

Versão de autor:

Citar como: Pato, M.L. (2023). Inovação, Empreendedorismo e Artes e Ofícios Tradicionais. Estudo de caso da Região Viseu Dão Lafões. Pasos Revista de Turismo e Património Cultural. Volume 21, 4, 837-850

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

Resumo

Com as alterações manifestadas nas áreas rurais ao longo das últimas décadas, o sucesso de muitos destes territórios está ligado à capacidade da população local inovar, frequentemente a partir dos recursos endógenos. Reforçam-se assim as vantagens competitivas desses territórios e contribui-se para a sua identidade. As Artes e Ofícios Tradicionais (AOTs), aliadas a outras atividades económicas locais, constituem-se como instrumentos de regeneração socioeconómica local. Partindo de uma investigação centrada na região Viseu Dão Lafões, em Portugal, pretende-se explorar neste estudo iniciativas empreendedoras e inovadoras relativas a AOTs e observar o seu contributo para o desenvolvimento rural local. Os resultados indicam que apesar da dinâmica de algumas destas iniciativas e da aposta na inovação (produto, processo, organizacional e marketing), existe ainda algum défice na promoção das mesmas por parte dos municípios, sendo igualmente desejável um apoio institucional mais forte, tendo em conta a natureza destes próprios negócios e a sua localização.

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

Abstract

With the changes manifested in rural areas over the last few decades, the success of many of these territories is linked to the ability of the local population to innovate, often using endogenous resources. This reinforces the competitive advantages of these territories and contributes to their identity. Traditional Arts and Crafts (TCAs), combined with other local economic activities, are instruments of local socio-economic regeneration. Starting from an investigation focused on the Viseu Dão Lafões region, in Portugal, this study intends to explore entrepreneurial and innovative initiatives related to TCAs and observe their contribution to the local rural development. The results indicate that despite the dynamics of some of these initiatives and the focus on innovation (product, process, organizational and marketing), there is still some deficit in promoting them by the municipalities, and stronger institutional support is also desirable, taking into account the nature of these businesses themselves and their location.

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 de negócio (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 & Kastenholtz, 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) e.

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), hoje o paradigma alterou-se. Diversos estudos têm mostrado o interesse dos produtos artesanais (Marques et al., 2019) e o seu contributo para a identidade e competitividade regional e para o turismo (Ferreira et al., 2018; Fillis, 2017; Teixeira & Ferreira, 2019).

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 (Marques et al., 2019) e portanto para a sua sustentabilidade socioeconómica. Por exemplo, Vaculčíkova 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 à assistência no marketing e promoção dos negócios e respetivos produtos (Meccheri & Pelloni, 2006).

E neste sentido, as ferramentas de divulgação dos próprios negócios, nomeadamente os websites, destacando-se aqui os das câmaras municipais, podem ser um bom instrumento de divulgação do que os municípios tem para oferecer em matéria de artesanato. 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) pelo nosso conhecimento, 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.

Daí que partindo duma investigação centrada na Região Centro de Portugal, particularmente na Região Viseu Dão Lafões (RVDL), propõe-se observar qual é a divulgação que é feita nos respetivos websites das 14 câmaras dos municípios da região e explorar as iniciativas relativas às AOTs localizados na região. Os resultados permitem-nos argumentar que a inovação aliada ao carácter tradicional destes produtos faz com que persistam no tempo, sendo verdadeiros elementos de identidade regional. Daí a importância de medidas e ações tendo em vista o suporte e apoio a estas iniciativas rurais.

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 limitações do estudo e pistas para pesquisas futuras.**

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Empreendedorismo de AOTs

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). Com efeito, 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 e assentes em recursos locais.

Com efeito, estes trabalhos feitos a partir de AOTs, normalmente chamadas de artesanato possuem um valor artístico distinto resultante de um *input* elevado de trabalho manual (Pret & Cogan, 2019). Podem ser definidas como produtos feitos 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.

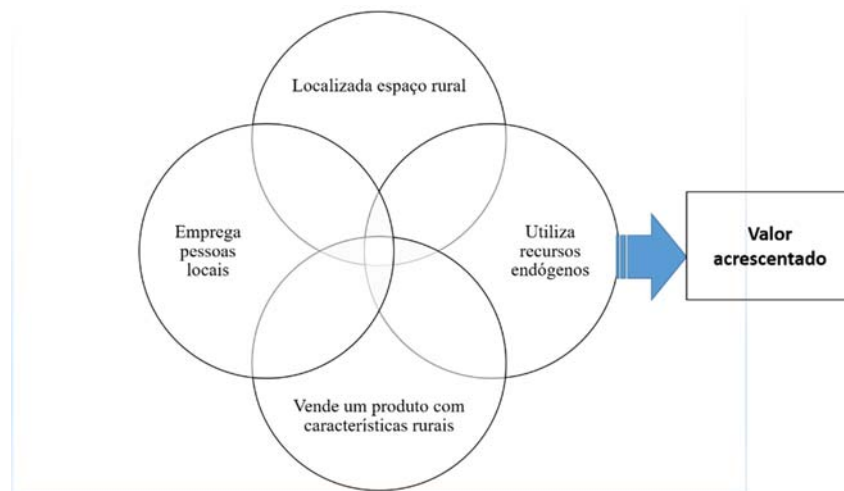


Figura 1 - Empreendedorismo AOTs

Fonte: Pato e Teixeira, 2018

Isto significa também que pela ligação e sinergias com outros setores de atividade económica local – agricultura, turismo, comércio tradicional, gastronomia, entre outros – tem existido algum interesse na preservação e promoção destas artes.

2.1 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 oriundos 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 estas inovações podem 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. Veja por exemplo que Dinis (2006) num trabalho onde explora exemplos de sucesso de empreendedorismo rural em AOTs em Portugal, destaca precisamente a inovação 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 no âmbito deste estudo, que grande parte da inovação que é imprimida aos produtos artesanais, resulta dos recursos endógenos com que são produzidos. Com efeito, a sua produção é inspirada pela história, pela cultura popular e pelo saber fazer tradicional (Ratten, 2022) e com base geralmente em matérias-primas locais (Dinis, 2006). 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).

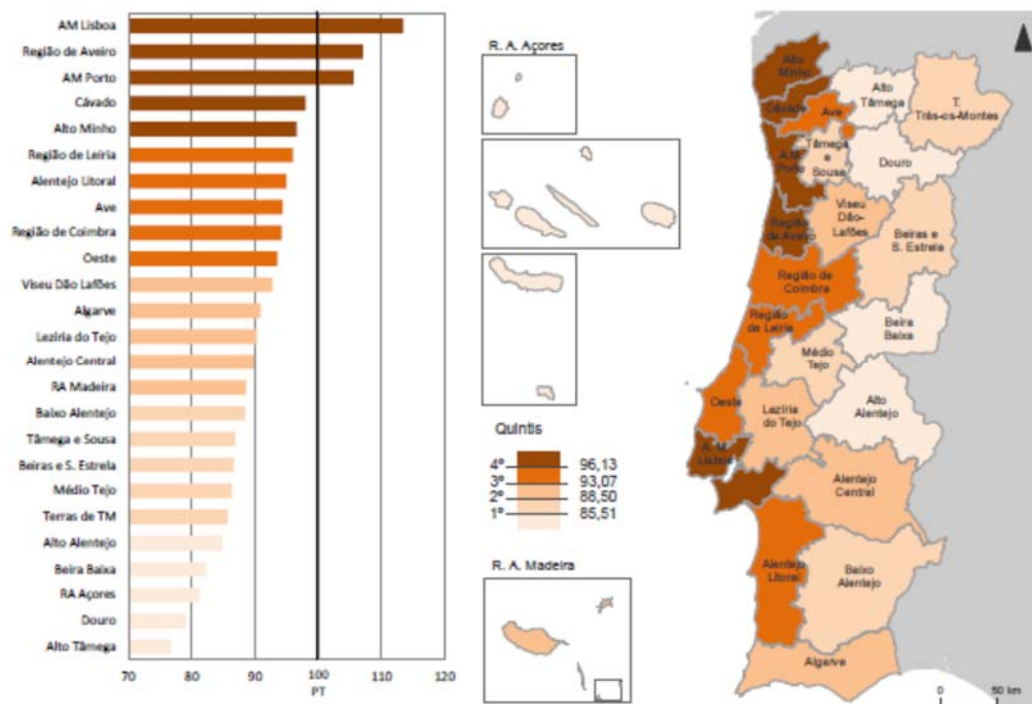
Daí que estes produtos possam ser mais inovadores em termos da sua estética, processo de produção, estrutura organizacional ou marketing já que preconizam o singular e o autêntico em vez da produção em massa, industrial e padronizada (Marques et al., 2019; Ratten, 2022; Shafi et al., 2021; Yang & Shafi, 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 14 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) abaixo da média nacional, com 97,30 de ISDR em 2020 (INE, 2022). Esta situação é ainda mais marcante se observarmos o valor referente à Competitividade (92,74) da região, claramente inferior ao verificado na Região Centro do País (94,31) (ver Figura 1).

Figura 1 – Localização da Região Viseu Dão-Lafões em Portugal e Competitividade



Fonte: INE, 2022

Apesar destes valores que colocam a região numa situação frágil, a região ostenta um vasto património cultural nos seus municípios 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.).

3.1. Procedimentos Metodológicos

A metodologia seguida assentou primeiramente numa pesquisa feita a partir das páginas web das 14 câmaras municipais da RVDL. Esta pesquisa permitiu-nos identificar o património cultural da região e iniciativas de cariz artesanal que tem merecido destaque nos últimos anos. Com base nesta informação, os *websites* das iniciativas relativas a AOTs, sempre que disponíveis, foram consultados e analisados, tendo particular atenção

à: i) referência ou não ao artesanato da região no respetivo website; ii) associação a que tipo de atividade económica; iii) descrição dos produtos; iv) identificação dos artesãos/associações de artesãos; v) certificação do produto.

Pelo maior enfoque que é feito nas páginas web analisadas e pela projeção em termos de marketing de algumas destas AOTs, foram posteriormente algumas dessas iniciativas (Capuchinhas do Montemuro, Cooperativa de Artesãos do Montemuro, Cooperativa de Linho de Várzea de Calde, e Olaria Tradicional – peças de barro preto).

4 RESULTADOS

4.1. A comunicação feita pelos websites dos municípios

Da pesquisa feita nas páginas 14 páginas WEB das câmaras municipais da RVDL, observa-se que não obstante a sua importância para a preservação do património e da cultura tradicional dos concelhos da região, a referência a AOTs e ao artesanato é apenas feita por metade (7) dos concelhos da região. Em 4 dos municípios o artesanato está claramente associado ao sector do turismo (surgindo num separador alusivo a este), em 2 municípios ao Património Cultural (e bem assim ao setor do Turismo) e num outro município aos Produtos Endógenos (podendo contribuir igualmente para o setor o reforço da atividade turístico e do comércio tradicional). Dos 7 concelhos que fazem referência ao artesanato como uma das valências do município, com exceção de 1 (ver Tabela 1), todos os restantes fazem referência ao tipo de artesanato em questão, chegando inclusive a fazer-se referência aos artesãos/associações de artesãos em 4 situações.

Tabela 1 – Referências a AOTs nas páginas Web dos concelhos da RVDL

Município	Associação com...	AOTs/Produtos artesanais
A	Endogenous products	--

B	Tourism	Cestaria Olaria Teceragem Palhoça Chapéu de palha Tamancaria Campainhas e Chocalhos Latoaria
C	Tourism	Bordados Olaria Mel Vitrais Cerâmica Pequena Destilaria
D	Cultural Heritage	Latoaria Teceragem Peneiras/crivos
E	Tourism	Cantaria Peças em madeira e ferro
F	Tourism	Olaria Teceragem Cestaria Latoaria Linho Tanoaria
G	Cultural Heritage	Estanhos (Bodiosa) Linho

Fonte: Própria, a partir da consulta das páginas web feita a 25 agosto 2022

Os conteúdos destas páginas sugerem que a arte de aproveitar os recursos endógenos de um território (as matérias primas, os saberes tradicionais, a história) e transformá-los em objetos e peças diversas de artesanato, se destacam pelo contributo que podem dar em termos turísticos e identificação e promoção do território. Com efeito, 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 produtos. Num dos concelhos analisados é aliás possível observar que alguns dos seus produtos artesanais possuem já certificação (pelas entidades competentes nacionais).

4.2. As iniciativas de AOTs

Um dos exemplos mais notáveis de trabalho artesanal da RVDL, situa-se na aldeia de Campo Benfeito (município de Castro Daire). A iniciativa das artesãs começou em 1985 graças ao esforço do Instituto de Assuntos Culturais (ICA), que através de uma sequência de cursos de tecelagem subsidiados pelo Fundo Social Europeu conseguiu juntar algumas mulheres para a partir de 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. Com efeito como consta no respetivo website “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”.

A poucos quilómetros das Capuchinhas, está localizada uma outra iniciativa singular – a Cooperativa de Artesãos de 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 (concelho 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 a ajudam na confeção das várias peças.

De referir ainda que o museu etnográfico do Montemuro, localizado no 1º 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>).

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 presenteado 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 aldrabar 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.

A sul 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 Fernandes (2012), esta produção 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 expansivos mercados de venda (Abraços & Diogo, 1997). Esta 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 página web (<https://artantiga.pt/Site/>), através da qual podem ser visualizadas várias informações acerca deste ofício tradicional e dos respetivos produtores e contactos.

5. DISCUSSÃO

Apesar da importância destas iniciativas para a dinâmica socioeconómica local e bem assim para a manutenção e identidade de uma região e respetivos concelhos, 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 metade (7) dos concelhos da região, sendo que em 4 dos mesmos esta referência é associada ao turismo. Ora numa era dominada pelas tecnologias digitais (Keller, 2009), onde cada vez mais os cidadãos usam estas tecnologias (Vodafone, 2022), a modesta comunicação dos produtos ancestrais e genuínos dos concelhos parece indiciar alguma falta de apoio. Embora o tipo de AOTs que o concelho possui seja referido por quase todo os outros restantes concelhos que

possuem página web (7), a referência aos produtores/associações de AOTs carece, igualmente, em nosso entender de uma divulgação mais assertiva.

Apesar desta modéstia em termos de promoção que é feita pelos concelhos nas respetivas páginas web, o que é certo é que mercê do capital humano que lhe dão vida (Pato, 2020), existem iniciativas de AOTs notáveis 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 aliada à inovação das respetivas empresas e produtos, têm sendo 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, advogamos que para além da promoção que é feita pelas câmaras municipais (como referimos, em nosso entender ainda modesta) e deste 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.

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 explicar as iniciativas existentes na região, que poderão contribuir para o seu desenvolvimento rural, muitas vezes aliados a outras atividades económicas locais. Destaca-se desde logo o setor do turismo, como também indiciado nos websites referidos (que associam as AOTs ao setor). Com efeito, a manutenção destas AOTs, é fundamental para 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 não esmoreçam, o apoio público e privado, no sentido de fomentar o empreendedorismo e a inovação destas AOTs é fundamental. Até porque as debilidades em termos de recursos humanos futuros, financeiras, de mercado e outras são, sem dúvida, muitas e sem o apoio institucional local, muitas destas podem não persistir (Pato & Teixeira, 2018).

Com efeito, é necessário que os decisores políticos e as autoridades locais tenham cada vez mais consciência da importância destas AOTs em prol do desenvolvimento do território. Tanto mais que se sabe que por força da localização e circunstâncias várias, não existe uma viabilidade económica semelhante á existente nouro tipo de produções,

ditais mais empresarias. Assim advoga-se que muitas destas AOTs devam 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 ou outra proteção semelhante. 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 de das contribuições principais deste estudo, sublinha-se deste logo o contributo teórico, advogando-se o empreendedorismo de AOTs em áreas rurais, uma das formas mais puras de empreendedorismo rural. Adicionalmente, sob o ponto de vista político e de governança local, as autoridades locais devem administrar e facilitar as atividades tanto para os jovens e adultos focados em como produzir artesanato regional. Isso não apenas impulsionará o empreendedorismo local assente nestas atividades, mas também irá garantir que as comunidades locais possam preservar sua cultura e produzir artesanato para complementar o seu rendimento (Marques et al., 2019), ou constituir o seu posto de trabalho.

Este trabalho tem naturalmente limitações. Uma das quais prende-se com a metodologia usada, que assentou essencialmente na recolha de informação nas páginas dos municípios e em outra informação online 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. constrangimentos ao desenvolvimento destas AOTs por parte dos seus artesãos. Para além disso, uma das outras linhas em termos de pesquisa futura, 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^o UIDB/00681/2020. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação CERNAS e ao Instituto Politécnico de Viseu pelo apoio concedido.

Referências Bibliográficas

- Abisuga, O. A., Mpofo, 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
- Abraços, H., & Diogo, J. M. (1997). *Molelos. Em A louça preta em Portugal: olhares cruzados*. Porto: CRAT.
- Adrimag. (2018). *Montanhas Mágicas Magazine nº 13*. Arouca: Adrimag.
- AECD. (2020). Cooperativa de Artesãos do Montemuro. Retrieved from <https://www.castrodairenocoracao.pt/l/artesaos-de-castro-daيرة/>
- Aldeiasdoxisto. (2013). Barraca dos Oleiros. Retrieved from <https://aldeiasdoxisto.pt/entidade/3974>
- Baganha, A. F. R. (2019). *A Produção de louça preta portuguesa Desenvolvimento de produtos que promovam a relação entre asraíses artesanais e o design* (Master), Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Barcelos.
- 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*.
- 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*.
- 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*. Retrieved from <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*. (PhD), 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*.
- Fhlatharta, 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. Retrieved from https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=540871364&DESTAQUESmodo=2&xlang=pt
- Jornal do Centro. (2022). Várzea de Calde certificada como aldeia de Portugal. Retrieved from <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:doi:10.2478/quageo-2022-0020
- 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
- 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 Viseu. (2017). Academia do Lnh de Várzea do Calde. Retrieved from <http://www.academiadolinho.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 of Place Management and Development*, 11(1), 46-59.
- 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/IJEER-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.
- 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.
- Schumpeter, J. (1934). *Theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. Cambridge: Harvard 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.
- 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.
- 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/IJEER-01-2018-0023
- Vaculčíková, Z., Tučková, 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. Retrieved from <https://viseunow.sapo.pt/artesanato-da-regiao-valorizado-com-novo-projeto-craft-turismo-criativo-viseu-dao-lafoes/>
- Vodafone. (2022). *Para lá do futuro – a digitalização das empresas*: Vodafone Business.
- 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