitute instruments of local socioeconomic regeneration. Starting from a research based on the websites of the fourteen municipalities of the interior region Viseu Dão Lafões in Portugal, complemented with analysis of bibliographic information regarding the initiatives described in the same websites, in this study, it is intended to observe what is the dissemination that is made by the websites of the municipalities in the region and explore the innovation imprinted by these initiatives. The results suggest that despite the existence of notable examples of TACs initiatives in the region, with a clear focus on innovation – product, process, organizational and marketing, the promotion carried out by the municipalities is (still) modest. Taking into account the artisanal nature of these initiatives themselves, the scarcity of human and financial resources in the municipalities where they are located, but their contribution to strengthening the regional identity and to tourism, institutional support, namely in terms of the promotion that is carried out and animation practices involving artisans, must be reinforced.

Keywords: Innovation; Entrepreneurship; Traditional Arts and Crafts; Viseu Dão-Lafões; Portugal.

1. Introdução

Com as alterações manifestadas nas áreas rurais ao longo das últimas décadas, o sucesso de muitos destes territórios está ligado à capacidade para a população local inovar e identificar novas oportunidades

* Centro de Investigação CERNAS-IPV, Instituto Politécnico de Viseu (Portugal); E-mail: mljesus@esav.ipv.pt; <https://orcid.org/0000-0002-2286-4155>

Cite: Pato, M. L. (2023). Inovação, Empreendedorismo e Artes e Ofícios Tradicionais. Estudo de caso da Região Viseu Dão Lafões. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21 (1), 837-850. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.057>

de trabalho (Pato & Teixeira, 2016; Strano et al., 2012), muitas vezes a partir dos recursos endógenos (Dinis, 2006; Pato, 2020; Pato & Teixeira, 2018). Reidolf & Graffenberger (2019) sugerem aliás que esses recursos (físicos, humanos, imateriais, sociais e/ou económicos) oferecem um valor considerável que conduz à inovação das empresas e à diferenciação dos seus produtos no mercado.

Neste contexto o empreendedorismo rural tem sido observado como alternativa conducente à regeneração e revitalização de territórios rurais (Korsgaard et al., 2015; Kulawiak et al., 2022; Pato, 2020; Pato & Teixeira, 2016, 2018), sobretudo das regiões mais interiores e periféricas, onde os recursos humanos e financeiros tendem a ser escassos (Pato & Kastenholz, 2017).

Pelas sinergias com outros setores de atividade económica local, as iniciativas de empreendedorismo rural relativas às artes e ofícios tradicionais (AOTs), parecem recentemente despertar um interesse na comunidade científica (Igwe et al., 2019; Marques et al., 2019; Pret & Cogan, 2019; Solomon & Mathias, 2020; Teixeira & Ferreira, 2019), nas políticas públicas de suporte (Bouette & Magee, 2015; De Faoite et al., 2004) e nos próprios artesãos (Bell et al., 2018; Holmes, 2014).

Se há décadas atrás, os produtos artesanais obtidos a partir de AOTs foram produzidos para dar resposta às necessidades das comunidades locais (Marques et al., 2019), atualmente o paradigma alterou-se. Diversos estudos têm mostrado o interesse dos produtos artesanais (e.g., Brown & Vacca, 2022; Zhan & Walker, 2019) e o seu papel em termos de resistência social e manutenção da cultura local (Castelblanco Pérez, 2022) e contributo para a identidade e competitividade regional e para o turismo (Ferreira et al., 2018; Fillis, 2017; Teixeira & Ferreira, 2019). Em Portugal este tipo de produção está protegido pelo Programa de Promoção de Artes e Ofícios Tradicionais, criado pelo Decreto-Lei nº 122/2015, que visa a valorização, a promoção e a renovação das artes e ofícios artesanais, através do apoio ao empreendedorismo a este setor específico e o apoio à promoção e comercialização dos produtos daí resultantes (DGADR, s.d.).

Com efeito, as AOTs caracterizam lugares, pessoas e culturas, das quais estas fazem parte (Igwe et al., 2019), podendo servir de embaixadores desses mesmos lugares. Mas para que continuem a persistir no tempo, por um lado, a inovação (rural) é um ingrediente fundamental em todo o processo (Abisuga et al., 2021; Balfour et al., 2018; Marques et al., 2019; Naidu et al., 2014). A inovação aliada à tradição cultural pode ser efetivamente a força motriz para o sucesso de muitos desses negócios genuinamente rurais (Dinis, 2006) e portanto para a sua sustentabilidade socioeconómica. Por exemplo, Vaculčíková et al. (2020) referem a importância da inovação em termos do marketing, nomeadamente da comunicação digital na promoção de produtos de artesanato em aldeias tradicionais do Vietname. Também em Portugal, Marques et al. (2019) referem que a inovação em termos de produto, nomeadamente a introdução de novos designs em utensílios de cozinha tradicionais e em produtos de cerâmica decorativa, assim como a inovação em termos de processo através da criação de networks entre *stakeholders* tem-se revelado fundamental na afirmação de louça de barro preto na região interior norte do país. A mesma conclusão de inovação de processo e da cooperação com outros *stakeholders* é referida por Shafi et al. (2019) em aldeias do Paquistão.

Por outro lado, para além da inovação que é imprimida a estes negócios singulares, a questão do apoio institucional torna-se importante. Neste sentido Fan & Feng (2019) argumentam que as AOTs requerem um suporte governamental para proteger o património cultural e promover a inovação dos produtos daí resultantes. Ferreira et al. (2018), argumentam, igualmente que o suporte dos municípios tem sido fundamental no apoio cedido aos respetivos artesãos. Esta assistência pode ir desde os instrumentos mais tradicionais (subsídios e apoios financeiros), até à assistência em aspetos de carácter mais técnico e de planeamento do negócio, tais como o acesso a modernas tecnologias, a formação da mão-de-obra e a assistência no marketing e promoção das iniciativas e respetivos produtos (Meccheri & Pelloni, 2006).

Neste sentido, as ferramentas de divulgação das iniciativas de AOTs, nomeadamente os *websites*, destacando-se desde logo os referentes aos dos municípios, podem ser um bom instrumento de divulgação e promoção das AOTs ao nível da região. Sabe-se por exemplo que no setor do turismo, os *websites* são presentemente uma das fontes mais utilizadas pelos potenciais turistas para obter informação sobre produtos, serviços e destinos turísticos (McLean et al., 2020).

Acontece, porém, que apesar do interesse recente pelas AOTs (como referido acima), com algumas exceções (e.g., Ferreira et al., 2018; Marques et al., 2019), a atenção dada a esta matéria pela comunidade académica é ainda escassa.

Tendo em conta esta lacuna e considerando que os *websites* dos municípios se constituem como plataformas de inegável valor em termos de comunicação com os utilizadores e turistas (Schmuck, 2011; Svobodova, 2017) e marketing do território (Rauhut Kompaniets & Rauhut, 2013), partindo duma investigação centrada na Região Centro de Portugal, particularmente na Região Viseu Dão Lafões (RVDL), propõe-se neste estudo observar qual é a divulgação feita nos respetivos *websites* dos 14 municípios da região e explorar a inovação imprimida por estas iniciativas. Para tal, numa primeira

fase os *websites* dos municípios foram analisados, selecionando-se posteriormente para estudo de caso as iniciativas que apresentavam uma descrição do artesanato produzido nos municípios em análise.

Os resultados sugerem que apesar da existência de exemplos notáveis de iniciativas de AOTs na região, com uma aposta clara na inovação – produto, processo, organizacional e marketing, a promoção feita nos *websites* dos municípios é (ainda) modesta. Daí a importância de medidas e ações tendo em vista o suporte e apoio a estas iniciativas rurais, nomeadamente em termos de comunicação institucional e animação envolvendo os artesãos locais.

O trabalho encontra-se estruturado em seis seções. Assim para além da introdução, a seção 2 apresenta a revisão de literatura relativa ao empreendedorismo de AOTs. Na seção 3 apresenta-se a metodologia do estudo, seguindo-se na seção 4 a apresentação dos resultados. À luz da revisão da literatura, na seção 5 os resultados são discutidos, apresentando-se na seção 6 as conclusões do estudo e contributos do mesmo, as respetivas limitações e pistas para pesquisas futuras.

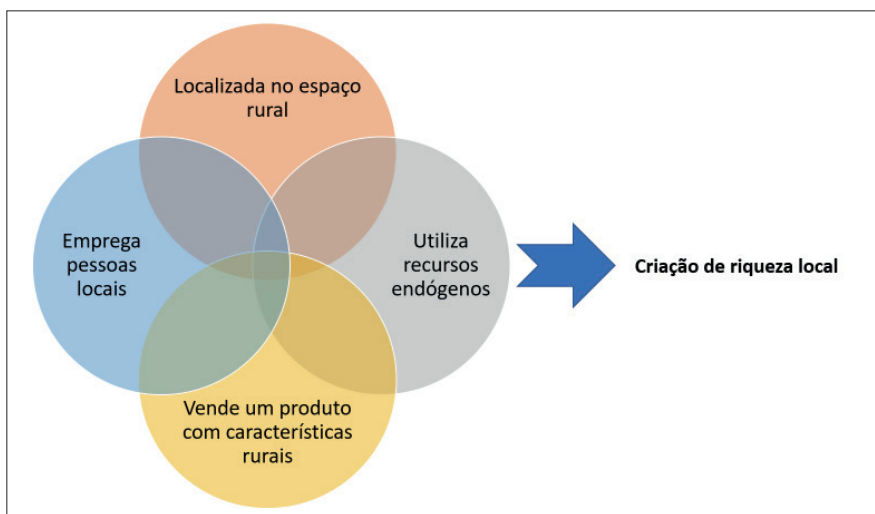
2. Revisão de literatura

2.1. Empreendedorismo de AOTs – O conceito

Muitos empreendedores aspiram pelo crescimento do negócio (Galloway & Stirzaker, 2015). Embora não exista uma definição consensual no que diz respeito aos artesãos (Igwe et al., 2019), acredita-se que os empreendedores artesãos ou os indivíduos que enfatizam a produção manual em vez da produção em série, a comunidade local em vez da escala e a criação de valor em vez da maximização do lucro, parecem não ter tais aspirações (Solomon & Mathias, 2020). De acordo com os autores citados, os artesãos fomentam o interesse do mercado, fornecendo uma alternativa aos produtos e serviços estandardizados oferecidos por empresas dominantes estabelecidas, com a oferta de produtos singulares, assentes em recursos locais. Com efeito, estes trabalhos feitos a partir de AOTs, normalmente chamadas de peças de artesanato ou simplesmente artesanato, possuem um valor artístico distinto resultante de um *input* elevado de trabalho manual (Pret & Cogan, 2019).

O artesanato pode ser definido com um produto feito de forma manual, havendo particular atenção aos recursos endógenos do território e uso de design e mão de obra local (Marques et al., 2019). Por isso, as iniciativas conduzidas por estes atores são as formas mais puras de empreendedorismo rural, enfatizando quatro características básicas (figura 1), comuns no empreendedorismo rural: i) localizadas no espaço rural, ii) empregam pessoas locais, iii) utilizam recursos endógenos e iv) vendem um produto com características rurais.

Figura 1: Empreendedorismo em AOTs



Fonte: Pato & Teixeira, 2018

São precisamente estas quatro características que identificam o produto, o associam ao lugar e à sua história e cultura local, e o diferenciam de outros produtos.

2.2. A inovação nas AOTs

Numa altura em que se assiste à produção em massa e indiferenciada de produtos e serviços, a literatura enfatiza o papel da inovação no empreendedorismo rural (Fhlatharta & Farrell, 2017; Neumeier, 2017; Pato, 2015, 2020) e como tal nas AOTs oriunda das áreas rurais (Abisuga et al., 2021; Marques et al., 2019). Com efeito a inovação – como um ingrediente que vai promover a diferenciação e a exclusividade do produto, irá constituir-se como um ativo valioso em termos da sua identificação no mercado (Dinis, 2006) e escolha dos consumidores. Sabe-se aliás que, alguns destes consumidores, são influenciados pela tradição e pela cultural local na escolha destes produtos (Shafi et al., 2021).

O papel que a inovação pode trazer ao empreendedorismo foi inicialmente apontada por Schumpeter (1934). De acordo com Schumpeter (1934) o empreendedor é o indivíduo que inova, sendo que a inovação pode adquirir várias formas: desenvolvimento de novos produtos; desenvolvimento de novos métodos de produção; identificação de novos mercados, desenvolvimento de fontes de abastecimento ou identificação de novas formas organizacionais na indústria. Tem sido precisamente esta forma de observar a inovação que tem estado na base da inovação em AOTs em meio rural. Dinis (2006) num trabalho onde explora exemplos de sucesso de empreendedorismo rural em AOTs em Portugal, destaca precisamente a inovação em termos de: i) produto – que resulta da associação de técnicas tradicionais para a obtenção de produtos com designs inovadores, mas também do desenvolvimento de novas aplicações para esses mesmos produtos; ii) marketing – resultante do desenvolvimento do mercado e de novas técnicas de marketing, incluindo a promoção do produto e novas formas de fazer chegar o produto até aos consumidores; iii) organizacional – resultante de parcerias e *networks* criadas com vista ao fortalecimento da imagem desses produtos e sucesso da atividade (Gundolf et al., 2018). Por seu turno, Yang & Shafi (2020) argumentam que a inovação em termos de processo envolve a alteração das técnicas de produção, o uso de novos ou diferentes materiais, a utilização de matérias primas de qualidade e a eventual substituição dos equipamentos.

Tendo como base as anteriores premissas, argumenta-se que, a base da inovação imprimida aos produtos artesanais assenta nos recursos endógenos, materiais ou imateriais, com que são produzidos. Com efeito, a sua produção resulta da utilização de matérias primas locais (Dinis, 2006), mas é inspirada pela história, pela cultura popular e pelo saber fazer tradicional (Ratten, 2022). Neste contexto, o produto deverá ser rotulado adequadamente, mostrando a autenticidade, nome, a origem do produto, a história do lugar, o *storytelling* e o processo de produção, entre outros atributos (Shafi et al., 2021).

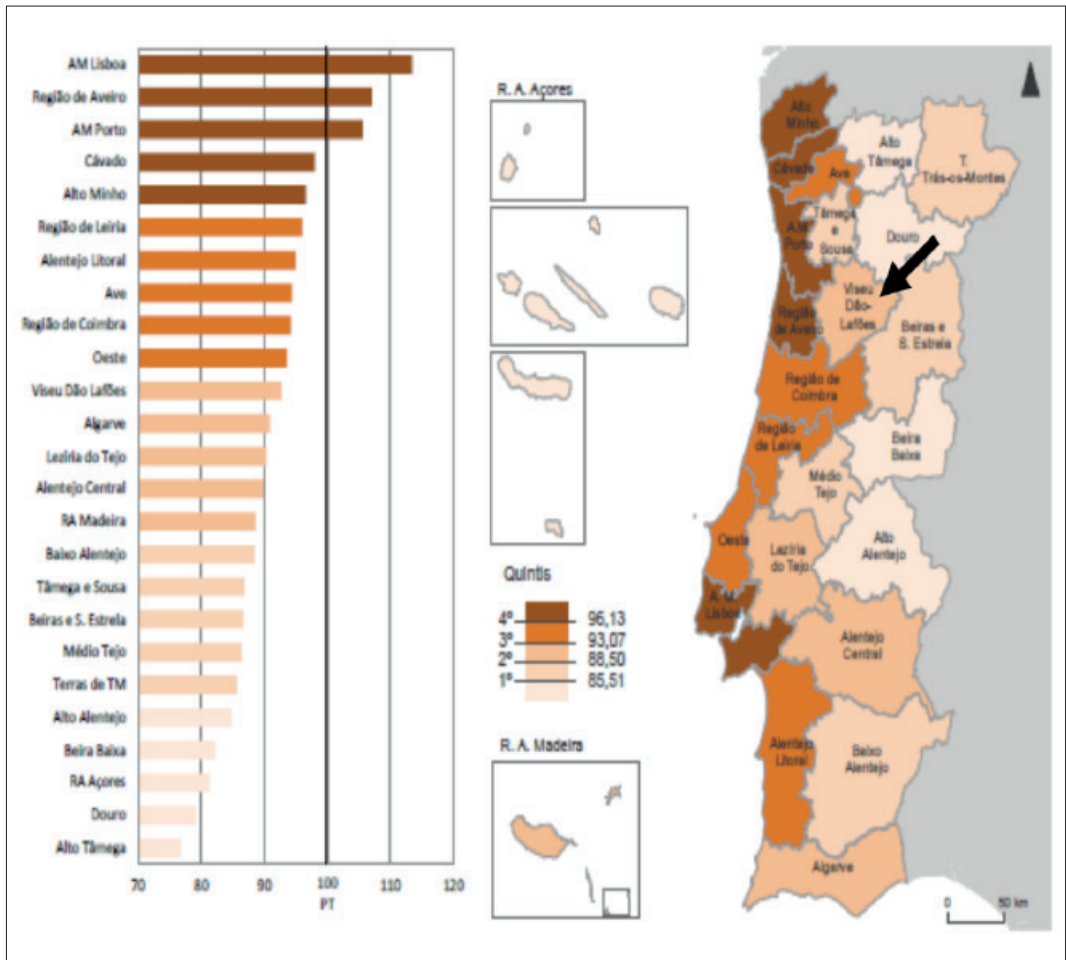
Daí que estes produtos possam ser mais inovadores em termos da sua aparência que os ligam a um território, processo de produção ou estrutura organizacional já que preconizam o singular e o autêntico em vez da produção em massa, industrial e padronizada (Marques et al., 2019; Ratten, 2022; Shafi et al., 2021; Yang & Shafi, 2020).

3. A região em estudo e procedimentos metodológicos

3.1. A Região Viseu Dão Lafões

A RVDL é uma sub-região Portuguesa situada na Região Centro de Portugal (ver figura 1), fazendo a transição entre o litoral e o interior do país. A região que possui 3483 km² de área, integra catorze municípios: Aguiar da Beira, Carregal do Sal, Castro Daire, Mangualde, Nelas, Oliveira de Frades, Penalva do Castelo, Santa Comba Dão, São Pedro do Sul, Sátão, Tondela, Vila Nova de Paiva, Viseu e Vouzela. Apesar de alguma dinâmica em termos de desenvolvimento, sobretudo no concelho de Viseu, onde se situam também instituições de ensino superior e hospitais, a região continua a apresentar um Índice Sintético de Desenvolvimento Regional (ISDR)¹ abaixo da média nacional, com 97,30 de ISDR em 2020 (INE, 2022). Esta situação é ainda mais marcante no que diz respeito ao Índice de Competitividade (IC) da região (92,74), que é, inferior ao verificado no país e na região Centro (ver figura 1), que possui um IC de 94,31.

Figura 1: Índice de Competitividade



Fonte: INE, 2022

Apesar destes valores que colocam a RVDL numa situação frágil, a mesma ostenta um vasto património cultural associada ao artesanato que urge preservar. Com efeito, várias são já as iniciativas desenvolvidas neste sentido. Por exemplo, a Comunidade Intermunicipal (CIM) Viseu Dão Lafões e a Associação de Desenvolvimento do Dão (ADD) propuseram recentemente a candidatura CRAFT – Turismo Criativo Viseu Dão Lafões, que pretende promover o património associado às AOTs, enquanto fator de diferenciação e competitividade ao nível da região (VISEUNOW, s.d.).

3.2. Procedimentos Metodológicos

Face à crescente importância das ferramentas *online* e da utilização das novas tecnologias na promoção do território dos municípios (Soares et al., 2019), numa primeira fase, foram consultados (a 25 de agosto de 2022) todos os *websites* dos catorze municípios da RVDL. Com o objetivo de observar a informação referente às AOTs foi construída uma grelha de análise, com a seguinte informação existente nos respetivos *websites* municipais: 1) referência a AOTs; 2) integração em que tipo de atividade económica/produção; 3) identificação do tipo de produtos produzidos; 4) descrição dos produtos produzidos; 5) identificação dos artesãos/associações de artesãos; 6) referência à certificação/classificação do produto (ver tabela 1).

Tabela 1: Referências a AOTs nos *websites* dos concelhos da RVDL

Tópicos	Items
1. Referência AOTs	Sim/Não
2. Integração em que tipo de atividade económica/produção	AOTs/Artesanato Produtos endógenos Turismo Cultura Outra
3. Identificação do tipo de produtos produzidos	Sim/Não
4. Descrição dos produtos de artesanato produzidos	Sim/Não
5. Identificação dos artesãos/associações de artesãos	Sim/Não
6. Referência à certificação produto	Sim/Não

Considerando que em apenas quatro concelhos (Castro Daire, Mangualde, Tondela e Viseu) é apresentada uma descrição das AOTs existentes, foram, por esse motivo, numa segunda fase do estudo, exploradas algumas das iniciativas de AOTs existentes nestes concelhos, nomeadamente aquelas onde existe informação secundária sobre as mesmas.

Para tal recorreu-se não só à informação existente nos respetivos *websites*, mas também a outras fontes de informação secundária (e.g., artigos, teses de mestrado e outras fontes de informação *online*). Isto permitiu tecer considerações pertinentes em termos da inovação imprimida às AOTs pelos próprios artesãos (produto, processo, organizacional e marketing) e acerca do seu contributo para o desenvolvimento rural.

4. Resultados

4.1. A comunicação feita pelos *websites* dos municípios

Da pesquisa feita nos catorze *websites* dos municípios da RVDL, observa-se que não obstante a importância das AOTs para a preservação do património e da cultura tradicional dos respetivos territórios, a referência às AOTs e ao artesanato é apenas feita por pouco mais de metade (8) dos mesmos. De todo o modo, os saberes passados ao longo de gerações, permitem-nos ainda observar na RVDL uma vasta e diversificada oferta de produtos artesanais: linho, peças de vestuário e tecidos para decoração da casa em lã linho e/ou burel, produtos de cozinha e decoração feitos a partir de barro preto, produtos de cestaria, azulejos pintados, tamancos feitos de forma artesanal, entre tantos outros.

Em cinco municípios o artesanato está claramente associado ao sector do turismo (surgindo num separador alusivo a este), em dois municípios ao património cultural (e bem assim ao setor do turismo) e num outro município aos produtos locais. Dos oito concelhos que fazem referência ao artesanato como uma das valências do município, com exceção de um (ver tabela 2), todos os restantes fazem referência ao tipo de artesanato em questão, chegando inclusive a fazer-se referência aos artesãos/associações de artesãos em cinco municípios. No que diz respeito à descrição dos produtos produzidos, observa-se na tabela 2, que esta descrição é feita apenas por quatro municípios, sendo que em apenas um deles se faz referência à certificação ou classificação de um dos seus produtos artesanais.

São de facto os conteúdos dos *websites* destes quatro municípios que parecem dar um destaque maior ao artesanato e à sua ligação à identidade do território. Como referido num desses municípios, o artesanato reflete uma cultura secular do modo de vida de um povo, que ao longo das gerações foi preservada, de uma forma ímpar, e que soube transformar a matéria-prima de que dispunha em objetos utilitários e decorativos merecedores de serem apreciáveis e utilizados quer pela sua originalidade, quer pelo seu encanto (Município de Castro Daire, 2022).

Tabela 2: Referências a AOTs no *websites* dos municípios da RVDL

Município	Associação com...	AOTs/Produtos artesanais	Descrição produtos	Identificação artesãos/ associação	Certificação
A	Produtos locais	Sem descrição	Não	Não	Não
B	Turismo	Cestaria Olaria Teceragem Palhoça Chapéu de palha Tamancaria Campainhas e Chocalhos Latoaria	Sim	Sim	Não
C	Turismo	Bordados Olaria Mel Vitrais Cerâmica Pequena Destilaria	Sim	Sim	Não
D	Património cultural	Latoaria Teceragem Peneiras/crivos	Não	Não	Não
E	Turismo	Cantaria Peças madeira e ferro	Não	Sim	Não
F	Turismo	Teceragem Doços Cerâmicas Trabalhos madeira	Não	Sim	Não
G	Turismo	Olaria Teceragem Cestaria Latoaria Linho Tanoaria	Sim	Não	Não
H	Património Cultural	Estanhos (Bodiosa) Linho	Sim	Sim	Sim

4.2. As iniciativas de AOTs

4.2.1 As Capuchinhas do Montemuro

Um dos exemplos mais notáveis de trabalho artesanal da RVDL, situa-se na aldeia de Campo Benfeito (município de Castro Daire), rodeada pela Serra de Montemuro. A iniciativa das artesãs começou em 1985 graças ao esforço do Instituto de Assuntos Culturais (ICA), que através de uma sequência de cursos de teceragem subsidiados pelo Fundo Social Europeu conseguiu juntar algumas mulheres para com base nos recursos endógenos (lã e linho) e saberes tradicionais produzirem produtos têxteis para o lar e peças de vestuário (Pato, 2020). O município de Castro Daire cedeu, entretanto, um espaço (uma escola primária), e as Capuchinhas do Montemuro deram asas à imaginação, tendo surgido a cooperativa com o nome Capuchinhas do Montemuro em 1999. Atualmente e passados cerca de 37 anos da criação da iniciativa, quatro mulheres rodeadas de teares, linho e burel mantém viva a tradição, criando peças únicas de vestuário com forte identidade regional. Todas as peças são originais, sendo que são desenhadas exclusivamente por uma estilista para as Capuchinhas. Graças ao seu cariz inovador e único, há cerca de 15 anos estas mulheres receberam inclusivamente o prémio 'Criatividade para

mulheres em meio rural' estabelecido pela internacional *Women's World Summit Foundation*, com sede na Suíça (Pato, 2020).

O sonho destas mulheres não se esgota unicamente na produção de peças originais e com identidade regional. Atualmente tem já uma página web criada (<https://www.capuchinhas.pt/>), onde para além da informação acerca da iniciativa, dos materiais utilizadas, das coleções, da localização (entre outras), é possível adquirir estes produtos. Por exemplo ao navegar pelo site é possível observar que a coleção de Outono-Inverno 2022-23 é fortemente inspirada pela Serra de Montemuro e pela tradição da transumância (uma tradição existente no município de Castro Daire e na Serra do Montemuro). Com efeito como consta no respetivo *website* (<https://www.capuchinhas.pt/>) “esta coleção é um tributo aos pastores, aos rebanhos e às Rotas da Transumância. A serra faz parte da nossa natureza e nós fazemos parte da serra”.

4.2.2. Cooperativa de Artesãos do Montemuro

A poucos quilómetros das Capuchinhas, está localizada uma outra iniciativa singular – a Cooperativa de Artesãos do Montemuro. Esta cooperativa trabalha há cerca de quarenta anos no levantamento, recolha, conservação e divulgação do património cultural e natural da região de Montemuro e particularmente da aldeia do Mezio (município de Castro Daire). Com 12 artesãs, das quais duas a tempo inteiro, a cooperativa produz e vende, essencialmente, peças de têxtil lar e acessórios de moda em lã, linho e burel, mas também cestos de palha e silva, típicos da Serra do Montemuro e miniaturas em madeira que retratam cenas da vida agrícola. Pela análise de vários documentos (e.g. Adrimag, 2018; AECD, 2020) a preocupação das artesãs é a de garantir que as peças produzidas sejam feitas de forma artesanal a partir de matérias primas-locais e típicas da Serra do Montemuro, não obstante a adaptação dessas mesmas peças às tendências atuais e procura de mercado. Tal como no caso acima, a cooperativa conta ainda com o apoio de estilistas que as ajudam na confeção das várias peças.

De referir ainda que o museu etnográfico do Montemuro, localizado no primeiro andar e com entrada pela loja de artesanato, reúne um vasto património constituído por trajes tradicionais, têxteis, mobiliários, louças e outras peças artesanais que ajudam o visitante a compreender como viviam as gentes de Montemuro em outros tempos, de acordo com a informação do próprio website (<http://www.aesmontemuro.pt/coop.html>).

4.2.3. Cooperativa de Linho de Várzea de Calde

A sul de Castro Daire, no concelho de Viseu e aldeia de Várzea de Calde, situa-se uma outra iniciativa singular – a Cooperativa de Linho de Várzea de Calde. A cooperativa que desde há cerca de 17 anos pretende dinamizar a produção de linho de forma artesanal, tem sido fundamental na divulgação desta arte tradicional de cultivo. Aliás em 2018 esta cooperativa deu asas à formação da “Academia do Linho de Várzea”, um novo serviço educativo dedicado inteiramente à arte ancestral de cultivo e obtenção do linho, integrando cinco ações educativas representativas, destinadas a crianças entre os 6 e os 12 anos de idade, que frequentemente não têm qualquer ligação ao mundo rural e a práticas rurais e ancestrais (Município de Viseu, 2017).

Destaque ainda para o facto de em 2018 o linho de Várzea de Calde ter sido galardoado com selo/certificação de qualidade que garantirá a genuinidade e autenticidade do linho produzido de forma artesanal nesta freguesia do concelho de Viseu (DN, 2018). De facto, inovar sem comprometer a tradição é o grande desafio do Linho de Várzea de Calde para o futuro. Neste sentido existe a pretensão de convidar artistas e outros estilistas para desenharem novos produtos a partir do linho de Várzea de Calde, entre os quais a artista plástica que assina o selo oficial deste linho (DN, 2018). De acordo com a fonte citada, hoje serão 20 mulheres a trabalharem na cooperativa de Várzea de Calde, sendo que metade são artesãs ativas.

4.2.4. Barro Preto de Molelos

A sudeste do concelho de Viseu, particularmente no concelho de Tondela e freguesia de Molelos, produz-se ainda a tradicional louça de barro preto de Molelos (que toma justamente o nome da freguesia onde é produzido).

A produção de louça preta nesta freguesia já vem documentada desde o século XVII, mais concretamente desde 1630 (Fernandes, 2012). De acordo com este autor, a produção de barro preto ter-se-á mantido ao longo dos séculos, já que chega ao século XX com uma forte comunidade de oleiros na

freguesia de Molelos. A freguesia pode aliás ser considerada como um dos mais importantes centros de produção de barro preto em Portugal. Para tal, contribuem o número de oleiros ainda existentes, a quantidade e qualidade das peças fabricadas e os mercados de venda. A cerâmica de barro preto é caracterizada por um processo de brunimento (feito à mão com um seixo do rio) e pela cozedura das peças num forno de lenha em atmosfera redutora, que lhes confere o tom negro (Aldeiasdoxisto, 2013). Embora o processo de cozedura das peças tenha sido substituído por fornos elétricos, os oleiros existentes têm conferido um cunho pessoal à louça através de inovação das formas existentes e texturas e do aperfeiçoamento dos acabamentos (Aldeiasdoxisto, 2013). Com efeito, os oleiros hoje deixaram de produzir peças apenas para satisfazer as necessidades básicas da população rural, para, com o passar dos anos, se adaptarem aos novos tempos, de acordo com gostos e usos, produzindo igualmente peças com função decorativa (Baganha, 2019). Atualmente esta produção encontra-se nas mãos de vários oleiros de Molelos, proprietários de oficinas, tais como *Artantiga*, *Barraca dos Oleiros*, *Feitiço da Púcara* e *Olaria Moderna*.

Nos casos apontados é aliás possível observar que pelo menos uma destas iniciativas possui atualmente um *website* (<https://artantiga.pt/Site/>), através da qual podem ser visualizadas várias informações acerca deste ofício tradicional e dos respetivos produtores.

4.2.5. Bordados de Tibaldinho

A sudeste do concelho de Viseu, particularmente no concelho de Mangualde, freguesia de Acafache e povoado de Tibaldinho, encontra-se uma outra iniciativa peculiar relativa a AOTs – os Bordados de Tibaldinho. Embora não se possa datar com precisão a origem dos bordados de Tibaldinho, a possível origem desta arte remonta ao século IXI, período marcado pelo regresso da família real portuguesa ao território, depois de ter estado refugiada no Brasil (Silva, 2021). O uso, o desgaste e a necessidade de renovação de peças de decoração, foram provavelmente os principais motivos que levaram as pessoas oriundas da aristocracia a pedirem a bordadoras para efetuarem a renovação e substituição do bragal e de outras roupas de casa (Silva, 2006).

O certo é que esta tradição antiga de bordar foi mantida e há mais de cinquenta anos que as mulheres de Tibaldinho e de outros recantos da freguesia de Alcafache, com base no saber passado de geração em geração, contribuem com o dinheiro obtido das vendas dos bordados para o completo do rendimento familiar (Pereira, 2017).

O bordado de Tibaldinho constitui um caso singular entre os bordados tradicionais portugueses, caracterizando-se por ser um harmonioso bordado a branco, sobre pano branco, com uma gramática decorativa única, constituindo parte importante do património cultural e imaterial da freguesia, do concelho e do país (Lobão, 2021). De acordo com o autor citado, os tipos de peças mais comuns são as toalhas de mesa e chá, camilhas, cortinas, toalhas de batismo e panos de decoração de mobiliário diverso, mas também diversas peças de vestuário, tentando-se desta forma, aliar a tradição e inovação e responder a novas necessidades do consumidor.

É de destacar ainda que em 2012, a Junta de Freguesia de Alcafache procedeu ao registo da marca “Bordado de Tibaldinho”, no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), em Portugal. Aliás, os Bordados de Tibaldinho, são o 8º Produto com selo da certificação de acordo com Dec. Lei 121/2015 – Sistema Nacional de Qualificação e Certificação de Produções Artesanais Tradicionais (SNQCPAT) e possuem o registo de Indicação Geográfica concedido pelo INPI em 2017 (Santos, s.d.).

Tal como no caso das Capuchinhas, o empenho destas mulheres bordadoras em conservar e promover esta arte, não se esgota na proteção do produto. Com efeito é possível observar a existência de um *website* (<https://www.bordadodetibaldinho.pt/index.php>) referente à iniciativa, que contém várias informações acerca desta arte secular – certificação, processo de confeção, matérias primas utilizadas, história, tipo de bordados e contactos.

5. Discussão

Apesar da importância das AOTs para a dinâmica socioeconómica local e bem assim para a manutenção e identidade de uma região, a que se alia o contributo para outras atividades económicas locais (e.g., turismo, gastronomia, cultura, etc.), no geral a comunicação que é feita pelos municípios é modesta. De facto, a referência a AOTs e ao artesanato é apenas feita por pouco mais de metade dos municípios da região nos respetivos *websites*. Ora numa era dominada pelas tecnologias digitais (Keller, 2009), onde cada vez mais os cidadãos usam estas tecnologias (Soares et al., 2019), a modesta comunicação das

AOTs e dos produtos artesanais e genuínos dos municípios, sugere que mais apoio aos artesãos deva ser concedido nesta matéria.

Apesar desta modéstia em termos de comunicação por parte dos municípios, advoga-se neste estudo que, mercê do capital humano que sustentam estas iniciativas de AOTs (Pato, 2020), existem algumas delas, que continuam a inovar em diferentes vertentes. Com efeito, os resultados aqui apresentados permitem-nos corroborar com outros trabalhos (e.g., Dinis, 2006; Marques et al., 2019; Pato, 2020) que argumentam que o carácter tradicional destes produtos aliado à inovação das respetivas empresas e produtos, têm sido essencial na manutenção e sucesso de práticas ancestrais, claramente enraizadas no território. A inovação é observada em termos de:

- produto, com por exemplo a reinvenção de produtos mais apelativos e com novos designs faça às novas necessidades (físicas e simbólicas) do mercado (em todas as iniciativas apresentadas acima);
- processo (particularmente no caso da olaria tradicional onde passaram a ser utilizados os fornos elétricos para a cozedura dos produtos);
- organizacional, com o estabelecimento de networks com outros *stakeholders* (em todas as iniciativas acima apresentadas), e;
- marketing, com recurso às novas tecnologias digitais para promoção de venda dos próprios produtos (particularmente no caso das Capuchinhas do Montemuro, com a criação do próprio *website*, a disponibilização de informações online e a possibilidade de os produtos serem vendidos *online*).

No entanto, advoga-se que para além da promoção que é feita pelos municípios (como referido acima, no entender dos autores do estudo ainda modesta) e do esforço em inovar e reinventar os produtos e empresas por parte dos seus artesãos, há ainda um vasto caminho a percorrer para que estes produtos se afirmem de forma mais notável e sejam observados como verdadeiro instrumentos/recursos de desenvolvimento rural e afirmação regional. Se por um lado, é necessário que os municípios reforcem a divulgação das AOTs, por outro lado é necessário que se promovam ações de animação (McElwee et al., 2018), sendo que o principal objetivo é incentivar estes artesãos a serem empreendedores e a utilizar a inovação como ingrediente fundamental do processo de revitalização dos recursos locais.

6. Conclusão

Com base num estudo exploratório feito nos websites das câmaras municipais da RVDL e complementado com outra literatura acerca das AOTs existentes na região, este estudo contribui para explanar as iniciativas existentes na região, que poderão contribuir para o seu desenvolvimento rural, muitas vezes aliados a outras atividades económicas locais, de entre as quais o turismo. Com efeito, a manutenção das AOTs, é fundamental para o desenvolvimento turístico de um território (Teixeira & Ferreira, 2019), particularmente da RVDL, constituindo-se como um recurso turístico que ajuda a reforçar a respetiva identidade e promoção do mesmo. Refira-se, aliás, que a aldeia de Várzea de Calde (onde está localizada a cooperativa de linho de Várzea de Calde), foi recentemente classificada como Aldeia de Portugal (Jornal do Centro, 2022).

Mas para que estas iniciativas subsistam, o apoio público e privado, no sentido de fomentar o empreendedorismo e a inovação das AOTs ainda existentes é fundamental, até porque estão localizadas numa região interior e periférica, onde os recursos humanos e financeiros tendem a ser escassos (Pato & Kastenzholz, 2017).

Com efeito, é necessário que os decisores políticos e as autoridades locais tenham cada vez mais consciência da importância das AOTs em prol do desenvolvimento do território. Tanto mais que se sabe que por força da localização e circunstâncias várias associadas ao tipo de atividade em questão, não existe uma viabilidade económica semelhante à existente noutro tipo de produções, ditas mais empresariais. Assim advoga-se que, para além do reforço da comunicação por parte dos municípios, do desenvolvimento de ações de animação que envolvam os artesãos, algumas destas AOTs devem ser equiparadas a bens públicos (Moreira, 2011). Operacionalizar esta ideia implica que na região em causa (RVDL) sejam identificadas quais as atividades que baseadas nos recursos locais devem ser promovidas e merecedoras de tratamento equivalente aos bens públicos. O que por seu turno implica naturalmente a participação da sociedade civil como um todo, em colaboração e articulação com as estruturas governativas locais, regionais e nacionais.

Em termos das contribuições deste estudo, sublinha-se o contributo teórico, advogando-se que o empreendedorismo de AOTs em áreas rurais é uma das formas mais puras de empreendedorismo rural. No entanto, o principal contributo é a nível prático, contextualizando as iniciativas empresariais exibidas nos *websites* e identificando como a inovação é apresentada em produtos, processos, práticas organizacionais e práticas empresariais.

Este trabalho tem naturalmente limitações. Uma das quais prende-se com a metodologia usada, que assentou essencialmente na recolha de informação nos *websites* dos municípios e em outra informação secundária acerca das iniciativas. Seria por isso interessante, analisar as atitudes, comportamentos e práticas dos artesãos envolvidos nas AOTs da região, por exemplo através de análises qualitativas com recurso a entrevistas e observação in loco. Adicionalmente outra linha para pesquisas futuras, seria estender este estudo a consumidores, no sentido de perceber a forma como valorizam estes produtos. Tanto mais que os estudos empíricos nesta matéria são escassos (Shafi et al., 2021).

Agradecimentos:

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto Ref^a UIDB/00681/2020. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação CERNAS e ao Instituto Politécnico de Viseu pelo apoio concedido.

Referências bibliográficas

- Abisuga, O. A., Mpofu, K., & Nenzhelele, T. G. 2021. Issues in innovation and development in the handicrafts industries of KwaZulu-Natal, South Africa. *Innovation and Development*, 1-20. doi:10.1080/2157930X.2021.1951636
- Adrimag. 2018. *Montanhas Mágicas Magazine n° 13*. Arouca: Adrimag.
- AECD. 2020. Cooperativa de Artesãos do Montemuro. Acedido de <https://www.castrodairenocoracao.pt//artesaos-de-castro-daire/>
- Aldeiasdoxisto. 2013. Barraca dos Oleiros. Acedido de <https://aldeiasdoxisto.pt/entidade/3974>
- Baganha, A. F. R. 2019. *A Produção de louça preta portuguesa Desenvolvimento de produtos que promovam a relação entre as raízes artesanais e o design* (Dissertação de Mestrado), Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.
- Balfour, B., Fortunato, M. W.-P., & Alter, T. R. 2018. The creative fire: An interactional framework for rural arts-based development. *Journal of Rural Studies*, 63, 229-239.
- Bell, E., Mangia, G., Taylor, S., & Toraldo, M. L. 2018. *The organization of craft work: Identities, meanings, and materiality*: Routledge.
- Bouette, M., & Magee, F. 2015. Hobbyists, artisans and entrepreneurs: Investigating business support and identifying entrepreneurial profiles in the Irish craft sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Brown, S., & Vacca, F. 2022. Cultural sustainability in fashion: reflections on craft and sustainable development models. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 18(1), 590-600. doi:10.1080/15487733.2022.2100102
- Castelblanco Pérez, S. 2022. Craft as resistance: A case study of three Indigenous craft traditions. *Craft Research*, 13(2), 387-409.
- De Faoite, D., Henry, C., Johnston, K., & van der Sijde, P. 2004. Entrepreneurs' attitudes to training and support initiatives: evidence from Ireland and The Netherlands. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11 (4), 440-448.
- DGADR. s.d.. Ofícios e Microempresas Artesanais. Acedido de <https://www.dgadr.gov.pt/sistemas-de-producao-artesanal/of-microemp-artesanais>
- Dinis, A. 2006. Marketing and innovation: Useful tools for competitiveness in rural and peripheral areas. *European Planning Studies*, 14(1), 9-22.
- DN. 2018. Viseu desafia artistas a trabalharem Linho de Várzea de Calde. *Diário de Notícias*. Acedido de <https://www.dn.pt/lusa/viseu-desafia-artistas-a-trabalharem-linho-de-varzea-de-calde-9087658.html>

- Fan, K.-K., & Feng, T.-T. 2019. Discussion on Sustainable Development Strategies of the Traditional Handicraft Industry Based on Su-Style Furniture in the Ming Dynasty. *Sustainability*, 11(7). doi:<https://doi.org/10.3390/su11072008>
- Fernandes, I. M. G. 2012. *A loiça preta em Portugal: Estudo histórico*, modos de fazer e de usar, (Tese de doutoramento), Universidade do Minho.
- Ferreira, J., Sousa, B. M., & Gonçalves, F. 2018. Encouraging the subsistence artisan entrepreneurship in handicraft and creative contexts. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 13 (1/2), 64-83.
- Flatharta, A. M. N., & Farrell, M. 2017. Unravelling the strands of 'patriarchy' in rural innovation: A study of female innovators and their contribution to rural Connemara. *Journal of Rural Studies*, 54, 15-27.
- Fillis, I. 2017. Entrepreneurial crafts and the tourism industry. In *Tourism and entrepreneurship* (pp. 150-164): Routledge.
- Galloway, L., & Stirzaker, R. 2015. Entrepreneurship and Business Growth. In R. MacIntosh and K. D. O'Gorman (Eds.), *Introducing Management in a Global Context* (pp. 111-124). London: Goodfellow Publishers Ltd.
- Gundolf, K., Jaouen, A., & Gast, J. 2018. Motives for strategic alliances in cultural and creative industries. *Creativity and Innovation Management*, 27(2), 148-160.
- Holmes, H. 2014. Transient craft: reclaiming the contemporary craft worker. *Work, Employment and Society*, 29(3), 479-495. doi:10.1177/0950017014535834
- Igwe, P. A., Madichie, N. O., & Newbery, R. 2019. Determinants of livelihood choices and artisanal entrepreneurship in Nigeria. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 674-697. doi:10.1108/IJEBr-02-2018-0102
- INE. 2022. Índice Sintético de Desenvolvimento Regional. Acedido de https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=540871364&DESTAQUESmod=2&xlang=pt
- Jornal do Centro. 2022. Várzea de Calde certificada como aldeia de Portugal. Acedido de <https://www.jornaldocentro.pt/noticias/diario/varzea-de-calde-certificada-como-quot-aldeia-de-portugal-quot>
- Keller, K. L. 2009. Building strong brands in a modern marketing communications environment. *Journal of Marketing Communications*, 15(2-3), 139-155. doi:10.1080/13527260902757530
- Korsgaard, S., Ferguson, R., & Gaddefors, J. 2015. The best of both worlds: how rural entrepreneurs use placial embeddedness and strategic networks to create opportunities. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27(9-10), 574-598. doi:10.1080/08985626.2015.1085100
- Kulawiak, A., Suliborski, A., & Rachwał, T. 2022. Research on Rural Entrepreneurship in Terms of the Literature: Definition Problems and Selected Research Issues. *Quaestiones Geographicae*, 41(2), 7-19. doi:10.2478/quageo-2022-0020
- Lobão, I. 2021. *O design emocional e a relação designer-artesão: o caso do bordado de Tibaldinho*, (Dissertação de Mestrado), Universidade do Minho.
- Marques, C. S., Santos, G., Ratten, V., & Barros, A. B. 2019. Innovation as a booster of rural artisan entrepreneurship: a case study of black pottery. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 753-772. doi:10.1108/IJEBr-02-2018-0104
- McElwee, G., Smith, R., & Somerville, P. 2018. Conceptualising Animation in Rural Communities: The Village SOS Case. *Entrepreneurship and Regional Development* 30(1-2), 173-198.
- McLean, G., Osei-Frimpong, K., Wilson, A., & Pitardi, V. 2020. How live chat assistants drive travel consumers' attitudes, trust and purchase intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(5), 1795-1812. doi:10.1108/IJCHM-07-2019-0605
- Meccheri, N., & Pelloni, G. 2006. Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(5), 371-392.
- Moreira, M. B. 2011. Inovação e empreendedorismo em zonas rurais desfavorecidas. In E. Figueiredo (Ed.), *Rural Plural* (pp. 385-396). Castro Verde: 100Luz.
- Município de Castro Daire. 2022. Artesanato originalidade e encanto. Acedido de <https://www.visitcastrodaire.pt/artesanato/>
- Município de Viseu. 2017. Academia do Linho de Várzea do Calde. Acedido de <http://www.acemiadolinho.pt/>
- Naidu, S., Chand, A., & Southgate, C. P. (2014). Determinants of innovation in the handicraft industry of Fiji and Tonga: an empirical analysis from a tourism perspective. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 8(4), 318-330.

- Neumeier, S. 2017. Social innovation in rural development: identifying the key factors of success. *The Geographical Journal*, 183(1), 34-46. doi:10.1111/geoj.12180
- Pato, L. 2015. *Rural entrepreneurship and Innovation: some successful women's initiatives*. Paper presented at the 55th Congress of the European Regional Science Association: "World Renaissance: Changing roles for people and places", Lisbon, Portugal.
- Pato, L. 2020. Entrepreneurship and Innovation towards rural development Evidence from a Peripheral Area in Portugal. *European Countryside*, 12(2), 209-220.
- Pato, L., & Kastenholz, E. 2017. Marketing of rural tourism – a study based on rural tourism lodgings in Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 10(2), 121-139.
- Pato, L., & Teixeira, A. A. C. 2016. Twenty years of rural entrepreneurship: a bibliometric survey. *Sociologia Ruralis*, 56(1), 3-28.
- Pato, L., & Teixeira, A. A. C. 2018. Rural Entrepreneurship: the Tale of a Rare Event. *Journal os Place Management and Development*, 11(1), 46-59.
- Pereira, P. M. 2017. *Relatório de estágio Câmara Municipal de Mangualde*, Instituto Politécnico da Guarda.
- Pret, T., & Cogan, A. 2019. Artisan entrepreneurship: a systematic literature review and research agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 592-614. doi:10.1108/IJEBR-03-2018-0178
- Ratten, V. 2022. Artisan Entrepreneurship: An Overview. In V. Ratten, P. Jones, V. Braga, and E. Parra-López (Eds.), *Artisan Entrepreneurship* (pp. 1-12): Emerald Publishing Limited.
- Rauhut Kompaniets, O., & Rauhut, D. 2013. Place marketing and rural municipalities in Northern Sweden: a content analysis of municipal homepages. *Romanian Journal of Regional Science*, 7(2), 11-36.
- Reidolf, M., & Graffenberger, M. 2019. How local resources shape innovation and path development in rural regions. Insights from rural Estonia. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 15(3), 131-162.
- Santos, I. s.d.. Bordados de Tibaldinho. Acedido de <https://www.bordadodetibaldinho.pt/certificacao.php>
- Schmuck, R. 2011. Online Services of Municipal Websites. Human Resources – The Main Factor of Regional Development, Region Formation and Development Studies. *Journal of Sciences*, 5,228-235.
- Schumpeter, J. 1934. *Theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. Cambridge: Havard University Press.
- Shafi, M., Junrong, L., Yang, Y., Jian, D., Rahman, I. U. R., & Moudi, M. 2021. Factors Influencing the Consumer Acceptance of Innovation in Handicraft Products. *SAGE Open*, 11(4), 21582440211061528. doi:10.1177/21582440211061528
- Shafi, M., Yang, Y., Khan, Z., & Yu, A. 2019. Vertical co-operation in creative micro-enterprises: A case study of textile crafts of Matiari district, Pakistan. *Sustainability*, 11(3), 920.
- Silva, L. 2021. *Do bordado tradicional ao contemporâneo: processos de resignificação*, (Dissertação de Mestrado), Universidade da Beira Interior.
- Silva, P. 2006. *Bordados tradicionais portugueses*, (Dissertação de Mestrado), Universidade do Minho.
- Soares, D. S., Amaral, L., Ferreira, L. M. S., & Lameiras, M. 2019. *Presença na Internet das câmaras municipais portuguesas em 2019: estudo sobre local e-government em Portugal*. Guimarães: GÁVEA – Observatório da Sociedade da Informação, Universidade do Minho.
- Solomon, S. J., & Mathias, B. D. 2020. The artisans' dilemma: Artisan entrepreneurship and the challenge of firm growth. *Journal of Business Venturing*, 35(5). doi:10.1016/j.jbusvent.2020.106044
- Strano, A., Hudson, T., Redman, M., Hegarty, M., O'Hara, E., Buffet, C., Macri, M. C., Marciniak, M., Parissaki, M., O'Grady, P., Toland, J., Eldridge, J., & Gardner, S. 2012. *EU Rural Review Rural Entrepreneurship*: European Union.
- Svobodova, L. 2017. *Social networks and web pages used by regional municipalities in the Czech Republic*. Paper presented at the European, Mediterranean, and Middle Eastern Conference on Information Systems.
- Teixeira, S. J., & Ferreira, J. J. M. 2019. Entrepreneurial artisan products as regional tourism competitiveness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4), 652-673. doi:10.1108/IJEBR-01-2018-0023
- Vaculčíkova, Z., Tučkova, Z., & Nguyen, X. T. 2020. Digital marketing access as a source of competitiveness in traditional Vietnamese handicraft villages. *Innovative Marketing*, 16(1), 1.
- WISEUNOW. s.d.. Artesanato da região valorizado com novo projeto CRAFT – Turismo Criativo Viseu Dão Lafões. Acedido de <https://viseunow.sapo.pt/artesanato-da-regiao-valorizado-com-novo-projeto-craft-turismo-criativo-viseu-dao-lafoes/>

- Yang, Y., & Shafi, M. 2020. How does customer and supplier cooperation in micro-enterprises affect innovation? Evidence from Pakistani handicraft micro-enterprises. *Asian Business & Management*, 19(5), 530-559. doi:10.1057/s41291-019-00072-4
- Zhan, X., & Walker, S. 2019. Craft as leverage for sustainable design transformation: A theoretical foundation. *The Design Journal*, 22(4), 483-503.

Notes

- ¹ O ISDR é calculado com base numa visão integrada, incorporando as dimensões: competitividade, coesão e qualidade ambiental (INE, 2022).

Recibido: 09/09/2022
Reenviado: 18/12/2022
Aceptado: 04/01/2023
Sometido a evaluación por pares anónimos